

CAPÍTULO 2

DESAFÍOS Y OPORTUNIDADES EN EL EMPRENDIMIENTO ESTUDIANTIL: UN ANÁLISIS CUANTITATIVO EN LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NAYARIT. MÉXICO

Fecha de recepción: 05/11/2024

Fecha de aceptación: 02/01/2025

Jorge Luis Hernández Ulloa

Universidad Autónoma de Nayarit
Tepic, Nayarit. México
ORCID: 0000-0002-5102-6011

Heriberta Ulloa Arteaga

Universidad Autónoma de Nayarit
Tepic, Nayarit. México
ORCID: 0000-0002-8689-5786

Beatriz Rojas García

Universidad Autónoma de Nayarit
Tepic, Nayarit. México
Orcid: 0000-0002-2646-0676

Sara Lidia Gutiérrez Villarreal

Universidad Autónoma de Nayarit
Tepic, Nayarit. México
Orcid: 0000-0002-4963-2212

Héctor Vicente Cisneros Chávez

Universidad Autónoma de Nayarit
Tepic, Nayarit. México
ORCID: 0009-0007-0391-9097

Juan Antonio Nievias López

Universidad Autónoma de Nayarit
Tepic, Nayarit. México
ORCID: 0009-0008-9057-269X

María Asunción Gutiérrez Rodríguez

Universidad Autónoma de Nayarit.
Tepic, Nayarit. México
Orcid: 0000-0001-5961-7011

RESUMEN: Esta investigación explora los desafíos que enfrentan los estudiantes emprendedores en la Universidad Autónoma de Nayarit, México. Mediante un enfoque cuantitativo, se encuestó a 336 estudiantes de las licenciaturas en Contaduría y Administración. Los resultados revelan que la falta de financiamiento, la sobrecarga académica y la carencia de conocimientos empresariales son los principales obstáculos. Aunque el 80% de los proyectos están pausados o abandonados, la mayoría de los estudiantes mantienen una actitud positiva hacia el emprendimiento. Se recomienda desarrollar un ecosistema de apoyo integral que incluya acceso a financiamiento diversificado, programas de mentoría personalizados y fomento de emprendimientos en sectores tecnológicos e innovadores.

PALABRAS CLAVE. Emprendimiento estudiantil, ecosistema emprendedor, financiamiento, Innovación académica, desarrollo empresarial.

INTRODUCCIÓN

El emprendimiento estudiantil se ha convertido en un fenómeno de creciente importancia en el panorama económico y

educativo de México. Este auge refleja una tendencia mundial hacia la innovación y el autoempleo entre los jóvenes, particularmente en el ámbito universitario. Según Neri (2024), las universidades públicas en México son fundamentales para generar profesionistas capaces de influir en la estructura productiva del país. Este contexto resalta la necesidad de comprender mejor las dinámicas del emprendimiento estudiantil para diseñar políticas y programas de apoyo más efectivos en los ecosistemas académicos.

La presente investigación se enfoca en identificar los retos y obstáculos que enfrentan los estudiantes emprendedores durante la fase de desarrollo de su emprendimiento a negocio. La investigación se llevó a cabo en la Universidad Autónoma de Nayarit (UAN), específicamente en la Unidad Académica de Contaduría y Administración, proporcionando una visión detallada de la realidad emprendedora en una institución de educación superior mexicana. El análisis abarca diversos aspectos, desde las características demográficas de los emprendedores hasta los sectores de negocio más populares y los desafíos más significativos que enfrentan.

La relevancia de estos estudios se respalda en el creciente interés por el emprendimiento juvenil en México. Según datos del Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM, 2018), el 43% de los emprendedores en México tienen entre 18 y 34 años. Este dato subraya la relevancia de entender y apoyar los emprendimientos dentro del ámbito universitario. No solo se presenta como una oportunidad para fortalecer el crecimiento económico del país, sino que también representa un desafío para las instituciones educativas que buscan fomentar el espíritu emprendedor entre sus estudiantes.

Se utiliza una metodología con enfoque cuantitativos. Para la recolección de datos, se aplicó un cuestionario estructurado dirigido a una muestra representativa de estudiantes. Este método proporciona una visión integral de la situación, cubriendo tanto las motivaciones iniciales de los emprendedores como los factores que inciden en el éxito o fracaso de sus proyectos. Los hallazgos revelan información relevante acerca de las necesidades en financiamiento, mentoría y capacitación empresarial entre los estudiantes emprendedores.

Enmarcamos un contexto más amplio de investigación sobre emprendimiento en México. Como se menciona en un artículo publicado en el portal “El economista” Lázaro, E. (2024), la necesidad de alinear las políticas educativas con las demandas del mercado laboral, lo que implica una colaboración efectiva entre instituciones educativas y el sector privado. Los hallazgos y recomendaciones derivados de esta investigación buscan contribuir a este esfuerzo colectivo (gobierno, sector privado y academia), proporcionando una base empírica para el diseño de políticas y programas que impulsen el emprendimiento estudiantil en México.

METODOLOGÍA

El presente estudio se centra en identificar los retos y obstáculos que enfrentan los estudiantes emprendedores durante la fase de desarrollo de su emprendimiento a negocio. Para ello, se utilizó un cuestionario con preguntas organizadas y de elección múltiple a un grupo de estudiantes de nivel universitario. Esta metodología cuantitativa es adecuada, pues permite la recolección de datos numéricos y objetivos que describen la realidad de los estudiantes que han emprendido un proyecto empresarial. El enfoque cuantitativo es secuencial y probatorio. Parte de una idea, que va acotándose y, una vez delimitada, se derivan objetivos y preguntas de investigación (Molina et al., 2021).

Población y muestra

La población objetivo del estudio está compuesta por 1025 estudiantes de las licenciaturas en Contaduría y Administración de la Unidad Académica de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de Nayarit (UAN). Esta población se eligió debido a la relevancia de estas disciplinas en el campo del emprendimiento y la accesibilidad para los investigadores. Para determinar el tamaño de la muestra, se utilizó la fórmula de cálculo para poblaciones finitas propuesta por Cochran (1977), considerando un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%. La aplicación de esta fórmula resultó en un tamaño de muestra requerido de 280 participantes. Sin embargo, anticipando posibles no respuestas o datos incompletos, se decidió aumentar el tamaño de la muestra en un 20%, resultando en una muestra final de 336 estudiantes.

La distribución de la muestra se realizó de manera proporcional al tamaño de cada estrato en la población, garantizando así la representatividad de todos los segmentos de la población estudiantil.

Instrumento

El cuestionario se segmentó en seis secciones que trataron aspectos demográficos, particularidades del proyecto de negocio, situación actual del proyecto, motivos de deserción o interrupción, respaldo y recursos, así como percepción y conocimiento.

La aplicación del cuestionario se realizó en línea, distribuyéndolo con el apoyo de los coordinadores de carrera y maestros de la Unidad Académica de Contaduría y Administración. Se enfatizó la naturaleza voluntaria de la participación y se aseguró a los estudiantes que sus respuestas serían anónimas y no afectarían de ninguna manera sus calificaciones o estatus académico.

Una vez obtenido los datos, se llevó a cabo la estructuración, organización y análisis mediante el uso de software estadístico especializado, como SPSS y Excel. Las respuestas abiertas fueron categorizadas en temas recurrentes, mientras que las respuestas cuantitativas fueron analizadas utilizando estadística descriptiva. Finalmente, se

realizaron pruebas de confiabilidad para asegurar la validez de los datos y se interpretaron los resultados para obtener conclusiones válidas que reflejen la situación actual de los estudiantes emprendedores.

ANÁLISIS DE RESULTADOS

A través de una encuesta exhaustiva, se recolectó información de estudiantes que participaron en proyectos de negocio (emprendimientos), incluyendo factores demográficos, académicos y particulares de sus proyectos empresariales. Los hallazgos muestran un escenario cambiante y complejo, en el que elementos como la edad, el género, la educación académica y el respaldo institucional desempeñan funciones vitales en el progreso y triunfo de las iniciativas de negocios estudiantiles.

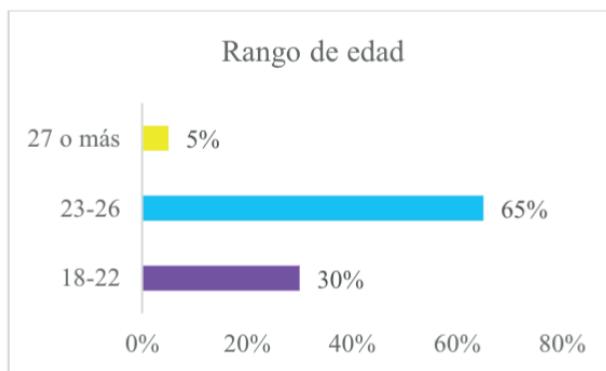


Gráfico 1. Rango por edad de los participantes

Fuente: elaboración propia

La mayoría de los participantes (65%) se encuentra en el rango de 23-26 años, lo que sugiere que el emprendimiento estudiantil es más común entre estudiantes de semestres. El 30% en el rango de 18-22 años indica un interés creciente en el emprendimiento desde etapas tempranas de la formación universitaria. Solo un 5% tiene 27 años o más, lo que podría reflejar una menor participación de estudiantes maduros o de doctorado en iniciativas emprendedoras.

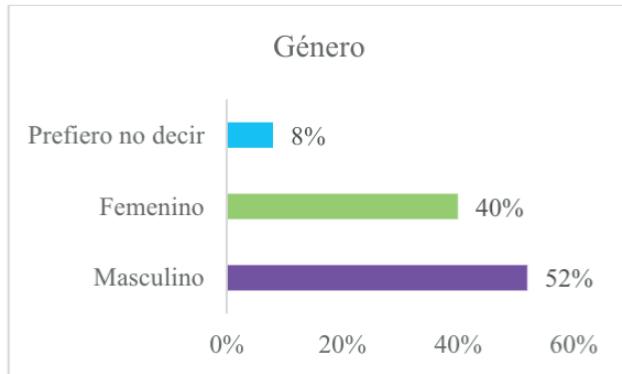


Gráfico 2. Distribución por género

Fuente: elaboración propia

Existe una ligera predominancia masculina (52%) en el emprendimiento estudiantil, aunque la participación femenina (40%) es significativa. El 8% restante, “prefiero no decir”, refleja una diversidad de género en la muestra. Estos datos sugieren que, si bien hay ciertas diferencias de género, no es tan pronunciada como en el emprendimiento general.

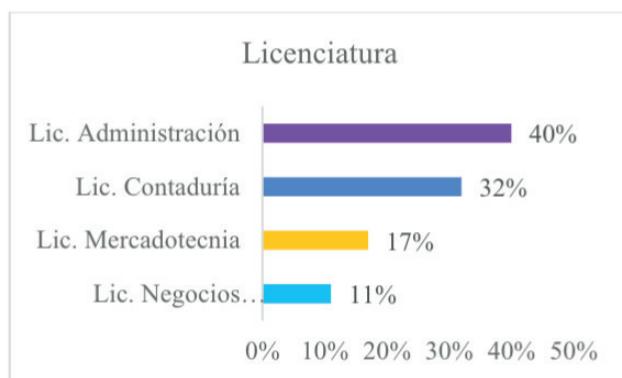


Gráfico 3. Distribución por licenciatura

Fuente: elaboración propia

La Licenciatura en Administración lidera con un 40% de los emprendedores, seguida de cerca por Contaduría con un 32%. Esto es lógico dado que estas carreras suelen enfocarse en habilidades empresariales. Mercadotecnia (17%) y Negocios internacionales (11%) también muestran una presencia significativa. Esta distribución sugiere que, aunque las carreras directamente relacionadas con negocios dominan, el espíritu emprendedor se extiende a través de diversas disciplinas.

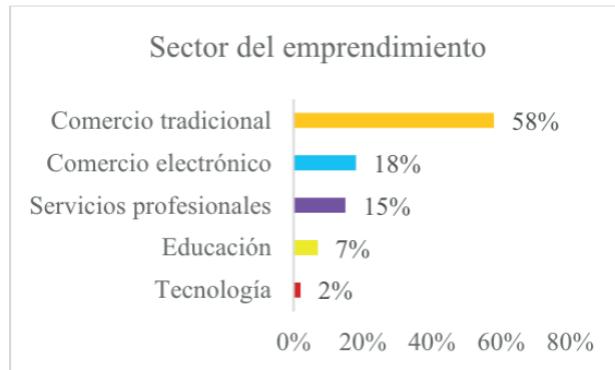


Gráfico 4. Sector del emprendimiento

Fuente: elaboración propia

El sector predominante entre los emprendedores es el comercio tradicional (compra y venta de productos), representando un 58%, lo que indica que la mayoría de los emprendimientos están enfocados en la compra y venta de productos físicos. El comercio electrónico sigue en importancia con un 18%, reflejando el crecimiento del mercado digital, mientras que los servicios profesionales ocupan el 15%, sugiriendo una menor, pero aún relevante, presencia de emprendimientos orientados a ofrecer servicios especializados.

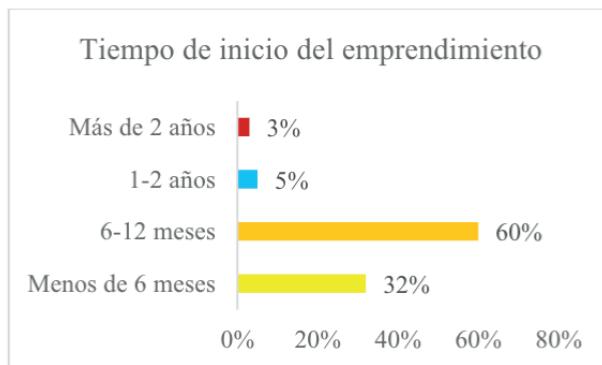


Gráfico 5. Tiempo de inicio del emprendimiento

Fuente: elaboración propia

La mayoría de los emprendimientos (60%) tienen entre 6-12 meses de antigüedad, lo que indica una fase relativamente temprana de desarrollo. Un 32% tiene menos de 6 meses, lo que sugiere un flujo constante de nuevos proyectos empresariales. Solo un 8% tiene más de un año, lo que podría reflejar los desafíos de mantener un emprendimiento a largo plazo mientras se estudia.

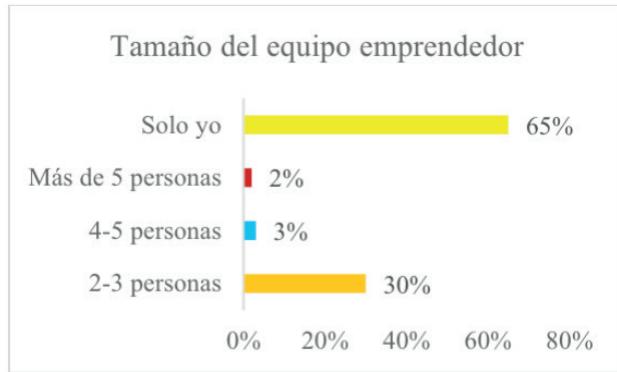


Gráfico 6. Tamaño del equipo emprendedor

Fuente: elaboración propia

Los equipos pequeños predominan, con un 45% de 2-3 personas y un 30% de emprendedores individuales. Esto sugiere una preferencia por estructuras ágiles y posiblemente refleja las limitaciones de recursos y tiempo de los estudiantes. Solo un 25% tiene equipos de 4 o más personas, indicando que los proyectos más grandes son menos comunes en el ámbito estudiantil.

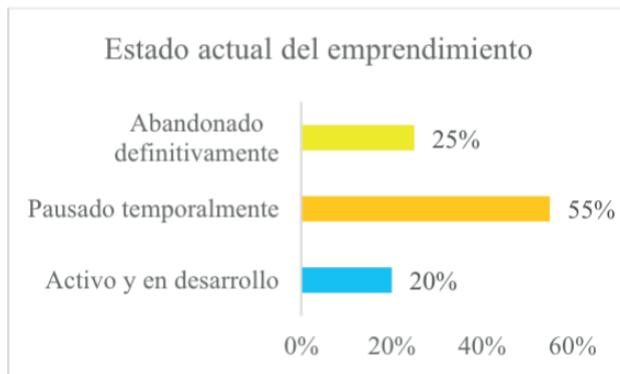


Gráfico 7. Estado actual del emprendimiento

Fuente: elaboración propia

El 55% de los proyectos están pausados temporalmente, lo cual no es nada alentador. Sin embargo, un 25% están abandonados definitivamente y un 20% están activos y en desarrollo. Esto resalta los desafíos significativos que enfrentan los emprendedores estudiantiles para mantener sus proyectos en marcha.

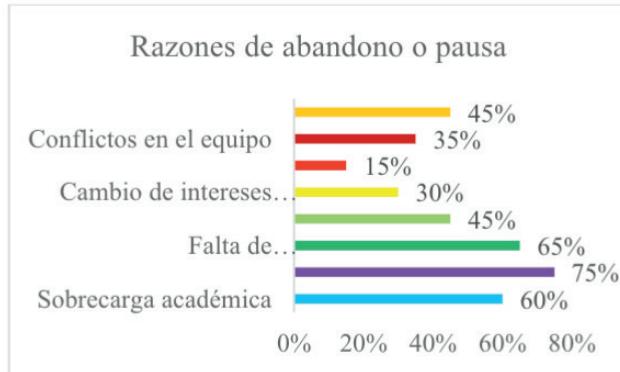


Gráfico 8. Razones de abandono o pausa

Fuente: elaboración propia

Los resultados de la tabla revelan que las principales dificultades que enfrentan los estudiantes emprendedores son la falta de financiamiento (75%), la sobrecarga académica (60%) y la carencia de conocimientos empresariales (65%), lo cual refleja una combinación de problemas financieros, académicos y de gestión. Otros factores importantes son la falta de mentoría adecuada (45%) y los problemas personales (45%), que también inciden en su desarrollo. Menos frecuentes, aunque no menos importantes, son los conflictos en el equipo (35%), los cambios en intereses o prioridades (30%) y la falta de apoyo institucional (15%), lo que evidencia que tanto factores externos como internos afectan sus desafíos

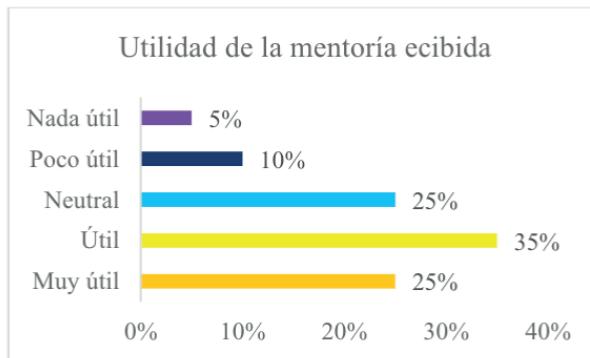


Gráfico 9. Utilidad de la mentoría recibida

Fuente: elaboración propia

El 60% de los que recibieron mentoría la consideraron útil o muy útil, lo que subraya el valor de estos programas. Sin embargo, un 25% la encontró neutral y un 15% poco o nada útil, sugiriendo que hay margen para mejorar la calidad y relevancia de algunos programas de mentoría.

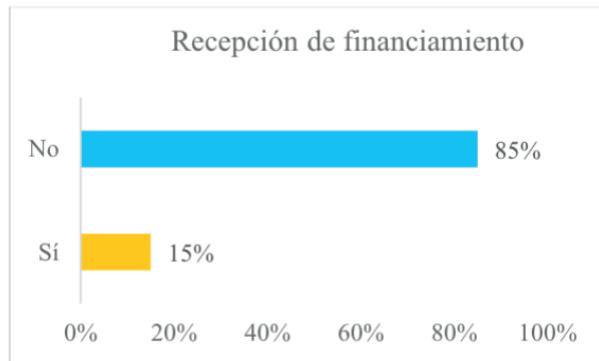


Gráfico 10. Recepción de financiamiento

Fuente: elaboración propia

Solo el 15% de los emprendimientos recibieron algún tipo de financiamiento, lo que destaca el área de oportunidad significativa en el apoyo financiero disponible para los emprendedores estudiantiles. Esto se alinea con la falta de financiamiento como una de las principales razones de abandono.

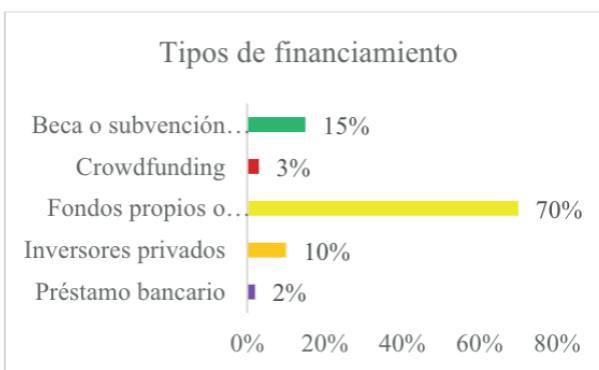


Gráfico 11. Tipos de financiamiento

Fuente: elaboración propia

Entre los financiamientos que se consideran, la gran mayoría (70%) dependió de fondos propios o familiares. Esto sugiere una falta de acceso a fuentes de financiamiento externas. Las becas o ayudas académicas (15%) e inversores privados (10%) tienen un rol menos significativo, en cambio, el crowdfunding y los créditos bancarios son alternativas poco empleadas.



Gráfico 12. Recursos adicionales deseados

Fuente: elaboración propia

El financiamiento (80%) y la mentoría (70%) son los recursos adicionales más solicitados, lo cual coincide con las principales causas de abandono. Asimismo, la formación en habilidades empresariales (65%) y un mayor respaldo institucional (55%) son altamente requeridos, señalando áreas fundamentales en las que las instituciones educativas podrían fortalecer su apoyo.



Gráfico 13. Influencia de la experiencia emprendedora en planes futuros

Fuente: elaboración propia

Es motivador observar que el 75% se siente incentivado a continuar con sus proyectos a pesar de los obstáculos. Esto indica que, a pesar de ser compleja, la experiencia suele ser positiva y educativa. Un 17% no sintió una influencia relevante, mientras que únicamente un 8% se sintió desmotivado, lo que sugiere que la experiencia emprendedora, incluso si no resulta exitosa, raramente desanima totalmente a los alumnos a contemplar el emprendimiento en el futuro.

CONCLUSIONES

El emprendimiento estudiantil enfrenta desafíos significativos, principalmente en términos de financiamiento y apoyo institucional. La mayoría de los proyectos se enfoca en el comercio tradicional, lo que indica una falta de adopción de tecnologías y modelos de negocio innovadores. Esta tendencia coincide con lo observado por Valdivia et al. (2019), quienes señalan que, aunque ha aumentado la actividad emprendedora, la documentación y el desarrollo de iniciativas innovadoras son limitados. Las universidades deben adaptarse a un entorno globalizado y que los recortes financieros han afectado su capacidad para fomentar la innovación.

La alta tasa de proyectos pausados o abandonados revela la necesidad urgente de un ecosistema emprendedor más amplio. La falta de financiamiento, la sobrecarga académica y la carencia de conocimientos empresariales se identificaron como los principales obstáculos. Esto refleja una desconexión entre la formación académica y las demandas prácticas del emprendimiento, un fenómeno también observado por Cobo y Alvares (2021) que mencionan “a pesar de los esfuerzos por integrar formación práctica en los programas académicos, muchos estudiantes todavía carecen de las competencias necesarias para enfrentar desafíos reales en el ámbito del emprendimiento, lo que refuerza la idea de una desconexión entre teoría y práctica”.

Pese a estos retos, resulta positivo que los universitarios se sientan incentivados a seguir con su emprendimiento. Esto indica que, a pesar de ser complicada, la experiencia se percibe como valiosa para su crecimiento profesional y personal. La necesidad de recursos extra como mentoría y formación en competencias empresariales señala una ruta definida para potenciar el respaldo a estos emprendedores.

RECOMENDACIONES

Es crucial desarrollar un ecosistema de apoyo más integral que incluya acceso a financiamiento diversificado, programas de mentoría personalizados y espacios de colaboración como incubadoras y aceleradoras dentro de las universidades. La colaboración con el sector privado y organismos gubernamentales podría ser clave para ampliar estos recursos.

Se recomienda fomentar la diversificación de los sectores de emprendimiento, con énfasis en tecnología y comercio electrónico. Como lo señalan Lozada et al. (2021) “Hay que desarrollar el conocimiento para adquirir habilidades para reconocer las oportunidades que se presentan en momentos determinados para desarrollar su negocio o su vida”. Esto podría lograrse mediante talleres especializados, hackatones y colaboraciones con empresas tecnológicas, ayudando a los estudiantes a alinearse mejor con las tendencias globales del mercado y aumentar sus posibilidades de éxito a largo plazo.

REFERENCIAS

Cobo Litardo, Elsyte Teresa y Álvarez Cortes, Alexis Benancio. Formación de competencias en emprendimiento de la carrera gestión empresarial en la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, Ecuador. Universidad y Sociedad [online]. 2021, vol.13, n.5, pp. 596-604. Epub 02-Oct-2021. ISSN 2218-3620.

Cochran, W. G. (1977). Muestreo y estimación. México: McGraw-Hill.

Echeita, G., & Serrano, G. (2019). Educación inclusiva: el sueño de una noche de verano. Octaedro.

Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM). (2018). Diagnóstico 2018 del Fondo Nacional Emprendedor. <https://www.inadem.gob.mx/wp-content/uploads/2018/12/Informe-Rendici%C3%B3n-de-Cuentas-2013-2018-Firmado.pdf>

Lázaro, E. (2024, Septiembre 10). *Colaboración entre gobierno, sector privado y academia, clave para la industria de los estados*. El Economista. <https://www.economista.com.mx/estados/Colaboracion-entre-gobierno-sector-privado-y-academia-clave-para-la-industria-de-los-estados-20240910-0137.html>

Lozada Almendariz, Fabián Enrique; Cedeño Coya, Jennifer Yucenty; Chinga Muentes, Eder Israel y Miranda Flores de valgas, Teddy Xavier. factores que motivan el emprendimiento: nuevas tecnologías para dinamizar una economía social. rehuso [online]. 2021, vol.6, n.1, pp.77-86. epub 01-abr-2021. issn 2550-6587. <https://doi.org/10.5281/zenodo.5513102>

Neri Guzmán, Juan Carlos. (2024). Universidades públicas en México: análisis del emprendimiento. *Problemas del desarrollo*, 55(216), 141-167. Epub 21 de junio de 2024.<https://doi.org/10.22201/iiec.20078951e.2024.216.70026>

Sánchez Molina, Arturo Alexander, & Murillo Garza, Angélica. (2021). enfoques metodológicos en la investigación histórica: cuantitativa, cualitativa y comparativa. debates por la historia, 9(2), 147-181. epub 20 de junio de 2022.<https://doi.org/10.54167/debates-por-la-historia.v9i2.792>

Valdivia-Velasco, Magali, Coronado-Guzmán, Graciela y Aguilera-Dávila, Aída (2019). Emprendimiento en las universidades públicas mexicanas: Estudio bibliométrico-Entrepreneurship in Mexican public universities: Bibliometric study. Revista Venezolana de Gerencia, vol. 2, pp. 431-455, 2019. Universidad del Zulia.