

Iniciativas Innovadoras de Emprendimiento Impulsadas en una Universidad Pública de Ciudad Juárez

Innovative entrepreneurial initiatives impulsed at a public
University in Ciudad Juarez

Ulises Mendoza Arvizo
ulises.Mendoza@uacj.mx
ORCID: 0000-0003-2980-6449

Jesús Alberto Urrutia de la Garza
jesus.urrutia@uacj.mx
ORCID: 0000-0003-2846-4811

Carlos Jesús González Macías
cgonzalez@uacj.mx
ORCID: 0000-0003-2278-8751

Andrea Yelvani Salazar Ibarra
andrea.salazar@uacj.mx
ORCID:0000-0002-2507-1564

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CIUDAD JUÁREZ, CHIHUAHUA, MÉXICO.



Para citar este artículo:

Mendoza Arvizo, U., Urrutia de la Garza, J. A., González Macías, C. J., & Salazar Ibarra, A. Y. Iniciativas Innovadoras de Emprendimiento Impulsadas en una Universidad Pública de Ciudad Juárez. *Espacio I+D, Innovación más Desarrollo*, 13(35). <https://doi.org/10.31644/IMASD.35.2024.a06>

RESUMEN

El emprendimiento ha tomado auge desde hace años a la fecha debido a la importancia para el desarrollo económico de las regiones geográficas. Por ello, la educación universitaria es una época apropiada para fomentar en los estudiantes el espíritu emprendedor. El objetivo de este artículo es conocer el concurso de emprendimiento realizado en la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez. Los métodos utilizados fueron la observación e investigación acerca de cómo se implementa este concurso y quienes participan. Los resultados que se encontraron fueron que existe una gran actividad emprendedora por parte de los estudiantes de esta universidad y que los proyectos realizados tienen creatividad e innovación.

Palabras Clave:

Emprendimiento; innovación; educación; universidades; Ciudad Juárez.

— *Abstract*—

Entrepreneurship has taken upswing from several years ago through nowadays due to its importance for economic development on geographical regions. Thus, higher education is a proper period to impulse entrepreneur spirit in students. The objective of this article is to acknowledge the entrepreneurship contest organized by Universidad Autónoma de Ciudad Juárez. The applied methods were observation and research about how this contest is conducted and whom participate. Results shown that it exists a great entrepreneurial activity by the university's students and that the performed projects have creativity and innovation.

Keywords:

Entrepreneurship; Innovation; Education; Universities; Ciudad Juarez.

El emprendimiento es parte importante para el desarrollo de las comunidades debido a que representa desarrollo social y económico. La creación de iniciativas de autoempleo son una fuente necesaria e indispensable para auxiliar al bienestar de la sociedad (Segura-Barón *et al.*, 2019). En la actualidad, en países latinoamericanos ha tomado gran auge el tema del emprendimiento y diferentes países manifiestan interés como una posible solución a la escasez de ofertas de empleo, lo que ha provocado una alta tasa de crecimiento (Canales *et al.*, 2017). Esto es debido a que el emprendimiento representa una oportunidad de crecimiento económico regional debido al capital de inversión y la producción de bienes y servicios resultantes de este proceso (Vargas y Uttermann, 2020).

De acuerdo con Barba-Bayas y Viteri-Ojeda (2016), en los últimos años el emprendimiento ha tomado importancia, tanto en la investigación académica como en la enseñanza. Por ello, las universidades han aumentado sus cursos de emprendimiento, aumentando las posibilidades de que el alumno desarrolle iniciativas de negocio exitosas. De esa manera, las instituciones educativas implementan estrategias para el desarrollo de competencias para el emprendimiento, que permitan a los estudiantes emprender negocios exitosos aprovechando las oportunidades de su entorno (Castro, 2016). Entre los elementos prioritarios para el desarrollo de los proyectos de emprendimiento deben mencionarse la motivación del emprendedor, la identificación de una idea de mercado, la existencia de los recursos y las habilidades y destrezas adquiridas; lo que conduce a la idea de necesidad de educación en emprendimiento (Hidalgo, 2014).

Debido a que la educación es un factor trascendental en los cambios sociales, el emprendimiento se debe considerar como una actitud transversal en diversos aspectos, como el cultural, político y empresarial, que permiten enfatizar el trabajo del emprendedor como un creador de riqueza y trabajo para su comunidad (Rodríguez, 2007).

La globalización mundial y la necesidad de adaptación a estas circunstancias, además de la innovación continua, son algunos de los aspectos que han considerado las instituciones de educación superior para el emprendimiento. De acuerdo con Valdivia-Velasco *et al.* (2019) en México las universidades privadas, debido a su carácter comercial, fueron pioneras en el desarrollo de capacidades de emprendimiento en sus estudiantes, a diferencia de las universidades públicas.

2. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. *Emprendimiento*

El emprendedor es un pionero, un personaje diferente por sus capacidades para asumir riesgos, aprovechar crisis, introducir nueva tecnología y crear oportunidades para la innovación (Canales *et al.*, 2017). Otros investigadores de la teoría económica deducen que el emprendimiento viene de la palabra *entrepreneur* y se refiere a los aventureros, debido al rol que se desempeña en esta actividad; como lo es el desarrollo de un producto, asumir riesgos, buscar financiamientos, ser creativo y encontrar oportunidades (Jiménez-Silva *et al.*, 2019.) De esta manera, se identificaba en dichas personas características propias donde emprendían la construcción de grandes obras. Esta concepción asociada entonces con el concepto de empresa, identificada como aquella actividad económica particular, sobre la producción de un bien o servicio y su equivalente en dinero (García-García, 2015).

Para Farayibi (2015) el emprendimiento es una oportunidad que se presenta para crear productos y servicios nuevos, siendo un proceso importante para el crecimiento económico. También es necesario considerar al emprendimiento como un conjunto de habilidades que posee una persona para gestionar, organizar, innovar y tomar riesgos (Vargas y Uttermann, 2020). Sin embargo, Torres-Vázquez *et al.* (2020) refieren que se debe considerar que el espíritu emprendedor comienza en casa, ya que existe una gran influencia del entorno en que se desenvuelve, fortaleciendo esas habilidades para el emprendimiento.

Actualmente, los emprendedores que se vuelven competentes se desplazan rápidamente creando ventajas estratégicas sobre sus competidores en la economía, creándose oportunidades para que sus empresas se tornen innovadoras y enfrenten de mejor manera aquellas presiones externas que se presentan, saliendo de sus rutinas y zonas de confort para convertirse en solucionadores de problemas creativos y así solidificar en el camino su espíritu emprendedor (Alvarado *et al.*, 2021). Así mismo, existe la influencia de la sociedad en donde los emprendedores ven reflejadas diversas necesidades que, en busca de satisfacerlas de manera oportuna, provocan la gestión innovadora de ideas de negocio. A partir de esto, surge el concepto un emprendimiento que “alude a las comunidades en las cuales la población es capaz de generar iniciativas y proyectos innovadores en distintos espacios de actuación y de adaptarse flexiblemente a los cambios en un mundo cada vez más incierto” (Kantis, 2017, p. 121).

Por su parte, Jones *et al.* (2014) resaltan ciertas cualidades de los emprendedores con el desarrollo de la empresa, las cuales empiezan con la capacidad de reconocimiento de oportunidades para desarrollar la idea

de la empresa, seguido de los aspectos organizacionales de los recursos, y añaden que para la permanencia del negocio se debe tomar en cuenta aspectos como la motivación, financiamiento y compromiso. Canales *et al.* (2017) afirman que:

[...] el proyecto inicia con la identificación y validación de una idea de empresa, que posteriormente precisa organizar factores materiales y humanos; sin embargo, contar con recursos y un concepto innovador, no asegura la permanencia del negocio en el mercado, debido a que éste depende en gran medida, de la motivación y compromiso del emprendedor, aunado a la disponibilidad de financiamiento y un ambiente saludable para el desarrollo empresarial. (p.5).

Esto es porque el desarrollo de un negocio involucra diferentes factores del entorno del emprendedor, tienen relación con su familia, educación y cultura, ya que proveen habilidades, experiencia y conocimientos. Por ello, el emprendimiento debe ser contemplado como una capacidad de estructurar proyectos para mejorar la calidad de vida tanto del emprendedor como de su comunidad (Rodríguez, 2007).

De acuerdo con Canales *et al.* (2017), el emprendimiento se puede contemplar en tres fases:

- a) La *inicial*, que es, por una parte, la concepción de la idea y puede influir sobre el individuo desde una perspectiva positiva que incluye los deseos de realización; y por otra, una visualización negativa que busca el emprendimiento para enfrentar el desempleo, frustración y necesidad de sobrevivir.
- b) La *intermedia*, son los factores que convierten a una persona en emprendedor potencial como lo son: las relaciones personales y el ambiente familiar, cultural, social y educativo.
- c) La *última*, contempla las acciones y la obtención de recursos para desarrollar el proyecto.

En lo referente a los objetivos personales que provocan a los individuos a convertirse en emprendedores, se pueden considerar varios, uno de los más importantes es la motivación, la cual puede desarrollarse a través del tiempo. Estar rodeado de actitudes positivas es uno de los factores más importantes dentro del proceso de emprendimiento. “La motivación será el motor que promueva el desarrollo del emprendimiento ya que definirá el para qué entregamos nuestro esfuerzo y el de los demás” (Yépez *et al.*, 2019, p. 28). Marulanda *et al.* (2014) señalan otros factores que deben considerarse: la originalidad, la moderada aversión al riesgo, la aceptación de responsabilidades, la perseverancia, la autoconfianza, el deseo por

aprender y la planificación de metas a largo plazo. Un aspecto importante más, señalado por Canales *et al.* (2017), es la motivación por emprender, un motivo preponderante son ingresos, independencia económica y la satisfacción personal. Suarez *et al.* (2020) afirman al respecto: “Entre los motivos para emprender se detecta un predominio de aquellos que adquieren un carácter intrínseco, que tienen que ver con la autorrealización y la superación y crecimiento personal-profesional” (p. 181).

El emprendedor mostrará entonces un desempeño satisfactorio por medio de los motivadores antes mencionados, que será lo que le impulsará a seguir ante cualquier obstáculo, le ayudarán a realizar las actividades de manera que, metodológicamente, logre conseguir el objetivo esperado, además de poner su esencia en todo el proceso, lo que le ayudará aún más a ser exitoso. “Las actitudes que los jóvenes tienen sobre sí mismos son un factor importante pues van a determinar sus expectativas, motivaciones, toma de decisiones y, en definitiva, su comportamiento” (Santos *et al.*, 2015, p. 130).

2.2. La universidad y el emprendimiento

La concientización de la importancia del emprendimiento es una labor que se debe atender a diario. En las universidades es prioridad resaltar el hecho de que las nuevas empresas promueven crecimiento económico de un territorio, debido a la creación de nuevos empleos y el aumento de los ingresos procedentes del pago de los impuestos, el incremento de las exportaciones y un aumento de la productividad, (Pérez y Solíz, 2020). “El emprendimiento es un importante vehículo para el crecimiento y desarrollo económico de los países y los jóvenes son quienes suelen liderarlo” (Kantis, 2017, p.120).

Por su parte, Vargas y Uttermann (2020) señalan la importancia de la educación para impulsar el espíritu emprendedor en los jóvenes para desarrollar nuevos emprendedores y, con ello, impulsar el crecimiento económico y la generación de empleos. A su vez, Aboobaker y Renjini (2020) aluden que la educación empresarial tiene una relación significativa en el desarrollo de actitudes positivas para que lo estudiantes emprendan. Así mismo, Vélez *et al.* (2020) señalan que la educación empresarial ayuda al desarrollo de competencias, habilidades, actitudes y valores del espíritu emprendedor.

Berbetti (2015) refiere que la falta de conocimiento de los mercados en los que se pretende incursionar, la insuficiencia de acciones de capacitación sin un acompañamiento y asesoría permanente después de comenzado el proceso, aunado a las restricciones presupuestarias y las dificultades para mantener el financiamiento, requerido al inicio de las experiencias, aparecen como los factores que, frecuentemente, obstaculizan los logros y llevan a la baja sobrevivencia de los emprendimientos.

En la actualidad, la sociedad es más competitiva y requiere más emprendedores. Por lo cual, las universidades son esenciales para la formación de profesionales con competencias cognitivas que desarrollen capacidades para la implementación de emprendimientos innovadores y sostenibles (Jiménez *et al.*, 2019). García *et al.* (2018) argumentan que “los servicios de apoyo y capacitación empresarial son primordiales en la creación de empresas, no obstante, la falta de acceso a dichos servicios lleva al emprendedor a imitar ideas ajenas” (p. 92).

El conocimiento es una parte fundamental en el emprendimiento porque ayuda a la transformación de ideas en productos o servicios y que estos sean promovidos en un mercado local, nacional o internacional (Pérez y Solíz, 2020). Además, el emprendimiento conlleva procesos y actividades que se realizan para descubrir, definir y aprovechar las oportunidades que permiten generar riqueza con la creación de empresas innovadoras (Zahra *et al.*, 2009). Por su parte, Bravo *et al.* (2021) refieren al emprendimiento desde un enfoque cognitivo, debido a que comprende las intenciones y percepciones. Según este enfoque, todo lo que se realiza conlleva un proceso mental que involucra la motivación, percepción y actitud.

Para Osorio y Pereira (2011), una buena práctica educativa para el emprendimiento es la que desarrolla en los estudiantes habilidades, atributos y actitudes, no solo la comprensión de los principios, prácticas y estrategias de los negocios. Es decir, el aprendizaje debe acompañar al emprendedor a que observe su comportamiento a través del entorno. Por lo anterior, resulta preponderante la relación del emprendimiento y la Universidad, debido a la causalidad de la aplicación de estos conocimientos. Es decir, en la medida que los conocimientos se lleven a la práctica es cómo las universidades concretan su labor en el desarrollo social y económicos de las comunidades (Segura-Barón *et al.*, 2019).

En la educación universitaria se debe fortalecer las capacidades cognitivas del estudiante para reconocer las oportunidades. Por ello, de acuerdo con Jiménez *et al.* (2019), aquellas actividades cognitivas a las que se les debería prestar una mayor atención en el estudio del emprendimiento son la identificación y el reconocimiento de oportunidades, ya que estas son el preámbulo en el proceso de emprendimiento.

En la educación es prioridad desarrollar competencias, que se deben entender como un saber dentro de un contexto determinado, lo que implica el desarrollo de habilidades, capacidades y conocimientos, para hacer uso de ellos en el entorno donde se desenvuelva (Rodríguez, 2007). Por su parte, Valdivia-Velasco *et al.* (2019) consideran que las habilidades emprendedoras se pueden aprender, así que las universidades desempeñan un rol importante en la enseñanza de estas características y el desarrollo del espíritu emprendedor.

Por ello, la tendencia de las universidades es impulsar proyectos o eventos donde se desarrollen las competencias de emprendimiento en los jóvenes alumnos. Torres (2015) menciona que “Los jóvenes tienen mayor probabilidad de ser emprendedores que los no-jóvenes, debido a que factores socioculturales y psicológicos de autoconfianza, modelos de referencia y estigma social al fracaso parecen afectar menos a los individuos jóvenes” (p. 138).

La etapa universitaria es una de las más importantes, es el surgimiento de todos los planes futuros de los jóvenes, en especial de emprendimiento, siendo la universidad un organismo de formación que guía a los jóvenes a un mejor futuro, y no solo a encontrar un empleo donde paguen bien, sino a ser su propio jefe y obtener sus propios ingresos a través de una idea negocio (Espejo y Espíndola, 2015).

2.3. *Emprendimiento y desarrollo económico y social*

La apertura de nuevas empresas involucra características orientadas a aprovechar la creatividad y oportunidades del entorno. Con la creación de empresas se busca impulsar el empleo, la innovación y el crecimiento (Fuentelsaz y González, 2015). Por lo cual, el emprendimiento es un proceso que se desarrolla dentro de un entorno particular y es realizado por personas con motivaciones y competencias. De acuerdo con Díaz (2017), este proceso se desarrolla en tres etapas:

- a) La *primera* es la concepción del emprendedor potencial, búsqueda de oportunidades e ideas.
- b) La *segunda* es la del emprendedor naciente con un negocio en formación, para convertirse en gestor de su nuevo negocio.
- c) La *tercera* consolida la figura del emprendedor establecido.

Para realizar emprendimientos exitosos es deseable contar con diferentes competencias, compuestas por aspectos personales, organizativos y tecnológicos. Estas se conforman con las actitudes, visión, valores, recursos, conocimientos, capacidades, habilidades y experiencias. La formulación de estas competencias se da en conjunto con el capital intelectual y humano, y ayudan a que el emprendimiento tenga mayor probabilidad de éxito (Pérez y Solíz, 2020).

Debido a lo anterior, los emprendedores que atiendan las necesidades reales de la población de forma rentable serán los que tengan mayores probabilidades de prosperar en el futuro. Por ello, el emprendimiento debe entenderse como un proceso de descubrimiento, creación y explotación de oportunidades, con el fin de ofrecer productos y servicios para obtener

un beneficio económico (Chirinos *et al.*, 2018). Además, el emprendimiento contiene procesos y actividades para descubrir, definir y aprovechar las oportunidades que permiten mejorar la riqueza social mediante la creación de empresas (Zahra *et al.*, 2009).

Marulanda y Morales (2016) señalan que existen diversos factores para que se realice la creación de una empresa, siendo los más importantes las aspiraciones del emprendedor, sus competencias (el saber cómo), los recursos con que cuenta y el entorno, que es el ambiente donde se va a desarrollar. Aunque existen otros factores para que la empresa tenga sostenibilidad como el mercado, tamaño de la empresa, competencia, nivel de crecimiento, costo y endeudamiento (Sepúlveda y Gutiérrez, 2016).

A su vez, el emprendimiento está relacionado con la innovación, por lo cual, los emprendedores deben desarrollar estrategias y actitudes de riesgo, creatividad, autoconfianza y visión. Con lo anterior y las necesidades del entorno se busca producir cosas nuevas, bajo la premisa de la rentabilidad y sostenibilidad (Castro, 2016). Por esto, Barba-Bayas y Viteri-Ojeda (2016) señalan que existen personas que nacen con una capacidad emprendedora, pues desde pequeños demuestran una capacidad de innovar y asumir riesgos.

Como señalan Vernanza *et al.* (2020), en la actualidad emprender un proyecto innovador tiene muchas probabilidades de tener éxito, muchos emprendedores desarrollan emprendimientos con amplias ventajas competitivas que les ofrece la tecnología. Por ello, la innovación y el emprendimiento se encuentran relacionados. Es decir, los emprendedores ven en la tecnología una herramienta de ser más competitivos y lograr la sostenibilidad.

Díaz-Casero *et al.* (2013) señalan que es importante considerar la región donde se va a implementar el emprendimiento, como un factor importante para el éxito de la empresa; debido a que, en las economías desarrolladas es más viable ejecutar un proyecto de emprendimiento y que este tenga éxito, y por el contrario, en los países con economías emergentes la viabilidad se ve reducida. Así mismo, Vargas y Uttermann (2020) afirman que en los países con economías fuertes los emprendimientos se realizan con relativa facilidad y a los emprendedores se les tiene como personas visionarias, al contrario de los países en vías de desarrollo donde los emprendimientos son muy pocos y solo se realizan por necesidad. Mendoza *et al.* (2020) señalan que en los países en desarrollo los emprendimientos no se realizan por convicción sino por necesidad, debido a las dificultades que representa, como los bajos niveles de innovación, falta de dinero, mercado escaso y la relación precio/costo.

3. ASPECTOS METODOLÓGICOS

La Universidad Autónoma de Ciudad Juárez cuenta con una instancia denominada Oficina de Desarrollo Empresarial, la cual trabaja con docentes que forman parte de la Academia Transversal de Emprendimiento, con el cometido de implementar un concurso denominado EMPRENDIZATE-UACJ, que se lleva a cabo cada semestre. La finalidad de este evento es impulsar la cultura emprendedora dentro de los estudiantes, para distinguir las ideas innovadoras y los proyectos de negocios que se trabajan en distintas clases de la institución. Con este concurso se pretende impulsar el desarrollo de empresas en la región, los proyectos participantes se caracterizan por contener innovación, creatividad y sustentabilidad. Este evento promueve el ambiente para que estudiantes, emprendedores y empresarios convivan e intercambien experiencias como en la evaluación de un proyecto, en la retroalimentación de las debilidades y fortalezas de cada proyecto. Además, este encuentro se realiza por medio de una convocatoria dirigida a todos los estudiantes de pregrado de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, a través del registro de su proyecto dentro de alguna de las tres categorías, como se aprecia en la Tabla 1.

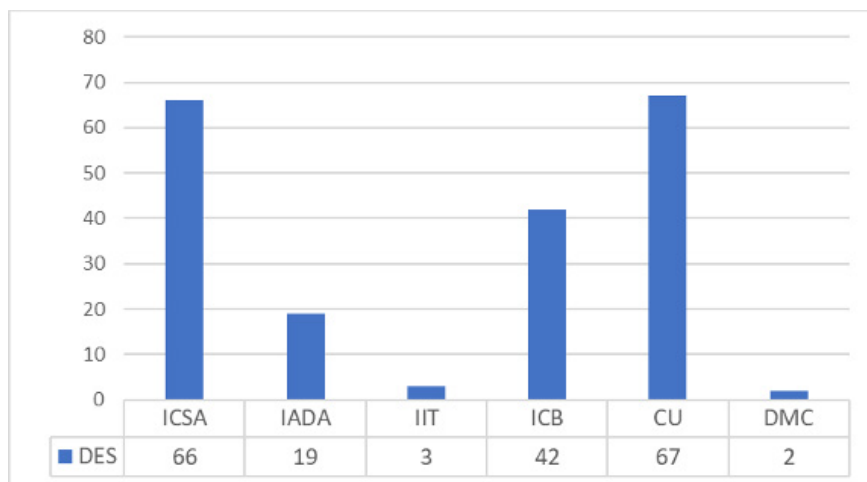
Tabla 1
Categorías de los proyectos

Categoría	Descripción
Tradicional	Son aquellos proyectos que tienen por objetivo la comercialización y distribución de algún producto o servicio.
Tecnológica	Este tipo de proyectos es la creación, modificación o adaptación de un producto tangible gracias al empleo de la tecnología.
Social	Son los proyectos cuyo modelo de negocio tiene como objetivo mejorar, solucionar o eliminar problemáticas o necesidades sociales.
Artística	Esta categoría tiene por objeto el desarrollo de proyectos con tendencias a fomentar, promocionar, desarrollar, difundir y valorar proyectos artísticos y culturales.

Nota. Elaboración propia.

En el 2021, por cuestiones de COVID-19, se realizó una edición virtual del EMPRENDÍZATE-UACJ. Por medio de una convocatoria se invita cada semestre a los alumnos a participar. Primeramente, a través de los docentes con el reconocimiento de ideas y modelos de negocios innovadores desarrollados por sus estudiantes. Cuando se lanza la convocatoria, se postulan los proyectos y se seleccionan aquellos con mayor innovación y pertinencia. Los proyectos pueden participar dentro de una de las cuatro categorías mencionadas en la Tabla 1.

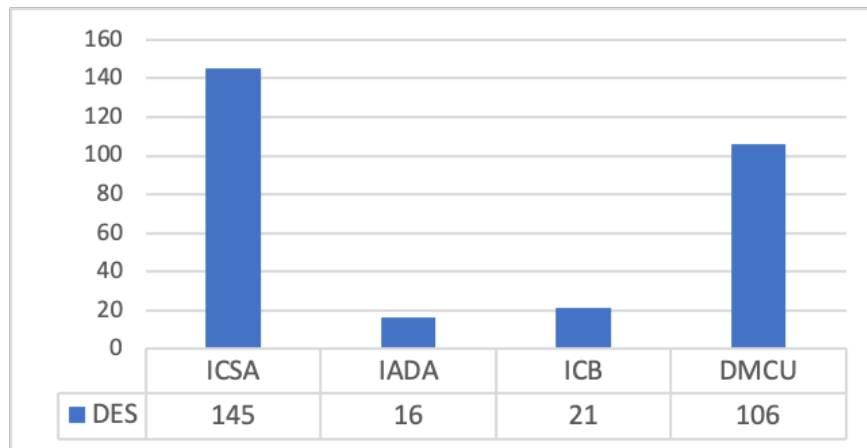
En el semestre 2021-1 (enero-junio) participaron un total de 197 estudiantes (ver Figura 1).



Nota. Elaboración propia.

Figura 1. Participación de estudiantes, semestre 2021-1

En el semestre 2021-2 (agosto-diciembre) participaron un total de 288 estudiantes, como se observa en la Figura 2.



Nota. Elaboración propia.

Figura 2. Participación de estudiantes, semestre 2021-2

4. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Por el número de estudiantes que inscribieron sus proyectos a los concursos de ambos semestres, se denota un gran interés por parte de ellos para generar y desarrollar un negocio viable, además de que se percibe la influencia de

la inercia embebida de la sociedad, donde estos jóvenes universitarios emprendedores ven proyectadas las posibilidades, desde una óptica tangible, de satisfacer sus diversas necesidades, provocando e incentivando la gestión de sus ideas de negocio. A partir de esto surge el concepto de sociedad emprendedora que “alude a las comunidades en las cuales la población es capaz de generar iniciativas y proyectos innovadores en distintos espacios de actuación y de adaptarse flexiblemente a los cambios en un mundo cada vez más incierto” (Kantis, 2017, p. 121).

Los números de estudiantes universitarios interesados en ingresar sus proyectos a los concursos identifican en ellos su espíritu emprendedor, el cual es capaz de emerger y desarrollarse en un adecuado ambiente que le permite ver de manera clara que es el momento preciso para el desarrollo de esa idea y que, con el seguimiento y acompañamiento adecuados todos sus objetivos pueden llevarse a cabo. Esto, corroborando lo que aseveran Canales *et al.* (2017, p. 5):

[...] el proyecto inicia con la identificación y validación de una idea de empresa, que posteriormente precisa organizar factores materiales y humanos; sin embargo, contar con recursos y un concepto innovador, no asegura la permanencia del negocio en el mercado, debido a que éste depende en gran medida, de la motivación y compromiso del emprendedor, aunado a la disponibilidad de financiamiento y un ambiente saludable para el desarrollo empresarial.

A lo largo del desarrollo de estos concurso se han podido identificar aquellos factores influyentes en el deseo de emprendimiento de estos jóvenes universitarios, entre los cuales destaca el que su proyecto se desarrolle en un ambiente de apoyo y asesoría que, a pesar de que las circunstancias actuales en la ciudad puedan volver difícil, posea todas las oportunidades de fortalecer el negocio; a esto se le debe abonar otro factor identificado, el cual es la buena actitud por parte de los jóvenes universitarios emprendedores, lo que vuelve la mezcla perfecta para tener el crecimiento y avance esperado. Si estos jóvenes universitarios tienen claro el alcance de hasta dónde podrían llegar, se desarrollará en ellos la motivación adecuada para crear y generar un negocio fuerte, y que todo su trabajo y esfuerzo realizados durante el tiempo invertido valga la pena.

5. CONCLUSIONES

Una de las cuestiones más importantes que se abordan sobre el emprendimiento es el desarrollo económico que detona en las regiones, por medio de las fuentes de empleo que este genera. Sin embargo, para que los emprendedores generen estas fuentes de empleo, su proyecto primero debe ser rentable y sostenible.

Por ello, las universidades juegan un papel importante en el desarrollo de jóvenes emprendedores que puedan crear estas empresas.

Una de las cuestiones prioritarias es que las universidades deben enfocarse a transmitir los diferentes tipos de emprendimientos, también las diferencias entre emprender por necesidad o por entusiasmo. El emprendimiento que se desarrolla por necesidad está enfocado como una estrategia de autoempleo, y debe tener bases de concomimiento para garantizar la competitividad y sostenibilidad del proyecto. El segundo se desarrolla con base en las actitudes, habilidades y, sobre todo, al entusiasmo por emprender.

Otro de los aspectos fundamentales para impulsar los proyectos de emprendimiento es que se les brinde un seguimiento adecuado, es decir, que la empresa propuesta no quede solamente plasmada en un papel como un simple proyecto. Debido a esta razón, los concursos de emprendiendo, las incubadoras y aceleradoras de negocios son vitales para el desarrollo y sostenibilidad de los proyectos. Como lo sugiere Barba-Bayas y Viteri-Ojeda (2016), un proyecto de vida en los estudiantes emprendedores es importante para que se visualicen como futuros emprendedores exitosos y puedan superar la frase del “no se puede”.

Por otra parte, en los diferentes proyectos de emprendimiento desarrollados por estudiantes universitarios se puede observar creatividad e innovación aplicados a la solución de diversos problemas que se enfrentan en las diferentes entidades. Por el contrario, se nota un desabasto en las publicaciones por parte de los académicos acerca de emprendimiento en México, lo cual abre una ventana de oportunidad para futuras investigaciones.

REFERENCIAS

- Aboobaker, N., & Renjini, D.** (2020). Human capital and entrepreneurial intentions: do entrepreneurship education and training provided by universities add value? *On the Horizon*, 28(2), 73-83. DOI: <http://dx.doi.org/10.1108/OTH-11-2019-0077>.
- Alvarado, D., Barreto, R., & Baque, M.** (2021). Emprendimiento e innovación del sector microempresarial ecuatoriano durante la pandemia covid-19. *Polo del Conocimiento*, 6(3), 2145-2164. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7926942>.
- Barba-Bayas, D., & Viteri-Ojeda, J.** (2016). Emprendimiento Generador Solidario: Aprender Haciendo. *Revista Ciencia Unemi*, 18(9), 35-44. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=582663825006>.
- Barbetti, P. A.** (2015). *Autoempleo y micro-emprendimientos juveniles: una caracterización de las actuales políticas laborales y sociales orientadas a su promoción*. Documentos de conferencia, Universidad Nacional del Nordeste. <http://repositorio.unne.edu.ar/handle/123456789/1551>.
- Bravo, I. F., Bravo, M. X., Preciado, J. D., & Mendoza, M.** (2021). Educación para el emprendimiento y la intención de emprender. *Revista Economía y Política*, 33(1), 139-155. DOI: <http://dx.doi.org/10.25097/rep.n33.2021.08>.
- Canales, R. A., Roman, Y. G., & Ovando, W.** (2017). Emprendimiento de la población joven en México. Una perspectiva crítica. *Entreciencias: diálogos en la Sociedad del Conocimiento*, 5(12). DOI: <http://dx.doi.org/10.21933/J.EDSC.2017.12.211>.
- Castro, L. C.** (2016). Programa para el Desarrollo de Competencias en Emprendimiento Sostenible. *Revista Cientific*, 1(2), 147-161. DOI: [10.29394/scientific.issn.2542-2987.2016.1.2.9.147-161](https://doi.org/10.29394/scientific.issn.2542-2987.2016.1.2.9.147-161).
- Chirinos, Y. V., Meriño, V. H., & Martínez, C.** (2018). El clima organizacional en el emprendimiento sostenible. *Revista EAN*, 84(1), 43-61. DOI: <http://dx.doi.org/10.21158/01208160.n84.2018.1916>.
- Díaz-Casero, J., Almodóvar, M., Sánchez, M., Coduras, A., & Hernández-Mogollón, R.** (2013). Institutional variables, entrepreneurial activity and economic development. *Management Decision*, 51(2), 281-305. DOI: <https://doi.org/10.1108/00251741311301821>.
- Díaz, I.** (2017). Emprendimiento en Cuba: análisis sobre su desenvolvimiento. *Revista del CESLA*, 20(1), 325-340. <https://www.revistadelcesla.com/index.php/revistadelcesla/article/view/446/411>.
- Espejo, A., & Espíndola, E.** (2015). La llave maestra de la inclusión social juvenil: educación y empleo. En Trucco, D. y Ullmann, H. (Eds.). *Juventud: realidades y retos para un desarrollo con igualdad*. CEPAL.
- Farayibi, A. O.** (2015). *Entrepreneurship as a Driver of Economic Growth: Evidence from Enterprise Development in Nigeria*. Centre for Allied

- Research and Economic Development (CARED). DOI: <https://doi.org/10.2139/ssrn.2852865>.
- Fuentelsaz, L., & González, C.** (2015). El fracaso emprendedor a través de las instituciones y la calidad del emprendimiento. *Universia Business Review*, 47(1), 64-81. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=43341001004>.
- García-García, V. D.** (2015). Emprendimiento Empresarial Juvenil: Una evaluación con jóvenes estudiantes de universidad. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 13(2), 1221-1236. DOI: <http://dx.doi.org/10.11600/1692715x.13246200315>.
- García, M., Zerón, F., & Sánchez, Y.** (2018). Factores de entorno determinantes del emprendimiento en México. *Entramado*, 14(1), 88-103. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=265457559007>.
- Hidalgo, L. F.** (2014). La Cultura del Emprendimiento y su Formación. *Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina*, 3(2), 1-8. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=552357189003>.
- Jiménez-Silva, W., Larrea-Altamirano, J., Navarrete-Fonseca, M., & Castro-Ayala, E.** (2019). Emprendimientos innovadores a partir de competencias cognitivas en estudiantes universitarios. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(85). <https://www.redalyc.org/journal/290/29058864004/html/>.
- Jones, K., Sambrook, S., Pittaway, L., Henley A., & Norbury, H.** (2014). Action Learning: How Learning Transfers from Entrepreneurs to Small Firms. *Action Learning: Research and Practice*, 2(11), 131-166. DOI: <http://dx.doi.org/10.1080/14767333.2014.896249>.
- Kantis, H.** (2017). La promoción del emprendimiento juvenil: su importancia para América Latina. *Pensamiento iberoamericano*, 1, 120-130. <https://segib.org/wp-content/uploads/013-HK.pdf>.
- Mendoza, J. A., Muñoz, D., Sánchez, A. F., & Usme, A. R.** (2020). Emprendimiento en tiempos difíciles: una oportunidad para jóvenes. *Utopía y Praxis Latinoamericana*, 25(11), 164-174. DOI: <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.4278342>.
- Marulanda, F. A., Montoya, I. A., & Vélez, J. M.** (2014). Teorías motivacionales en el estudio del emprendimiento. *Pensamiento y Gestión*, (36), 206-238. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-62762014000100008.
- Marulanda, F. Á., & Morales, S. T.** (2016). Entorno y motivaciones para emprender. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 81(1), 12-28. DOI: <http://dx.doi.org/10.21158/01208160.n81.2016.1556>.
- Osorio, F., & Pereira, F.** (2011). Hacia un modelo de educación para el emprendimiento: una mirada desde la teoría social cognitiva. *Cuadernos de administración*, 24(43), 13-33. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-35922011000200002.

- Pérez, D., & Solíz, M.** (2020). Determinación de la incidencia del capital intelectual en el emprendimiento territorial. Caso Yaguajay. *Economía y Desarrollo*, 163(1). http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S0252-85842020000100003&script=sci_arttext&tlng=en.
- Rodríguez, L. F.** (2007). Emprendimiento y Asociatividad como herramienta de desarrollo social para la educación media. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, 4(3). 65-89. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=409634347005>.
- Santos, D., Requero, B., Cancela, A., & Pedrazzo, A.** (2015). Juventud proactiva: Cómo crear unas actitudes fuertes y positivas hacia el emprendimiento. *Revista de estudios de juventud*, 107, 125-147. <https://repositorio.uam.es/handle/10486/677044>.
- Segura-Barón, U., Novoa-Matallana, H. A., & Burbano-Pedraza, M. C.** (2019). Hacia un modelo educativo para el emprendimiento. *Revista EAN*, 87(1), 173-191. DOI: <http://dx.doi.org/10.21158/01208160.n87.2019.2420>.
- Sepúlveda, C. I., & Gutiérrez, R.** (2016). Sostenibilidad de los emprendimientos: Un análisis de los factores determinantes. *Revista Venezolana de Gerencia*, 73(21), 33-49. <https://www.redalyc.org/journal/290/29045347003/>.
- Suarez, M., Sánchez, M., & Soto, M.** (2020). Desarrollo de la carrera emprendedora: Identificación de perfiles, competencias y necesidades. *Revista Complutense de Educación*, 31(2), 173-184. <https://redined.educacion.gob.es/xmlui/handle/11162/196652>.
- Torres, R. M.** (2015). Estímulo a la creatividad y emprendimiento joven para la innovación social en un contexto global. *Revista de estudios de juventud*, (109), 127-145. <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/53448>.
- Torres-Vázquez, K. F., Erazo-Álavarez, J. C., Narvaez-Zurita, C. I., & Moreno, V. P.** (2020). El emprendimiento juvenil en función al perfil psicosocial y las condiciones del entorno familiar. *Revista Arbitrada multidisciplinaria Koinonia*, 5(10), 729-752. DOI: <http://dx.doi.org/10.35381/r.k.v5i10.714>.
- Valdivia-Velasco, M., Coronado-Guzmán, G., & Aguilera-Dávila, A.** (2019). Emprendimiento en las universidades públicas mexicanas: Estudio bibliométrico. *Revista Venezolana de Gerencia*, 2(1). <https://www.redalyc.org/journal/290/29063446024/>.
- Vargas, M. A., & Uttermann, Ro.** (2020). Emprendimiento: factores esenciales para su constitución. *Revista Venezolana de Gerencia*, 90(25). <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29063559024>.
- Vélez, C., Bustamante, M., Loor, B., & Afcha, S.** (2020). La educación para el emprendimiento como predictor de una intención emprendedora de estudiantes universitarios. *Formación Universitaria*, 13(2). 63-72. DOI: <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062020000200063>.

- Vernaza, G., Medina, E. P., & Chamorro, J. (2020).** Innovación, emprendimiento e investigación científica. *Revista de Ciencias Sociales*, 26(3), 163-174. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28063519006>.
- Yépez, M., Frías, E., & Asunción, R. (2019).** Innovación y emprendimiento como nuevo reto del siglo XXI en la sociedad. *Veritas & Research*, 1(1), 35-44. https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=Innovaci%C3%B3n+y+emprendimiento+como+nuevo+reto+del+siglo+XXI+en+la+sociedad&btnG=.
- Zahra, S., Gedajlovic, E., Neubaum, D., & Shulman, J. (2009).** A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges. *Journal of business venturing*, 24(5), 519-532. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2008.04.007>.