

Reflexiones sobre el contexto del futuro del emprendedor en estudiantes universitarios en un ambiente COVID-19

*Thoughts on the Context of the Future of the Entrepreneur
in University Student in the Context of COVID-19*

*Considerações do contexto do futuro do empreendedor
em estudantes universitários no ambiente do COVID-19*

Julia Samperio Casco

Universidad del Valle de Atemajac. Guadalajara, México
julia.samperio@univa.mx
<https://orcid.org/0000-0003-3623-8451>

Francisco Navarrete-Báez

Universidad del Valle de Atemajac. Guadalajara, México
francisco.navarrete@univa.mx
<https://orcid.org/0000-0002-0657-9450>

<https://doi.org/10.32719/25506641.2024.15.2>

Recibido: 12 de octubre de 2022 • Revisado: 12 de diciembre de 2022
Aceptado: 2 de marzo de 2023 • Publicado: 1 de enero de 2024

Artículo de investigación

Licencia Creative Commons



Resumen

Este trabajo tiene como objetivo describir el contexto emprendedor del estudiante universitario en un ambiente de aprendizaje dentro de la pandemia provocada por el COVID-19, así como conocer los patrones de pensamiento emprendedor y sus expectativas. Se aplicó un cuestionario a 662 estudiantes de una clase de emprendimiento que se imparte en pregrado. Los estudiantes se encuentran estudiando el último año y son de distintas disciplinas. El cuestionario está basado en la filosofía educativa del Work-Integrated Learning (WIL), y muestra un análisis general por género, enfocado principalmente en mujeres. Se muestra el contexto actual sobre educación y enseñanza virtual, las tendencias sobre la orientación emprendedora, así como el emprendimiento individual. Los primeros resultados encontrados fueron que la experiencia laboral previa, tal como el tomar riesgos, es primordial para empezar a emprender, siendo este último en las mujeres el mayor obstáculo. Se destacan, además, como aspectos fundamentales para un emprendimiento exitoso, el liderazgo, la persistencia, la responsabilidad y el contar con tecnología para su desarrollo.

Palabras clave: enseñanza del emprendimiento universitario, ambiente virtual, Work-Integrated Learning, COVID-19, orientación emprendedora.

JEL: I21 Análisis de la educación.

Abstract

This study has as its objective to describe the context of entrepreneurship in university students in a learning environment within the COVID-19 pandemic, as well as learning the patterns of entrepreneur thought and its corresponding expectations. A survey was applied on 662 students in an entrepreneurship class at the undergraduate level. The students were on their last year of studies and belonged to various fields of education. The survey was made based on the Work-Integrated Learning (WIL) education philosophy, showing a general analysis by gender, mainly focusing on women. It includes the current context on education and virtual teaching, trends on entrepreneurial guidance, as well as individual entrepreneurship. The first results obtained revealed that previous work experience, as well as taking risks, are essential to start an entrepreneurial activity, with fear to risk being the greater obstacle for women. Some noteworthy aspects for a successful entrepreneurial activity include leadership skills, persistence, responsibility and holding the necessary technology for its progress.

Keywords: university entrepreneurship teaching, virtual environment, Work-Integrated Learning, COVID-19, entrepreneurship guidance.

JEL: I21 Education analysis.

Resumo

Esse trabalho tem o objetivo de descrever o contexto do empreendedor do estudante universitário no ambiente de aprendizagem durante a pandemia provocada pelo COVID-19, além de conhecer os padrões de pensamento empreendedor e as suas expectativas. Um questionário foi aplicado em 662 estudantes de uma aula de empreendedorismo ao nível de estudos de graduação. Os estudantes estavam no último ano dos seus estudos em várias disciplinas. O

questionário foi feito com base em a filosofia educativa do Work Integrated Learning (WIL), mostrando uma análise geral em função do gênero, focando-se principalmente em mulheres. Mostrou-se o contexto atual da educação e ensino virtual, as tendências da orientação de empreendimentos, e o emprendimento individual. Os primeiros resultados mostraram que a experiência laboral previa e o fato de tomar riscos são essenciais para começar um emprendimento, com o temor dos riesgos sendo o obstáculo maior nas mulheres. Os puntos fundamentales destacados para um emprendimento exitoso são a liderança, a persistência, a responsabilidade e o fato de dispor com a tecnologia necessária para seu desenvolvimento.

Palavras-chave: ensino de emprendimento universitario, ambiente virtual, Work-Integrated Learning, COVID-19, orientação emprendedora.

JEL: I21 Análise da educação.

Introducción

El proceso de la enseñanza del emprendimiento se ha estudiado intensamente en los últimos años, debido principalmente a dos razones: la primera es que es parte fundamental de la enseñanza a nivel licenciatura (pregrado) como parte de las competencias que necesitan los estudiantes en un mundo de hoy, orientado principalmente al mercado, y que últimamente busca su sostenibilidad en todos sus alcances. Por otro lado, el mismo mercado actual difícilmente puede cubrir los nuevos puestos de trabajo para que los actuales estudiantes y futuros profesionistas se incorporen a la fuerza de trabajo como empleados. Una alternativa efectiva ha sido el generar su propia empresa a través del emprendimiento (Vargas y Uttermann 2020).

Es así como el emprendimiento se ha vuelto un estudio primordial para las ciencias educativas, ligado a la gestión. Con estos antecedentes, es necesario saber y entender cómo se encuentra el proceso de enseñanza-aprendizaje del emprendimiento en un sistema educativo a nivel universitario, que ha sido denominado *ecosistema de emprendimiento*.

Este estudio se realiza en una universidad privada en el occidente de México, bajo un ambiente de enseñanza en formato virtual debido a la situación de pandemia detonada por el COVID-19 (SSA 2021) y en una clase de emprendimiento que se imparte a diferentes disciplinas en el último año de sus estudios.

Esta institución, en donde se realiza el análisis, se caracteriza por estar orientada hacia los valores y la formación integral de los estudiantes, es decir, pone

en el centro a las personas para su desarrollo, lo cual está ampliamente ligado al emprendimiento y a su relación con el entorno ya que el desarrollo y el crecimiento de cualquier país se basan en el número y la calidad de las empresas que existen en él (Bucardo 2015), y la aplicación empresarial tiene total relación con la formación de los estudiantes que se proyectan hacia el sector de negocios.

La presente investigación tiene como objetivo describir el contexto emprendedor del estudiante universitario, a través de su reflexión, a corto y mediano plazo, en un ambiente de aprendizaje dentro de la pandemia provocada por el COVID-19; de igual manera, conocer los patrones de pensamiento emprendedor del estudiante universitario y sus expectativas de emprendimiento, haciendo un análisis general y por género, destacando principalmente la diferencia entre hombres y mujeres.

Se empezó describiendo al emprendimiento, en general, y en circunstancias dadas bajo esta pandemia provocada por el COVID-19; luego se realizó un análisis de la dinámica del curso de emprendimiento en esta institución de educación superior, y su contexto regional y nacional.

Después se analizaron los resultados encontrados a partir del instrumento de desarrollo propio, basado en la filosofía del Work-Integrated learning (WIL), aplicado a los estudiantes de emprendimiento, diferenciando por género para, finalmente, corroborar las hipótesis planteadas y comentar las conclusiones y recomendaciones hechas, destacando las habilidades preferidas y requeridas para emprender, así como los objetivos y la visión emprendedora a corto y largo plazo.

Revisión de la literatura

Emprendimiento en tiempos de pandemia: afectación a empresas lideradas por hombres y mujeres

Según la Secretaría de Economía de México, la Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad (ENAPROCE 2018) sobre las mipymes detectó que hay un registro en México de 4,1 millones de empresas dentro de la categoría de mipymes, de las cuales el 97% son microempresas, el 2,7% corresponde a las pequeñas y medianas, y el 0,3% son grandes empresas que participan en sectores como manufactura, comercio y servicios privados del tipo no financiero.

Dichas empresas están, en un 90 %, clasificadas como familiares (ITESM 2022), además, contribuyen a la economía de manera significativa, ya que generan el 72 % de los empleos y el 52 % del PIB (IMCO 2021).

Ahora bien, de acuerdo con los censos económicos del INEGI en 2018, desde el punto de vista de la participación femenina en espacios empresariales, las mujeres son propietarias de 1,6 millones de mipymes que otorgaron empleo a 2,9 millones de personas. 5 de cada 10 empresarias se dedican al comercio, 4 de cada 10 a servicios no financieros y 1 de cada 10 a manufactura (INEGI 2022).

Sin embargo, con la llegada del COVID-19, del total de empresas registradas, sobrevivieron 3,9 millones (79 %), es decir, poco más de un millón (21 %) de empresas cerraron sus puertas definitivamente, lo cual es una gran cifra. No obstante, gracias a las diferentes necesidades detectadas y los mercados emergentes, se establecieron 619443 unidades de nuevos negocios, representando un 13 % de la población de actividades comerciales del país, lo que permite resaltar una serie de nuevos emprendimientos a pesar de las circunstancias económicas y sociales que se crearon durante la pandemia. Por otro lado, la mortandad de empresas en este período también registró consecuencias negativas, siendo que la mayor proporción de cierres se registraron en establecimientos de servicios privados no financieros (25 %), comercio (19 %) y manufactura (15 %) (INEGI 2020).

Y es que la pandemia vino a revolucionar las prácticas en los negocios a partir, sobre todo, de la implementación de herramientas digitales para comercializar y promocionar los negocios, prueba de ello es que el INEGI (2020), en su estudio relacionado a la demografía, destaca que el sector comercio tuvo un 14 % de establecimientos nuevos, mientras que los sectores de servicios privados no financieros y manufactura obtuvieron un 13 y 9 %, respectivamente.

Aunque desaparecieron empresas y nacieron otras, de cualquier forma, hubo una disminución del 20 % con respecto a la población reportada como ocupada en 2019 INEGI (2020), lo cual deriva evidentemente en un detrimento de la actividad económica y comercial del país, así como del crecimiento de la brecha de desigualdades multidimensional.

Aunque los datos recogidos hasta hoy indican que el virus del COVID-19 tuvo un mayor impacto a nivel de salud en los hombres, el impacto económico de la pandemia ha sido más fuerte para las mujeres, especialmente para las emprendedoras (El Economista 2021). Se explica con detalle lo que

ha sucedido en estos últimos años, derivado de que ya de por sí existía una desigualdad en cuanto al acceso a créditos y a la doble jornada laboral, tanto profesional como doméstica, a la que se han tenido que enfrentar las mujeres desde su inserción en la vida laboral. A esto se deben considerar los roles de género entendidos como el conjunto de conductas y expectativas que deben regir la forma de ser, sentir y actuar de las mujeres y los hombres (INMUJERES 2019) que los llevan a formar empresas que, según El Economista (2021), son más propensas a operar dentro de los sectores que se vieron más afectados por la pandemia, como son el comercio y los servicios no financieros. Por ejemplo, más del 50% de las emprendedoras trabajan en el comercio mayorista y minorista, así como servicios no financieros.

Aunado a ello, según datos de la CEPAL (2021), algunos de los sectores que se encontraban en mayor riesgo durante la pandemia empleaban a la mayoría de las mujeres ocupadas, además de que por la recesión económica, que la misma pandemia ocasionó, se estima un retroceso de más de diez años en su participación en el mercado laboral.

Lo anterior tiene como justificación que los sectores de servicios y comercialización se adaptan mejor a la agenda de las mujeres quienes deben conciliar la vida laboral con la familiar. Además, durante este período, la mayoría de las mujeres empresarias no tuvieron capacidad financiera para tercerizar las labores del cuidado del hogar (CEPAL 2021). Las fuerzas que impulsan este daño desproporcionado a las empresas lideradas por mujeres van más allá de los límites de la crisis; reflejan los distintos roles de género y el acceso desigual a la financiación que las mujeres han experimentado históricamente, y siguen experimentando.

Dentro de un panorama general en México, para 2021, 13 de cada 100 establecimientos que eran propiedad de mujeres obtuvieron financiamiento. La mayoría de dichos establecimientos acudieron principalmente a los bancos alrededor de un 33% y a las cajas de ahorro en un 26%. Las mujeres utilizaron el financiamiento en un 59% para equipamiento o ampliación del negocio y en un 48% para la adquisición de insumos (INEGI 2022a). El resto de las empresas lideradas por mujeres dependen del autofinanciamiento, lo que representa, según la CEPAL (2021), un desafío para la reapertura y la sobrevivencia de sus empresas.

Según muestra el informe de OBS Business School (2021), las empresas de propiedad de mujeres son estadísticamente más propensas a operar dentro de

los sectores que se vieron más afectados por la pandemia, que son el comercio mayorista y minorista, tal como se lo había mencionado anteriormente. Existen razones estructurales que explican esta situación, por un lado, el hecho de que el peso de la conciliación familiar recae mayoritariamente en las mujeres permite que el sector de servicios sea el que mejor se adapta a sus responsabilidades.

La innovación empresarial

La afectación empresarial derivada por la contingencia de salud presentada por el COVID-19 definitivamente dejó atrás a los negocios que no tenían el factor de innovación en su planeación a corto, mediano y largo plazo, incluidos aquellos que pertenecen al sector comercial (INEGI 2020). Aunque, en pocos casos particulares, durante la pandemia en 2021 se contabilizaron al menos 265 empresas solicitantes para ser parte de las 30 Promesas 2021, las cuales no solo demostraron su resiliencia, sino innovación y adaptación en un contexto sin precedentes hasta estos tiempos. Ejemplo de ello es el *startup* justo, que visualizó y declaró para Forbes México (2022) el salto de las empresas del sector alimenticio del *business to business* (B2B) al *business to consumer* (B2C) debido a las compras irracionales por parte de la población de artículos de primera necesidad como papel de baño, productos de limpieza y vinos. Otro ejemplo de resiliencia e innovación es la empresa Mi Dulce Hogar, que ofrece la venta de productos de limpieza en un modelo de negocios de comercio electrónico innovando y acompañando su servicio de sanitización, previamente desarrollado (Forbes México 2022).

Educación en emprendimiento en tiempos de pandemia

Las universidades, en su gran mayoría, han adoptado el concepto de emprendimiento dentro de su currículo. Este enfoque está ligado con el crecimiento económico, la creación de trabajo, la persistencia, el crecimiento personal y el liderazgo (ITESM 2019).

La enseñanza del emprendimiento en las universidades se ha enfatizado en dirigir sus modelos pedagógicos hacia la transformación digital, es decir, un cambio en la forma de hacer negocios, orientados a mejorar la cadena de

valor de los productos o servicios que se ofrecen apoyado de la digitalización de los negocios dentro de la revolución industrial (Mababu-Mukiur 2017). Un ejemplo muy común es el desarrollo y aplicación de los denominados servicios digitales enfocados a los consumidores, conocidos como SAAS (Software as a Service) (Saldaña 2022).

En general, el propósito de la cultura emprendedora es impulsar la innovación, crear las condiciones para el liderazgo y el éxito constante (ITESM 2019), así como el desarrollo de habilidades para la toma de riesgos, la adaptación al cambio y el hecho de convertir ideas en realidades. Lo anterior puede apoyarse en la tecnología, ya que, en un ambiente de negocios, mientras mayor acceso a tecnología exista mayor acercamiento a un perfil de emprendedor. Caso contrario, se abriría más la brecha educativa debido a la escasez de recursos tecnológicos disponibles para estudiantes y profesores (Chaverri 2021). Por lo que, uno de los grandes retos de la educación en México es el ofrecer las garantías para el acceso universal a la tecnología e internet (CETYS 2022).

Las consecuencias de la pandemia causada por el COVID-19, para la educación superior universitaria, son de carácter estructural y exige una reconfiguración de sus funciones sustantivas (Alvarado, Rosario y Robles 2020).

En la pandemia surgieron algunos emprendimientos universitarios que utilizaban la tecnología, como el de un equipo de estudiantes del Tecnológico Nacional de México (TecNM), ganador del primer lugar en un maratón de emprendimiento virtual, a través del desarrollo de una plataforma web, en la que donantes adoptan a una familia de escasos recursos para la entrega de productos de primera necesidad (TecNM 2020).

Emprendimiento individual

Cada día se incrementa el número de emprendedores; la intención de hacer un emprendimiento puede ser motivado por alguna necesidad, o bien porque han descubierto alguna oportunidad de hacerlo (Marulanda, Montoya y Vélez 2019). Los empresarios buscan desarrollar pequeñas empresas que coincidan con sus estilos de vida y pasiones, por lo cual plasman su estilo propio de vida en esta nueva empresa.

De acuerdo con el ICSB (2022), la pandemia derivada del COVID-19 ha abierto una nueva era de oportunidades para los emprendedores. Muchos

fueron despedidos de su trabajo y forzados a emprender, otros vieron una oportunidad latente de hacer negocio en nichos de mercado poco explorados. La consiguiente desaceleración brindó a muchos futuros emprendedores la oportunidad de hacer una pausa y reflexionar sobre sus carreras profesionales.

Siendo el perfil empresarial el trabajo de forma individual, la experiencia laboral previa es determinante para el emprendimiento (Loli et al. 2010). Al experimentar un mundo abierto a nuevas ideas, oportunidades y cambios, los emprendedores tomaron una valiente decisión, pero con la impronta de estar estratégicamente preparados y conscientes de los posibles problemas económicos, como la liquidez, mínimos apoyos gubernamentales, corrupción, reducción de ventas, entre otros, a los cuales deberán enfrentarse (Carvajal et al. 2021).

Orientación emprendedora

Al entender el significado del emprendimiento, ahora se analiza la orientación emprendedora, es decir, el sentido y elementos básicos que debe poseer como una herramienta fundamental para comenzar a emprender. Esto se refiere tanto a la orientación estratégica de la empresa como a los procesos creados con el fin de actuar (Lumpkin y Dess 2001). Estos procesos toman la forma de un estilo de gestión empresarial (Covin y Slevin 1988), teniendo tres características principales como son la innovación, la proactividad y la toma de riesgos. Por otro lado, Miller (1983) la concibe, con cierta similitud, como el comportamiento que permite a la empresa ser emprendedora, por ser innovadora, proactiva y por asumir riesgos. La orientación emprendedora es, entonces, un concepto multidimensional integrado por la búsqueda constante y permanente de innovación, proactividad y la predisposición a aceptar riesgos moderados.

Con base a los principios básicos que componen a la orientación emprendedora, la innovación se entiende, de acuerdo con el Manual de Oslo (OCDE 2005, 58), como la “introducción de un nuevo producto, de un proceso, de un nuevo método de comercialización, o nuevo método organizativo, en las prácticas internas de la empresa”. La innovación, además, representa todos los cambios que están basados en el conocimiento y que generan valor e inciden en la sostenibilidad de la organización (Eikebrokk y Olsen 2007). La proactividad, por su parte, es una aptitud en la que el sujeto u organización asume

el pleno control de su conducta de modo activo, lo que va a implicar la toma de iniciativa en el desarrollo de acciones creativas para generar mejoras (Courrent, Spence y Labelle 2013). La aceptación de riesgos va a implicar la toma de decisiones mediante un proceso de identificación y selección de un curso de acción para resolver un problema específico (Stoner, Freeman y Gilbert 1996), bajo este marco se desarrolla un modelo de pensamiento emprendedor.

Finalmente, como parte de las características de un emprendedor, están sus habilidades personales, intelectuales y sociales (Leyva-Carreras et al. 2019) que se deben destacar y desarrollar el liderazgo, conjuntamente con responsabilidad, el trabajo en equipo y la iniciativa, entre otras (Soria-Barreto, Zúñiga-Jara y Ruiz-Campo 2016).

Marco de desarrollo de habilidades para trabajar

El Marco (o WSDF por sus siglas en inglés, Work Skill Development Framework) es una práctica pedagógica y de docencia propuesta a inicios de este siglo, que se desprende de la teoría pedagógica del WIL, y que se ha venido utilizando como una base para desarrollar otros modelos de desarrollo profesional a través de la práctica reflexiva (Bandaranaike 2018). El WSDF comprende seis competencias de habilidades laborales identificadas como: iniciativa y orientación a objetivos; tecnología y creatividad; aprendizaje permanente y reflexión; pensamiento crítico y síntesis; planificación y gestión, y comunicación y colaboración. Para esto, cada estudiante utiliza preguntas reflexivas en cada una de estas facetas para comprender el progreso realizado durante un curso determinado (Bandaranaike et al. 2012) y que puede ser aplicado en la vida profesional. Las seis competencias de WSDF se combinan, además, con competencias empresariales derivadas de la literatura empresarial y el pensamiento emprendedor, para determinar las seis competencias genéricas que, en este caso, hacen referencia a la mentalidad de emprendimiento en este modelo: iniciativa y empresa; creatividad e innovación; aprendizaje permanente y orientación hacia el futuro; asunción de riesgos y pensamiento crítico; liderazgo y gestión, y comunicación y colaboración.

El propósito de enseñar el pensamiento emprendedor y sus reflexiones sobre esta mentalidad es informar y formar a los estudiantes sobre las com-

petencias empresariales y capacitarlos para operar su futura actividad comercial en entornos comerciales impredecibles, como el caso de la pandemia causada por el COVID-19, y sus consecuencias (Bandaranaike 2018). La dinámica del modelo es ir alcanzando el máximo nivel de autonomía en cada una de las seis facetas, a través de la propuesta de cada uno de los dos cursos sobre emprendimiento impartidos en dicha universidad, y así conseguir un nivel de aprendizaje integrado por medio del trabajo en equipo.

La universidad privada y su contexto

En México, 207 universidades privadas pertenecen a la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES) una asociación no gubernamental, de carácter plural, que tiene la voluntad de promover su mejoramiento integral en los campos de la docencia, la investigación y la extensión de la cultura y los servicios (ANUIES 2022).

La universidad privada de la que son parte los estudiantes que participan en la presente investigación se enfoca en el desarrollo de los estudiantes a través de la educación por competencias. El modelo educativo para las próximas generaciones deberá potenciar las capacidades de cada ser humano de manera individual (García 2011), y el modelo por competencias permite conjuntar conocimiento, habilidades, actitudes y valores que se priorizan por encima de los créditos y toman el centro de la conversación para medir el aprendizaje (El Economista 2021).

Dicha universidad hace énfasis en una variable del emprendimiento social en donde se toma en cuenta la sostenibilidad como base del modelo de negocios, y los estudiantes deben desarrollar sus emprendimientos tomando en cuenta el factor social o medioambiental, así como un Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS) (ONU 2015) a fin de concientizarlos al respecto de su corresponsabilidad con su entorno.

Metodología

Para la obtención y análisis de resultados, se aplicó el cuestionario sobre habilidades empresariales (Orozco et al. 2019), de desarrollo propio y

que está basado en la filosofía WIL y en el WSDF (Bandaranaike y Wilson 2014). Se aplicaron 662 cuestionarios a estudiantes que se inscribieron en la asignatura de Emprendimiento (denominada internamente como Gestión de Proyectos). De los estudiantes matriculados, 367 son mujeres (56%) y 295 son hombres (44%). La aplicación fue realizada en una universidad privada del occidente de México, durante el período que comprende desde mayo de 2020 hasta septiembre de 2021. Durante dicho período, se llevaron a cabo cinco cursos distintos de emprendimiento; cabe mencionar que los estudiantes tomaron sus clases en forma virtual debido a la situación de la pandemia antes mencionada.

El cuestionario se aplicó al 100% de todos los estudiantes que deben tomar este curso. Por lo que el horizonte del universo considerado tiene un alcance de cinco cohortes de estudiantes de las 21 licenciaturas (pregrados) que ofrece dicha universidad.

El cuestionario consta de 32 preguntas, y está dividido en ocho secciones, de las cuales se tomaron once preguntas clave para cumplir con el objetivo de investigación (tabla 1). La confiabilidad de los datos arroja un Alfa de Cronbach de 0,7114.

Basado en la revisión de la literatura realizada anteriormente, y sustentado en los elementos que componen el ecosistema de emprendimiento, se plantean las siguientes hipótesis:

H1: las experiencias laborales previas hacen propicio el emprendimiento.

H2: los que temen tomar riesgos tienen menor seguridad de emprender.

H3: las mujeres tienen mayor temor a arriesgarse a emprender.

La presente investigación es de corte cuantitativo y transversal. En primer lugar, se hizo un análisis descriptivo de frecuencias para entender el contexto en que se da esta problemática y así conocer el perfil y las expectativas de los estudiantes. Se presentan las frecuencias por totales y clasificadas por género. Después, se procesó y realizó un análisis utilizando la herramienta de chi-cuadrado (X^2), con apoyo de Microsoft Excel, para identificar la posible asociación de variables y proceder con la validación de las hipótesis antes planteadas.

Tabla 1
Cuestionario aplicado

No.	Clave de la pregunta	Pregunta
1	A4	¿Has tenido experiencia previa?
2	B1	¿En qué te basarías para pensar convertirte en emprendedor? Marca a continuación las opciones relevantes.
3	B2	Si emprendieras un negocio, ¿cuál sería tu objetivo principal?
4	B4	¿Qué tan seguro estás de que serás un emprendedor? (Escala del 1-4)
5	C1A	¿Qué tan importantes son los siguientes recursos que necesitarías para establecer un negocio hoy en día en cuestiones de recursos ambientales? (Ej., uso de energías renovables).
6	C1T	¿Qué tan importantes son los siguientes recursos que necesitarías para establecer un negocio hoy en día en cuestiones de recursos tecnológicos?
7	C2	Mencione al menos 5 habilidades y competencias que consideras más importantes de un emprendedor exitoso.
8	D1	¿Cuál es tu visión a corto plazo (primeros 5 años) como emprendedor?
9	D2	¿Cuál es tu visión a largo plazo (10-20 años) como emprendedor?
10	E4	¿Estás interesado en emprender tu negocio en forma individual?
11	E6	¿Temes tomar riesgos?

Fuente: adaptado de Bandaranaike y Wilson (2014).

Presentación de resultados y discusión

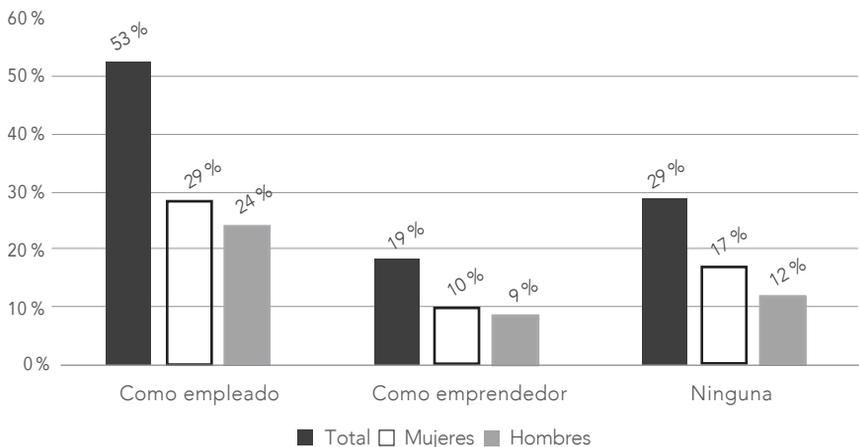
Análisis de frecuencias a respuestas relacionadas

A continuación, se muestran los resultados arrojados mediante el análisis de frecuencias a las respuestas relacionadas con las once preguntas planteadas.

Con relación a la primera pregunta (A4): ¿Has tenido experiencia previa?

En la figura 1 se observa que la experiencia en general es mayor como empleado que como emprendedor, aunque hay casi una tercera parte que no tiene experiencia previa en ninguno de los dos casos, principalmente en el caso de las mujeres. Se destaca ligeramente como mayor la experiencia como empleados en mujeres con respecto a los hombres.

Figura 1
Experiencia previa al emprender



Elaboración propia.

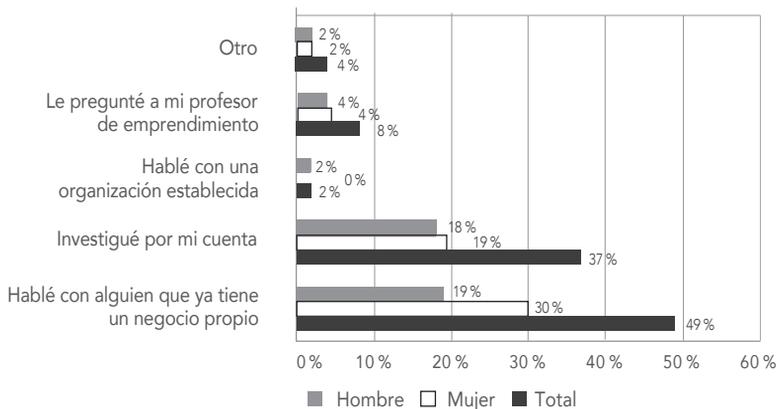
Para la pregunta 2 (B1): ¿En qué te basarías para pensar en convertirte en emprendedor?, los resultados se muestran en la figura 2.

Se observa claramente, tanto en los resultados totales y el resultado desagregado por género que, como base para ser un emprendedor, el hablar con una persona que ya tiene un negocio propio fue prioridad, más que investigar por cuenta propia.

En la pregunta 3 (B2): Si emprendieras un negocio ¿cuál sería tu objetivo principal?, se puede observar en la figura 3 que tanto la innovación como el tratar de hacer la diferencia en la comunidad o país es el principal objetivo para emprender, siendo así una respuesta generalizada. El hacer dinero se ubica como tercera opción, también muy pareja en cuestión de género; más alejada se encuentra la intención social de crear empleos.

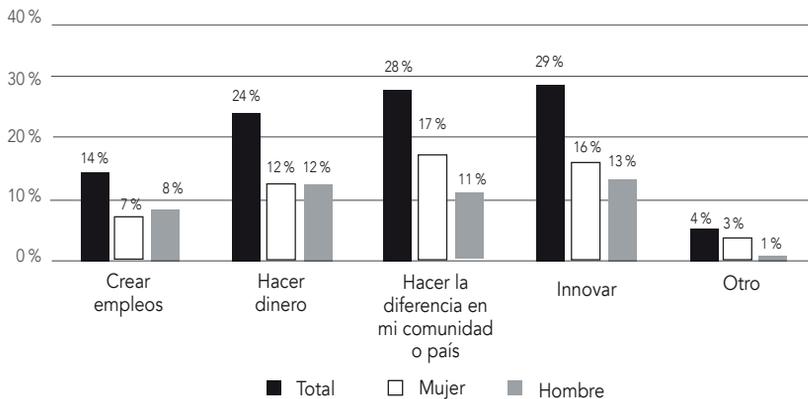
Para la pregunta 4 (B4) que dice: ¿Qué tan seguro estás de que serás un emprendedor? (Escala del 1-4), se observa que la mitad de los estudiantes están medianamente seguros de hacer un emprendimiento; como se observa en la figura 4, el 54% se siente medianamente seguro de emprender.

Figura 2
Bases para conversión en emprendedor



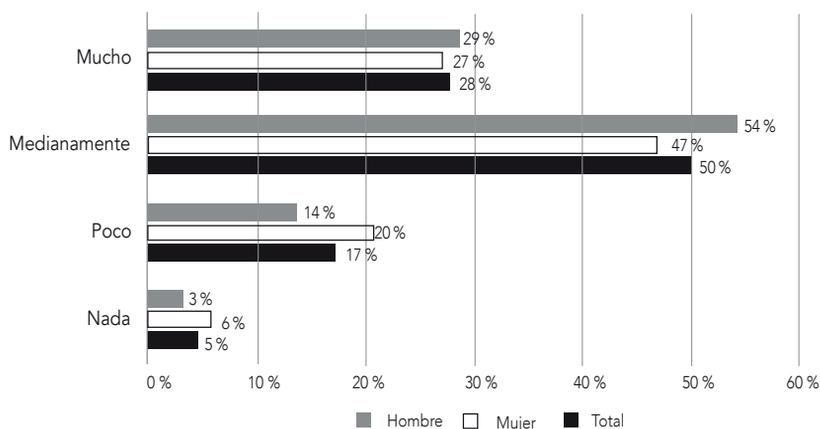
Elaboración propia.

Figura 3
Objetivo principal del emprendimiento



Elaboración propia.

Figura 4
Seguridad de emprender



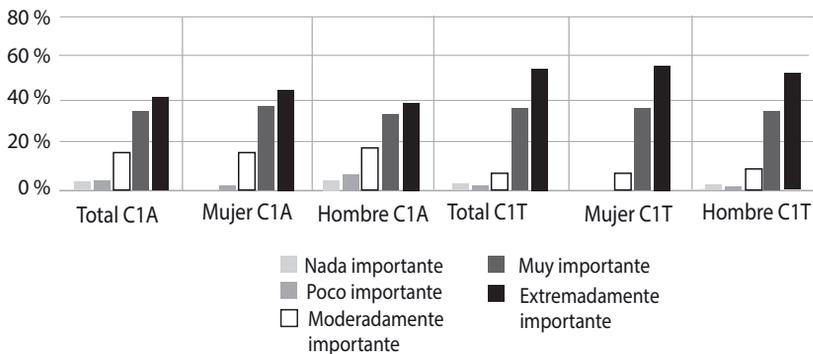
Elaboración propia.

En la figura 5 se muestra la percepción de los estudiantes con respecto a la importancia de que ciertos recursos deben incorporarse para poder establecer un negocio hoy en día. La parte izquierda de la gráfica muestra la parte ambiental [C1A] en donde se observa que, comparada con el aspecto tecnológico [C1T] (parte derecha de la figura), no es extremadamente importante. Tanto mujeres como hombres se inclinan a considerar mucho más importante contar con buena tecnología para emprender.

La pregunta 6 (C2): Selecciona al menos 5 habilidades y competencias que consideras más importantes de un emprendedor exitoso. Los más seleccionados fueron las detalladas en la tabla 2.

Dentro de estas 19 competencias y habilidades que se destacan y que, de acuerdo con la percepción de los estudiantes, serán necesarias tener o desarrollar para tener un emprendimiento de éxito (Leyva-Carreras et al. 2019; Soria-Barreto, Zúñiga-Jara y Ruiz-Campo 2016), se detallan las siguientes: liderazgo, que es de mayor frecuencia con un 10%, seguido por persistencia, responsabilidad y la competencia, con un 8% cada una. Se puede observar que las respuestas desagregadas por género son muy similares en las tres

Figura 5
**Importancia de recursos ambientales
 y tecnológicos para emprender**



Elaboración propia.

categorías. Se encontró una diferencia en la competencia de la cual los hombres (9%) lo destacan más que las mujeres (4%). También se encontró que el trabajo en equipo no es preponderante (5%), y se inclinan más al emprendimiento individual (ICSB 2022).

La pregunta 7 (D1) plantea lo siguiente: ¿Cuál es tu visión a corto plazo (primeros 5 años) como emprendedor?

Las visiones a corto plazo son: 1. desarrollando un proyecto emprendedor; 2. emprendiendo mi propia empresa; 3. trabajando y adquiriendo experiencia en el campo; 4. posicionando mi marca; 5. gestionando las dificultades que se pudieran presentar; 6. terminando mi formación académica y trabajar en mi crecimiento personal; y, 7. ninguna.

La figura 6 muestra cómo se ven los estudiantes, tanto mujeres como hombres, de aquí a 5 años, con cierta noción de lo que el emprendimiento significa. Se destaca de manera puntual emprender en su propia empresa (respuesta 2); después, y de forma muy similar, se ven trabajando y adquiriendo experiencia en el campo de interés (respuesta 3), actividad que los estará llevando a desarrollar su proyecto emprendedor (respuesta 1), es decir, que mientras laboran como empleados, van gestando su propio emprendimiento. Las mujeres, en particular, se ven más a sí mismas emprendiendo en su propia empresa.

Tabla 2
Habilidades y competencias para emprender exitosamente

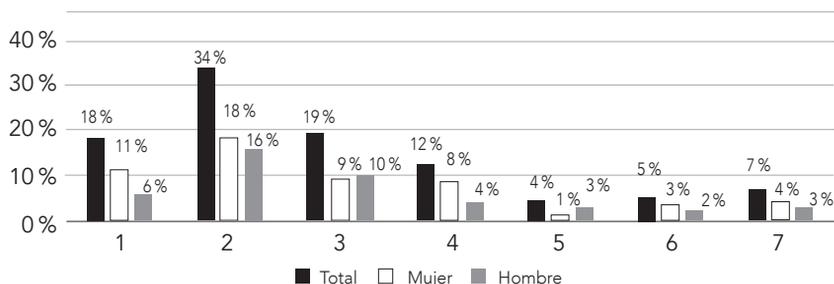
Valores	Persistencia	Liderazgo	Iniciativa	Honestidad	Innovación
Total	8%	9%	6%	5%	6%
Hombre	9%	9%	9%	5%	6%
Mujer	8%	9%	4%	5%	6%
Valores	Responsabilidad	Lealtad	Compromiso	Empatía	Paciencia
Total	8%	3%	6%	4%	4%
Hombre	7%	2%	6%	4%	4%
Mujer	8%	4%	6%	4%	5%
Valores	Respeto	Motivación	Poder de negociación	Buena administración	Sabe trabajar en equipo
Total	3%	4%	5%	4%	5%
Hombre	3%	5%	6%	4%	4%
Mujer	4%	4%	5%	5%	5%
Valores	Creatividad	Visión	Adaptabilidad	Competencias sociales	
Total	6%	6%	5%	2%	
Hombre	6%	6%	6%	2%	
Mujer	6%	7%	4%	2%	

Elaboración propia.

Por su parte, la pregunta 8 (D2) cuestiona una visión a largo plazo: ¿Cuál es tu visión a largo plazo (10-20 años) como emprendedor? La visión a largo plazo es: 1. con mi proyecto ya encaminado; 2. con estabilidad y éxito en mi negocio; 3. siendo reconocido a nivel nacional/internacional; 4. expandiendo mi negocio; 5. contribuyendo socialmente con mi negocio; 6. disfrutando de las ganancias y otros beneficios de los primeros 10 años; y, 7. ninguna.

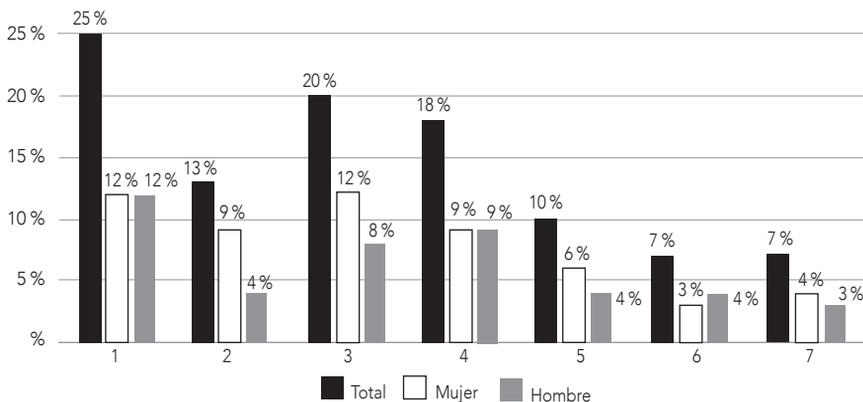
Como se puede observar en la figura 7, en cuanto a la visión a largo plazo, se resalta que los estudiantes se ven a diez años o más, primeramente, con su negocio propio. Pocos respondieron (< 1%) que quieren seguir trabajando como empleados de alguna empresa.

Figura 6
Visión de emprendimiento a corto plazo



Elaboración propia.

Figura 7
Visión de emprendimiento a largo plazo



Elaboración propia.

Ya como empresarios se destaca que se ven con un negocio encaminado, sólido y seguro (respuesta 1). Seguido de un reconocimiento nacional o internacional, es decir, con una empresa ya posicionada en el mercado, que a su vez se está expandiendo (respuestas 3 y 4). En mayor porcentaje, las mujeres presentan esta seguridad en el emprendimiento.

Con relación a la pregunta 9 (E4): ¿Estás interesado en emprender tu negocio en forma individual? La tabla 3 muestra que el 66% de los entrevi-

tados están interesados en realizar un emprendimiento individual, dado que confirma lo que señala el INEGI (2022) sobre el creciente número de mujeres que desea emprender, aunque aún predominan los hombres.

Por último, la pregunta 10 (E6): ¿Temes tomar riesgos?

Tabla 3
Emprendimiento individual

	Sí	No	Total
Total	66 %	34 %	100,0 %
Mujeres	63 %	37 %	100,0 %
Hombres	69 %	31 %	100,0 %

Elaboración propia.

Tabla 4
Temor a la toma de riesgos

	Sí	No	Total
Total	38 %	62 %	100,0 %
Mujeres	45 %	55 %	100,0 %
Hombres	29 %	71 %	100,0 %

Elaboración propia.

Para el análisis de la toma de riesgos, el elemento esencial de la orientación emprendedora (Stoner, Freeman y Gilbert 1996), la tabla 4 muestra que el 62 % de los encuestados no tienen temor a emprender, destacándose los hombres con una diferencia de casi un 20 % con respecto a las mujeres.

Análisis de asociación de variables

En cuanto a si hay asociación en que la experiencia previa, tanto como empleado o emprendedor, propicia el emprendimiento, denominada H1, se realizó una prueba de chi-cuadrado entre las preguntas A4 (experiencia previa) y B4 (seguridad para emprender), con 6 grados de libertad, y el resultado arrojado fue $p = 0,0000$ (chi-cuadrado con 6 grados de libertad = 69,4741),

por lo que se corrobora: la experiencia previa propicia que los estudiantes deseen emprender (Loli et al. 2010).

En cuanto al planteamiento de H2, si los que temen tomar riesgos tienen menor seguridad de emprender, se realizó una prueba chi-cuadrado entre las preguntas E6 (temor a tomar riesgos) y B4 (seguridad para emprender), con 3 grados de libertad, obteniendo una $p = 0,0000$ (chi-cuadrado con 3 grados de libertad = 25,5292), por lo que se corrobora esta hipótesis de que sí hay asociación entre los que temen tomar riesgos, como orientación emprendedora (Stoner, Freeman y Gilbert 1996) y el realizar un emprendimiento.

Por último, para corroborar la H3, en la cual se plantea particularmente que las mujeres tienen mayor temor a arriesgarse a emprender, los resultados de la prueba chi-cuadrado, con un universo de 365 mujeres estudiantes encuestadas, y en donde se obtiene un $p = 0,0000$ (chi-cuadrado con 3 grados de libertad = 27,6109), se encontró que las mujeres estudiantes tienen mayor temor a arriesgarse a emprender.

Discusión

En el análisis de la información se observa que, en mayor proporción, a largo plazo son los hombres quienes están más confiados en que llegarán a ser emprendedores y formar una mipyme, sin embargo, a corto plazo son las mujeres quienes se ven a sí mismas como emprendedoras.

Los estudiantes consideran que se requiere el uso de la tecnología para afianzar los negocios. El supuesto es que según el INEGI (2020), cerca de un millón de empresas cerraron durante la pandemia, pero 619443 emprendimientos, basados principalmente en el uso de la tecnología y en el comercio electrónico, empezaron a funcionar.

El uso de la tecnología está asociado a la innovación. En definitiva, la mayoría de los estudiantes encuestados tienen una orientación emprendedora ya que se predisponen a aceptar riesgos moderados y se muestran proactivos y visionarios, en concordancia con la propuesta de Miller (1983).

Conclusiones

En este análisis realizado sobre las reflexiones de los estudiantes de licenciatura (pregrado) a corto y mediano plazo, dentro de la pandemia provocada por el COVID-19 y que han tomado cursos de emprendimiento, se ha analizado el pensamiento emprendedor y se ha observado, en primera instancia, que la experiencia previa en un trabajo es fundamental para empezar a emprender, principalmente en las mujeres estudiantes, y se antepone el emprendimiento individual.

Como se ha mencionado previamente, algunas de las características de un emprendedor son el liderazgo, la responsabilidad, el trabajo en equipo, la iniciativa, entre otras (Soria-Barreto, Zúñiga-Jara y Ruiz-Campo 2016) y los estudiantes son sabedores de ello, ya que mencionan estas características dentro de las primeras seis habilidades más importantes a desarrollar, siendo también la perseverancia la más importante. Sin embargo, cabe destacar que en el estudio han declarado que prefieren el trabajo individual que en equipo. Las tres hipótesis planteadas se corroboran, destacando la experiencia previa, la orientación emprendedora, que implica la toma de riesgos, y que en las mujeres hay más temor para llevarlo a cabo.

Se denota que la cultura emprendedora está permeando en los estudiantes con mayor noción de su significado y su alcance como opción laboral, pero como recomendación se plantea que aún falta hacer más trabajo académico al respecto y que haya un ambiente propicio y equitativo para llevarlo a buen término.

También será importante fomentar la seguridad personal y de planeación para disminuir el miedo a la toma de riesgos, sobre todo en mujeres, quienes han demostrado estar más interesadas en ejecutar un emprendimiento y vivir de ello en los próximos 5 años, y quienes aseguran serán reconocidas y exitosas.

Será de gran importancia garantizar la información necesaria para que los estudiantes puedan tener emprendimientos innovadores que les permitan ser rentables y sostenibles, así como un modelo de negocios que les propicie enfocarse en el desarrollo social y medioambiental, especialmente a ellas, quienes han mostrado este interés. Así como garantizar también la información al respecto de fuentes de financiamiento a las que puedan acceder para comenzar y dar seguimiento a sus emprendimientos.

Referencias

- Alvarado, Maritza, Víctor Manuel Rosario y Ma. Lucila Robles, coords. 2020. *La pandemia de la COVID-19 como oportunidad para repensar la educación superior en México. Políticas, prácticas y experiencias*. Guadalajara: Amaya Ediciones. <https://bit.ly/42Mytq8>.
- ANUIES. 2022. “Acerca de ANUIES”. Accedido junio de 2022. <https://bit.ly/43axYWm>.
- Bandaranaike, Suniti. 2018. “From Research Skill Development to Work Skill Development”. *Journal of University Teaching & Learning Practice* 15 (4): 1-20. <https://bit.ly/3MDmK7p>.
- Bandaranaike, Suniti, Catherine Snelling, Sophia Karanicolas y Willison John. 2012. “Opening Minds and Mouths Wider: Developing a Model of Student Reflective Practice Within Clinical Placements”. *Proceedings of the 9th International Conference on Cooperative & Work-Integrated Education*. Accedido junio de 2022. <https://bit.ly/3MuvzPX>.
- Bucardo Castro, Alberto, María Luisa Saavedra García y María Elena Camarena Adame. 2015. “Hacia una comprensión de los conceptos de emprendedores y empresarios”. *Suma de Negocios* 6 (13): 98-107. <https://bit.ly/43aGmVR>.
- Carvajal Zambrano, Viviana Gema, Dianelys Nogueira Rivera, Frank Ángel Lemoine Quintero y Verónica Paola Mielles Solórzano. 2021. “Emprendimientos frente al COVID-19: impactos, reacciones y redes de apoyo personal y digital”. *ULEAM Magazine* 2 (3): 1-13. <https://bit.ly/459Ue4B>.
- CEPAL. 2021. “La autonomía económica de las mujeres en la recuperación sostenible y con igualdad”. Accedido febrero de 2022. <https://bit.ly/3OqfdKY>.
- CETYS. 2022. “Los retos de la educación en México ante una pandemia”. Accedido marzo de 2022. <https://bit.ly/3BE0yUs>.
- Chaires, Kevin, y Diego Reyes. 2021. “Emprenden estudiantes del Tec para apoyar a profesores en pandemia”. ITESM. Accedido febrero de 2022. <https://bit.ly/41Kfs6p>.
- Chaverri Chaves, Pablo. 2021. “La educación en la pandemia: ampliando las brechas preexistentes”. *Actualidades Investigativas en Educación* 21 (3): 1-22. <https://bit.ly/3BBv69q>.
- Courrent, Jean-Marie, Martine Spence y François Labelle. 2013. “International Survey on Sustainable Development in SMEs: Questionnaire”. Accedido junio de 2020. <https://bit.ly/3SZaA9I>.
- Covin, Jeffrey, y Dennis Slevin. 1988. “The Influence of Organizational Structure on the Utility of an Entrepreneurial Top Management Style”. *Journal of Management Studies* 25 (3): 217-259. <https://bit.ly/3MGWXeU>.
- Eikebrokk, Tom, y Dag Olsen. 2007. “An Empirical Investigation of Competency Factors Affecting E-Business Success in European SMEs”. *Information & Management* 44 (4): 364-383. <https://bit.ly/3MEia92>.
- El Economista. 2021. “La educación basada en competencias impulsa la autonomía en el aprendizaje”. Accedido marzo de 2022. <https://bit.ly/3Oop0km>.

- Garduño, Mónica. 2021. “30 Promesas 2021. Innovación, clave de los emprendimientos para triunfar en pandemia”. *Forbes*. Accedido febrero de 2022. <https://bit.ly/3WnMvfu>.
- García Bulle, Sofía. 2019. “El emprendimiento como recurso y agente de cambio en la educación”. *Institute for the Future of Education*. Accedido febrero de 2022. <https://bit.ly/3Miwpz9>.
- García Retana, José Ángel. 2011. “Modelo educativo basado en competencias: importancia y necesidad”. *Revista Electrónica Actualidades Investigativas en Educación* 11 (3): 1-24. <https://bit.ly/2CdSyeA>.
- INMUJERES. 2019. “Roles de género”. *Glosario para la igualdad*. Accedido junio de 2022. <https://bit.ly/45cp5xo>.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. 2018. “Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas”. Accedido marzo de 2022. <https://bit.ly/2ke8eca>.
- .2020. “Resultados de la segunda edición del ECOVID-IE y del estudio sobre la demografía de los negocios 2020”. Accedido mayo de 2022. <https://bit.ly/42THnSD>.
- .2022a. “Estadísticas a propósito del día internacional de la mujer”. Accedido julio de 2022. <https://bit.ly/41J3M3G>.
- .2022b. “Directorio estadístico de unidades económicas”. Accedido julio de 2022. <https://bit.ly/42MLP5K>.
- Instituto Mexicano para la Competitividad. 2021. “Informe anual 2020-2021”. Accedido mayo de 2022. <https://bit.ly/3BJ8XWA>.
- Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey. 2022. “Citibanamex y el Tec de Monterrey presentaron el libro *Sucesión en la empresa familiar: historias de éxito*”. Accedido marzo de 2022. <https://bit.ly/3IokzIN>.
- International Council for Small Bussines. 2022. “Micro, Small, and Medium-Sized Enterprises Established as the Core Engine for Growth and Optimism throughout the Global Economy”. Accedido junio de 2022. <https://bit.ly/42Ovopg>.
- Leyva-Carreras, Alma Brenda, Jesús Rodolfo Alcántara-Castelo, Joel Enrique Espejel-Blanco y Manuel Arturo Coronado-García. 2019. “Formación del perfil emprendedor en educación superior en la Universidad de Sonora, México”. *Revista Escuela de Administración de Negocios* (86): 115-132. <https://bit.ly/3MjUPbf>.
- Loli, Alejandro, Edwin Dextre, Javier Del Carpio y Elsa Jara. 2010. “Actitudes de creatividad y emprendimiento en estudiantes de la Universidad Nacional de Ingeniería y su relación con algunas variables sociodemográficas”. *Revista de Investigación en Psicología* 13 (2): 139-151. <https://bit.ly/2OYbAhS>.
- Lumpkin, Thomas, y Gregory Dessb. 2001. “Linking Two Dimensions of Entrepreneurial Orientation to Firm Performance: The Moderating Role of Environment and Industry”. *Journal of Business Venturing* 16 (5): 429-451. <https://bit.ly/41OCnNF>.

- Mababu Mukiur, Richard. 2017. “La transformación digital y el emprendimiento en los jóvenes en Iberoamérica”. *Revista Internacional y Comparada de Relaciones Laborales y Derecho del Empleo* 5 (2): 111-128. <https://bit.ly/3BCdV7N>.
- Marulanda Valencia, Flor Ángela, Iván Alonso Montoya Restrepo y Juan Manuel Vélez Restrepo. 2019. “El individuo y sus motivaciones en el proceso emprendedor”. *Revista Universidad y Empresa* 21 (36): 149-174. <https://bit.ly/3pXfVoh>.
- Miller, Danny. 1983. “The Correlates of Entrepreneurship in Three Types of Firms”. *Management Science* 29 (7): 770-792. <https://bit.ly/43bA4Ft>.
- MX. Secretaría de Educación Pública. 2020. “Ganan estudiantes del TecNM primer lugar en evento virtual de lucha contra COVID-19”. Consultado junio de 2022. <https://bit.ly/3IovZGc>.
- MX. Secretaría de Salud México (SSA). 2021. “Información general sobre COVID-19”. Consultado julio de 2022. <https://bit.ly/3rOBTaL>.
- OBS Business School. 2021. “Informe OBS: Los emprendedores después de la COVID-19”. Consultado enero de 2022. <https://bit.ly/41OJq6>.
- OCDE. 2005. “Manual de Oslo: guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación”. Consultado abril de 2022. <https://bit.ly/3CSE9nX>.
- ONU. 2015. “Objetivos de desarrollo sostenible”. Consultado marzo de 2022. <https://bit.ly/2qk9f28>.
- Orozco Quijano, Patricia Elsa, Suniti Bandaranaike, Ma. del Sol Orozco Aguirre y Rana Haq. 2019. “Business Students in Mexico Developing Work Skills with Work Integrated Learning”. En *Strategic Innovative Marketing and Tourism*, editado por Androniki Kavoura, Efsthathios Kefallonitis y Apostolos Giovanis, 227-235. Berlín: Springer Proceedings in Business and Economics. <https://bit.ly/3BCoyaq>.
- Saldaña, Juan. 2022. “El cómputo en la nube y la recuperación en la nube”. Consultado mayo de 2022. <https://bit.ly/3q6tgeo>.
- Soria-Barreto, Karla, Sergio Zúñiga-Jara y Sofía Ruiz-Campo. 2016. “Educación e intención emprendedora en estudiantes universitarios: un caso de estudio”. *Formación Universitaria* 9 (1): 25-34. <https://bit.ly/3pZJaqw>.
- Vargas Valdivieso, María Auxiliadora, y Romina Uttermann Gallardo. 2020. “Emprendimiento: factores esenciales para su constitución”. *Revista Venezolana de Gerencia* 25 (90): 1-10. <https://bit.ly/3IqSAC6>.