



Viabilidad en las exposiciones de proyectos empresariales escolares Viability in the exhibitions of school business projects

Miguel Castro Sánchez¹ y Luz María Galán Briseño²

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

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

Información revisada por pares

Fecha de recepción: Abril 2023

Fecha de aceptación: Mayo 2023

Fecha de publicación en línea: Noviembre 2023

DOI: <https://doi.org/10.29105/vtga9.6-439>

Resumen

El trabajo que se presenta tiene como propósito comprobar la viabilidad de la exposición de proyectos de negocio INTERCREA que se lleva a cabo en el Centro Universitario de la Ciénega como parte de la Universidad de Guadalajara. Se incluye información de distintas fuentes (libros, artículos, tesis, etc.), además de experiencias sobre el tema que han tenido otras instituciones educativas. La investigación fue de tipo documental y descriptiva, complementada con trabajo de campo que incluyó la opinión de 70 estudiantes y 35 egresados que participaron en la exposición mencionada. Entre los resultados más importantes se pudieron obtener están los siguientes: 73% de los sujetos de estudio logró identificar una idea viable de negocio en su estancia universitaria, 81% considera que los apoyos que recibió permitieron consolidar su emprendimiento y el 31% ha dado continuidad a la idea de negocio. Como conclusión se puede confirmar que es viable la realización de exposiciones de proyectos de negocio escolares, pero falta crear mayores sinergias con la iniciativa privada y dependencias de gobierno para potencializar la continuidad de los proyectos de emprendimiento.

Palabras clave: emprendimiento, escuela, viabilidad
Códigos JEL: I25, L26, M13

Abstract

The purpose of the work presented is to verify the viability of the INTERCREA business project exhibition that takes place at the Ciénega University Center as part of the University of Guadalajara. Information from different sources (books, articles, theses, etc.) is included, as well as experiences on the subject that other educational institutions have had. The research was of a documentary and descriptive type, complemented by field work that included the opinion of 70 students and 35 graduates who participated in the aforementioned exhibition. Among the most important results that could be obtained are the following: 73% of the study subjects managed to identify a viable business idea during their university stay, 81% consider that the support they received allowed them to consolidate their venture and 31% have continued to the business idea.

In conclusion, it can be confirmed that it is viable to carry out exhibitions of school business projects, but greater synergies with the private initiative and government agencies need to be created to potentiate the continuity of entrepreneurship projects.

Key words: entrepreneurship, school, viability
JEL Codes: I25, L26, M13

Introducción

El crecimiento de las comunidades hace evidente la necesidad de incrementar el número de organizaciones que provean de satisfactores (bienes y servicios); en un primer momento la responsabilidad es conferida a las empresas existentes, pero nuevos consumidores exigen un mayor número de entidades que colaboren para la satisfacción de sus necesidades.

En un primer momento, al gobierno se le puede conferir la promoción de nuevas empresas mediante el otorgamiento de diversos estímulos y programas de apoyo, pero la iniciativa privada también juega un papel importante, pues ellos son los que concentran volúmenes importantes de capital y experiencia, que han logrado acumular durante el tiempo que han realizado sus actividades.

Existe un tercer actor que también demanda ser considerado: las instituciones educativas, particularmente las universidades. Entre los distintos programas que ofertan las instituciones educativas de nivel superior, se encuentran varios que promueven directamente la generación de negocios que provean de bienes y servicios que demanda la comunidad; generalmente dichos programas se asocian a las Ciencias Económico Administrativas, por el contenido y objetivo de las mismas.

En el Centro Universitario de la Ciénega (CUCIÉNEGA) como parte de la Universidad de Guadalajara se ofertan los siguientes programas de licenciatura vinculados a las Ciencias Económico Administrativas: Administración, Agronegocios, Contaduría Pública, Mercadotecnia, Negocios Internacionales y Recursos Humanos (Centro Universitario de la Ciénega, 2023). Cada uno de los programas busca dotar a los estudiantes de herramientas suficientes que les permitan atender las necesidades existentes en la comunidad y que se asocian a cada uno de sus perfiles. Entre las necesidades que los egresados deben cubrir, se encuentran las relacionadas con la generación de negocios.

Considerando que la mayor fortaleza de las licenciaturas afines a las Ciencias Económico Administrativas mencionadas en el párrafo anterior, es precisamente la parte económica y administrativa, se hace evidente la necesidad de complementar su formación con otras disciplinas: fundamentación legal, procesos productivos y de innovación, contabilidad y análisis financiero, etc., por tal razón es necesario crear eventos que promuevan la formación integral y con ello permitir a los egresados que colaboren en la creación de nuevas empresas que doten a la comunidad de bienes y servicios que demandan.

Es así como en el Centro Universitario de la Ciénega, se consideró como opción viable la realización de exposiciones de proyectos de negocio que permitieran a los estudiantes complementar su formación y validar las propuestas de negocio que se dieron a la tarea de elaborar. La figura que

tomaron tales exposiciones fue la llamada Expo Negocios INTERCREA, evento en el cual los estudiantes con el apoyo de sus profesores asesores, estructuran y presentan una propuesta de negocio que será objeto de una evaluación por parte de expertos en el tema (empresarios, funcionarios de gobierno y académicos externos). El proyecto que se presenta constituye el producto final de la unidad de aprendizaje de Desarrollo de Emprendedores, la cual forma parte de la formación especializante obligatoria en la Licenciaturas afines a las Ciencias Económico Administrativas que se ofertan en el CUCIÉNEGA.

La pregunta de investigación que surge al momento es ¿efectivamente la Expo Negocios INTERCREA coadyuva a la generación de nuevos negocios que satisfagan las necesidades de la comunidad? La respuesta tentativa y que constituye la hipótesis del presente trabajo, es que dicho evento sí permite el fortalecimiento de las propuestas de negocio de los estudiantes y además les proporciona herramientas suficientes para darle continuidad a sus proyectos, llevándolos como fin último a la apertura de empresas en sus comunidades.

El propósito del presente trabajo es validar dicha afirmación mediante la consulta a estudiantes y egresados que han sido parte de la Expo Negocios INTERCREA. Las opiniones que se logren obtener, buscan identificar e implementar acciones de mejora, que permitan cumplir con la responsabilidad de crear nuevos negocios que tienen los egresados del Centro Universitario de la Ciénega, particularmente los relacionados con Licenciaturas afines a las Ciencias Económico Administrativas.

Marco teórico

Las exposiciones de proyectos de negocio escolares, también llamadas ferias de negocio constituyen una estrategia de las instituciones educativas para simular la creación de empresas, surgen gracias a las inquietudes de los estudiantes y con el efecto de mentoría por parte de los profesores adscritos a las unidades de aprendizaje que integran temas sobre emprendimiento y desarrollo de negocios. La participación de los estudiantes en ferias de negocio les permite incrementar su confianza al momento de enfrentar procesos similares fuera de las aulas universitarias, los familiariza con el hecho de asumir riesgos como lo señala Prieto (2017), además de promover su persistencia, aprendizaje de las tareas realizadas y libertad-responsabilidad al momento de tomar decisiones.

Para Hernández y Sánchez (2017), es de gran importancia influir positivamente en la percepción que tienen los jóvenes universitarios respecto a su educación en temas de empresa y la interacción que debe existir con su entorno y distintas competencias interpersonales.

Las ferias empresariales surgen en respuesta a la necesidad de revalorar las tareas asociadas al emprendimiento pues como lo señalan Muñoz y Valverde (2020) el emprendimiento tiende a ser

prescindible y se dedica poco tiempo por semana, suele considerarse como poco importante en la formación del estudiantado, poniendo en evidencia la falta de interés institucional. La referencia anterior hace alusión a la poca importancia que se suele asignar a la tarea de emprender en cualquier nivel de estudios y en contraparte, la gran necesidad que existe en el mercado laboral para impulsar la generación de empresas. El estudiante emprendedor debe sobreponerse a las adversidades, demostrar carácter y resaltar su paciencia en el largo plazo y velocidad en el corto plazo (Calle, 2020).

La esencia de una feria de emprendimiento como lo señala Bourdieu (2005) citado en Gómez (2013) es que preferentemente se debe llevar a cabo en un espacio abierto al público en el cual se ubican puestos o *stands* con el propósito de llevar a cabo actividades comerciales.

Aspectos que se deben considerar en una feria de negocios escolar

Existen elementos imprescindibles en una feria de negocios escolar, el primero de ellos es la política educativa a la cual debe estar alineada y que puede tener como referencia la unidad de aprendizaje relativa a la formulación de negocios o emprendimiento, independientemente del nivel escolar de que se trate; posteriormente se debe contar con un comité organizador y un grupo de asesores o mentores, estos últimos son los que apoyarán directamente a los estudiantes para la elaboración de propuestas de negocio que serán expuestas y defendidas. El principal asesor y/o mentor será el profesor que imparta la unidad de aprendizaje vinculada a la feria de negocios y como lo menciona Paternina (2018), el rol del docente es fundamental en el reconocimiento de actitudes y talentos excepcionales con los que cuentan los jóvenes.

El comité organizador definirá el lugar y fecha para su realización, además de la rúbrica de evaluación y el jurado evaluador encargado de ponerla en práctica. En el comité evaluador se incorporan preferentemente expertos en el tema que coadyuven al fortalecimiento de las propuestas; Villanueva (2020) propone además la injerencia de un Coordinador que supervise el trabajo del Comité Organizador. Los procesos de retroalimentación de la feria de negocios se convierten en la piedra angular del proceso de evaluación, ya que permitirán el fortalecimiento de la estrategia educativa ligada al emprendimiento y la mejora de los contenidos de la unidad de aprendizaje asociada.

Es importante resaltar que toda la estructura de la feria de negocios no sería de utilidad si se carece de la materia más importante: los proyectos de emprendimiento, que como lo señala Beltrán (2011) surgen de lluvias de ideas que se consideran factores diversos como: conocimiento del negocio, producto, mercado e inclusive por el gusto de realizar determinada actividad. Como requisito mínimo, los proyectos de emprendimiento deberán contar con los siguientes apartados: naturaleza del proyecto, análisis del mercado, sistema de producción (si aplica), estudio organizacional y análisis

financiero. El análisis financiero debe prevalecer aún y cuando se trate de proyectos de emprendimiento no lucrativos, pues será necesario mantener un control efectivo sobre los recursos.

Método

La presente investigación se enfoca en un caso de estudio específico que se asocia a la exposición de proyectos de negocio escolares denominada Expo Negocios INTERCREA, la cual se lleva a cabo en el Centro Universitario de la Ciénega como parte de la Universidad de Guadalajara.

Participantes

En total participaron 105 sujetos de estudio (70 estudiantes y 35 egresados) afines a las Ciencias Económico Administrativas del Centro Universitario de la Ciénega que forma parte de la Universidad de Guadalajara.

Técnica e Instrumento

Se llevó a cabo una encuesta a los sujetos de estudio y para ello se aplicó un cuestionario que incluyó 40% de planteamientos que contenían cinco niveles de respuesta y en el resto se brindó la posibilidad de proporcionar opiniones abiertas. Los niveles de respuesta iban del 1 al 5, donde el 1 mostraba total desacuerdo con el planteamiento y el 5 indicaba total acuerdo.

De forma complementaria a la realización de la encuesta, se llevó a cabo una revisión documental de los temas asociados al presente estudio.

Procedimiento

Una vez realizada la fundamentación teórica del tema mediante la consulta de distintas fuentes de información, se procedió a la identificación de los sujetos de estudio. El requisito para ser elegidos, para el caso de alumnos activos, es que hubieran participado en la Expo Negocios INTERCREA y que estuvieran cursando el séptimo u octavo semestre de su carrera; mientras que en los egresados no hubo limitante en cuanto al tiempo que hubiera transcurrido desde el momento en el cual concluyeron sus estudios, lo que se observó es que hubieran sido parte de la exposición de proyectos mencionada.

Una vez identificados a los sujetos de estudio se procedió a la elaboración del instrumento, en el cual se incluyeron planteamientos que buscaban validar la utilidad de los apoyos formativos que recibieron en la exposición de proyectos referida. También se cuestionó sobre la continuidad de dichos proyectos. La aplicación del instrumento se realizó de forma electrónica utilizando un formulario de *Google* el cual facilitó el análisis de la información.

Resultados

La exposición de proyectos que fue objeto de estudio se denomina Expo Negocios INTERCREA y se realiza de forma semestral en el Centro Universitario de la Ciénega (CUCIÉNEGA) de la Universidad de Guadalajara. En dicho evento se presentan los productos finales de la unidad de aprendizaje de Desarrollo de Emprendedores, la cual proporciona a los estudiantes las siguientes competencias de aprendizaje (Universidad de Guadalajara, 2023): conocimientos básicos para crear una empresa, fortalecimiento del pensamiento creativo y emprendedor; capacidad para el análisis de oportunidades de negocio y el aprovechamiento de las mismas mediante la concepción de ideas de empresa; habilidades para el manejo de diferentes áreas al interior de una empresa; fortalecimiento de valores relacionados con creatividad, innovación y liderazgo, así como fortalecer su responsabilidad en la búsqueda del bienestar del país y finalmente, elevar su compromiso con la búsqueda de soluciones a las problemáticas de las empresas, manteniendo un comportamiento ético.

En el contenido temático del curso se contemplan elementos asociados con las áreas operativas de la empresa, el análisis del mercado, los fundamentos de la propiedad intelectual, así como la presentación y defensa de planes de negocios. En un primer momento el profesor al frente de la materia es el principal mentor y/o asesor, pero además se puede involucrar a otros especialistas para fortalecer los productos finales de la materia.

La exposición de los planes de negocio en la INTERCREA se realiza ante un grupo de jurados externos, los cuales retroalimentan las propuestas y les asignan un puntaje considerando una rúbrica base. Se premia los proyectos mejor evaluados y se les incentiva para continuar con su desarrollo mediante programas de asesorías especializadas. Varias de las propuestas presentadas son del interés de los asistentes al evento y se realizan acuerdos de colaboración, bajo la supervisión del profesor de los estudiantes, quien se constituye como el principal mentor y/o asesor.

Como se refirió en la parte introductoria del trabajo, se busca verificar la viabilidad del evento como impulsor en la generación de nuevas empresas. Para lograr tal propósito se procedió a la aplicación de un instrumento de obtención de datos a 105 participantes de la exposición de negocios mencionada, 70 de ellos fueron estudiantes activos de séptimo y octavo semestre del CUCIÉNEGA y 35 más fueron egresados. A continuación, se presentan los resultados más relevantes del estudio.

En la parte inicial del instrumento se solicitó el nombre del sujeto de estudio y la fecha en la cual accedió a contestar. Adicionalmente se proporcionó información sobre el objetivo del mismo y las instrucciones que se debían seguir para registrar las respuestas.

El primer aspecto sobre el cual se cuestionó a los participantes es si durante su estancia como universitarios tuvieron alguna idea que pudiera ser objeto de un proceso de emprendimiento, en la

tabla 1 se concentran los resultados obtenidos. Del total de sujetos de estudio el 73% estuvo de acuerdo en que durante su carrera universitaria identificó una idea de negocio (opciones de respuesta 4 y 5). Haciendo un análisis particular de los egresados, el 100% de éstos eligió la opción de respuesta 5 (totalmente de acuerdo con el planteamiento). La Expo Negocios INTERCREA al igual que las unidades de aprendizaje asociadas, sin duda tuvieron injerencia en en la generación de los resultados mostrados en la tabla 1.

Tabla 1. *¿Has tenido una idea para emprender?*

Opciones de respuesta	Frecuencia	%
1	12	11
2	8	8
3	8	8
4	22	21
5	55	52

En el siguiente planteamiento se cuestionó si la idea de negocio identificada actualmente está puesta en marcha, en forma de empresa formalmente constituida, los datos que se obtuvieron se pueden apreciar en la tabla 2.

Tabla 2. *¿Actualmente tu idea está puesta en marcha?*

Opciones de respuesta	Frecuencia	%
1	22	21
2	48	46
3	2	2
4	9	8
5	24	23

Cerca de la tercera parte de los participantes en la encuesta (opciones de respuesta 4 y 5) manifestó que en actualidad la idea de negocio identificada está en funcionamiento, en ese total se incluye a 25 egresados, lo que significa que 7 sujetos de estudio aún y cuando siguen siendo estudiantes, encontraron la manera de aperturar su idea de negocio a modo de microemprendimiento, muchas de las veces alternando sus ocupaciones escolares.

La información que a continuación se requirió de los participantes que seleccionaron las opciones de respuesta 4 y 5 de la pregunta anterior (tabla 2), es que describieran la razón por la cual decidieron poner en marcha la idea de negocio. Fueron tres las razones que motivaron a los sujetos de estudio a poner en práctica la idea de negocio identificada: hacer algo atractivo a los ojos de los demás, ocupar el tiempo de forma productiva e innovar; el peso que tuvo cada opción de respuesta fue similar (33.33 % en cada una de las alternativas). Aún y cuando existieron tres razones para emprender la idea, la acción de innovar está presente en cada una de ellas.

De forma complementaria a la información expresada en el párrafo anterior, se cuestionó de forma directa sobre las motivaciones que se tuvieron para emprender, en la tabla 3 se concentran los datos obtenidos. Como se puede observar, existe una preocupación importante por las personas que se ubican en el microentorno de los emprendedores, la familia es el principal factor motivador, seguido de la atención de requerimientos particulares, los amigos y finalmente los requerimientos que tiene el mercado. Asumiendo una postura empresarial, tendría que invertir la importancia de las motivaciones, en primer lugar debería estar la atención de los requerimientos del mercado y de forma natural, se tendrían que cubrir los intereses restantes del emprendedor (familia, estabilidad personal, amigos, etc.). Es importante mencionar los cuatro sujetos que argumentaron los requerimientos del mercado fueron egresados.

Tabla 3. *¿Cuál fue tu principal motivación para emprender?*

Opciones de respuesta	Frecuencia	%
Mi familia y su bienestar	63	60
La necesidad de ser independiente	18	17
Mejorar mi situación económica	14	13
Mis amigos y la atención de sus necesidades	6	6
Los requerimientos del mercado	4	4

Con el propósito de valorar la importancia que confiere el emprendedor al trabajo colaborativo, se preguntó a los sujetos de estudio si prefieren emprender de forma individual o conjunta, en la tabla 4 se incluye la información se logró obtener. El proceso creativo, desde un inicio, debe considerar la inclusión de distintos participantes, ya que brinda la posibilidad de cuestionar una propuesta inicial y obliga a su autor a proporcionar suficientes argumentos para continuar con el proceso. Como lo señala Alcaráz (2015) el trabajo en equipo permite estructurar proyectos más completos ya que se distribuyen las cargas de trabajo y se pueden resolver de forma más fácil los problemas que se llegan a presentar. En caso de que los procesos de trabajo se realicen de forma individual, se omite la posibilidad de ser retroalimentado y la detección de los errores cometidos se complica, pues no existirá quién los observe y proponga acciones correctivas.

La postura asumida por los sujetos de estudio es preocupante, ya que están predominando las decisiones individuales y está creciendo la posibilidad de estar cometiendo errores. La opción del trabajo colaborativo para emprender, fue seleccionada por 23 egresados que participaron en el estudio.

Tabla 4. *¿Consideras que la acción de emprender se debe realizar de forma individual o en equipo?.*

Opciones de respuesta	Frecuencia	%
De forma individual	72	69
Trabajo en equipo colaborativo	33	31

Al momento, las preguntas hechas a los sujetos de estudio exploraron de forma general su disposición para emprender, las motivaciones que tienen y las formas de trabajo que prefieren. En los planteamientos siguientes se buscará evaluar la viabilidad de la exposición de proyectos de negocio denominada Expo Negocios INTERCREA y los demás apoyos que ofrece el Centro Universitario de la Ciénega (CUCIÉNEGA) para el fortalecimiento de ideas de negocio.

La apreciación sobre los apoyos que ofrece el CUCIÉNEGA para el desarrollo de ideas de negocio, se puede apreciar en la tabla 5. El 81% de los participantes (opciones de respuesta 4 y 5) estuvo de acuerdo en que los apoyos que otorga el CUCIÉNEGA para emprender son suficientes, entre los que se incluye los aportes que hace la exposición de proyectos referida con anterioridad.

Tabla 5. *¿El CUCIÉNEGA brinda los apoyos suficientes para desarrollar las ideas de negocio de los estudiantes?.*

Opciones de respuesta	Frecuencia	%
1	3	3
2	8	8
3	8	8
4	35	33
5	51	48

Aún y cuando los resultados obtenidos son alentadores, es necesario incrementar los esfuerzos, para acercar los resultados al 100%. Entre las oportunidades de mejora se pueden sugerir las siguientes: diversificar los programas de asesoría que se otorga a los estudiantes, fortalecer programas de vinculación con el sector empresarial y dependencias gubernamentales relacionadas con el desarrollo económico, etc.

En la pregunta que dio origen a la tabla 5, se consideró implícita a la Expo Negocios INTERCREA como parte de los apoyos que ofrece el CUCIÉNEGA, pero en el siguiente planteamiento se cuestionó a los participantes si tiene conocimiento de dicho evento y si están enterados que se vincula a la unidad de aprendizaje de Desarrollo de Emprendedores, los resultados se aprecian en la tabla 6.

La totalidad de los participantes ubicados en las opciones 1 y 2 (totalmente en desacuerdo y en desacuerdo) son egresados, quienes aún y cuando participaron en el evento no lo recuerdan, de igual forma dijeron desconocer la vinculación con la unidad de aprendizaje de Desarrollo de Emprendedores.

Tabla 6. *¿Tienes conocimiento de la Expo Negocios INTERCREA y su vinculación con la unidad de aprendizaje de Desarrollo de Emprendedores?*

Opciones de respuesta	Frecuencia	%
1	2	2
2	6	6
3	26	25
4	18	17
5	53	50

En la opción de respuesta 3 también se incluyeron egresados, pero en menor proporción (5). Resulta preocupante que en la opción 3 (parcialmente de acuerdo) haya estudiantes que dudaron sobre su conocimiento sobre la Expo Negocios INTERCREA, pues fue un evento en el que participaron hace corto tiempo y que influyó de cierta forma en su trayectoria como estudiantes. Aún y cuando la mayoría de los participantes seleccionó las opciones de respuesta 4 y 5, se debe seguir trabajando en fortalecer el posicionamiento del evento.

Dando continuidad a la Expo Negocios INTERCREA, se preguntó a los sujetos de estudio sobre las aportaciones de utilidad que recibieron del evento y de forma particular, en lo que al desarrollo de su idea de negocio se refiere, las respuestas obtenidas se pueden apreciar en la Tabla 7.

Tabla 7. *¿Qué aportaciones útiles proporciona la Expo Negocios INTERCREA al desarrollo de las ideas de negocio de los estudiantes?*

Opciones de respuesta	Frecuencia	%
Es un factor motivador importante	35	33
Facilita la elaboración de productos novedosos	30	29
Aporta conocimientos sobre emprendimiento	18	17
Proporciona bases para iniciar un proyecto	14	13
Fortalece nuestra cultura financiera	8	8

La tercera parte de los participantes (35) manifestó que el evento es un elemento motivador importante, mientras que el resto hizo referencia específica al desarrollo de proyectos de negocio y a la mejora de su situación financiera. La mayor parte de los que consideraron motivador el evento (32 de 35) fueron estudiantes activos. Cabe mencionar que la pregunta no tuvo alternativas de respuesta, éstas fueron concentradas de acuerdo a las opciones que refirieron los participantes. El 100% de los que seleccionaron la opción que fortalece la cultura financiera fueron egresados.

Con el fin de mantener una postura constructiva en la investigación, la siguiente pregunta estuvo dirigida hacia los apoyos adicionales que el CUCIÉNEGA debe proporcionar para que los estudiantes desarrollen de mejor forma sus ideas de negocio. Las opiniones que aportaron los participantes, se concentraron en la tabla 8.

Tabla 8. *¿Qué apoyos adicionales debe proporcionar el CUCIÉNEGA para que los estudiantes desarrollen sus ideas de negocio?.*

Opciones de respuesta	Frecuencia	%
Becas	92	88
Ayuda monetaria externa de particulares	9	8
Asesoría sobre temas relacionados	4	4

El 96% de los participantes manifestó que lo más requerido por los estudiantes para desarrollar sus ideas de negocio son apoyos económicos, en dicho porcentaje se incluye a la totalidad de los egresados que participaron en el estudio. El otorgamiento de apoyos económicos debe tomar en consideración los recursos presupuestarios asignados y que deben estar alineados a las políticas de gobierno actuales; de igual forma la institución debe ser cuidadosa con respecto a los convenios que realice con la iniciativa privada, que por un lado brinda la posibilidad de obtener recursos externos pero en ningún momento se debe perder el principio de autonomía universitaria. La asesoría que reciben los estudiantes es un aspecto que está cubierto en su gran mayoría, en particular por los contenidos que comprende la unidad de aprendizaje de Desarrollo de Emprendedores la cual tiene una vinculación directa con la Expo Negocios INTERCREA.

El esquema que sea utilizado para el otorgamiento de recursos económicos a las propuestas de negocio de los estudiantes debe ser elaborado de forma cuidadosa, para que dicho apoyo sea utilizado de forma responsable y atendiendo a las prioridades del proyecto. La consideración de tutores y/o mentores académicos en los proyectos.

Haciendo una tarea de *benchmarking*, se cuestionó a los participantes si tienen conocimiento de alguna universidad (en México o el extranjero) que apoye de forma amplia a los estudiantes en el desarrollo de sus ideas de negocio, en la tabla 9 se concentran las respuestas obtenidas. En ésta pregunta se otorgó libertad a los participantes para que mencionen las universidades de las cuales tuvieran conocimiento.

Tabla 9. *¿Tienes conocimiento de alguna universidad de México o del extranjero en la cual se apoye ampliamente a los estudiantes en el desarrollo de sus ideas de negocio?.*

Opciones de respuesta	Frecuencia	%
Universidad de Guadalajara	97	92
No tengo conocimiento	6	6
Universidad Nacional Autónoma de México	2	2

Los participantes que mencionaron a la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) fueron egresados y quienes dijeron no tener conocimiento son estudiantes activos. Apoyando al 92% de los sujetos de estudio, es importante mencionar que la Universidad de Guadalajara en sus distintos planteles hace esfuerzos significativos por apoyar las propuestas de negocio de los estudiantes,

actualmente se cuenta con 10 Centros de Emprendimiento e Innovación (Universidad de Guadalajara, 30 de junio de 2022): CUTonalá, CUNorte, CUValles, CUAltos, Escuela Politécnica Ing. Matute Remus, CUSur, CULagos, CUCoststa, CUCEA, Laboratorio disruptivo de emprendimiento y CUCEA. Además de la UNAM y la Universidad de Guadalajara, existen distintas universidades públicas y privadas que realizan esfuerzos significativos para fortalecer los proyectos de negocio de los estudiantes. El rol que juegan las instituciones educativas de nivel superior en el fortalecimiento de los proyectos de negocio de los estudiantes es fundamental, partiendo de la mentoría y en relación a los apoyos económicos que se les pueda proveer. Las exposiciones de proyectos de negocio como lo es la Expo Negocios INTERCREA, constituyen parte de la estrategia institucional que debe promover el desarrollo de proyectos de negocio y el establecimiento de empresas formalmente constituidas.

Una vez referido el contenido de la investigación de campo, a continuación, se destacan los puntos de interés con respecto a la percepción que se tiene sobre los apoyos que ofrece el Centro Universitario de la Ciénega como parte de la Universidad de Guadalajara y en particular, los que aporta la Expo Negocios INTERCREA.

Puntos de interés del estudio diagnóstico

El 73% de los participantes logró identificar una idea de negocio durante su carrera profesional, dicho porcentaje destaca la existencia de un entorno favorable para que dichos hallazgos ocurran, considerando las unidades de aprendizaje que cursan los estudiantes y las actividades complementarias que se llevan a cabo.

De las ideas de negocio identificadas, únicamente el 31% se han puesto en práctica, las razones principales para hacerlo fueron: innovar y aprovechar el tiempo de forma productiva. La principal motivación de los emprendedores es la búsqueda del bienestar familiar y posteriormente se valora la independencia laboral y la mejora de la economía personal.

Los emprendedores objeto de estudio valoran más el esfuerzo individual en el desarrollo de sus proyectos de negocio que el trabajo colaborativo en equipo. La precisión anterior distingue un área de oportunidad, pues el trabajo colaborativo genera un efecto multiplicador en los resultados (sinergia).

El Centro Universitario de la Ciénega y en opinión del 81% de los participantes, proporciona apoyos suficientes para desarrollar ideas de negocio. Particularmente la Expo Negocios INTERCREA hace aportes importantes a la formación de los emprendedores.

El 67% de los sujetos de estudio manifestó conocer la Expo Negocios INTERCREA y su vinculación con la unidad de aprendizaje de Desarrollo de Emprendedores; valor que representa la

mayoría pero que genera preocupación, pues el 100% de los participantes fueron parte de dicho evento y de la unidad de aprendizaje vinculada.

Los principales aportes que hace la Expo Negocios INTERCREA son: constituye un factor motivador y facilita la elaboración de productos novedosos; con menor importancia también se incluye el fortalecimiento de la cultura financiera.

El apoyo que más requieren los estudiantes, además de los que actualmente provee el CUCIÉNEGA son: apoyos económicos, por medio de becas o ayuda externa de particulares.

De acuerdo a la percepción de los sujetos de estudio, la Universidad de Guadalajara es su principal referente respecto a las universidades que apoyan ampliamente las ideas de negocio de los estudiantes, sobre todo tomando en cuenta los Centros de Emprendimiento e Innovación que se tienen establecidos.

Discusión

En los resultados que arrojó el estudio diagnóstico se pueden detectar varios elementos asociados al cumplimiento del objetivo del trabajo y la validación de la hipótesis planteada.

El propósito del trabajo fue verificar si la Expo Negocios INTERCREA promueve la generación de nuevos negocios que satisfagan las necesidades de la comunidad, en atención a dicho objetivo se debe mencionar que el 73% de los sujetos de estudio logró identificar ideas de negocio pero únicamente el 31% las ha puesto en práctica; dicho porcentaje es poco importante comparado con el 81% de los sujetos de estudio que manifestó que el CUCIÉNEGA ofrece apoyos suficientes y el 92% que considera a la Universidad de Guadalajara como referente principal en apoyo a los proyectos de negocio de los estudiantes. Se requiere fortalecer de forma importante la Expo Negocios INTERCREA incorporando formatos confiables de apoyo económico (interno o externo) que le permita perdurar en la memoria empresarial de los estudiantes y egresados.

Por lo tanto y atención al objetivo del trabajo, la exposición de proyectos referida sí promueve la generación de nuevos negocios, pero existen áreas de mejora que se deben atender, particularmente lo relativo al otorgamiento de recursos financieros.

Con respecto a la hipótesis planteada, se acepta con reservas, ya que la exposición de proyectos referida ha permitido el fortalecimiento de las propuestas de negocio de quienes han participado en ésta, pero únicamente ha permitido que el 31% de las ideas de negocio se lleven a la práctica.

Cabe resaltar que los estudiantes y egresados que participaron en el estudio (105 en total) una vez identificados, tuvieron toda la disposición de participar en el estudio, manteniendo una postura objetiva con respecto a las respuestas que brindaron a cada uno de los planteamientos.

Conclusiones

La acción de emprender constituye una responsabilidad importante para los integrantes de una comunidad y asumir el rol de formador de emprendedores (papel de las universidades), lo es aún más.

Las instituciones de educación superior deben estar atentas a los requerimientos que tengan sus estudiantes en cuanto a sus necesidades empresariales, pues serán ellos quienes se enfrentarán a las necesidades de su entorno y deberán responder de forma favorable a estas.

En la estructuración de los contenidos de un plan de estudios, se debe conferir la misma importancia a las temáticas de emprendimiento (habilidades blandas) que a las ciencias duras (matemáticas), pues con tal conocimiento los estudiantes serán capaces de transformar su entorno y generar mejores condiciones de vida para quienes los rodean.

La formación que reciben los jóvenes al interior de las aulas se debe complementar con aprendizajes fuera de éstas, mediante la presentación y defensa de sus productos de aplicación. Las exposiciones abiertas de proyectos, permiten recibir comentarios de distintas personas que fortalecen una propuesta inicial y los acercan a la cobertura de las necesidades del mercado.

Universidades, empresas privadas e instituciones de gobierno deben unir fuerzas para fortalecer los proyectos de los estudiantes, mediante el otorgamiento de mentorías y/o apoyos económicos que requieran.

El estudio de campo que se realizó en el presente trabajo, permitió conocer el grado de utilidad que los estudiantes y egresados confieren a la Expo Negocios INTERCREA, destacando sus fortalezas y áreas de mejora. Entre los resultados finales que se obtuvieron, fue posible apreciar que sí se valoran los apoyos recibidos en dicho evento, pero es necesario proporcionar apoyos económicos que consoliden las propuestas e incrementen la posibilidad de constituirse como empresas.

Referencias

- Alcaráz Ramírez, R. (2015). *El emprendedor de éxito*. Mc Graw Hill.
- Beltrán Romero, G. F. (2011). *Proyectos de emprendimiento*. Universidad Politécnica Salesiana. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/5649/1/Proyectos%20de%20Emprendimiento%20.pdf>
- Calle, J. A. (2020). *La batalla del emprendimiento*. Paidós Empresa.
- Centro Universitario de la Ciénega. (2023). *Licenciaturas en el Centro Universitario de la Ciénega*. Oferta académica. <https://cuci.udg.mx/licenciaturas>
- Gómez López, N. D. (2013). *La feria de emprendedores de la economía social La Plata: “Cuando la calle hace escuela”* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de la Plata]. Archivo digital. <https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/tesis/te.837/te.837.pdf>
- Hernández Herrera, C. A. y Sánchez Rodríguez, S. (2017). La educación empresarial: un acercamiento desde los estudiantes universitarios en dos instituciones de educación superior. *Innovación educativa*, 17(75), 81-102. En:

- http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-26732017000300081&lng=es&tlng=es.
- Muñoz Realpe, M. I. y Valverde Riasco, Y. S. (2020). Feria empresarial: una estrategia didáctica para fortalecer la cultura del emprendimiento. *Ciencias Económicas*, 27(1), 189-216. <https://doi.org/10.31948/rev.criterios/27.1-arte9>
- Paternina De la Ossa, J. I. (2018). El emprendimiento escolar, una estrategia de identificación de talentos excepcionales. *Espacios*, 39(49), 1-7. En: <https://www.revistaespacios.com/a18v39n49/a18v39n49p05.pdf>
- Prieto Sierra, C. (2017). *Emprendimiento, conceptos y plan de negocios*. Pearson.
- Terminió Aguirre, I., Puebla Sánchez, I. y Solá Menéndez, F. (2014). *El plan de empresa, la creación de empresas y el emprendimiento*. Universidad Francisco Vitoria.
- Universidad de Guadalajara. (2023). *Licenciatura en Administración del CUCIÉNEGA*. Portal de Programas Educativos de Pregrado. <http://www.pregrado.udg.mx/Centros/Regionales/CUCI%C3%89NEGA/administracion-1/unidades-aprendizaje>
- Universidad de Guadalajara. (30 de junio de 2022). *Centros de Emprendimiento e Innovación de la Red Universitaria*. Promociones. <https://udg.mx/es/CentrosEmprendimiento>
- Villanueva Núñez, G. (2020). *Ferias de promoción de los emprendimientos “Piensa en grande...Atrévete a emprender”*. Consejo Nacional de Universidades. En: <https://dix.unan.edu.ni/wp-content/uploads/2020/06/Informe-Ferias-de-Promoci%C3%B3n-de-los-Emprendimientos-%E2%80%9CPiensa-en-Grande%E2%80%A6-Atr%C3%A9vete-a-Emprender%E2%80%9D.pdf>