

## **4. LAS MOTIVACIONES DE JÓVENES UNIVERSITARIOS PARA EMPRENDER EN EL MARCO DEL PROYECTO PILOTO SIEM**

**Francisca Adriana Sánchez Meza**

*Universidad Tecnológica de la Mixteca*

**Mónica Teresa Espinosa Espíndola**

*Universidad Tecnológica de la Mixteca*

**Yannet Paz Calderón**

*Universidad Tecnológica de la Mixteca*

**José Luis Barreiros Fernández**

*Universidad Tecnológica de la Mixteca*

### **Resumen**

Ante la incertidumbre que prevalece en el mercado laboral por la escasa creación de puestos de trabajo, así como el bajo crecimiento económico, el emprendimiento representa una alternativa de empleo para los universitarios. Ante esa realidad, los gobiernos, la sociedad civil y las instituciones educativas, reconocen su importancia para la economía y han iniciado acciones para promoverlo. La presente investigación, es un trabajo descriptivo de corte transversal, que tiene como punto de partida la iniciativa emprendedora y la exposición de proyectos, de alumnos y egresados de diferentes carreras de la Universidad Tecnológica de la Mixteca (UTM). La presentación de los proyectos se realizó en el marco de un proyecto piloto institucional denominado Sinergia e Innovación Empresarial (SIEM). El objetivo de la investigación es identificar las motivaciones que impulsaron a los universitarios a emprender. Entre los resultados se destaca su interés por aplicar y aprovechar los conocimientos obtenidos en su formación, el deseo de innovar, así como trabajar en equipos interdisciplinarios con estudiantes de otras carreras para incrementar sus habilidades y capacidades a fin de complementar sus saberes para fortalecer sus propuestas, las cuales tienen como propósito contribuir al desarrollo de sus comunidades.

**Palabras clave:** Emprendimiento, emprendedor, motivaciones, habilidades.

## **Introducción**

El emprendimiento es fundamental para el crecimiento y desarrollo económico de un país. En México, ante la creciente pérdida de empleo en las dos últimas décadas, los gobiernos, la sociedad civil e instituciones educativas han destacado su importancia y se han dado a la tarea de diseñar políticas públicas, programas y estrategias para promover el emprendimiento a fin de que esos esfuerzos se plasmen en la creación de empresas. Hasta mediados de 2019 el Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM), fue la instancia que a nivel federal impulsó la iniciativa emprendedora. De manera complementaria y con el propósito de focalizar el apoyo en cada región del país, los gobiernos estatales e instituciones educativas, han llevado a cabo acciones para contribuir a la formación y acompañamiento de los emprendedores. En el estado de Oaxaca, el gobierno estatal tiene como objetivo impulsar el desarrollo económico de la entidad y una de las acciones es incrementar la productividad y competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPyMES), a través del fortalecimiento del desarrollo humano y el fomento a la cultura emprendedora para consolidar el ecosistema emprendedor (Plan Nacional de Desarrollo [PND], 2016-2022). Para lograr ese propósito fue creado el Instituto Oaxaqueño del Emprendedor y de la Competitividad (IODEMC), que impulsa la generación de empresas, y para incrementar su probabilidad de éxito y consolidación. A los emprendedores les proporciona apoyos económicos y capacitación para que desarrollen y mejoren sus habilidades y destrezas.

El proyecto piloto Sinergia e Innovación Empresarial (SIEM), que marca el inicio del presente trabajo, surge por el interés de las autoridades universitarias de apoyar a los estudiantes y egresados que tienen alguna idea de emprendimiento o un negocio ya establecido que desean hacer crecer. El

inicio del proyecto estuvo a cargo de un grupo de profesores-investigadores de la carrera en Ciencias Empresariales. Sus objetivos se centraron en crear un espacio en el que los emprendedores pudieran exponer sus ideas de negocios, recibir retroalimentación, obtener orientación para el trámite de patentes, para la elaboración de prototipos, recomendaciones para la identificación de fuentes de financiamiento y asesoría para la participación en alguna convocatoria que pudiera brindarles apoyo para la consolidación de sus proyectos.

Desde su inicio, el IODEMC ha tenido contacto con la Universidad Tecnológica de la Mixteca (UTM), para promover sus convocatorias entre los estudiantes, por esta razón, al inicio de las actividades del SIEM, se estableció contacto con el personal del IODEMC para invitarlos a participar en una sesión con los alumnos y explicarles la importancia de emprender, así como los apoyos que este organismo proporciona.

El objetivo del presente trabajo es identificar las principales motivaciones que impulsan a los jóvenes universitarios a emprender. En el primer apartado del trabajo se plantea el marco conceptual, se desarrollan los conceptos básicos sobre emprendimiento, emprendedor, motivaciones para emprender, así como emprendimiento y desarrollo económico. En el segundo apartado se presenta la metodología. En el tercero se exponen los resultados y en el cuarto se establecen las conclusiones de la investigación.

## **Marco conceptual**

### ***Emprendimiento***

El emprendimiento, como proceso, no es nuevo, es una acción que ha acompañado al hombre en todas sus iniciativas, está presente desde el momento en que éste concibe una idea, la plasma y la gestiona. Existen diversas definiciones de emprendimiento desarrolladas a partir de diferentes

enfoques, de acuerdo con García y Wandosell, citados por Damián (2013) el emprendimiento consiste en una destreza que incluye elementos como creatividad, innovación o capacidad de asumir riesgos para lograr el objetivo de crear y mantener un proyecto en pie. Por su parte Formichella (2004) lo define “como el desarrollo de un proyecto que persigue un determinado fin económico, político o social, entre otros, y que posee ciertas características, principalmente que tiene una cuota de incertidumbre y de innovación” (p. 3). Para Hessel y Naude citados por De la Hoz (2019) el emprendimiento es el recurso, proceso y estado de ser a través del cual las personas con capacidad y agencia utilizan oportunidades positivas en el mercado para generar valor individual y/o social.

Ante los altos índices de desempleo que se registran en las últimas décadas se reconoce la importancia del emprendimiento, así como su contribución al crecimiento y al desarrollo económico, por ello, el gobierno, la sociedad e instituciones educativas destacan su valor y lo promueven mediante diversos programas. Un ejemplo es la asesoría que brinda *iLab*, una consultora que ayuda a los emprendedores, junto con *Fomento Social Banamex. A.C.*, otorgando becas para que, solamente paguen la inscripción y con su apoyo puedan incubar sus ideas de negocios. Señalan que desean otorgar a los emprendedores asesoría para que consoliden una alternativa laboral ante la falta de oportunidades de empleos, empresariales y de crecimiento personal. Se busca que transformen sus ideas en nuevos productos y creativos modelos de negocio (iLab, 2021).

Otro ejemplo lo constituye el IODEMC, que además de acompañar a los emprendedores del estado de Oaxaca, les proporciona capacitación, asesoría y consultoría. Tiene una convocatoria denominada, *Profesionalización de tu emprendimiento*, que es dirigida a emprendedores, que de resultar seleccionados se les brinda asesoría para realizar una

investigación de mercado, evaluar la viabilidad financiera del proyecto, recibir consultoría en mejoramiento empresarial, derecho corporativo y mercadotecnia, entre otros temas (IODEMC, 2021).

### ***Emprendedor***

El emprendedor es la figura central del emprendimiento. En el siglo XVII el economista francés Richard Cantillón acuñó la palabra *entreprenur* que hace referencia a la persona que desarrolla una idea de negocio, lo definió como “el agente que compra los medios de producción a ciertos precios y los combina en forma ordenada para obtener de allí un nuevo producto” (Duarte y Ruiz, 2009, p. 329). Además, destaca que el emprendedor tiene como característica la capacidad de asumir los riesgos en condiciones de incertidumbre.

Shefsky (1997) y Baumol (1993), señalan que el término describe a cualquier miembro de la economía cuyas actividades son novedosas de alguna forma, así como a personas que, en definitiva, huyen de rutinas y prácticas aceptadas por la mayoría. Dichos individuos se caracterizan por su capacidad para crear e innovar; es decir, salen de la costumbre y hacen cosas diferentes para mejorar lo existente. (Alcaráz, 2011, p.2).

Por su parte, la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE), define a los emprendedores como: “aquellas personas (dueñas de un negocio) que buscan generar valor a partir de la creación o expansión de una actividad económica, a través de la identificación y explotación de nuevos productos, procesos o mercados” (Rivas, 2014, p. 2).

Con el propósito de conocer el grado de emprendimiento que existe en diferentes latitudes, así como su impacto en la economía y en el nivel de vida de la población, el *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) ha realizado investigaciones sobre emprendimiento desde 1999 en más de 100

países. A pesar de que los estudios se han realizado en contextos completamente diferentes, ha identificado dos tipos de emprendimiento; el emprendimiento por oportunidad y el emprendimiento por necesidad (Maya, 2016, p. 307). El emprendimiento por oportunidad es aquel que se realiza cuando se percibe una oportunidad de negocios y la motivación que lo impulsa es aprovechar sus conocimientos y habilidades para atender algún requerimiento del mercado. Por su parte, el emprendimiento por necesidad, es el que se realiza para subsistir, en ese caso el individuo no tiene alternativa y la motivación que le impulsa es hacer alguna actividad que le proporcione algunos medios para sobrevivir. Bajo esa premisa, el emprendimiento por necesidad tiene limitaciones, no genera conocimiento, no da lugar a innovaciones y su aportación a la economía es mínima. (Marulanda 2014).

En los innumerables estudios realizados por el GEM, ha logrado identificar factores endógenos y exógenos que son la base para la construcción de un modelo. Los factores endógenos considerados son: la motivación, el perfil del emprendedor, las fuentes de financiamiento, la tecnología empleada por el empresario y el grado de innovación, (Valdivieso, 2009, p. 17).

En la presente investigación, se retoma la categoría de emprendimiento por oportunidad y la motivación, entendida como el elemento que impulsa e inspira a las personas a emprender, específicamente cuando se trata de un emprendimiento por oportunidad, en el que se percibe o identifica una oportunidad de negocios y el emprendedor aplica sus conocimientos, habilidades y destrezas para iniciar una empresa.

### ***Motivaciones para emprender***

De acuerdo con la Real Academia Española, la motivación es un conjunto de factores internos y externos que determinan en parte las acciones de una

persona. En el ámbito empresarial, la motivación, es la fuerza que impulsa al emprendedor a realizar su proyecto y a enfrentar las tareas, responsabilidades y dificultades que se le puedan presentar en el proceso. La motivación es intrínseca e inherente al sujeto y se deriva de aspectos individuales y se ha estudiado con el propósito de identificar qué activa a las personas, por qué un sujeto elige determinada conducta y la razón por la que los individuos responden de diferente manera ante los mismos estímulos, (Carsrud & Brännback, 2011).

Al respecto Palmero (2005) señala que la motivación engloba tres componentes; el biológico, los motivos adquiridos (reconocimiento y poder) y el cognitivo o de aprendizaje. Agrega que, estos tres componentes interactúan entre sí y con el medio ambiente, éste último incluye a su vez, aspectos sociales y culturales que propician las condiciones de estímulo y adaptación que inciden en la conducta del individuo.

McClelland (1961) en su teoría de la motivación, dentro del ámbito empresarial y de las organizaciones, establece que la motivación está sustentada en tres categorías de necesidades; la necesidad de poder, la necesidad de afiliación y la necesidad de logro. Considera además que, el entorno, las estructuras sociales y culturales juegan un papel importante en la construcción de la motivación. A través de sus investigaciones identificó que entre quienes tienen interés en ser emprendedores predomina la necesidad de logro y que esta se ubica incluso por encima de la retribución económica. Su importancia radica en que el individuo está en una constante búsqueda de superación que lo conduzca al éxito. Para Autio y Kaurannen (1994), la motivación se fundamenta en tres aspectos: la necesidad de logro, la necesidad de independencia y el deseo de riqueza.

A partir de las definiciones mencionadas, se puede advertir que la motivación está impulsada por múltiples factores, en la cual inciden aspectos

internos y externos.

### ***Emprendimiento y desarrollo económico***

Cuando se hace referencia a los emprendedores, se consideran aspectos como su visión, capacidad y habilidad para crear nuevos negocios. Paralelamente se destaca que tales negocios producen efectos positivos que van más allá de los beneficios a nivel individual. A este respecto, Galindo (2006) señala la importancia de reconocer que, a diferencia de otras profesiones u oficios, el emprendimiento es una actividad que “tiene efectos importantes en el crecimiento económico” (p. 389), por lo tanto, reconoce que es indispensable fomentarlo y crear un ambiente político, económico y social favorable para su surgimiento.

En ese orden de ideas Valdivieso (2009); Cota y Rivera (2020), señalan que a partir del emprendimiento se promueve el aprovechamiento de los recursos disponibles en un territorio, la introducción y difusión de innovación, el progreso tecnológico en el sistema productivo y que los jóvenes emprendedores se vean como actores que participan y contribuyen al desarrollo de sus lugares de origen. Además, Sanabria, Pedraza y Hurtado (2014, p. 163) afirman que “existe una relación en doble vía entre emprendimiento y desarrollo endógeno”, dado que estas dos variables, se determinan y modifican mutuamente. En este mismo sentido, Boisier (2005) define el desarrollo endógeno, como la habilidad para innovar a nivel local, en el que el emprendimiento se convierte en un promotor del desarrollo.

### **Metodología**

El presente trabajo es una investigación descriptiva de corte transversal, la recolección de información se obtuvo mediante encuestas semiestructuradas aplicadas a los emprendedores que cursaban diferentes carreras en la UTM y que decidieron presentar su proyecto de emprendimiento ante un grupo

multidisciplinario de profesores-investigadores, para recibir asesoría ya sea sobre alguna idea nueva de negocios o sobre alguna empresa ya registrada en la que deseaban incorporar nuevos productos o servicios. La investigación se llevó a cabo en el marco de un proyecto piloto SIEM, en el Centro de Estudios Estratégicos de la Empresa (CEESEM) de la UTM y que tuvo como objetivo, identificar las principales motivaciones que impulsaron a un grupo de universitarios a emprender.

La encuesta se aplicó a los 28 participantes de los 19 proyectos presentados. La encuesta se dividió en dos partes, en la primera se recabó información general; nombre, edad, carrera, status (estudiante o egresado), nombre de su empresa o proyecto. En la segunda parte, las preguntas se centraron específicamente en obtener información de su proyecto. Se indagó acerca de sus motivaciones para emprender, se les preguntó si la necesidad de ingresos fue la prioridad para hacerlo, se cuestionó sobre las características de su emprendimiento (producto o servicio), la etapa de desarrollo en la que se encontraba (idea, prototipo, comercialización), las características de su segmento de mercado, los apoyos o recursos con los que contaban, su nivel de conocimiento sobre el mercado y sus competidores, así como las dificultades técnicas o mercadológicas que han enfrentado, también se preguntó sobre su contexto familiar para saber si crecieron en hogares con antecedentes de emprendimiento.

### **Etapas del Proyecto SIEM**

El proyecto SIEM se realizó durante el primer semestre de 2019 y estuvo conformado en cuatro etapas. La organización y coordinación estuvo a cargo de un grupo de profesores del área económica administrativa de la UTM. En la primera etapa los coordinadores, invitaron a profesores de diferentes áreas para integrar un grupo de trabajo multidisciplinario, se les explicó en

qué consistía el proyecto y se les pidió fungir como consejeros de los universitarios interesados en emprender.

En la segunda etapa se realizó la difusión del proyecto, se lanzó una convocatoria dirigida a estudiantes y egresados para participar en la presentación de sus propuestas, proyectos e ideas de negocios, éstas podían encontrarse en diferentes fases: idea, prototipo, producto terminado a punto de salir al mercado, o bien productos que ya estuviera en el mercado.

En la tercera etapa se estableció el primer contacto presencial, se recibieron las solicitudes de los emprendedores y se realizaron las encuestas.

En la cuarta y última etapa, los emprendedores expusieron su proyecto destacando sus objetivos y particularidades. Al término de cada presentación y con el fin de enriquecer su proyecto e identificar sus áreas de oportunidad, los consejeros plantearon distintos escenarios y realizaron preguntas técnicas, mercadológicas y financieras a los emprendedores. Después de escuchar sus respuestas y razonamientos, los mentores hicieron observaciones y recomendaciones específicas respecto a los mercados en los que podían incursionar, las estrategias de producto, precio, plaza y promoción que podían emplear, sugerencias sobre el nombre del producto, así como orientación sobre fuentes de financiamiento para iniciar o continuar su emprendimiento.

## **Resultados**

Inicialmente se pensó que los participantes del SIEM serían únicamente alumnos y exalumnos de la UTM, pero como la convocatoria se difundió en redes sociales y en las radiodifusoras locales, hubo interesados de otras universidades que solicitaron participar. En total se presentaron 19 proyectos en los que participaron 28 personas (alumnos y egresados) de 6 programas de estudio a nivel licenciatura y dos a nivel maestría. Del nivel

licenciatura participaron alumnos de la Licenciatura en Ciencias Empresariales, Ingeniería en Computación, Ingeniería Industrial, Ingeniería en Diseño, Ingeniería en Física Aplicada, Ingeniería en Mecatrónica. Del nivel maestría, participaron egresados de la Maestría en Diseño de Muebles y Maestría en Tecnología Avanzada de la Manufactura de la UTM; así como un Ingeniero en Logística y un Ingeniero Agrónomo en Sistemas de Producción Pecuaria, egresados de otras universidades.

En total se presentaron 19 proyectos donde hubo 28 participantes. El 63.1% de los proyectos estuvieron a cargo de una persona y el 36.8% por equipos de al menos dos personas. El 77% de los participantes fueron alumnos, 16.1% graduados de la UTM en tanto que el 6.4% fueron egresados de otras universidades. El 15.7% de los proyectos estuvo a cargo de equipos interdisciplinarios, sus integrantes pertenecen a diferentes carreras, y manifestaron que ese aspecto les ayudó a fundamentar e implementar mejor sus ideas de negocio. Respecto al liderazgo por sexo el 64.5% de los proyectos estuvieron integrados y liderados por hombres y el 35.4% por mujeres.

En la tabla 1 se muestran los diez proyectos presentados por los alumnos de la Licenciatura en Ciencias Empresariales (LCE). Los proyectos fueron variados, algunos consistieron en cultivar productos orgánicos, crear productos bordados o artículos textiles y otros únicamente comercializan productos típicos de Oaxaca. Destaca un proyecto de base tecnológica que consistió en la creación de un dispositivo complementario para los teléfonos móviles con sistema operativo Android, el dispositivo se diseñó para personas con debilidad visual y el propósito es darles autonomía. Se trata de un proyecto con cierto grado de base tecnológica realizado por equipo de trabajo interdisciplinario, ya que los integrantes fueron de diferentes carreras. La mayoría de proyectos se encontraban en la etapa de desarrollo y

aprovecharon la materia de Proyectos de Inversión para terminar de estructurarlo.

Tabla 1

*Proyectos presentados por estudiantes de la LCE*

Descripción del producto o servicio del emprendimiento	Estudiantes participantes en cada proyecto y su distribución por sexo	Motivaciones para emprender
Producir y comercializar un dispositivo complementario para los teléfonos móviles con sistema operativo Android enfocado en ayudar a las personas con debilidad visual con el propósito de brindarles autonomía.	3 estudiantes: un estudiante de LCE, un estudiante de Ing. en Diseño y un egresado de Ing. en Computación. 1 mujer y 2 hombres	Aprovechar sus conocimientos. Apoyar a personas con una discapacidad.
Proyecto Ecoturístico para visitar sitios naturales en el estado de Oaxaca que son poco conocidos.	2 estudiantes de la LCE. 1 hombre y 1 mujer	Dar a conocer la belleza y de algunos lugares de su comunidad. Generar empleo.
Diseño y creación de bolsos, monederos, carteras y cosmetiqueras bordadas a mano.	1 estudiante de la LCE. 1 hombre	Aprovechar los conocimientos que le fueron enseñados por sus familiares y que han pasado de generación en generación. Crear empleo e identificar una fuente de ingresos.
Producción y Comercialización de quesos.	1 estudiante de la LCE. 1 hombre	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aprovechar conocimientos de su familia.</li> <li>• Aprovechar que la visita de turistas a su comunidad.</li> <li>• Generar empleo y obtener una fuente de ingresos.</li> </ul>
Comercialización de productos y alimentos típicos de Oaxaca en la ciudad de México.	2 estudiantes de la LCE. 2 hombres	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promover la venta de productos tradicionales sin tener que ir a Oaxaca.</li> </ul>

Producción y comercialización de macetas artesanales con plantas suculentas cultivadas por personas de la comunidad.	1 estudiante de la LCE. 1 mujer	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apoyar a comunidades que producen artículos de barro.</li> <li>• Promover la belleza de la flora local y su cuidado.</li> <li>• Proporcionar una fuente de ingresos para artesanos y campesinos de la comunidad.</li> </ul>
Proyecto de textiles bordados para la elaboración de prendas de vestir y textiles en general.	2 estudiantes de la LCE. 2 mujeres	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ofrecer productos elaborados en Oaxaca.</li> <li>• Aprovechar los conocimientos de sus comunidades de origen.</li> </ul>
Comercialización de semillas conocidas como <i>Nescafé</i> por utilizarse para producir una bebida que sirve como sustituto del café.	1 estudiante de la LCE. 1 hombre	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aprovechar los recursos de su comunidad de origen.</li> <li>• Proporcionar una fuente de ingresos para su comunidad.</li> </ul>
Creación de una base de datos para agilizar el proceso de denuncia, búsqueda y apoyo a las familias y conocidos de mujeres desaparecidas.	1 estudiantes de la LCE. 1 hombre	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hacer una contribución social, apoyando a la comunidad ante una problemática identificada a nivel nacional.</li> </ul>
Producción de frutas y verduras 100% orgánicas y de mayor calidad.	1 estudiante de la LCE. 1 mujer	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejorar la alimentación de los habitantes de su comunidad, a precios accesibles.</li> </ul>

Fuente: elaboración propia, a partir de la información de las encuestas.

En la tabla 2 se muestran los proyectos presentados por alumnos de diversos programas de ingeniería, en estos proyectos se observa cierto grado de base tecnológica y trabajo interdisciplinario. Se destaca también el interés en producir alimentos orgánicos con valor nutricional para los habitantes de sus comunidades, así como la preocupación por cuidar el medio ambiente por ejemplo el emprendimiento de biomobiliario de aumentar la producción de

oxígeno, la producción de abono orgánico para cuidar los suelos y el diseño de la motoneta eléctrica.

En la tabla 3 se muestran los proyectos que fueron presentados por parte de jóvenes recién egresados de otras universidades que se enteraron del proyecto SIEM y solicitaron la oportunidad de presentar sus emprendimientos con el fin de recibir asesoría para mejorarlos.

Tabla 2

*Proyectos presentados por alumnos de diversos programas de ingeniería*

<p><b>Descripción del producto o servicio del emprendimiento</b></p>	<p><b>Estudiantes participantes en cada proyecto y su distribución por sexo</b></p>	<p><b>Motivaciones para emprender</b></p>
<p>Diseñar y comercializar biomobiliario cuyo propósito sea la emisión de oxígeno a través del proceso de fotosíntesis de microalgas, mediante una campaña de concientización para la reducción de gases de efecto invernadero y cambio climático.</p>	<p>1. estudiante de Ing. en Física Aplicada 2. egresados de la Maestría en Tecnología Avanzada de Manufactura.  2 hombres y 1 mujer</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Contribuir al cuidado del medio ambiente aprovechando los conocimientos adquiridos en su carrera.</li> </ul>

<p>Crear un abono orgánico (lombricomposta) que ayude a la regeneración de suelos.</p>	<p>1 estudiante de Ingeniería Industrial.  1 hombre.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Aprovechar los conocimientos de su carrera y contribuir al cuidado del medio ambiente.</li> </ul>
<p>Dedicarse a la producción de fruticultivos orgánicos.</p>	<p>1 estudiante de Ing. Industrial. 1 mujer</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Mejorar la nutrición de los habitantes de su comunidad y aprovechar los conocimientos adquiridos en su carrera.</li> </ul>
<p>Producir y comercializar productos alimenticios naturales y nutritivos.</p>	<p>1 estudiante de Ing. en Diseño. 1 hombre</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Mejorar la nutrición de los habitantes de su comunidad y aprovechar los conocimientos adquiridos en su carrera.</li> </ul>
<p>Se presenta el diseño de una Motoneta Eléctrica que es amigable con el ambiente, también es económica.</p>	<p>1 estudiante de Ing. en Mecatrónica, 1</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Aprovechar los conocimientos de su</li> </ul>

	de LCE y 1 de Ing. En Diseño. 3 hombres	carrera para contribuir al cuidado del medio ambiente, brindar un medio de transporte eficiente y económico.
--	---	--

Fuente: elaboración propia, a partir de la información de las encuestas.

Tabla 3

*Proyectos presentados por emprendedores externos a la UTM*

<b>Descripción del producto o servicio del emprendimiento</b>	<b>Estudiantes participantes en cada proyecto y su distribución por sexo</b>	<b>Motivaciones para emprender</b>
Corredores Bioculturales para posicionar a la Mixteca como un destino turístico biocultural como una alternativa de desarrollo regional.	1 egresado de la carrera de Ing. Agrónomo en Sistemas de Producción Pecuaria. 1 hombre	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Mostrar a los visitantes la belleza natural de los pueblos de Oaxaca y generar una fuente de ingresos para varias comunidades.</li> </ul>
Crear una empresa dedicada al diseño y construcción de hornos para ladrillos, que permite conservar la energía calorífica, elevando la	1 egresada de la carrera de Ing. en Logística.	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Promover el cuidado del medio ambiente al reducir y reducir los costos y los</li> </ul>

producción en menos tiempo y contribuyendo al cuidado del medio ambiente.	1 mujer	tiempos de producción de ladrillos.
---	---------	-------------------------------------

Fuente: elaboración propia, a partir de la información de las encuestas.

En la tabla 4 se destacan dos proyectos de egresados de la UTM que al enterarse de las actividades del SIEM también acudieron a la universidad para presentar sus emprendimientos para obtener asesoría y retroalimentación. Cabe destacar que estos proyectos ya participan en el mercado, se puede ver una mayor madurez de los proyectos y que los emprendedores se han percatado que tienen muchas ventanas de oportunidad para enriquecer sus respectivos productos.

El primer proyecto se trató del diseño y creación de muebles con valor cultural realizado por una egresada de la Maestría en Diseño de Muebles que al terminar su tesis ya contaba con un producto vendido, además se encontraba participando en el IODEMC y requería asesoría y retroalimentación para su proyecto.

El segundo proyecto corresponde al diseño de una planta de almacenamiento y distribución de productos alimenticios (aproximadamente 600 tipos de productos, entre los que destacan; ingredientes para la cocina, chiles secos, especias, frutos secos, dulces y botanas). El objetivo es distribuir los productos empaquetados y bajo una marca, actualmente abastecen 9 tiendas y se busca otorgar 30 franquicias.

Tabla 4

*Proyectos presentados por egresados de la UTM*

<b>Descripción del producto o servicio del emprendimiento</b>	<b>Estudiantes participantes en</b>	<b>Motivaciones para emprender</b>
---	-------------------------------------	------------------------------------

	<b>cada proyecto y su distribución por sexo</b>	
Creación de muebles que rescatan la identidad oaxaqueña a través de la recuperación de sus tradiciones y valores expresados en formas, colores y texturas.	1 egresada de la Maestría en Diseño de Muebles. 1 mujer	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Promover la riqueza cultural de Oaxaca.</li> <li>● Aprovechar los conocimientos adquiridos en su carrera.</li> </ul>
Diseño de una planta de almacenamiento y distribución de productos alimenticios	1 egresado de la LCE. 1 hombre	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Tener la oportunidad de contar con una mejor planta de producción para exportar sus productos a Estados Unidos.</li> <li>● Generar más empleos y poner en alto el nombre de México y a los productos de Oaxaca.</li> </ul>

Fuente: elaboración propia a partir de la información de las encuestas.

Entre los proyectos presentados por los emprendedores el 47% pertenece al sector agroindustrial, el 17.8% incorporó ideas de base tecnológica, el 7.1% rescata aspectos culturales, el 7.1% está relacionado con el cuidado el

medio ambiente y el 21% restante de proyectos se orienta a la comercialización.

Para lograr el objetivo de identificar las motivaciones que impulsaron a los universitarios a emprender, se aplicó una encuesta en la que se les preguntó sobre sus motivaciones para iniciar un emprendimiento. Se les presentó un listado de 10 motivaciones, además se les indicó, que si tenían alguna otra por señalar también lo podían hacer, los resultados se presentan en la tabla 5. Entre las motivaciones, destaca el deseo que tienen de aprovechar sus conocimientos y talento con 25%, para el 21.4 % les impulsa su deseo de innovar, el 17.8% su principal motivación, es la necesidad de logro. Se puede apreciar que el aspecto económico no es la principal motivación.

Para el 89% de los emprendedores la necesidad económica no es una motivación prioritaria, al respecto señalaron que en primera instancia querían aprovechar los conocimientos adquiridos durante su carrera, consideraron que la remuneración económica, así como el reconocimiento llegarían en consecuencia. Se identificó también que el deseo de innovar fue una de las principales motivaciones que los impulsó a emprender.

Tabla 5

*Motivaciones para emprender*

Motivación	Número de respuestas	Porcentaje
Aprovechar sus conocimientos y talento	7	25%
Deseo de Innovar	6	21.4%
Necesidad de logro	5	17.8%
Necesidad e independencia económica	3	10.7%
Apoyar a su comunidad y generar empleo	3	10.7%
Auto emplearse	2	7.1%

Desarrollo personal	1	3.5%
Atender las necesidades del mercado	0	0%
Demostrar que puede hacer las cosas / Reconocimiento social	1	3.5%
Total de emprendedores	28	

Fuente: elaboración propia a partir de la información de las encuestas.

En relación a las características de los proyectos presentados, así como la intención de innovar, coinciden con el emprendimiento por oportunidad que ha identificado el GEM. Este tipo de emprendimiento se distingue por propiciar la generación de ideas creativas e innovadoras para aprovechar los recursos de la región, mejorar procesos, identificar necesidades no satisfechas y proponer productos para atenderlas. Esta generación de valor contribuye a crear un entorno favorable para el crecimiento y desarrollo económico.

Respecto a las principales motivaciones expresadas por los emprendedores, se puede observar que la necesidad de logro coincide con los planteamientos de la teoría de McClellan (1961), quien señala que, para los individuos este aspecto es fundamental y les conduce a fijarse continuamente metas para alcanzar el objetivo que se han propuesto.

## **Conclusiones**

El ejercicio realizado por los emprendedores en el marco del SIEM les permitió recibir retroalimentación por parte del grupo multidisciplinario de profesores, eso contribuyó a que pudieran comprender mejor el camino a seguir para poner en marcha sus ideas de negocio o fortalecer a los que ya estaban en funcionamiento.

Los resultados de la presente investigación permiten hacer algunas propuestas relacionadas con actividades académicas que podrían desarrollarse en la universidad con el objetivo de impulsar el espíritu

emprendedor de los estudiantes, principalmente en los últimos semestres. A continuación, se mencionan algunas de esas actividades:

- ♦ Conferencias de empresarias y empresarios cuya actividad productiva se relacione con diversos sectores económicos, se les pedirá que compartan sus experiencias emprendedoras y que destaquen tanto los obstáculos que enfrentaron como las facilidades que tuvieron para emprender. También se les pedirá que hablen sobre sus principales motivaciones que los llevaron a emprender. Es importante la participación de empresarias para motivar el espíritu emprendedor de las alumnas.
- ♦ Talleres donde se aborden temas específicos relacionados con la motivación emprendedora, principalmente con aprovechar los conocimientos y talentos, y promover el deseo de innovar.
- ♦ Ferias de emprendimiento, cuyo objetivo sea que los jóvenes expongan sus ideas de emprendimiento al público en general.

A través de las actividades antes mencionadas se pretende que se otorgue un espacio y un apoyo a la inquietud emprendedora que tienen los jóvenes universitarios. A medida que se pongan en práctica algunas de ellas seguramente surgirán otras, lo importante es destacar que en el ámbito académico es imperativo retomar el tema del emprendimiento desde la práctica, es decir, incentivar a los jóvenes para que pongan en marcha sus ideas de negocio y que antes de graduarse, aquellos que tengan interés en iniciar una empresa lo hagan y se sometan a diversas formas de evaluación. Cabe destacar que los emprendedores que participaron en el proyecto han desarrollado sus respectivos trabajos, prototipos e ideas de negocio, a la par de todas sus actividades y responsabilidades académicas, sin asesoría comercial previa y sin apoyos gubernamentales. Además, tienen una

mentalidad emprendedora y están dispuestos a continuar realizando esfuerzos y trabajo extra para plasmar su idea en una empresa, están conscientes que tienen un largo camino por recorrer, pero externan que tienen la disposición y determinación para continuar trabajando en equipo a fin de que cada integrante enriquezca su proyecto con los conocimientos de su área.

Ahora más que nunca el emprendimiento debe retomarse en la agenda de las instituciones públicas, entre ellas, las educativas, debido a que los efectos de la pandemia por Covid-19 en la actividad económica serán negativos, principalmente en la falta de empleo para la población joven. En este sentido, la actividad emprendedora tiene un papel importante en la generación de autoempleo y empleo y con ello impacta en el desarrollo económico, también porque conlleva al aprovechamiento de recursos materiales, económicos y humanos de las regiones donde se establecen. El reto es lograr que esos emprendimientos sobrevivan y crezcan a través del tiempo, en esa medida tendrán un efecto positivo en el bienestar de las personas, particularmente en zonas marginadas del país y con altos niveles de pobreza como en el estado de Oaxaca.

Los resultados de este trabajo, dan la pauta para la realización de futuras investigaciones sobre emprendimiento entre universitarios, ya que se tiene la premisa de que la colaboración interdisciplinaria favorece la innovación, lo cual tiene un mayor impacto en el mercado. Otra línea de investigación es profundizar en las acciones de las políticas públicas e iniciativas de instituciones de educación y de la sociedad civil, que promueven el emprendimiento entre universitarios ya que se trata de grupos con un gran potencial que requieren de guía y apoyo, siendo fundamentales para impulsar la creación e innovación a partir del conocimiento.

Las limitaciones a las que nos enfrentamos fueron; la falta de información propia ya que en la UTM se han realizado ejercicios de emprendimiento

únicamente a nivel de asignatura y la experiencia generada no se ha documentado. Otra dificultad fue delimitar el tema, ya que hay muchas aristas para investigar y explorar, por lo tanto, se decidió en principio conocer las motivaciones que impulsan a los universitarios y en futuras investigaciones se abordarán, aspectos como la caracterización y perfil del emprendedor, apoyos de los que disponen, aspectos que contribuyen a incrementar el éxito de los emprendimientos entre otros.

## Referencias

- Alcaráz, Rodríguez Rafael (2011) *El emprendedor de éxito México* McGraw Hill
- Boisier, S. (2005). ¿Hay espacio para el desarrollo local en la globalización? *Revista de la CEPAL*, 186. 47- 62. Recuperado de [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/11068/1/086047062\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/11068/1/086047062_es.pdf)
- Contreras, J., Velásquez, S., Wilches, D., Modesto, E. y Bautista, M. (2017). Educación superior y la formación en emprendimiento interdisciplinario: Un caso de estudio. *Revista Scielo Analytics*. Recuperado de [https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0718-50062017000300003](https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-50062017000300003)
- Cota, R. y Rivera, M. (2020). Política pública de fomento al emprendimiento juvenil para el desarrollo local en el municipio de Colima 2009-2013. *Sapientiae*, 5(2), 328-342. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7206959>
- Duarte, T., Ruiz, T. (2014). *Emprendimiento, una opción para el desarrollo. El fomento al emprendimiento dinámico en países del Cono Sur de América Latina*. Banco Interamericano de Desarrollo. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=84917310058>

- Echeverri, L. Valencia A. (2018). Factores que inciden en la intención emprendedora del estudiantado universitario: Un análisis cualitativo. *Revista electrónica Educare*. Recuperado el 26 de Abril de 2020 de [https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1409-42582018000200160](https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1409-42582018000200160)
- Formichella, M. (2004). El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local. VII Congreso Nacional e internacional de Administración, y XI CONAMerco. Recuperado de <https://www.researchgate.net/publication/281465619>
- Galindo, M. (2006). “Entrepreneurship”, crecimiento económico y ética. *Estudios de economía aplicada*, 24 (2), 389-406. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/301/30113180003.pdf>
- iLab (2021). Becas Citibanamex: Brindamos oportunidades laborales y empresariales a personas que quieran iniciar o hacer crecer su negocio. Recuperado de <https://ilab.net/becas-citibanamex-para-iniciar-y-crecer-un-negocio/>
- Instituto Oaxaqueño del Emprendedor y de la Competitividad (IODEMC 2021). Profesionalización de tu emprendimiento. Recuperado el 16 de agosto de 2020 de <https://www.oaxaca.gob.mx/iodemc/>
- Marulanda, F., Montoya, I. & Vélez, J. (2014). Aportes teóricos y empíricos al estudio del emprendedor. *Cuadernos de administración*. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/cuadm/v30n51/v30n51a10.pdf>
- Marulanda, F., Montoya, I. & Vélez, Juan. (2018). El individuo y sus motivaciones en el proceso emprendedor. *Universidad & empresa*. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/unem/v21n36/0124-4639-unem-21-36-149.pdf>

- Marulanda, F. y Morales, T. (2016). Entorno y motivaciones para emprender. *Rev. esc. adm. neg.* No 81 Recuperado de <http://dx.doi.org/10.21158/01208160.n81.2016.1556>
- Maya, A., Cevallos, P., Rauda, J. & Cejas, M. (2016). Emprendimiento por oportunidad en el contexto del cambio de la matriz productiva: una estrategia innovadora-Ecuador. *Revista Visión gerencial.* Recuperado de C:/Users/UTM/Downloads/7743-25321-1-SM.pdf
- Ochoa, L., Azuela, I. y Rangel, L. (2015). Características emprendedoras en universitarios próximos a egresar de la Facultad de Comercio y Administración de Tampico. *Revista de economía pública, social y cooperativa.* Recuperado de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2007-18332015000200003](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-18332015000200003)
- Perilla, L., y Lyria, E. (1998). David C. McClelland (1917-1998). *Revista Latinoamericana de Psicología.* Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=80530309>
- Plan Estatal de Desarrollo 2016-2022. Recuperado de [https://www.finanzasoaxaca.gob.mx/pdf/planes/Plan Estatal de Desarrollo 2016-2022.pdf](https://www.finanzasoaxaca.gob.mx/pdf/planes/Plan_Estatal_de_Developmento_2016-2022.pdf)
- Salinas, F. y Osorio, L. (2012): Emprendimiento y Economía Social, oportunidades y efectos en una sociedad en transformación. *Revista de economía pública, social y cooperativa.* Recuperado de [https://base.socioeco.org/docs/pdf\\_174\\_17425798008.pdf](https://base.socioeco.org/docs/pdf_174_17425798008.pdf)
- Sanabria, S., Pedraza, P. y Hurtado, E. (2014). El emprendimiento como fuente de desarrollo y fortalecimiento de las capacidades endógenas para el aprovechamiento de las energías renovables. *Revista Escuela de Administración de Negocios.* 77, pp.152-167. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/206/20633274011.pdf>

Simón, J. (2013) Sistematizando experiencias sobre educación en emprendimiento en escuelas de nivel primaria. RMIE, 2013, Vol. 18, Núm. 56, PP. 159-190 (ISSN: 14056666). Recuperado de <http://www.comie.org.mx/documentos/rmie/v18/n056/pdf/56007.pdf> (11)

Valdiviezo, G. (2009). Reflexiones en torno a la empresarialidad y el desarrollo económico local. Revista Pueblos y Fronteras Digital, 6, pp. 1- 26. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/906/90611974002.pdf>