

LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS EMPRENDEDORES Y SU DESARROLLO PROFESIONAL

EMPRENDIMIENTO UNIVERSITARIO

AUTORES:

Autor Carlos Orlando Vélez Chávez ¹

Autor Bryan Adrián Vera Delgado ²

Autor Sofia Valentina Moreira Vincés ³

DIRECCIÓN PARA CORRESPONDENCIA: carlos.velez@uleam.edu.ec

Fecha de recepción: 6/11/2023

Fecha de aceptación: 17/11/2023

RESUMEN

Los estudiantes siempre han buscado la manera de superarse, es por ello que optan por el camino del emprendimiento, con la finalidad de obtener ingresos tempranos para sustentar sus gastos básicos. La problemática se centra en el escaso apoyo que ha habido por parte de las instituciones públicas y privada hacia los estudiantes y sus emprendimientos, ese entorno de poco apoyo además ha limitado la creatividad y el desarrollo de habilidades empresariales, es así que el objetivo de la investigación fue investigar el nivel de desarrollo, apoyo e interés en el emprendimiento desde su formación universitaria. La metodología utilizada de nivel exploratoria, descriptiva, analítica, mediante el enfoque cuantitativo y cualitativo llegando a importantes conclusiones para la puesta en marcha de estrategias metodológicas de enseñanza aprendizaje desde la formación de tercer nivel; se aplica un cuestionario con variables para recopilar la información sobre los emprendimientos en el entorno universitario, nivel desarrollo, apoyo por parte de la universidad, interés y motivación, entre otros. Con importantes resultados que un porcentaje significativo de estudiantes que no emprenden por varios factores que deben considerarse en la toma de decisiones en la facultad Ciencias Administrativas, Contables y Comercio, específicamente en la carrera de Administración de Empresas como

¹ Ingeniero Comercial, Máster en Administración de Empresas, Docente Auxiliar. Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. carlos.velez@uleam.edu.ec, <http://orcid.org/0000-0003-0371-4773>, Manabí, Ecuador

² Ingeniero en Contabilidad y Auditoría, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, bavdlittle@gmail.com, <http://orcid.org/0000-0002-1341-5024>, Manabí, Ecuador.

³ Estudiante de la carrera de Administración de Empresas, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, e1316495793@live.uleam.edu.ec, Manabí, Ecuador.

metodologías dinámicas, afianzar el programa de mentoría emprendedora, estrategias para elevar la cultura emprendedora, entre otros.

PALABRAS CLAVES/ PALAVRAS-CHAVE: Emprendedor; Innovación; Estudiantes; Creatividad.

ENTREPRENEURIAL UNIVERSITY STUDENTS AND THEIR PROFESSIONAL DEVELOPMENT

RESUMO

Os alunos sempre procuraram formas de se aprimorarem, por isso optam pelo caminho do empreendedorismo, com o objetivo de obter renda precoce para sustentar suas despesas básicas. O problema centra-se no pouco apoio que tem havido de instituições públicas e privadas aos estudantes e seus empreendimentos, este ambiente de pouco apoio também limitou a criatividade e o desenvolvimento de competências empresariais, portanto o objetivo da pesquisa foi investigar o nível de desenvolvimento, apoio e interesse pelo empreendedorismo desde a formação universitária. A metodologia utilizada a nível exploratório, descritivo, analítico, através da abordagem quantitativa e qualitativa, chegando a conclusões importantes para a implementação de estratégias metodológicas de ensino-aprendizagem a partir da formação de terceiro nível; É aplicado um questionário com variáveis para coletar informações sobre empreendedorismo no ambiente universitário, nível de desenvolvimento, apoio da universidade, interesse e motivação, entre outros. Com resultados importantes que uma percentagem significativa de alunos não empreende devido a vários factores que devem ser considerados na tomada de decisões na Faculdade de Ciências Administrativas, Contabilidade e Comércio, especificamente na carreira de Administração de Empresas como metodologias dinâmicas, reforçar o programa de mentoría emprendedora, estratégias para elevar a cultura emprendedora, entre outros.

PALAVRAS-CHAVE: Emprendedor; Inovação; Alunos; Criatividade.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, el mundo empresarial está siendo moldeado por la presencia de jóvenes emprendedores que están surgiendo en las universidades de todo el mundo. Estos alumnos universitarios emprendedores, dotados de una visión audaz y una pasión inquebrantable por el cambio, están desafiando las convenciones establecidas y construyendo sus propios caminos hacia el éxito profesional. Estos jóvenes emprendedores universitarios representan una fuerza impulsora en la sociedad, ya que combinan la creatividad, el conocimiento académico y las habilidades empresariales para desarrollar proyectos innovadores y convertir sus ideas en realidades concretas. A través de su espíritu emprendedor, estos estudiantes están rompiendo barreras y generando impacto en diversas áreas, desde la tecnología hasta la sostenibilidad, pasando por la salud, la educación y mucho más.

Núñez López (2017) El desarrollo profesional de estos alumnos universitarios emprendedores va más allá de la mera adquisición de conocimientos teóricos en las aulas. Su experiencia emprendedora les permite aplicar de manera práctica lo aprendido, enfrentarse a desafíos reales y aprender valiosas lecciones en el camino. Además, su actitud proactiva y su capacidad para asumir riesgos les brinda la oportunidad de ampliar sus redes de contactos y establecer colaboraciones con profesionales y empresas de diversos sectores.

El ecosistema universitario proporciona un entorno propicio para fomentar el espíritu emprendedor de los alumnos, brindándoles recursos, mentoría y oportunidades para desarrollar sus ideas y proyectos. Las universidades, conscientes de la importancia de fomentar la cultura emprendedora, están estableciendo programas y centros de emprendimiento que apoyan y nutren el talento de estos jóvenes visionarios.

En resumen, los alumnos universitarios emprendedores representan una nueva generación de profesionales en constante búsqueda de la excelencia y la innovación. Su espíritu emprendedor, combinado con una educación académica sólida, les permite crear su propio camino hacia el éxito profesional y contribuir de manera significativa al desarrollo económico y social de la sociedad en su conjunto.

La investigación que se desarrolló fue de tipo descriptiva, puesto que se indagó el estudio del emprendimiento centralizado en los jóvenes, ya que la sociedad requiere de emprendimientos universitarios para lo cual se precisa de estudiantes entrenados en capacidades emprendedoras dotados de conocimientos desde su formación universitaria.

Importancia de los emprendimientos.

Gallardo & Olivera (2019), emiten su criterio y asegura que los jóvenes universitarios representan los grupos más numerosos y diversos, a pesar de la desigualdad financiera y el nivel de acceso a la universidad, así como los emprendimientos de los jóvenes universitarios realmente es una de sus barreras que no permite una duración estable en el mercado por motivos de financiamiento, es decir muchos de ellos no cuentan con el capital necesario o inclusive no cuentan con un conocimiento en el ámbito de emprendimiento, con esto se quiere llegar a la conclusión de la situación actual económica del país.

Algunas actividades desarrolladas para fomentar el emprendimiento es contar con un plan comunicacional, que permita difundir y promocionar las actividades que se desarrollen y desarrollar espacios y mecanismos que permitan dar a conocer y difundir el emprendimiento e innovación desarrollado por la comunidad universitaria. No cabe duda, que la comunidad universitaria y la juventud emprendedora, requieren aún más conocimientos técnicos y funcionales para emprender, y apoyo, quizá estatal, en cuanto al financiamiento de sus ideas y proyectos. En la actualidad las universidades cumplen la función y compromiso de apoyar a la sociedad en el desarrollo de emprendimientos, teniendo como objetivo generar empoderamiento administrativo a través de planes de negocios diseñados técnicamente para la mejora de la productividad y competitividad de los actores y organizaciones de economía popular y solidaria.

Los emprendedores, al desarrollar nuevos negocios para satisfacer las necesidades de la población, permiten incrementos de productividad y generan la mayor parte del empleo. Entonces, se genera más y mejor empleo que contribuye al incremento del valor agregado de la economía.

Peter F. Drucker (2019) sugiere que la innovación sistemática consiste en la búsqueda organizada y con un objetivo, de cambios, y en el análisis sistemático de las oportunidades que ellos, pueden ofrecer para la innovación social o económica. (Romero, 2019), dice que, la gestión de la calidad genera beneficios a cualquier empresa para alcanzar los objetivos deseados que añade valor a sus productos y servicios; con ellos se conseguiría satisfacción en los clientes y el alcance de ventajas competitivas que hagan la diferencia en su campo.

Lizano Flores, E., & Villegas Huamani, A. R. (2019) la satisfacción del cliente es concebida como una medida o parámetro de la forma en que los productos y servicios proporcionados por una organización cumplen o superan las expectativas del usuario. La satisfacción del cliente es el número de usuarios, o el porcentaje del total de clientes, cuyo reporte de sus experiencias con una empresa, sus productos, o sus servicios (índices de calificación) es positivo o conforme a sus expectativas. En la actualidad se denomina satisfacción del cliente cuando este queda conforme con lo que ha recibido.

Alavi y Leidner (2003) definen el conocimiento como la información que el individuo posee en su mente, personalizada y subjetiva, relacionada con hechos, procedimientos, conceptos, interpretaciones, ideas, observaciones, juicios y elementos que pueden ser o no útiles, precisos o estructurales. En el ámbito empresarial, las personas enfrentan frecuentemente situaciones de distinta complejidad, que en muchos de los casos no son resueltas a tiempo ni tampoco son abordadas consistentemente. Por lo tanto, la toma de decisiones a nivel gerencial es un factor de gran relevancia a ser considerado en el direccionamiento estratégico, favoreciendo considerablemente a alcanzar los objetivos y metas propuestas por las organizaciones.

Canelones & Fuentes, (2015); Sánchez & Rodríguez, (2019), Cedeño, et al., (2019); García, et al., (2016); Medina, et al., (2018); Moya, et al, (2019), mencionan que la toma de decisiones permite identificar las fortalezas y las oportunidades comerciales de una empresa, sobre todo asumir con responsabilidad las amenazas e incertidumbres de un mercado volátil y cambiante como el que se observa actualmente. Cabe mencionar, que, a fin de disminuir la incertidumbre en el proceso de toma de decisiones, el gerente debe poseer información de carácter confiable y oportuna que permita reducir los riesgos en todas las actividades organizacionales Márquez, (2012); Valera, et a., (2019).

Las universidades también pueden apoyar el espíritu empresarial de los estudiantes a través de la investigación aplicada utilizando métodos específicos según el nivel de educación, que pueden generar conocimiento y contribuir al desarrollo de ecosistemas emprendedores proporcionando datos, análisis y consejos prácticos para apoyar el éxito emprendedor universitario.

En Ecuador (Moran-Montalvo, 2018), observa que el sector de la economía donde los estudiantes mostraron mayor interés para emprender es el sector comercial. El comercio es la actividad productiva que más ingresos generan al país. Las ventas que tienen un alto dinamismo son: electrodomésticos, aparatos tecnológicos y textiles. Como muestra de ello, tanto hombres como mujeres se inclinan hacia esta industria; a pesar de limitaciones como barreras

de entrada o la alta competencia que implica el comercio. Esta inclinación también tiene cierta variabilidad de acuerdo con la carrera del emprendedor.

Las universidades ecuatorianas juegan un papel importante en el apoyo al desarrollo de los profesionales empresariales y sus empresas. "El índice de fracasos en emprendimientos se reduce de forma categórica cuando los mismos cuentan con entrenamiento y educación, entendiendo de esta manera, que la educación universitaria posibilita que los emprendimientos sean sostenibles reduciendo además el riesgo de fracasos." (Guevara Gómez et al., 2022).

Para apoyar a los emprendedores universitarios, las universidades ecuatorianas pueden aplicar un enfoque integral que abarque diferentes aspectos. Este es un enfoque que las universidades ecuatorianas pueden utilizar tomando como ejemplo lo indicado por (Hernández Herrera, 2017): las universidades pueden ofrecer programas académicos, cursos y seminarios enfocados específicamente en el espíritu empresarial. Estos cursos pueden proporcionar a los estudiantes las habilidades y los conocimientos necesarios para iniciar y administrar su propio negocio. La educación empresarial puede incluir áreas como la identificación de oportunidades, la planificación empresarial, la gestión financiera, el marketing y la innovación.

Las incubadoras

Las incubadoras de empresas surgen y evolucionan en el mundo y específicamente en América Latina, como solución al problema del divorcio que se produce entre las ideas emprendedoras y los recursos necesarios para ponerlas en marcha. En este ámbito las universidades potencian nuevas las ideas de docentes y estudiantes. Los centros de educación superior cuentan con fortalezas relacionadas a la infraestructura, talento humano y recursos técnicos y tecnológicos que ofrecen un soporte a los nuevos emprendimientos y crea una relación conveniente entre el sector empresarial, la universidad y la sociedad en general. (Guerra Triviño et al., 2015).

Las universidades pueden establecer programas de incubación y aceleración de empresas para apoyar a los emprendedores universitarios en las primeras etapas de desarrollo del proyecto. Estos programas pueden proporcionar empleos, asesoramiento comercial, tutoría, creación de redes, recursos

financieros y servicios de apoyo técnico para ayudar a los empresarios a construir y hacer crecer sus negocios.

Vínculos con la industria y los ecosistemas empresariales: las universidades pueden facilitar la colaboración y el intercambio de conocimientos entre los empresarios universitarios y la industria local, esto se puede lograr formando alianzas estratégicas con empresas, organizaciones empresariales y miembros del ecosistema empresarial ecuatoriano. Estas conexiones pueden llevar a los empresarios a pasantías, pasantías, empresas conjuntas y posibles asociaciones comerciales. Eventos y concursos de emprendimiento: las universidades pueden organizar eventos, ferias y concursos de emprendimiento para promover la creatividad, la innovación y el intercambio de ideas entre los estudiantes emprendedores. Estos eventos pueden servir como una plataforma para que los empresarios universitarios presenten proyectos, reciban comentarios de expertos y se comuniquen con posibles inversores, socios comerciales o clientes. Acceso a financiación y recursos: Las universidades pueden facilitar el acceso a fuentes de financiación y recursos para los emprendedores universitarios. Esto puede incluir la creación de fondos de inversión, la vinculación con esquemas de financiación públicos o privados y la compra de laboratorios, equipos y tecnología necesarios para desarrollar proyectos empresariales. Este enfoque integral, que combina capacitación, apoyo en etapas tempranas, contactos en la industria, espíritu empresarial y acceso a financiamiento y recursos, puede fomentar el desarrollo de profesionales de negocios y facilitar la creación y el crecimiento de negocios exitosos en Ecuador. Cada universidad en Ecuador puede aplicar este enfoque de acuerdo con sus recursos, necesidades y objetivos específicos y se esfuerza por fortalecer el ecosistema emprendedor en su comunidad universitaria. (Piñero et al., 2013)

Apoyo en investigaciones generando emprendimientos.

Las universidades ecuatorianas pueden apoyar carreras de pregrado a través de la investigación aplicada que está enfocada a resolver problemas específicos y generar conocimiento práctico que pueda ser aplicado en una empresa. A continuación, se presentan algunos tipos de investigación aplicada que pueden ser importantes para apoyar el emprendimiento entre estudiantes universitarios en Ecuador.

Los empresarios universitarios pueden beneficiarse de la investigación que analiza los mercados y las industrias en las que esperan ingresar. Estos estudios pueden evaluar la demanda de un producto o servicio, identificar a los competidores y analizar las tendencias del mercado. Este tipo de investigación puede ayudar a los empresarios a tomar decisiones informadas

sobre su propuesta de valor, segmentación del mercado y estrategia de comercialización.

La investigación aplicada también puede incluir el análisis financiero y la evaluación de viabilidad de proyectos empresariales. Esto incluye examinar costos, ingresos, proyecciones financieras y análisis de sensibilidad para determinar la viabilidad financiera del negocio. Los investigadores pueden desarrollar modelos financieros, realizar análisis de riesgo y recomendar estrategias para mejorar la rentabilidad y la sostenibilidad empresarial. Investigación de impacto y evaluación de programas: las universidades pueden realizar investigaciones para evaluar el impacto y la eficacia de los programas de apoyo empresarial. Estos estudios pueden analizar la eficacia de los programas de incubación, aceleración, consultoría o formación en el desarrollo empresarial. Los investigadores pueden recopilar datos, realizar encuestas y entrevistar a otros empresarios para evaluar los resultados y hacer recomendaciones para mejorar los programas existentes.

Los investigadores pueden estudiar y analizar modelos de negocios innovadores relevantes para el contexto ecuatoriano. Esto incluye investigar casos de éxito, identificar buenas prácticas y realizar evaluaciones comparativas para comprender qué elementos son clave para el éxito de estos modelos. La investigación puede ayudar a los empresarios a identificar oportunidades, adaptar modelos existentes y crear nuevos modelos de negocios que se adapten a los mercados locales. Investigación tecnológica y desarrollo de productos: la investigación aplicada también puede centrarse en el desarrollo tecnológico y la aplicación empresarial. Esto puede incluir investigación en áreas como innovación tecnológica, desarrollo de productos, optimización de procesos e implementación de soluciones digitales. Los investigadores pueden trabajar con empresarios para crear prototipos, probar y analizar la viabilidad técnica y comercial de las soluciones propuestas. (Mendelson, H, 2014).

Se justifica la investigación puesto que el emprendimiento universitario fomenta la colaboración entre estudiantes y profesores de diferentes disciplinas académicas, al trabajar juntos en proyectos empresariales, los participantes pueden combinar sus conocimientos y perspectivas únicas, lo que a menudo resulta en soluciones más completas e innovadoras y pueden generar empleo tanto para los propios emprendedores como para otros miembros de la comunidad, así estas empresas pueden contribuir al desarrollo

económico local al impulsar la innovación, atraer inversiones y generar actividad empresarial en la región. (Saldarriaga, 2018).

El emprendimiento universitario representa una oportunidad invaluable para los estudiantes y miembros de la comunidad académica. A través de esta actividad, se fomenta el espíritu emprendedor, se impulsa la innovación, se desarrolla habilidades empresariales, se promueve la colaboración multidisciplinaria y se contribuye al desarrollo económico. Con el apoyo y los recursos universitarios disponibles, los emprendedores universitarios tienen la posibilidad de convertir sus ideas en realidades exitosas, generar empleo y dejar un impacto significativo en su entorno. El emprendimiento universitario no solo es un camino hacia el éxito empresarial, sino también una experiencia enriquecedora que potencia el crecimiento personal y profesional. (López, 2017).

MATERIALES Y MÉTODOS

En la presente investigación, la metodología que se utilizó fue nivel teórico, exploratoria, descriptiva ya que se utilizó una serie de hechos y proceso para obtener datos relacionados al tema, mediante la técnica de encuesta, el enfoque es cuantitativo para los análisis estadísticos. La investigación es un estudio descriptivo que, según (Casimiro Urcos et al., 2019) busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan estas. Dado que este caso se refiere a la forma en que una universidad apoya el emprendimiento de los estudiantes, mediante un cuestionario de variables consultadas a estudiantes universitarios para recabar información sobre sus experiencias, necesidades, desafíos y percepciones sobre el apoyo que recibieron de la universidad sobre el emprendimiento. Se utilizó una muestra por conveniencia con 77 alumnos de la Facultad Ciencias Administrativas, Contables y Comercio.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN:

A continuación, se presentan los resultados del cuestionario que son la base del instrumento de investigación a través de los cuales se recopiló información a 77 estudiantes de la facultad con variables a los emprendimientos de los universitarios.

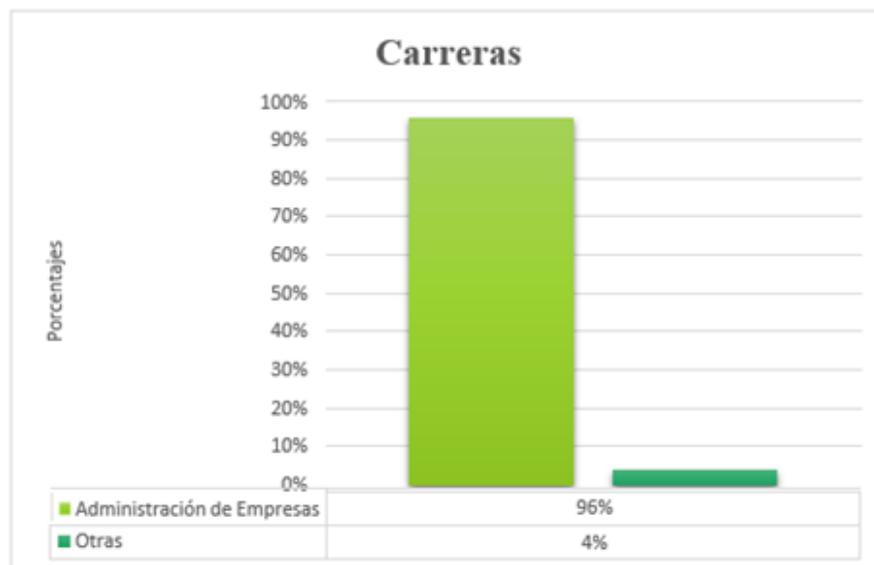


Imagen 1. Carreras participantes

Análisis

Los alumnos de la Carrera de Administración de Empresas con un 96%, siendo el 4% de otras carreras de la misma facultad.

Nivel de estudio

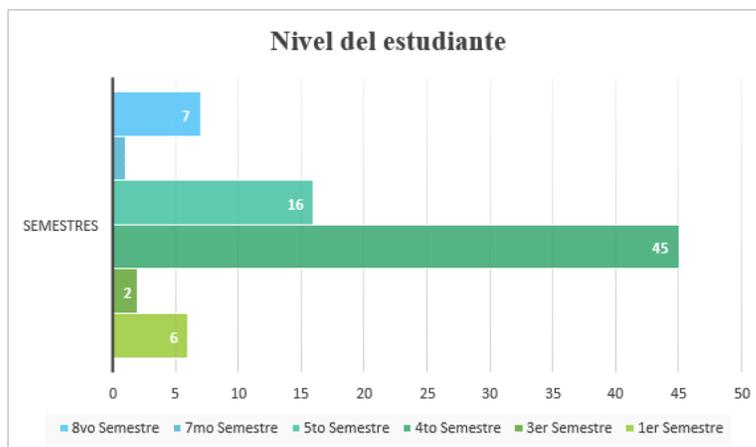


Imagen 2. Nivel del estudiante

Análisis

Con respecto al nivel que cursan los 77 estudiantes que respondieron la encuesta, se desglosa de la siguiente manera: para el primer semestre se cuenta con 6 respuestas, tercer semestre con solo 2 estudiantes, 4to semestre es el ciclo con más respuestas por parte del alumnado encuestado, con un total de 45 respuestas, en quinto semestre con 16 estudiantes, entre el séptimo y octavo semestre hay 8 respuestas.

¿Actualmente es un alumno emprendedor?

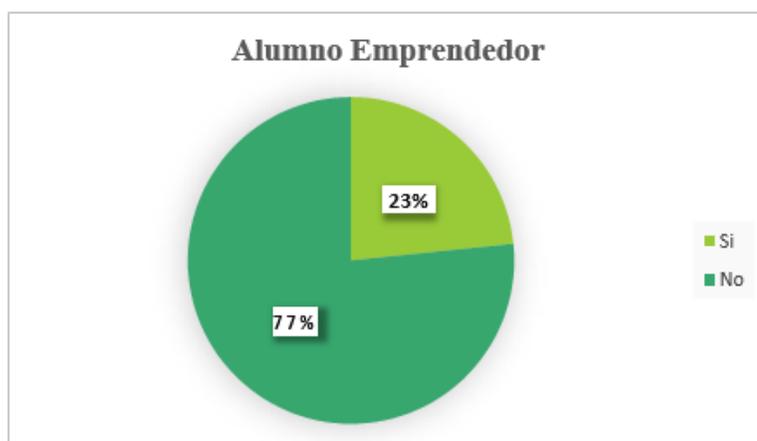


Imagen 3. Condición del estudiante

Análisis

Según los datos de la imagen 4, la mayoría de los encuestados respondieron que no son emprendedores, con un 77%, por otro lado, el 23% afirma que si se encuentran emprendiendo.

¿Los estudiantes emprendedores qué tipo de emprendimiento tienen?

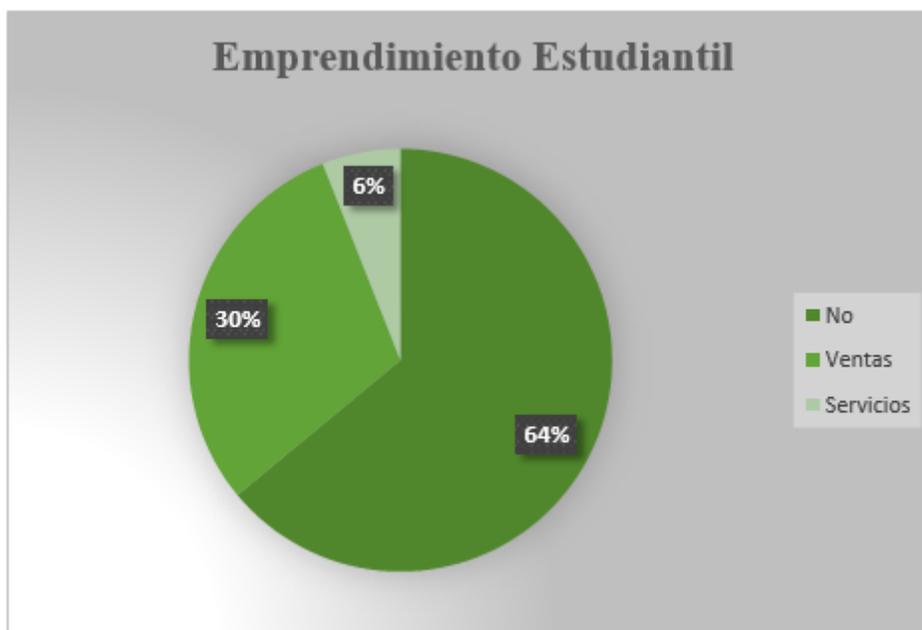


Imagen 4. Tipo de emprendimiento

Análisis

La mayor motivación de un estudiante para emprender es cubrir sus necesidades diarias, por ello toman la iniciativa de realizar emprendimientos. Dentro de esta pregunta, el 64% que corresponde a 46 encuestados respondieron que no cuentan con un emprendimiento, incluso algunos de ellos no tienen en mente realizarlo; el 32%, con una cifra de 29 estudiantes se dedican a ofrecer un servicio de ventas, el producto varía entre las respuestas, destacando; la venta de joyas, venta de ropa y demás; con el 6% que corresponde a cuatro estudiantes que prestan sus servicios tales como actividades contables, entre otros servicios.

¿Ha recibido algún tipo de apoyo por parte de la universidad para su emprendimiento?



Imagen 5. Apoyo recibido de parte de la Universidad

Análisis

La Universidad ha brindado apoyo logístico a cinco estudiantes de los 77 encuestados, lo que corresponde a un 6% como se muestra en la imagen 6. La gran mayoría con el 94% que corresponde 72 estudiantes consideran que la universidad no les ha brindado apoyo.

En caso de haber recibido apoyo, ¿qué tipo de apoyo ha recibido de la universidad? (seleccione una o varias opciones)

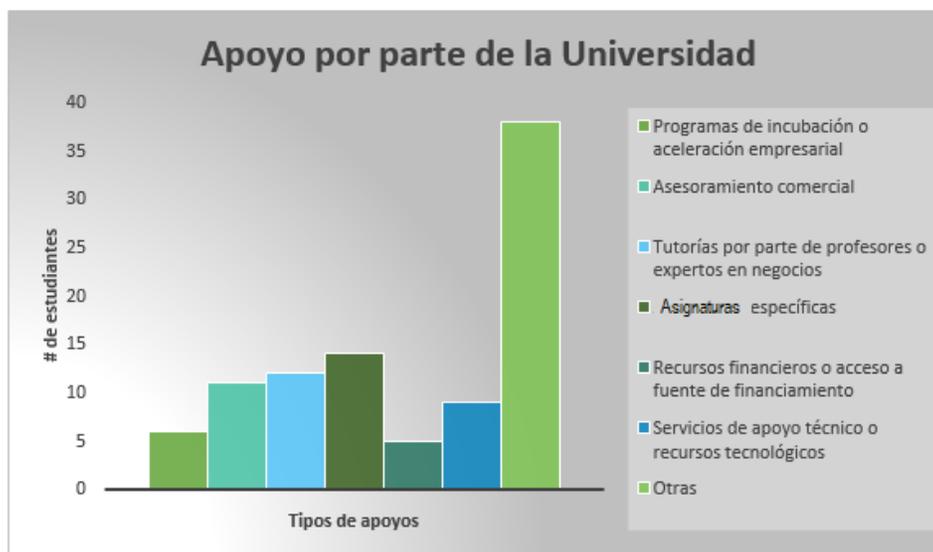


Imagen 6. Tipo de apoyo recibido de parte de la Universidad

Análisis

Como opciones en esta pregunta se tuvo los resultados: programas de incubación o aceleración empresarial con 6 respuestas; asesoramiento comercial con 11 respuestas por parte del estudiantado; tutoría por parte de profesores o expertos en negocios tiene 12 respuestas; asignaturas específicas con 14 replicaciones; por otro lado esta los recursos financieros o acceso a fuente de financiamiento obtiene 5 respuestas; el servicio de apoyo técnico o recurso tecnológico tuvo 9 respuestas y por último, la opción de otros tipos de apoyo tuvo 39 respuestas.

¿Cómo evalúa la efectividad del apoyo recibido por parte de la universidad en el desarrollo de su emprendimiento?

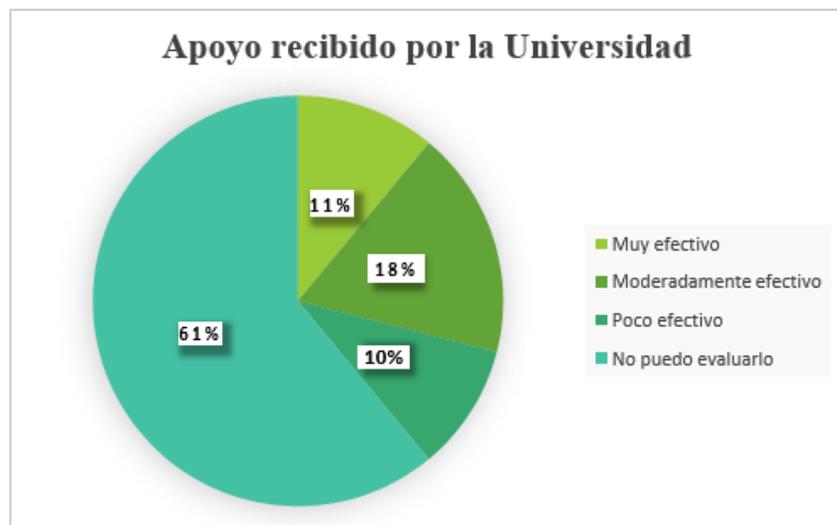


Imagen 7. Efectividad del apoyo recibido de parte de la Universidad

Análisis

Continuando con el apoyo brindado de parte de la universidad a los estudiantes, se tienen las siguientes clasificaciones: “muy efectivo” hay un 11% con 8 respuestas; “moderadamente efectivo” con un 18% es decir 14 respuestas por parte de los estudiantes; el 10% hace referencia al literal “poco efectivo” con 8 respuestas; y, por último, el “no puedo evaluarlo” se lleva la mayoría de los votos, con 47 replicaciones con el 61%. Esta última opción mayoritariamente escogida concuerda con las anteriores respuestas en las cuales la mayoría de los estudiantes perciben que no han recibido apoyo.

¿Sugerencias para mejorar el apoyo de la universidad a los alumnos emprendedores?

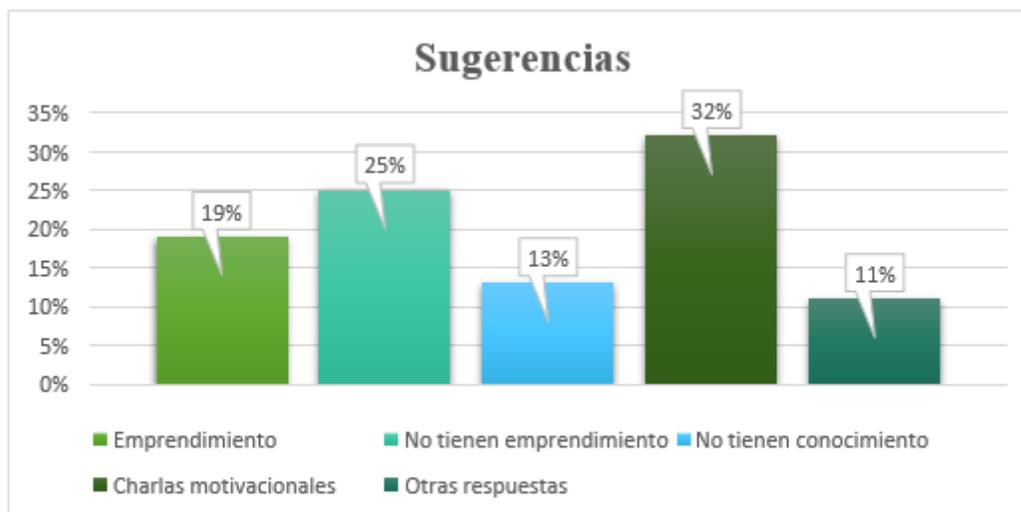


Imagen 8. Sugerencias de parte de estudiantes en cuanto al apoyo

Análisis

Los estudiantes han tenido una pregunta de libre expresión, en la cual el 19% se trata sobre la palabra emprendimiento, aquella hace énfasis a que los 14 estudiantes consideran que la universidad debe de brindar talleres, ferias y casas abiertas de emprendimientos, abrir las puertas a inversionistas y promocionar el emprendimiento como tal. Por otro lado, se lleva el 25% los estudiantes que no tienen en mente este tipo de realización, por ende, no les interesa conocer el ámbito del emprendimiento. Así mismo, un porcentaje más pequeño, que es el 13% no tienen conocimiento en base a lo que se está indicando en la pregunta, por lo que las respuestas más comunes fueron "no sé, ninguno". Los comentarios sobre "las charlas motivacionales" fueron las más mencionadas en los comentarios, llevándose el 32%, siendo los mismos estudiantes los cuales consideran necesario y sobre todo una alternativa excelente por parte de la universidad a los alumnos emprendedores, es las charlas motivacionales, para así incentivar a la creatividad e iniciar un tipo de emprendimiento que permita obtener ayuda económica y sobre todo conocimientos en base al este campo.

Por último, se clasificó el 11% "otras respuestas" que han sido escritas por el alumnado encuestado, las mismas que no han sido expresadas de la mejor manera.

DISCUSIÓN:

La encuesta realizada a los alumnos de la Facultad Ciencias Administrativas, Contables y Comercio de la Uleam, muestra que actualmente la mayoría de los estudiantes no cuentan con un emprendimiento, esto puede verse como señala (Aragon y Baixauli, 2014) la falta de actitud y formación emprendedora y empresarial en los niveles básicos y medios de formación, representan un obstáculo para fomentar la iniciativa emprendedora en los jóvenes. Por lo tanto, educar y formar tempranamente con el objetivo de potenciar la creatividad y el espíritu emprendedor es fundamental.

Cabe recalcar que, en la actualidad se vive en un mundo cada vez más competitivo y globalizado, donde el emprendimiento desempeña un papel fundamental en la generación de empleo, el desarrollo económico y la innovación. Sin embargo, a menudo vemos que los jóvenes carecen de las habilidades necesarias para emprender y desarrollar sus ideas de negocio. Esta falta de preparación emprendedora puede deberse en gran medida a la ausencia de una educación formal que fomente y promueva el espíritu emprendedor desde las etapas iniciales de la formación.

La pregunta 3 muestra que la mayoría de los estudiantes no reciben apoyo de parte de la Universidad, las universidades juegan un papel importante como destaca el autor (Jacóme, Tinajero, & Suárez, 2018) la universidad es un actor clave en el desarrollo del perfil profesional de sus egresados, es el contexto idóneo para mejorar la empleabilidad de los mismos a través del fomento al emprendimiento, que favorezca la elevada tasa de desempleo juvenil en Ecuador, que casi supera el 60%.

La universidad, como institución de educación superior, desempeña un papel crucial en la formación y desarrollo de los estudiantes, ya que el mercado laboral hoy en día se enfrenta a desafíos significativos, y la falta de oportunidades de empleo para los jóvenes es uno de los problemas más apremiantes en muchos países, incluido Ecuador. La tradicional búsqueda de empleo en empresas establecidas ya no es suficiente para absorber a todos los graduados universitarios, y es fundamental explorar nuevas formas de generar empleo y promover la iniciativa empresarial.

La autora (Ortiz Riaga, 2015) teniendo en cuenta que una de las principales características del emprendedor es la autoconfianza y la autocrítica con el deseo de mejorar y evolucionar, los programas de orientación enfocados al conocimiento de uno mismo son los más adecuados para que el alumnado de los ciclos formativos empiece a conocerse y a creer en sí mismo, y así poder llegar a tomar la decisión de arriesgarse y adentrarse en la iniciativa emprendedora. Se considera que los programas de orientación enfocados en el conocimiento de uno mismo son fundamentales para que el alumnado de los ciclos formativos desarrolle la autoconfianza y la autocrítica necesarias para emprender. Además, las charlas motivadoras desempeñan un papel crucial en este proceso, ya que pueden inspirar y empoderar a los estudiantes, brindándoles el impulso necesario para tomar decisiones arriesgadas y adentrarse en la iniciativa emprendedora.

CONCLUSIONES

Un gran porcentaje de los estudiantes encuestados ha respondido que no es de su agrado tener conocimiento acerca de emprendimientos, la hipótesis es que estos estudiantes se han desarrollado en ambientes que sostienen la economía del hogar siendo empleado público o privado, es necesario minimizar este desinterés y como opción para aprobar la carrera que el estudiante sustente su emprendimiento en marcha.

Bajo apoyo por parte de la institución pública y de la universidad, un porcentaje considera que el apoyo de la institución hacia los estudiantes ha sido casi nulo y/o ausente, es decir, que los programas de mentoría emprendedora o asignaturas claves deben revisarse su metodología que promueva los emprendimientos de estudiantes.

Algunas de las alternativas que indican los mismos estudiantes ha sido mediante charlas motivacionales, casas abiertas, ferias, plan de negocios permitiendo una oportunidad de que los estudiantes despeguen con sus emprendimientos. En conjunto, estas formas de apoyo por parte de las universidades crean un entorno propicio para el emprendimiento universitario, requieren recursos, conocimientos, mentoría y conexiones que son fundamentales para el éxito de los emprendedores.

El emprendimiento universitario es una actividad en la que los estudiantes y miembros de la comunidad universitaria utilizan sus habilidades,

conocimientos y recursos para crear y desarrollar nuevas empresas o proyectos empresariales. A partir de esta descripción y en conjunto con la investigación se concluye que el emprendimiento universitario brinda a los estudiantes la oportunidad de adquirir y desarrollar habilidades empresariales valiosas, como la toma de decisiones, la gestión de proyectos, la comunicación efectiva, el liderazgo y la resolución de problemas. Estas habilidades son fundamentales tanto para el éxito empresarial como para el crecimiento personal y profesional de los estudiantes.

REFERENCIAS

Casimiro Urcos, W. H., Casimiro Urcos, C. N., Casimiro Urcos, J. F., Casimiro Urcos, W. H., Casimiro Urcos, C. N., & Casimiro Urcos, J. F. (2019). Competencias de emprendimiento empresarial en estudiantes universitarios. *Revista Universidad y Sociedad*, 11(5), 61-69.

Castilla Gutiérrez, N. (2021). Inteligencia emocional e iniciativa emprendedora: Futuros emprendedores en la formación profesional.

Cedeño, A., Asencio, L., y Villegas, M. (2019). Las estrategias gerenciales como base fundamental para la administración en los negocios. *Universidad y Sociedad*, 11(5), 191-200.

de Ita, M. E. M., Piñero, F. J., & Delgado, S. A. F. (2013). *El papel de la universidad en el desarrollo*. CLACSO.

Esmeraldas, J. A. B. (2023). Escenarios financieros y su incidencia en la sostenibilidad de los proyectos de emprendimiento, en la ciudad de Manta. *RefCalE: Revista Electrónica Formación y Calidad Educativa*. ISSN 1390-9010, 11(2), 105-122.

Estevill, R. F. V. (2019). La innovación en la investigación educacional. La innovación teórica. *Didasc@lia: didáctica y educación* ISSN 2224-2643, 10(4), 17-32.

González, J., Salazar, F., Ortiz, R., y Verdugo, D. (2019). Gerencia estratégica: herramienta para la toma de decisiones en las organizaciones. *Telos. Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 21(1), 242-267.

Guerra Triviño, O. L., Hernández Castillo, D., & Triviño Ibarra, C. G. (2015). Incubadora de empresas: Vía para el emprendimiento en las universidades. *Revista Universidad y Sociedad*, 7(1), 110-114.

Guevara Gómez, H., Ramos, C., & Gomero. (2022). Emprendimiento y educación universitaria: Una relación necesaria. <file:///C:/Users/USER/Downloads/37846-Texto%20del%20art%C3%ADculo-69931-3-10-20220315.pdf>

Hernández Herrera, C. A., & Sánchez Rodríguez, S. (2017). La educación empresarial: un acercamiento desde los estudiantes universitarios en dos instituciones de educación superior. *Innovación educativa (México, DF)*, 17(75), 81-102.

López, E. G. M., Carreño, O. F. M., Alarcón, L. F. J., & Reinoso, M. V. A. (2017). El emprendimiento en el sistema universitario. *Didasc@ lia: Didáctica y Educación*, 8(1), 163-178.

Martell Alfaro, K. P. (2022). Programa "Actitud emprendedora" y la capacidad para la creación de empresas en la Universidad Nacional de San Martín, 2022.

Mejía, J., Arias, C. y Echeverri, L. (2020). El papel de la educación en creación de empresas en el contexto universitario a partir de los estudios registrados en Scopus. *Revista CEA*, 3(5), 69-87.

Mendelson, H. (2014). Modelos de negocio, tecnologías de la información y la empresa del futuro. *Reinventar la empresa en la era digital*, 63-84.

Morales Romero, K. D. (2020). Análisis de las características y la efectividad de los espacios de innovación y su aporte al emprendimiento de los estudiantes universitarios (Bachelor's thesis).

Moran-Montalvo, C., & Sánchez-Riofrío, A. (2018). El perfil emprendedor universitario: El caso de la Universidad de Especialidades Espíritu Santo en Ecuador. *Revista Ciencia Administrativa*, 1, 92-102.

Moya-Espinosa, P. I., Cortés-Rodríguez, N. C., y Martínez-Cárdenas, A. G. (2019). Proceso de toma de decisiones en mi Pymes hoteleras de Boyacá, Colombia. *Revista de Investigación, Desarrollo e Innovación*, 9(2). doi:10.19053/20278306.v9.n2.2019.9159.

Núñez López, S., Ávila Palet, J. E., & Olivares, S. L. El desarrollo del pensamiento crítico en estudiantes universitarios por medio del Aprendizaje Basado en Problemas *Revista Iberoamericana de Educación Superior*, vol. VIII, núm. 23, enero, 2017.

Romero, K. (2019). Beneficios de un sistema de gestión de calidad adecuado en una empresa. *Revista virtual Pro.Nro. 205. Universidad del Zulia. Venezuela.*, 1-14., 1- 14.

Saldarriaga, M. E., & Guzmán, M. F. (2018). Enseñanza del emprendimiento en la educación superior: ¿ Metodología o modelo? *Magazine School of Business Administration*, 85, 125-142.

Vásquez, C. (2017). Educación para el emprendimiento en la universidad. *Estudios de la Gestión: Revista Internacional de Administración*, 2, Article 2. <https://doi.org/10.32719/25506641.2017.2.5>

Vidaurre Rojas, P. (2023). Modelo de emprendedurismo universitario para incrementar la intención emprendedora