



Emprendimiento y cambios actuales (Entrepreneurship and current changes.)

Miguel Castro Sánchez¹ & Luz María Galán Briseño²

¹Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de la Ciénega, (México)
m.castro@academicos.udg.mx, <https://orcid.org/0000-0002-3604-3729>

²Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de la Ciénega, (México)
luz.galan@academicos.udg.mx, <https://orcid.org/0000-0002-9803-4406>

Información del artículo revisado por pares

Fecha de aceptación: junio 2022

Fecha de publicación en línea: septiembre-2022

DOI: <https://doi.org/10.29105/vtga8.5-236>

Resumen

Los procesos de emprendimiento se han consolidado como alternativas viables de ocupación para las personas en su búsqueda de sustento, los jóvenes no son la excepción. Desde diferentes foros e instituciones se ha pugnado por ofrecerles alternativas de ocupación que les permitan aprovechar sus potencialidades y alejarlos de distractores que no abonan a su sano desarrollo.

La presente investigación tiene un enfoque descriptivo, centrándose en un caso específico de estudio que considera a un grupo de estudiantes inscritos en una Universidad Estatal Pública en México. Previo al análisis del caso, se realizó el marco conceptual del fenómeno estudiado. La obtención de datos se realizó mediante las técnicas de observación no experimental y el análisis documental.

El emprendimiento es la concepción de una empresa en edad temprana, la cual debe recibir distintos insumos para su adecuado desarrollo, dos insumos cobran importancia: el acompañamiento y el recurso económico, el primero de éstos es abundante en las instituciones educativas y el segundo suele ser más escaso.

Palabras clave: emprendimiento, cambio, negocio, instituciones.

Códigos JEL: I23, M13, M21

Abstract

Entrepreneurship processes have established themselves as viable employment alternatives for people in their search for a livelihood, young people are no exception. Different forums and institutions have struggled to offer them employment alternatives that allow them to take advantage of their potential and keep them away from distractions that do not contribute to their healthy development.

This research has a descriptive approach, focusing on a specific case study that considers a group of students enrolled in a Public State University in Mexico. Prior to the analysis of the case, the conceptual framework of the phenomenon studied was made. Data collection was performed using non-experimental observation techniques and documentary analysis.

Entrepreneurship is the conception of a company at an early age, which must receive different inputs for its proper development, two inputs become important: the accompaniment and the economic resource, the first of these is abundant in educational institutions and the second is usually scarcer.

Key words: entrepreneurship, change, business, institutions.

JEL Codes: I23, M13, M21

Introducción

La acción de emprender suele tener diferentes aristas, una en particular es la que frecuentemente es considerada: la de iniciar un negocio nuevo que promueva e impulse la generación de empleos y aminore la responsabilidad del sector empresarial y gubernamental. Adicionalmente a la consideración anterior, el término emprender se puede volver más amplio y destacar todas aquellas acciones que inician las personas y que permiten modificar de forma positiva el entorno y no cerrarse únicamente a la creación de nuevas empresas; se puede emprender en familia desde casa y provocar un cambio positivo en dicho micro entorno, también se puede hacer al interior de las empresas para generar formas novedosas para llevar a cabo las actividades y así en los distintos ambientes donde el ser humano se haga presente.

Si se elige la arista ligada a la generación de nuevas empresas, es importante saber qué tipo de emprendimientos son los que se están llevando a cabo y que pueden permitir mejorar forma como se atienden las necesidades de la comunidad; también dicha información sería de utilidad para los organismos públicos y privados que tienen interés en apoyar y negociar con esos nuevos emprendimientos, pues podrían redireccionar sus programas de apoyo y verse beneficiados por el crecimiento de dichos proyectos.

En la generación de nuevas empresas por supuesto que se tiene como punto de partida el interés que posea el emprendedor que tome tal decisión, pero necesita de todo un ecosistema que apoye y aliente a seguir, para que éste a su vez pueda contagiar a otros que tienen la disposición de generar cambios importantes en su entorno. La influencia positiva que reciba el joven emprendedor en la familia, la escuela y los entornos donde se desarrolle, sin duda harán más fácil la acción de emprender.

Haciendo alusión al trabajo que se presenta, en primer término se referirán los fundamentos básicos que le dieron origen, posteriormente se incluirá información para crear el fundamento teórico del trabajo y en la parte final y previo a la discusión y conclusiones, se mostrarán las tendencias que en términos globales hay con respecto al emprendimiento y de forma particular, lo observado en los emprendimientos que cultivan los estudiantes inscritos en programas afines a las Ciencias Económico Administrativas en el Centro Universitario de la Ciénega de la Universidad de Guadalajara.

Marco conceptual

Con el propósito de contextualizar el tema, a continuación, se desarrollarán distintos elementos relacionados con el emprendimiento: concepto, características del responsable, tipos de emprendimiento, factores que influyen en el éxito, tendencias actuales en el mercado global y requerimientos específicos.

¿Quién es un emprendedor?

En el ámbito de los negocios emprender se considera como la acción mediante la cual se usan de forma adecuada los recursos disponibles y desde el punto de vista académico es un término que distingue a una persona que posee diversas características que lo llevan a la actuación de cierta forma y resaltan su habilidad para ver, difundir y lograr ciertos objetivos (Alcaráz, 2015, p. 2). En un primer término el emprendedor se distingue por ser un excelente administrador de recursos y por otro lado tiene la habilidad para el logro de propósitos específicos.

La acción de emprender es aquella que huye de las rutinas, que busca la novedad. El emprendedor se aleja de las prácticas desarrolladas por la mayoría de las personas, hace cosas diferentes para mejorar su entorno. Emprender es agregar valor a cualquier actividad que se lleva a cabo, es producto de la conducta persistente de un individuo.

De forma adicional, el emprendedor busca influir positivamente en su entorno mediante la estructuración y puesta en práctica de ideas novedosas.

Perfil del emprendedor

Amaru (2008, pp. 4-5) destaca las principales características del comportamiento emprendedor: “creatividad, disposición para asumir riesgos, optimismo, perseverancia, sentido de independencia y capacidad de implantación”. En términos de creatividad, el emprendedor es una persona inquieta desde el punto de vista de generación de ideas, siempre está visualizando nuevas y mejores formas de llevar a cabo las actividades, no se conforma con la identificación de una sola forma de resolver un problema y, por el contrario, busca la mejora continua incorporando datos adicionales.

En lo relativo a la disposición para asumir riesgos, el emprendedor se arriesga, pero de forma controlada, sabe que al explorar nuevas formas de resolver un problema incrementa la posibilidad de lograr su objetivo, abraza el error como una forma de aprender, sin que esto quiera decir que busca el fracaso a propósito. En otras palabras, practica la audacia controlada.

El optimismo debe prevalecer y acrecentarse en el actuar del emprendedor, las iteraciones continuas más que provocar desánimo lo deben alentar, pues está cada vez más cerca de su propósito. La actitud positiva coadyuva a los esfuerzos del emprendedor y busca contagiar a sus colaboradores cercanos.

El emprendedor es persistente en la búsqueda de su objetivo, pues trabajó de forma paciente en su proceso de planeación. Se apasiona buscando su propósito, pero está dispuesto a cambiar de rumbo si finalmente los resultados no son los esperados.

Finalmente, y no menos importante, el emprendedor defiende a toda costa su propuesta personal y está dispuesto a recibir apoyo de sus colaboradores. Defiende su autonomía y busca sembrar beneficios para generaciones futuras.

Por su parte Alcaráz (2015, p. 3) también refiere distintas características que distinguen el perfil de los emprendedores, refiere cinco categorías: “factores motivacionales, características personales, características físicas, características intelectuales y competencias generales”. En cuanto a factores motivacionales, se refieren distintas características que el emprendedor desea cubrir: logro, reconocimiento, beneficio económico, independencia, escape, etc. Con respecto a sus distintivos personales se destaca la iniciativa, su estabilidad emocional, su perseverancia y optimismo. La parte física también es importante, por lo tanto, posee energía y trabaja con ahínco. Por supuesto que el emprendedor debe poseer un importante intelecto y con ello ser creativo, innovador, tener visión y planificar adecuadamente su tiempo. A modo de competencia general, siempre tiene una orientación hacia el cliente, se distingue por desempeñarse como un líder eficiente, además de poseer una red de contactos considerable y es apto para implementar procesos de comunicación efectivos.

Tipos de emprendedores

Aguilar & Ocampo (2014, p. 3) distinguen tres tipos de perfiles de emprendedores: “emprendedor social, intraemprendedor o emprendedor corporativo y emprendedor empresario”. El emprendedor social está firmemente convencido de que la atención de las necesidades sociales son su prioridad, no distingue un fin económico en sus propósitos y normalmente forma parte de asociaciones civiles y organizaciones no gubernamentales (ONG). Por su parte el emprendedor corporativo aporta innovaciones a los procesos y servicios generados por la organización donde labora. El emprendedor empresario aporta a la generación de empresas nuevas preferentemente con fines económicos, normalmente es la arista del emprendimiento que más consideraciones tiene.

Razones para emprender

Van Den (2015, pp. 2-15) identifica varios detonantes que impulsan la acción de volverse empresario como consecuencia natural de la acción de emprender, entre las más importantes se tiene: “incremento de la oferta laboral, mejora en el nivel de vida, liderazgo personal, facilidad para la creación de empresas, aprovechamiento de los nuevos mercados originados por la globalización e innovación”.

Directamente asociado a la problemática planteada en el inicio del trabajo, emprender busca incrementar las opciones de ocupación de los jóvenes y en particular, todos aquellos que egresan de las universidades. El incremento en la esperanza de vida asociada a los adelantos tecnológicos aplicados a la medicina, provocan que las edades de jubilación se incrementen al interior de las empresas, lo que provoca que los puestos donde se requiere mayor capacitación no se desocupen.

Por otro lado, emprender también tiene relación con la búsqueda de un nivel de vida más atractivo, superior al que un puesto en una empresa le ofrece. Lo cierto es que el individuo que se decide a emprender, corre mayores riesgos, pero en contraparte, tiene acceso a mayores volúmenes de ingreso.

Los procesos de formación continua en la acción de emprender, confieren a la persona una consideración especial por parte del grupo social que lo rodea, es capaz de respaldar con hechos los resultados que ha obtenido, inclusive las fallas que ha tenido le permiten acumular experiencias que puede utilizar para perfeccionar sus nuevas acciones emprendedoras. El fracaso es otra forma de aprender, aunque es una opción con un costo alto, pero tarde o temprano se tendrá que cultivar de dicha forma.

Las facilidades que ofrece el entorno para emprender, también se consideran un factor importante. Los jóvenes suelen ser el objetivo de programas de gobierno que buscan apoyar el desarrollo de emprendimientos, aún y cuando existen costos asociados a dichos apoyos, éstos suelen ser muy flexibles. La existencia de emprendedores “mentores” también suele incentivar a los emprendedores. Como elemento agregado, también las empresas particulares suelen apoyar conductas emprendedoras, sobre todo si dicho apoyo está asociado a incentivos fiscales.

La globalización de las economías también es un factor que incentiva los emprendimientos, los apoyos formativos y financieros que se conocen mediante los medios de comunicación son un factor importante a considerar. La existencia de empresas con socios en distintas ubicaciones geográficas y perfiles suelen ser algo normal, lo mismo sucede con el origen de los recursos que se utilizan en los emprendimientos.

El desarrollo acelerado de los procesos de innovación también se considera un detonante importante para los emprendimientos. La rápida caducidad por cuestiones de innovación se convierte en una oportunidad, sobre todo si se tiene una visión de identificación continua de áreas de oportunidad. Las fechas de caducidad tecnológica suelen ser un problema para la mayoría de las personas, mientras que para el emprendedor con visión le brindan una oportunidad, pues existirá una mayor frecuencia y diversidad de necesidades que se debe atender.

Tendencias empresariales

Allen & Meyer (2012, pp. 40-42) ya distinguían tendencias en los negocios que se podían aprovechar, entre las más importantes: “negocios por internet, empresas de servicios, negocios en el hogar, empresas verdes, empresarismo social, entidades con enfoque tecnológico, etc.”

Los negocios en línea que utilizan plataformas debidamente estructuradas, tienen la posibilidad de mostrarse al mercado mundial y no conocen limitaciones de tiempo y espacio. El incremento exponencial de personas conectadas a internet brinda un mercado amplio de consumidores con necesidades por cubrir. El emprendedor que tome la decisión de incursionar en el mercado electrónico no deberá distraerse sólo con las oportunidades y deberá tener atención en las responsabilidades y riesgos; el buscar mecanismos para la realización de transacciones financieras seguras será un factor que deberá tomar en cuenta. El desarrollo del comercio electrónico también llamado e-commerce, potencializa las posibilidades de éxito en la realización de negocios basados en plataformas digitales, la utilización “gratuita” de plataformas públicas establecidas, también constituye una ventaja.

Las empresas de servicios también son una opción viable para emprender, particularmente aquellas que enfocan su atención hacia el turismo, la banca y la educación. La intermediación en la adquisición de bienes tangibles de consumo, también constituyen una forma de empresa de servicios, donde la comisión asociada es el primer concepto de ingreso. La intangibilidad del servicio constituye

una oportunidad para el emprendedor visionario, pues le permite hacer uso de sus habilidades creativas para darle forma al servicio final que entregará al consumidor. Lograr sorprender al cliente con el servicio permite establecer una diferencia competitiva.

Otra categoría importante de negocios, la constituyen los pequeños emprendimientos que se desarrollan al interior de los hogares, donde se aprovechan los recursos disponibles: implementos de cocina, oficina o cochera, mano de obra de familiares e instalaciones existentes (teléfono, internet, líneas de gas, etc.). Negocios asociados a temas de consultoría, ventas, diseño gráfico, programación y alimentos, suelen consolidarse como pequeños negocios exitosos. La existencia de tutoriales en la web permite diseñar una imagen altamente profesional del pequeño emprendimiento en el hogar. En muchas ocasiones resulta hasta “chusco” pensar, que las grandes empresas han surgido de las cocheras de los padres o tutores, basta analizar ejemplos de empresas que hoy en día tienen un posicionamiento muy importante a nivel global.

Las empresas verdes son aquellas que priorizan el distintivo “sustentable”; sus metas económicas tienen una relación cercana con sus pretensiones ambientales y sociales; en ningún momento su actividad productiva busca comprometer el bienestar de las generaciones futuras. La empresa verde mantiene altos estándares de calidad en los productos que elabora, utiliza recursos energéticos alternativos y mantiene un continuo respeto a los derechos de las personas. Las empresas ambientalmente responsables más que una moda son una necesidad urgente que se debe atender, el cambio climático es el principal referente para pensar en el fortalecimiento de este tipo de negocios; el beneficio económico es parte de cualquier esfuerzo empresarial, pero debe ir de la mano con la responsabilidad, en la forma como se afecta el medio ambiente.

Empresas que se preocupan por atender necesidades sociales también son tendencias en nuevos emprendimientos. Ejemplos de estas organizaciones son aquellas que ayudan a las personas a buscar empleo, combatir la contaminación, suministrar productos para atender necesidades básicas o fortalecer el gusto por las artes. Las organizaciones sociales no miden su éxito con base en las utilidades que obtienen, en éstas se prioriza la cantidad de personas que resultan beneficiadas. El mantenimiento financiero de dichas organizaciones normalmente está ligado a grupos de auspiciantes u otras empresas que sí mantienen un propósito de lucro. El emprendedor experimentado que ayuda a otros emprendedores noveles, también es un ejemplo de empresa social, pues el esfuerzo de una persona impacta la vida económica de muchas otras.

Las empresas con énfasis en el desarrollo tecnológico suelen constituirse como líderes de su industria. La mayor inversión en sus funciones internas de investigación y desarrollo detonan mejoras en sus distintas áreas, desde sus procesos de manufactura hasta la manera cómo administran su recurso humano. La visión que tiene este tipo de empresas les permite lograr beneficios exponenciales, pues su propósito es generar nuevas tecnologías que puedan ser aprovechadas por un número importante de personas, afectando positivamente su entorno.

Sin pretender ser reiterativo en temas de post pandemia, Rodríguez et al. (2020) refieren que un número importante de emprendimientos liderados por jóvenes han replanteado sus estructuras mediante la creatividad, innovación y herramientas tecnológicas de la información basadas en internet (p. 99). La adición de herramientas tecnológicas al espíritu creativo de los jóvenes, sin duda les permitirá incrementar el efecto de sus propuestas, independientemente si van dirigidas hacia el desarrollo sustentable, el hogar o la atención de necesidades sociales.

Método

La presente investigación es de tipo descriptiva, documental y cualitativa. Adicionalmente se incluyen elementos de un estudio de caso específico. A continuación, se mostrarán los principales elementos asociados al presente trabajo.

Problema

Emprender representa una acción que trata de atacar un problema de raíz: la falta de empleo decente en los jóvenes, pues como lo manifiesta García-García (2015, p. 1230), constituye la segunda problemática que manifiestan los jóvenes universitarios, sólo por detrás de las adicciones (drogas y alcohol). Visto de esta manera, estamos frente a una dificultad de dimensiones considerables que está evitando el sano desarrollo de nuestra juventud, a la cual se suma la excesiva formalidad de las políticas de gobierno ligadas a los programas de apoyo a jóvenes emprendedores, donde priorizan el cumplimiento de lineamientos legales que dificultan e inhiben la maduración de ideas de negocio viables. Dicha problemática es posible combatirla desde las aulas en las universidades, uno de los espacios en los cuales surgen las inquietudes de negocio. El surgimiento de las ideas de negocio en las aulas, es el momento exacto en que se deben adaptar los apoyos que requieren los emprendedores para transitar sin miedo hacia el camino del éxito empresarial.

Como lo refieren Canales et al. (2017), el emprendimiento es producto de la creciente demanda de fuentes de trabajo y la insuficiente oferta por parte de las organizaciones establecidas.

Como se ha visto al momento, el problema actual presenta dos vertientes: por un lado, el desequilibrio entre oferta y demanda en las opciones de ocupación de los jóvenes y por el otro lado, la falta de flexibilidad de los programas de apoyo para fortalecer las propuestas planteadas.

Justificación

La información generada en la presente investigación permitirá conocer de forma clara las preferencias que tienen los jóvenes hoy en día con respecto a la generación de proyectos de negocio, esto con la intención de fortalecer sus propuestas y convertirlas en una opción viable como generadores de actividad económica y fuentes de empleo. De forma adicional, se podrá colaborar en el equilibrio entre la oferta y la demanda de empleo de los jóvenes, ampliando sus opciones de ocupación y haciendo más fuerte su poder de compra. Conocer lo que a los jóvenes les interesa emprender, permite identificar las necesidades de información que tienen y sobre todo los apoyos económicos que esperan recibir.

Objetivo

El propósito principal del trabajo es conocer los tipos de emprendimientos que actualmente están desarrollando los jóvenes, de forma particular lo observado en el Centro Universitario de la Ciénega de la Universidad de Guadalajara.

Supuesto de la investigación

El supuesto de investigación que se busca probar es que el tipo de emprendimientos que hoy en día se desarrollan con más frecuencia por los jóvenes, son aquellos que tienen relación con el desarrollo sustentable con perspectiva ambiental y donde se prioriza la reutilización de materiales.

Participantes

Los participantes en el presente estudio, fueron los estudiantes del Centro Universitario de la Ciénega que presentaron sus proyectos de negocio en el evento Expo Negocios INTERCREA durante los semestres 2019 A, 2019 B, 2020 A, 2020 B y 2021 A. Aún y cuando el evento de referencia comenzó en el año 2003, se consideraron 5 periodos que muestran tendencias más actuales y que puedan ser acordes al propósito del trabajo.

Técnica utilizada

Los datos se obtuvieron de los registros que se tienen del evento de emprendimiento mencionado,

haciendo uso de las técnicas de observación no experimental y el análisis documental.

Procedimiento

La fundamentación teórica del tema fue el punto de partida de la presente investigación, para posteriormente destacar elementos del apartado metodológico, como lo son el problema, el propósito que se busca lograr y el supuesto que se demostrará. Finalmente y mediante la técnica documental, fue posible obtener los principales hallazgos de la investigación, para dar paso a la discusión y el análisis.

Resultados

En relación a las tendencias de los emprendimientos, es importante resaltar la aportación de Allen & Meyer (2012) quienes ya habían visualizado que la novedad en cuanto a emprendimientos se refiere, apuntaba hacia los relacionados con negocios llevados a cabo mediante plataformas virtuales, empresas cuya prioridad era proporcionar servicios, emprendimientos en el hogar, negocios verdes, emprendimientos sociales y todos aquellos directamente relacionados con la tecnología.

A continuación, y con el propósito de complementar la información mencionada con anterioridad, se procederá a destacar las tendencias que están experimentando los proyectos de los estudiantes del Centro Universitario de la Ciénega (CUCIÉNEGA) de la Universidad de Guadalajara, como parte del evento de emprendimiento Expo Negocios INTERCREA.

En el CUCIÉNEGA y como parte de las actividades de formación integral, se realiza de forma semestral y desde el año 2003 el evento de emprendimiento mencionado con anterioridad. Dicho evento brinda a los estudiantes la posibilidad de exteriorizar sus propuestas de negocio y que éstas sean retroalimentadas por parte de académicos externos, empresarios, funcionarios de gobierno encargados de la promoción económica y egresados que le han dado forma a sus propios emprendimientos. Tal y como ocurre en otras actividades que se desarrollan en CUCIÉNEGA, los eventos de emprendimiento también han sido objeto de modificaciones en beneficio de los objetivos que se persiguen, pues en las ediciones recientes se han integrado equipos de proyecto multidisciplinarios que abandonan las estructuras basadas en solo perfil, además de que se ha permitido la participación externa de expositores, asesores e integrantes del jurado evaluador. Afortunadamente el evento va más allá de cumplir los propósitos de una asignatura específica, pues ahora busca cubrir requerimientos de la vida económica y empresarial de los estudiantes, no solo quieren obtener una calificación perfecta, su aspiración es que sus propuestas de negocio cumplan de forma perfecta sus requerimientos profesionales.

Con el propósito de cuantificar la participación de los jóvenes en proyectos de emprendimiento, en la tabla 1 se muestra la cantidad de proyectos que han participado en 5 ediciones del evento, desde el semestre 2019 A hasta el 2021 A.

Tabla 1 *Cantidad de proyectos presentados en la Expo Negocios INTERCREA del CUCIÉNEGA.*

<u>Edición del evento</u>	<u>No. De proyectos</u>
2019 A	30
2019 B	29
2020 A	29
2020 B	38
2021 A	23

Fuente: registros institucionales del evento.

Cabe mencionar que en las ediciones 2020 A, 2020 B y 2021 A, el evento se realizó de forma virtual por restricciones derivadas de la pandemia. En promedio se venían presentando 30 proyectos, pero en las ediciones 2020 B y 2021 A se observaron picos de mayor y menor participación, lo anterior

derivado de las condiciones de inestabilidad que prevalecían. En cada uno de los proyectos participaron un máximo de 10 estudiantes, los cuales se suman a los asesores y jurados.

Para observar la tendencia que se ha tenido en el tipo de proyectos presentados, se procedió a clasificarlos en las siguientes modalidades: alimentos y bebidas, servicios, tecnología y apps, cuidado corporal, proyectos sustentables, cuidado de la salud y apoyo a la comunidad. En caso de que hubiera propuestas asociadas a varias categorías, se decidió ubicarlos en la opción que tuviera mayor presencia.

En la tabla 2 se observa un resumen del tipo de proyectos de emprendimiento que se han presentado en las ediciones consideradas y que muestran el interés que han mostrado los estudiantes por atender las necesidades presentes en el entorno, los valores muestran la ponderación en términos de participación del total de proyectos realizados. Independientemente de la tendencia que tengan los proyectos de los estudiantes, es importante mencionar que todos buscan generar un cambio positivo en el entorno, de mayor o menor impacto.

Como puede observarse en la información mostrada en la tabla 2, los proyectos de emprendimiento asociados a la venta y elaboración de alimentos y bebidas tuvieron una presencia mayor, salvo en el calendario 2020 A, donde fueron igualados por los relacionados con proyectos sustentables y superados por las propuestas de negocio asociadas a productos para el cuidado corporal. La tendencia hacia proyectos asociados al uso de la tecnología, empezó a tener presencia en el último ciclo analizado, pues antes no hubo participación de tal categoría. Los proyectos de apoyo a la comunidad sólo tuvieron presencia en dos de los cinco ciclos analizados, estando ausentes en la edición 2021 A. El tipo de emprendimientos observados cumplen una primera función como diagnóstico, pero también deben ser parte en la integración de acciones correctivas en la forma como se viene trabajando los temas emprendimiento.

No fue posible apreciar tendencias que mantuvieran un comportamiento lineal, pues continuamente se observaron cambios en distintas direcciones.

Tabla 2 Ponderación en % por categoría de proyectos que participaron en la Expo Negocios INTERCREA en el CUCIÉNEGA.

Categoría	Edición del evento				
	2019 A	2019 B	2020 A	2020 B	2021 A
Alimentos y bebidas	43	48	21	45	27
Servicios	13	7	14	0	17
Tecnología y apps	0	0	0	0	4
Cuidado corporal	17	21	31	29	22
Proyectos sustentables	20	21	21	18	13
Cuidado de la salud	7	0	3	8	17
Apoyo a la comunidad	0	3	10	0	0

Fuente: registros institucionales del evento.

Tomando en consideración los intereses de emprendimiento de los estudiantes objeto de estudio, éstos mantienen su enfoque hacia propuestas directamente asociadas al hogar, donde los mismos utensilios con los que se cuenta en la cocina son los que permiten desarrollar el proceso de manufactura; también en el hogar se concentra el principal punto de venta.

De lo referido por Allen & Meyer (2012), en relación a las tendencias empresariales, los datos mostrados en la tabla 2 resaltan coincidencias en la categoría de negocios para el hogar, donde se integra alimentos, bebidas y cuidado corporal, con un 55.4% en promedio. Por su parte, las propuestas de servicios representan un 10.2% del total en promedio. Prevalece entonces la tendencia hacia el desarrollo de emprendimientos que requieren baja inversión y cuyos requerimientos se pueden atender con los insumos disponibles en el hogar. La relativa tendencia positiva de proyectos sustentables, tecnología y apps, así como el cuidado de la salud, son una muestra clara de que los intereses de los estudiantes están cambiando con visión a futuro.

Podría pensarse que los resultados mostrados en las tendencias de los estudiantes del

CUCIÉNEGA son desalentadoras, pues no tienen un enfoque hacia el uso de la tecnología o la atención de necesidades sociales. Lo cierto es que los jóvenes emprenden según sus posibilidades y las necesidades que observan en su entorno, además se debe considerar que estamos hablando de estudiantes cuya afinidad son las Ciencias Económico Administrativas y no a ciencias exactas y la ingeniería, donde podría ubicarse mayores tendencias hacia el uso de la tecnología.

Las instituciones de gobierno y particulares deben estar atentas a las exigencias que tienen los jóvenes en cuanto a sus conductas emprendedoras, pues es necesario sensibilizarlos sobre el uso de elementos tecnológicos que le den mayor fortaleza a sus propuestas.

Aguilar & Ocampo (2014) mencionan que el camino no termina cuando el individuo se convierte en emprendedor, pues es necesario que dé un paso más para convertirse en un verdadero empresario y en consecuencia “debe pensar, reflexionar, delegar, anticiparse a los problemas, generar gran valor, rodearse de personas capaces, estar atento a los cambios del mercado y conocer los números de la empresa” (p.6). Para los autores el empresario debe preocuparse por formalizar e institucionalizar las conductas mostradas para que prevalezcan en el mediano y largo plazos.

Conclusiones

Una vez terminado el trabajo de investigación, fue posible identificar de forma general las tendencias que hoy en día tienen los jóvenes con respecto al desarrollo de proyectos de emprendimiento, los proyectos se enfocan hacia negocios del hogar, los servicios, asociados a la tecnología y el desarrollo sustentable, además de dirigirse hacia la atención de necesidades sociales.

De forma particular los estudiantes objeto de estudio enfocan sus propuestas de emprendimiento hacia los negocios del hogar y el otorgamiento de servicios. Una característica observada en las propuestas, es que seleccionan aquellas que requieren una mínima inversión y cuyos insumos ya se encuentran disponibles al interior de los hogares. El desarrollo de propuestas de negocio domésticas busca solventar el principal temor que enfrentan los jóvenes al momento de emprender: el temor al fracaso. Aún y cuando se puede criticar la presencia de emociones en el desarrollo de un negocio, lo cierto es que el joven requiere ser arropado en sus primeros fallos empresariales.

Contrario a lo planteado en el supuesto de investigación, donde se mencionaba que las propuestas de los jóvenes iban dirigidas hacia proyectos sustentables con perspectiva ambiental y donde la reutilización de materiales era lo esencial; la realidad es que los jóvenes objeto de estudio están más preocupados por desarrollar proyectos de emprendimiento asociados al hogar y los servicios, y donde no haya necesidad de realizar inversiones importantes que demeritan su economía de forma importante.

Es necesario que las instituciones encargadas de incentivar las conductas emprendedoras, procedan a redireccionar los apoyos a los jóvenes de acuerdo a sus intereses. Es muy importante, a modo de proceso de evaluación, que se dé seguimiento a los apoyos otorgados para verificar que efectivamente estén potenciando las propuestas y generando cambios positivos en la comunidad. Ya es momento de elaborar y difundir programas serios y objetivos de apoyo al emprendimiento en jóvenes, pues dicho grupo de la población es el presente y futuro de la sociedad.

A modo de cierre cabe decir, que la acción de emprender debería verse como un proceso en el cual se priorizará la posibilidad de tener éxito, pero aún y cuando éste no se logre en última instancia, se podrán acumular aprendizajes que podrán ser puestos en práctica en otros emprendimientos o con otros emprendedores. Fracasos sin duda constituye un costo, pero también aporta lecciones que disminuirán las posibilidades de fracaso a futuro.

Referencias

Aguilar Morales, S. & Ocampo Carapia, L. A. (2014). *De emprendedor a empresario. Haga que su negocio ¡sea negocio!* Grupo Editorial Patria.

- Allen, K. & Meyer, E. C. (2012). *Empresarismo, construye tu negocio*. Mc Graw-Hill.
- Alcaraz Rodríguez, R. (2015). *El emprendedor de éxito*. Mc Graw-Hill.
- Amaru Maximiano, A. C. (2008). *Administración para emprendedores. Fundamentos para la creación y gestión de nuevos negocios*. PEARSON – Prentice Hall.
- Canales García, R. A., Román Sánchez, Y. G. & Ovando Aldana, W. (2017). Emprendimiento de la población joven en México. Una perspectiva crítica. *Entreciencias: diálogos en la Sociedad del Conocimiento*, 5 (12). <https://doi.org/10.21933/J.EDSC.2017.12.211>
- 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). <https://doi.org/10.11600/1692715x.13246200315>
- Rodríguez Aguilar, V. R., Reina Pinargote, C. R., Rodríguez Morán, K. G. & Cañarte Quimis, L. T. (2020). Nuevos emprendimientos: Un análisis a sus tipos y posicionamiento postcovid-19. *Revista Científica FIPCAEC (Fomento De La investigación Y publicación En Ciencias Administrativas, Económicas Y Contables)*, 5(4), 91-113. <https://doi.org/10.23857/fipcaec.v5i4.298>
- Van Den Berghe, E. (2017). *Diseñe y administre su propia empresa. Proyectándola a los TLC de Estados Unidos, Suiza y Canadá*. Colombia: ECOE Ediciones.