

DOI: <https://doi.org/10.56712/latam.v5i4.2241>

Análisis perceptual de la cultura emprendedora entre estudiantes del Tecnológico Nacional de México campus Ciudad Constitución

Perceptual analysis of the entrepreneurial culture among students of the National Technological Institute of Mexico, Ciudad Constitucion campus

Jesús Adriana Marrufo Calderón

jesus.mc@cdconstitucion.tecnm.mx
<https://orcid.org/0009-0002-6904-1612>
TecNM Cd. Constitución
Cd. Constitución, B.C.Sur – México

María Celeste Balladarez Zamora

celesteballadarez99@gmail.com
<https://orcid.org/0009-0006-0430-3588>
TecNM Cd. Constitución
Cd. Constitución, B.C.Sur – México

Artículo recibido: 03 de junio de 2024. Aceptado para publicación: 19 de junio de 2024.
Conflictos de Interés: Ninguno que declarar.

Resumen

Se investigó la percepción de los estudiantes del Tecnológico Nacional de México campus Ciudad Constitución, (TecNM Cd. Constitución), respecto a la cultura emprendedora. Para lograr este objetivo, se empleó una metodología cualitativa que implicó la selección de una muestra representativa de alumnos, así como el diseño y aplicación de un cuestionario como herramienta de investigación. Los resultados revelaron que el 49% de los estudiantes ha considerado la posibilidad de emprender, una cifra inferior al promedio nacional del 85%. Asimismo, se exploraron los motivadores y obstáculos para el emprendimiento, proporcionando información crucial para futuras políticas y programas de apoyo al emprendimiento educativo. Destacan entre los hallazgos que el 58% de los estudiantes mencionaron el deseo de ser su propio jefe y administrar sus tiempos como motivación para emprender, seguido por un 53% que busca la autosuficiencia económica y la generación de ingresos propios. Además, un 18% expresó su pasión por el mundo empresarial, mientras que un 12% señaló su motivación para emprender como una contribución al desarrollo de la sociedad. En cuanto a los obstáculos, El 73% de los encuestados señaló la falta de recursos económicos y el desconocimiento sobre las fuentes de financiamiento como obstáculos para emprender, seguido por el 37% que citó el miedo al fracaso, el 33% que indicó la falta de conocimientos sobre cómo emprender, el 21% que expresó el temor a perder la inversión y el 16% que destacó la falta de ideas. Estos hallazgos ofrecen una base sólida para el diseño de políticas y programas que fomenten el espíritu emprendedor en el ámbito educativo, abordando las necesidades específicas de los estudiantes y promoviendo un entorno propicio para el desarrollo empresarial.

Palabras clave: percepción estudiantil, cultura emprendedora, políticas educativas

Abstract

The perception of students at the National Technological Institute of Mexico, Ciudad Constitución campus (TecNM Cd. Constitución), regarding entrepreneurial culture was investigated. To achieve this

goal, a qualitative methodology involving the selection of a representative sample of students and the design and administration of a questionnaire as a research tool was employed. The results revealed that 49% of students have considered the possibility of entrepreneurship, a figure lower than the national average of 85%. Additionally, motivators and obstacles for entrepreneurship were explored, providing crucial information for future policies and programs supporting educational entrepreneurship. Notable among the findings is that 58% of students mentioned the desire to be their own boss and manage their time as motivation for entrepreneurship, followed by 53% seeking economic self-sufficiency and generating their own income. Furthermore, 18% expressed passion for the business world, while 12% indicated their motivation for entrepreneurship as a contribution to society's development. Regarding obstacles, 73% of respondents pointed out lack of financial resources and unawareness about funding sources as barriers to entrepreneurship, followed by 37% citing fear of failure, 33% indicating lack of knowledge about how to start a business, 21% expressing fear of investment loss, and 16% highlighting lack of ideas. These findings provide a solid foundation for designing policies and programs that foster entrepreneurial spirit in the educational sphere, addressing specific needs of students and promoting an environment conducive to business development.

Keywords: student perception, entrepreneurial culture, educational policies

Todo el contenido de LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades, publicados en este sitio está disponibles bajo Licencia Creative Commons . 

Cómo citar: Marrufo Calderón, J. A., & Balladarez Zamora, M. C. (2024). Análisis perceptual de la cultura emprendedora entre estudiantes del Tecnológico Nacional de México campus Ciudad Constitución. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades* 5 (4), 212– 223. <https://doi.org/10.56712/latam.v5i4.2241>

INTRODUCCIÓN

La investigación sobre emprendimiento y espíritu emprendedor se erige como un pilar fundamental para abordar necesidades económicas y personales esenciales en la sociedad contemporánea. Más allá de la mera búsqueda de oportunidades laborales por cuenta propia, emprender se traduce en la identificación y desarrollo del propio talento, así como en la adquisición de un control significativo sobre el destino profesional. En este contexto, el emprendimiento ha cobrado una relevancia cada vez mayor en las últimas décadas, evidenciando su impacto significativo en el desarrollo económico y social, la mitigación del desempleo y la mejora de la competitividad en diversos ámbitos.

Este estudio se enmarca en la exploración de los fundamentos teóricos del emprendimiento, los cuales abordan diversos aspectos cruciales de esta disciplina. Se define emprender como la capacidad de gestionar cambios radicales o renovaciones estratégicas para satisfacer necesidades o crear nuevos negocios (Kundel, 1991). Además, se analiza el perfil del emprendedor, sus ventajas personales, la importancia de la innovación y los desafíos que enfrentan los jóvenes emprendedores. Se destaca la relevancia del entorno favorable y de apoyo para el emprendimiento.

Por otro lado, se examina el perfil del emprendedor, quien se caracteriza por identificar oportunidades potenciales en su entorno y organizar los recursos necesarios para llevarlas a cabo, mostrando innovación, dinamismo y disposición para asumir riesgos (Manzano, et. al., 2022). Esta perspectiva enfatiza las cualidades personales y habilidades necesarias para el éxito en el mundo del emprendimiento. En cuanto a las ventajas del emprendimiento, se destaca que ser emprendedor conlleva beneficios personales, como ser su propio jefe, tener control sobre el tiempo y satisfacer la necesidad de logro o autorrealización, además de contribuir al desarrollo económico regional (Staff, 2013). Estos beneficios resaltan la importancia del emprendimiento tanto a nivel individual como colectivo. La innovación y el emprendimiento se reconocen como pilares fundamentales de una economía moderna y sostenible, con impacto directo en la generación de empleo y el bienestar social (Bornstein, 2009, citado por Medina et. al., 2016).

Se señalan también los desafíos que enfrentan los jóvenes emprendedores en términos de acceso a financiamiento, oportunidades y miedo al fracaso, así como las estrategias y políticas gubernamentales para fomentar el emprendimiento (Rodríguez & Chávez, 2015).

Los resultados de este estudio están orientados a contribuir al entendimiento de la percepción de los estudiantes sobre el emprendimiento y a identificar las razones que impiden que algunos de ellos inicien sus propios negocios. El sistema educativo desempeña un papel crucial en la formación de emprendedores, especialmente en momentos de crisis económica, cuando el autoempleo se vuelve más relevante. Es fundamental cultivar vocaciones y habilidades emprendedoras desde la formación profesional, ya que los jóvenes representan un segmento poblacional clave para el desarrollo del emprendimiento y el crecimiento económico sostenible. En el contexto de transición hacia el mercado laboral, los estudiantes del TecNM de Cd. Constitución se posicionan como un grupo crucial, a pesar de que algunos consideran la viabilidad de iniciar su propio negocio, se encuentran con una serie de limitaciones, que van desde la restricción de recursos hasta la carencia de orientación adecuada.

Este desafío no es exclusivo del TecNM Cd. Constitución, dado que el 85% de los jóvenes universitarios en México aspiran a emprender. Sin embargo, enfrentan diversas barreras, entre ellas, la insuficiencia de recursos y la falta de acceso a financiamiento. Además, algunas instituciones financieras no ofrecen el capital necesario, y cuando lo ofrecen, el financiamiento resulta excesivamente costoso para muchos emprendedores.

La relevancia de este estudio radica en su propósito de proporcionar información para que se generen estrategias de mejora en la institución para respaldar el desarrollo de habilidades empresariales y

brindar herramientas a los estudiantes decididos a emprender, lo cual beneficia la economía local. Surge del reconocimiento de que muchos jóvenes en Ciudad Constitución desean emprender, pero se ven limitados por la escasez de recursos y falta de información. Al identificar y abordar estos obstáculos, se busca reducir las barreras para el emprendimiento, lo que puede acelerar el desarrollo económico regional y fomentar la autonomía y el crecimiento personal de los jóvenes emprendedores. Es crucial reconocer que los emprendedores son una parte vital del motor que impulsa la economía del país, por lo tanto, proporcionarles las herramientas y conocimientos necesarios para desarrollar sus proyectos es fundamental. Este estudio representa una oportunidad valiosa para contribuir al crecimiento económico y social de la comunidad a través del emprendimiento, destacando la necesidad de un entorno favorable y de apoyo para los emprendedores en sus esfuerzos por iniciar y hacer crecer sus negocios.

Objetivo de la investigación

- Identificar la percepción de los estudiantes del TecNM campus Ciudad Constitución respecto a la cultura emprendedora, con el propósito de identificar áreas de oportunidad para brindarles un mayor apoyo en sus iniciativas emprendedoras.

Preguntas de investigación

- ¿Cuál es la percepción de los estudiantes del TecNM campus Ciudad Constitución sobre la cultura de emprendimiento y cómo influye en sus intenciones de emprender?
- ¿Cuáles son los principales obstáculos que enfrentan los estudiantes al considerar iniciar un negocio, y cómo perciben la disponibilidad de recursos y apoyos para superarlos?
- ¿Qué estrategias específicas pueden sugerirse en el TecNM campus Ciudad Constitución para fortalecer el espíritu emprendedor entre los estudiantes y fomentar su participación activa en proyectos empresariales?

Hipótesis de investigación

Hi: Existe una diferencia significativa en la percepción de la cultura emprendedora entre los estudiantes de diferentes carreras en el TecNM campus Ciudad Constitución.

METODOLOGÍA

En esta investigación de carácter descriptivo, cualitativo y de cohorte transversal, se empleó un cuestionario como instrumento principal de recolección de datos para analizar la percepción de la cultura emprendedora entre los estudiantes del Tecnológico Nacional de México campus Ciudad Constitución. La población objetivo consistió en los estudiantes de sexto y octavo semestre de las carreras que oferta la institución, con un universo total de 391 individuos, la distribución de la aplicación del instrumento de investigación se realizó en función del tamaño muestral representado por la población de estudiantes de cada una de las ocho carreras profesionales que comprendía el universo. El cuestionario, validado por un comité de expertos, constó de preguntas tanto abiertas como cerradas diseñadas para evaluar diversos aspectos relacionados con el emprendimiento. Durante este proceso, se garantizó la confidencialidad de las respuestas, posteriormente, se llevó a cabo un análisis de los datos recopilados mediante técnicas estadísticas descriptivas, resaltando las tendencias y patrones identificados.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Se recabaron respuestas de estudiantes pertenecientes al sexto y octavo semestre de las carreras impartidas en el Tecnológico Nacional de México, campus Ciudad Constitución. Entre las disciplinas representadas se incluyen la Licenciatura en Administración, Ingeniería en Gestión Empresarial, Gastronomía, Arquitectura, Ingeniería Industrial, Ingeniería en Sistemas Computacionales, Ingeniería Electromecánica e Ingeniería en Industrias Alimentarias.

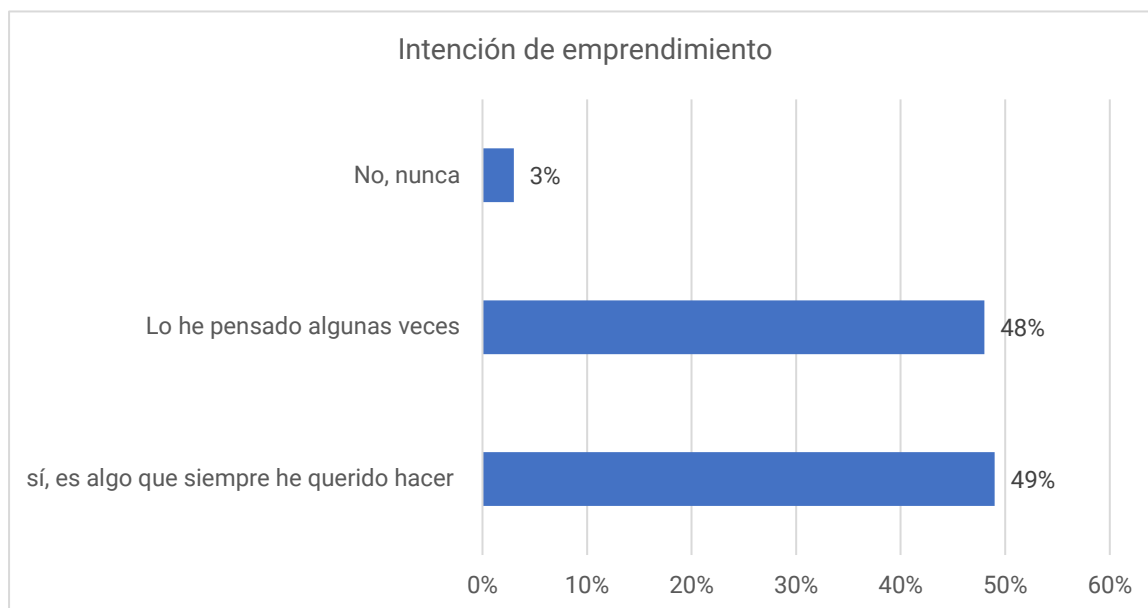
El análisis de la participación de los estudiantes según su semestre reveló que el 55% de las respuestas fueron proporcionadas por alumnos de sexto semestre, mientras que el 45% restante provino de estudiantes de octavo semestre. Esta distribución equilibrada entre ambos grupos de semestres aporta una representatividad sólida a la muestra, lo que fortalece la validez de los resultados obtenidos en el estudio.

El rango de edad de los participantes osciló entre los 22 y los 30 años. Respecto a la pregunta sobre si actualmente tienen un negocio, el 70% respondió negativamente, indicando que no tienen uno en funcionamiento. Por otro lado, el 13% afirmó tener un negocio en marcha, mientras que el 15% restante indicó estar en proceso de establecer uno, solo el 2% mencionó haber intentado iniciar un negocio en el pasado, pero sin éxito. El análisis de estos resultados revela que la mayoría de los participantes no poseen actualmente un negocio, lo que sugiere una baja tasa de emprendimiento entre los estudiantes encuestados. Sin embargo, es alentador observar que un porcentaje significativo está en proceso de establecer uno o ya tiene uno en funcionamiento. Esto podría indicar un interés creciente en el emprendimiento entre los jóvenes universitarios, aunque también es importante considerar los desafíos y obstáculos que enfrentan aquellos que intentaron emprender en el pasado y no lograron éxito. Este análisis destaca la necesidad de proporcionar un apoyo adecuado y recursos para fomentar el espíritu empresarial entre los estudiantes, así como para abordar las posibles razones del fracaso en el emprendimiento previo.

El análisis de los datos muestra que una gran proporción de los encuestados, específicamente el 60%, ha contribuido en algún momento a un negocio familiar, lo que sugiere un cierto grado de exposición previa al mundo empresarial. Por otro lado, el 40% restante no ha participado en un negocio familiar. Respecto a la intención de ser emprendedor, el 49% de los encuestados manifiesta un fuerte deseo de emprender, indicando que es algo que siempre han querido hacer. Mientras tanto, el 48% ha considerado la posibilidad de emprender algunas veces, lo que revela un interés significativo, pero posiblemente menos comprometido. Solo un pequeño porcentaje, el 3%, afirmó no haber considerado nunca la idea de emprender. Estos resultados sugieren una disposición generalizada hacia el emprendimiento entre los estudiantes encuestados, con una proporción considerable expresando un deseo firme de iniciar un negocio en el futuro, como se muestra en el gráfico 1.

Gráfico 1

Intención de emprendimiento

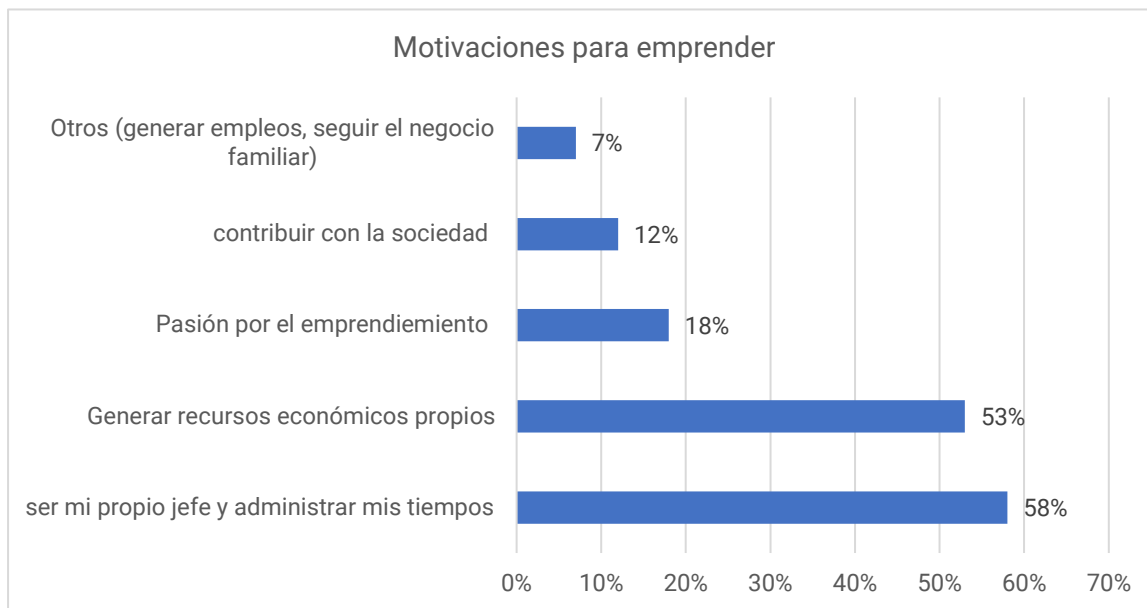


Fuente: elaboración propia.

El gráfico 2, presenta un análisis de las principales motivaciones para emprender entre los encuestados; el deseo de ser su propio jefe, con un porcentaje significativamente alto del 58%, esto sugiere una aspiración común hacia la autonomía y la independencia laboral. Además, un 53% de los encuestados mencionó que la generación de recursos económicos propios es un factor motivador para emprender, lo que indica una búsqueda de estabilidad financiera y libertad económica. Por otro lado, el 18% señaló que les apasiona el emprendimiento como motivación para iniciar un negocio, lo que sugiere un interés intrínseco en la actividad empresarial. La contribución a la sociedad fue mencionada por el 12% de los encuestados como una motivación para emprender, lo que refleja un sentido de responsabilidad social y un deseo de impactar positivamente en su entorno. Otros motivos mencionados incluyen la posibilidad de generar empleos y seguir con el negocio familiar, lo que sugiere la importancia de la continuidad generacional y el impacto económico local en la toma de decisiones empresariales. En resumen, estos resultados resaltan una variedad de motivaciones que impulsan a los estudiantes a considerar el emprendimiento como una opción de carrera.

Gráfica 2

Motivación de emprendimiento



Fuente: elaboración propia.

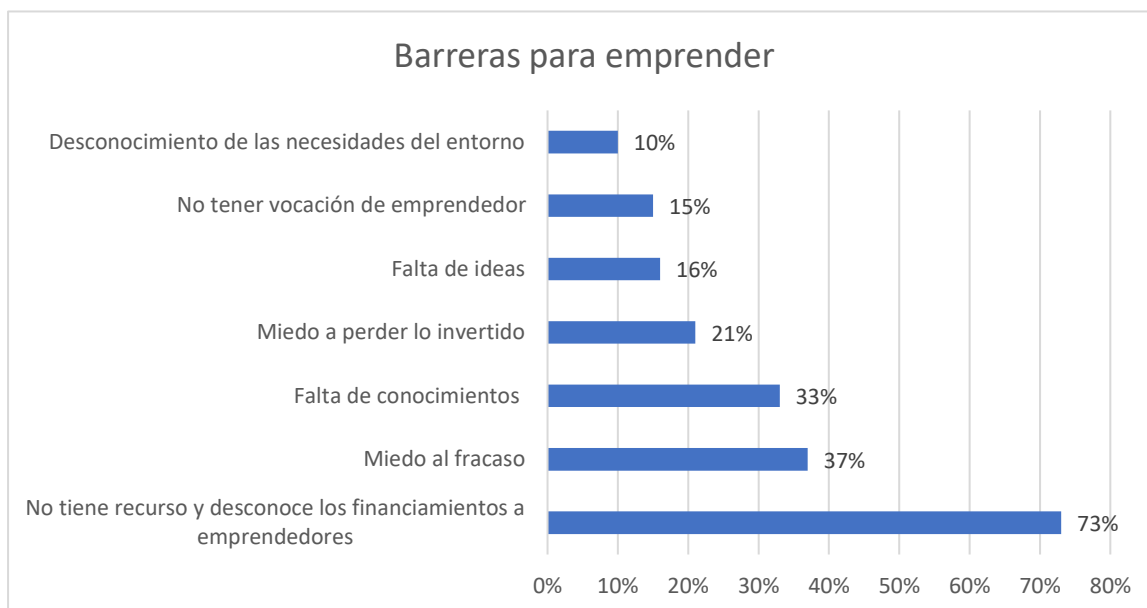
El análisis del gráfico 3 revela varias barreras y desafíos importantes que enfrentan los emprendedores, especialmente aquellos que están en etapas tempranas de iniciar un negocio. La falta de recursos financieros y el desconocimiento sobre financiamientos se destacan como el principal obstáculo, siendo mencionado por el 73% de los encuestados. Este hallazgo subraya la importancia crítica del acceso al capital y la necesidad de educación financiera para aquellos que desean emprender. La alta proporción de encuestados que mencionan el miedo al fracaso (37%) y la falta de conocimientos específicos sobre emprendimiento (33%) resalta la necesidad de apoyo en términos de desarrollo de habilidades empresariales y gestión del riesgo.

Además, el análisis revela preocupaciones adicionales entre los encuestados. El miedo a perder lo invertido, mencionado por el 21% de los participantes, sugiere una preocupación por la seguridad financiera y la aversión al riesgo entre los potenciales emprendedores. Por otro lado, la falta de ideas, aunque mencionada por un porcentaje menor (16%) de los encuestados, sigue siendo una preocupación válida que puede obstaculizar el proceso de inicio de un negocio.

En conjunto, estos hallazgos subrayan la variedad y complejidad de los desafíos que los emprendedores enfrentan en su camino hacia el éxito empresarial. Para abordar estos obstáculos de manera efectiva, es esencial implementar estrategias integrales que no sólo proporcionen educación financiera y apoyo en el desarrollo de habilidades empresariales, sino también fomenten la creatividad e innovación entre aquellos que aspiran a emprender. Asimismo, estos resultados resaltan la necesidad de ofrecer un acompañamiento emocional sólido, junto con capacitación y orientación en estrategias de gestión financiera y generación de ideas, para ayudar a los estudiantes a superar los desafíos inherentes al emprendimiento. Aunque menos mencionados, otros obstáculos, como la falta de vocación para emprender y el desconocimiento de las necesidades del entorno, también deben abordarse para proporcionar un ambiente propicio para el desarrollo empresarial entre los estudiantes.

Gráfico 3

Barreras para emprender



Fuente: elaboración propia.

El conocimiento de los estudiantes sobre los programas destinados a ayudar en el financiamiento de una empresa muestra una notable carencia, ya que el 93% de los encuestados indicó no tener conocimiento alguno sobre estos programas de financiamiento empresarial. Este hallazgo sugiere una brecha significativa en la información disponible para los estudiantes sobre las opciones de financiamiento disponibles para iniciar un negocio. La baja conciencia sobre estos programas resalta la necesidad de mejorar la divulgación y el acceso a recursos financieros específicos para emprendedores, así como de proporcionar orientación y asesoramiento sobre cómo acceder a ellos. Esto podría incluir iniciativas de sensibilización, capacitación y colaboración con instituciones financieras y agencias gubernamentales para garantizar que los estudiantes estén mejor informados y puedan aprovechar al máximo las oportunidades de financiamiento disponibles.

El análisis adicional revela que una proporción considerable de los estudiantes encuestados enfrenta dificultades en aspectos clave relacionados con el emprendimiento. Por ejemplo, el 77% de los encuestados indicó no saber cómo dar de alta un negocio en el SAT, lo que sugiere una falta de comprensión sobre los procesos administrativos y legales necesarios para establecer una empresa. Además, el 56% de los encuestados admitió no saber cómo gestionar las finanzas, lo que subraya una posible carencia en habilidades financieras fundamentales necesarias para administrar un negocio de manera efectiva. Por último, el 43% de los encuestados indicó no saber cómo gestionar el recurso humano, lo que resalta una falta de conocimiento sobre la gestión de personal y el liderazgo de equipos. Estas cifras refuerzan la importancia de mejorar la educación y la capacitación en áreas clave del emprendimiento, como la gestión empresarial, las finanzas y la gestión de recursos humanos, para preparar a los futuros emprendedores de manera más integral y efectiva.

El análisis revela que el 50% de los encuestados afirmó haber recibido asesoramiento relacionado con emprendimientos por parte de profesores o personal de la institución. Esto sugiere que una proporción considerable de estudiantes ha buscado activamente orientación y apoyo en esta área. Sin embargo, el 31% indicó que nunca solicitó este tipo de asesoramiento, lo que sugiere una posible falta de

conciencia sobre los recursos disponibles o la disposición del personal para brindar apoyo en emprendimiento. Además, el 19% declaró no haber recibido ningún tipo de asesoramiento, lo que podría indicar una brecha en la accesibilidad o efectividad de los servicios de asesoramiento existentes. Este análisis destaca la importancia de promover y mejorar los servicios de asesoramiento relacionados con emprendimientos dentro de la institución, así como de aumentar la conciencia sobre su disponibilidad para garantizar que todos los estudiantes puedan acceder a la orientación y el apoyo necesarios en sus esfuerzos emprendedores.

La investigación revela varias estrategias que los estudiantes consideran que la universidad podría implementar para promover el emprendimiento. En primer lugar, el 52% de los encuestados sugiere la creación de espacios de emprendimiento con asesoramiento directo, lo que indica un deseo de contar con recursos y orientación práctica para desarrollar ideas empresariales. La formación en emprendimiento también es una opción popular, con un 48% de los encuestados respaldando esta iniciativa como una forma de adquirir habilidades y conocimientos relevantes. Además, el 44% sugiere organizar conferencias dirigidas por empresarios que puedan motivar e inspirar a los estudiantes con su experiencia y conocimientos. El apoyo para conseguir financiamientos también se destaca, con un 43% de los encuestados interesados en recibir ayuda en este aspecto crucial para iniciar un negocio. Otros enfoques mencionados incluyen fomentar ideas entre los estudiantes (27%) y ofrecer cursos de verano específicos sobre emprendimiento (30%). Estas sugerencias proporcionan información valiosa sobre las preferencias y necesidades de los estudiantes en términos de apoyo al emprendimiento, lo que puede ayudar a orientar futuras iniciativas y programas dentro de la universidad.

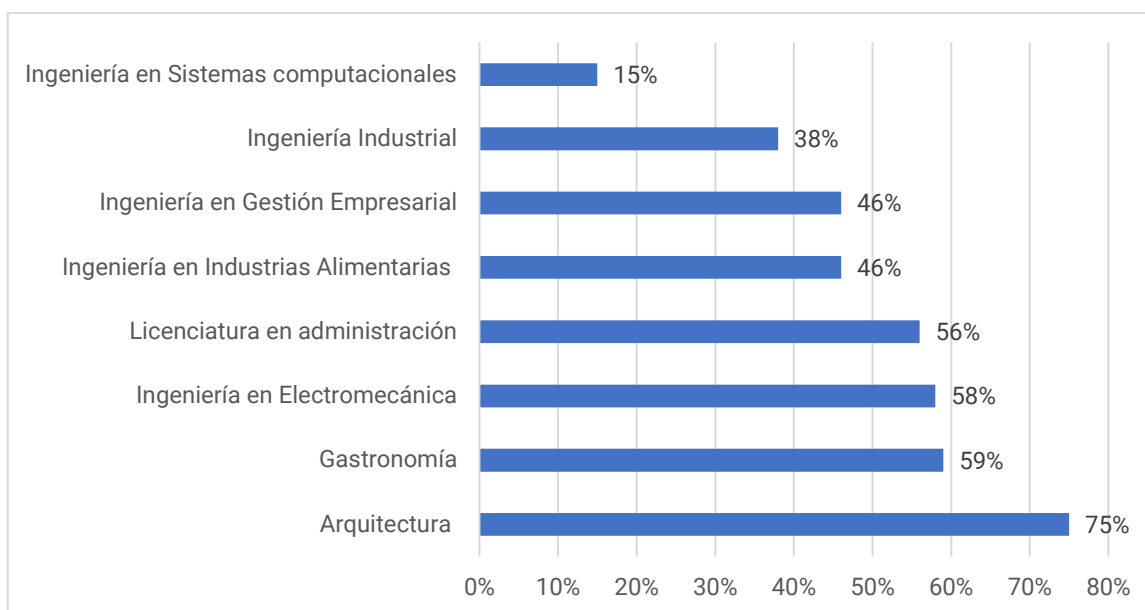
El análisis de los datos revela una variabilidad significativa en la percepción del emprendimiento entre los estudiantes de diferentes carreras en el TecNM campus Ciudad Constitución, lo que confirma la hipótesis planteada sobre la existencia de una diferencia significativa en la percepción de la cultura emprendedora entre los estudiantes de diferentes carreras. Los resultados muestran que la carrera de arquitectura tiene el porcentaje más alto de estudiantes que consideran emprender como algo deseable, con un 75%. Esto podría atribuirse a la naturaleza creativa y proyectiva de la carrera, que puede alentar la iniciativa empresarial. Por otro lado, las carreras de ingeniería industrial e ingeniería en sistemas computacionales muestran los porcentajes más bajos, con un 38% y un 15% respectivamente. Este hallazgo podría relacionarse con la percepción de estas carreras como más enfocadas en aspectos técnicos y menos en la creatividad empresarial.

Al desglosar los porcentajes para las demás carreras, se observa que gastronomía tiene un 59%, electromecánica un 58%, administración un 56%, ingeniería en gestión empresarial e ingeniería en industrias alimentarias un 46%. Estas cifras ofrecen una perspectiva más completa sobre la diversidad de percepciones de emprender entre los estudiantes de diferentes áreas académicas.

La variación en la percepción de emprender entre las diferentes carreras subraya la importancia de considerar los contextos específicos de cada disciplina al diseñar iniciativas de fomento del emprendimiento. Por ejemplo, las carreras con porcentajes más bajos podrían beneficiarse de programas de sensibilización y capacitación adicionales para fomentar una cultura emprendedora más sólida. Además, estos resultados resaltan la necesidad de diseñar estrategias personalizadas para cada carrera con el fin de promover el emprendimiento de manera efectiva y maximizar el potencial empresarial de los estudiantes en toda la institución. Información que podemos apreciar en el gráfico 4.

Gráfico 4

Diferencia significativa en la percepción de la cultura emprendedora entre los estudiantes de diferentes carreras en el TecNM campus Ciudad Constitución



Fuente: elaboración propia.

Los resultados obtenidos en esta investigación proporcionan una visión detallada de la percepción y la disposición hacia el emprendimiento entre los estudiantes del Tecnológico Nacional de México, campus Ciudad Constitución. Uno de los hallazgos más significativos es la marcada falta de conocimiento sobre programas de financiamiento empresarial, con un notable 93% de los encuestados indicando desconocimiento sobre tales programas. Esta brecha en la información resalta la necesidad de mejorar la divulgación y el acceso a recursos financieros específicos para emprendedores, así como de proporcionar orientación y asesoramiento sobre cómo acceder a ellos. Este hallazgo es consistente con investigaciones anteriores que han identificado la falta de financiamiento como uno de los principales obstáculos para emprender.

Además, la investigación revela que una proporción considerable de los estudiantes enfrenta dificultades en aspectos clave relacionados con el emprendimiento, como la gestión financiera y el conocimiento administrativo. Estos hallazgos subrayan la importancia de mejorar la educación y el apoyo en estas áreas, proporcionando información sobre estrategias de gestión financiera y reducción de riesgos, así como talleres o sesiones de lluvia de ideas para fomentar la creatividad empresarial.

Otro aspecto destacado en este estudio es la variabilidad en la percepción del emprendimiento entre las diferentes carreras representadas en el campus. Mientras que algunas disciplinas muestran un mayor interés y disposición hacia el emprendimiento, otras presentan porcentajes más bajos. Este hallazgo sugiere que las estrategias de fomento al emprendimiento deben ser personalizadas y adaptadas a las necesidades y características de cada carrera.

Se identifica también, la importancia de promover y mejorar los servicios de asesoramiento relacionados con emprendimientos dentro de la institución, así como de aumentar la conciencia sobre su disponibilidad para garantizar que todos los estudiantes puedan acceder a la orientación y el apoyo necesarios en sus esfuerzos emprendedores.

En conjunto, estos hallazgos proporcionan una base sólida para futuras iniciativas y programas destinados a promover el emprendimiento entre los estudiantes universitarios del TecNM, campus Ciudad Constitución.

La revelación de que el 13% de los encuestados afirmó tener un negocio en marcha refuerza la importancia del fomento del espíritu empresarial entre los estudiantes universitarios. Este hallazgo cobra aún más relevancia cuando se cruza con datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía, de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE), II trimestre de 2013, respecto a la población joven según su posición en el trabajo, estudio que indica que de los 9.1 millones ocupados, 8.2% trabajan de manera independiente o por su cuenta. Este cruce de información sugiere que los jóvenes emprendedores, aunque representan una parte significativa del panorama empresarial en el país, aún enfrentan desafíos y obstáculos para establecer y mantener sus negocios. Por lo tanto, es fundamental brindarles el apoyo y los recursos necesarios para que puedan alcanzar su máximo potencial y contribuir al crecimiento económico y social de México.

Por último, La Encuesta Nacional de Juventud (ENJ) de 2010 muestra que solo 1 de cada 10 jóvenes en México ha intentado alguna vez iniciar su propio negocio. Este dato contrasta con el hallazgo de la presente investigación, donde el 2% de los encuestados mencionó haber intentado iniciar un negocio en el pasado, pero sin éxito. Esta discrepancia sugiere que, aunque la tasa de intentos de emprendimiento puede ser baja a nivel nacional, entre los estudiantes universitarios del TecNM campus Ciudad Constitución, hay un porcentaje ligeramente mayor de jóvenes que han incursionado en el emprendimiento. Sin embargo, el hecho de que solo una pequeña fracción haya tenido éxito en sus intentos anteriores destaca la importancia de proporcionar un apoyo sólido y recursos adecuados para mejorar las tasas de éxito en el emprendimiento juvenil.

CONCLUSIÓN

Este estudio proporciona una visión detallada de la percepción y disposición hacia el emprendimiento entre los estudiantes del Tecnológico Nacional de México, campus Ciudad Constitución. Los hallazgos revelan un interés significativo por parte de los estudiantes en iniciar sus propios negocios, con un porcentaje considerable expresando un deseo firme de emprender en el futuro. Sin embargo, también se identificaron varios obstáculos y áreas de mejora, como la falta de conocimiento sobre programas de financiamiento empresarial, dificultades en aspectos clave del emprendimiento y variabilidad en la percepción del emprendimiento entre diferentes carreras.

Es evidente la necesidad de programas educativos y recursos que brinden capacitación y orientación sobre los fundamentos del emprendimiento, así como la importancia de mejorar la educación y el apoyo en áreas como gestión financiera y conocimiento administrativo. Además, la variabilidad en la percepción del emprendimiento entre las diferentes carreras resalta la importancia de diseñar estrategias personalizadas para fomentar una cultura emprendedora sólida en toda la institución.

Para promover el emprendimiento de manera efectiva entre los estudiantes, es crucial abordar estos desafíos y proporcionar un apoyo adecuado y recursos para mejorar las tasas de éxito en el emprendimiento juvenil. Al hacerlo, se puede cultivar un entorno más propicio para el desarrollo empresarial entre los jóvenes universitarios, contribuyendo así al crecimiento económico y la innovación en la región.

REFERENCIAS

Bornstein, D. (2009). *Cómo cambiar el mundo*. Ediciones Debate.

Instituto Mexicano de la Juventud. (2014, 01 de febrero). Base de datos de la Encuesta Nacional de Juventud 2010. Recuperado de <https://www.gob.mx/imjuve/documentos/base-de-datos-de-la-encuesta-nacional-de-juventud-2010>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2013). Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE), II trimestre de 2013. Recuperado de https://www.inegi.org.mx/contenidos/productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/estudios/sociodemografico/panora_joven/DoctoJovenes.pdf

Kundel, S. W. (1991). El impacto de la estructura de la estrategia y de la industria en nuevo funcionamiento de la empresa [Disertación doctoral, University of Georgia].

Manzano Peña, L. E., de Luna Martínez, D., Moctezuma Medin, J. N., & Luna Galindo, S. (2022). Intención emprendedora. Entre el idealismo y la obligatoriedad. *Revista Colegio de San Luis*, 10(21). DOI: 10.21696/rcsl1021213

Medina López, E. G., Moncayo Carreño, O. F., Jácome Alarcón, L. F., & Albarrasin Reinoso, M. V. (2017). El emprendimiento en el sistema universitario. *Revista Didáctica y Educación*, ISSN 2224-2643.

Rodríguez, H., & Arano Chávez, R. C. (2015). El desarrollo de la cultura emprendedora en estudiantes universitarios para el fortalecimiento de la visión empresarial. *Revista Ciencia Administrativa*.

Staff, F. (26 de julio de 2013). Emprender, el sueño del 85% de los universitarios en México. *Forbes México*. Recuperado de <https://www.forbes.com.mx/emprender-el-sueno-del-85-de-los-universitarios-en-mexico/>