

## **El emprendimiento como instrumento de experiencias significativas para el desarrollo integral**

Hernández Hernández Maria Andrea<sup>1</sup>, Olvera Becerril Michelle<sup>1</sup>, Olvera Prieto Gabriela Alejandra<sup>2</sup> Pacheco Gasca Ana Marlene<sup>1</sup>, Rodríguez Flores Mariana Stephania<sup>2</sup>, Segura Castellanos Paola Michel<sup>1</sup>, Rincon Ávila David<sup>3</sup>

<sup>1,2</sup> Estudiante de la Licenciatura en Diseño de Interiores, Universidad de Guanajuato, División de Arquitectura, Arte y Diseño, Departamento de Diseño.

<sup>3</sup> Doctor en Administración, Universidad de Celaya, Profesor – Investigador Tiempo Completo Universidad de Guanajuato, División de Arquitectura, Arte y Diseño, Departamento de Diseño.

<sup>1</sup> [ma.hernandezh@ugto.mx](mailto:ma.hernandezh@ugto.mx)

<sup>1</sup> [m.olverabecerril@ugto.mx](mailto:m.olverabecerril@ugto.mx)

<sup>2</sup> [ga.olveraprieto@ugto.mx](mailto:ga.olveraprieto@ugto.mx)

<sup>1</sup> [am.pachecogasca@ugto.mx](mailto:am.pachecogasca@ugto.mx)

<sup>2</sup> [ms.rodriiguez.flores@ugto.mx](mailto:ms.rodriiguez.flores@ugto.mx)

<sup>1</sup> [pm.segurcastellanos@ugto.mx](mailto:pm.segurcastellanos@ugto.mx)

<sup>3</sup> [rincond@ugto.mx](mailto:rincond@ugto.mx)

### **Resumen**

El presente documento es una investigación descriptiva del fenómeno del emprendimiento universitario centrado en las experiencias significativas, las cuales se producen al participar y desarrollar ideas que requieren atención (necesidades, intereses, deseos, etc.), tratando de generar retroalimentación frecuente y continua con la intención para darles herramientas y estructura que permita contribuir al desarrollo integral de los estudiantes y una posibilidad de creación bienestar y prosperidad.

### **Palabras clave:**

**Emprendimiento, habilidades, experiencias, espíritu emprendedor, proyecto emprendedor.**

## Problemática

El espíritu emprendedor ha surgido como un poderoso instrumento para generar experiencias significativas en el desarrollo integral de las personas. Esta forma de acción implica identificar y aprovechar oportunidades, asumir riesgos y crear valor a través de la innovación y la creatividad desde el papel de un estudiante universitario.

Los emprendedores carecen a menudo de los medios necesarios para llevar a cabo sus ideas y proyectos, lo que limita su capacidad de desarrollo y crecimiento. Otro problema común en la iniciativa emprendedora durante el proceso de su estudio universitario es la falta de conocimientos y habilidades empresariales. Muchas personas tienen grandes ideas y motivación para emprender, pero carecen de los conocimientos necesarios para gestionar eficazmente un proyecto, a la vez que en su entorno no cuentan con clases, talleres o espacios dedicados a la enseñanza de estos temas.

Sin embargo, la actual coyuntura económica a nivel mundial ha creado serias dificultades no solamente para crear empleo, sino también para conservar el existente (Galvão *et. al.*, 2018). Al mismo tiempo, se ha constatado una intensa competitividad y grandes cambios en el ámbito económico, social y tecnológico, lo que obliga a aquellos en búsqueda de empleo a demostrar conocimientos y habilidades relevantes en la realidad empresarial (Kucel *et al.*, 2016) (Calleja, Asenjo y Olivella, 2018, p.1).

Además, el emprendedor también se enfrenta a barreras culturales y sociales. En la actualidad, en algunas sociedades existe un estigma asociado al fracaso empresarial, que disuade a los estudiantes de asumir riesgos y perseguir

sus sueños empresariales, esto los lleva a tomar caminos más rectos y no poder experimentar estas prácticas, mentoría y asesoría diversa.

En resumen, el emprendimiento como instrumento de experiencias significativas para el desarrollo integral presenta desafíos que deben ser abordados (acceso a recursos y financiación, la formación empresarial, el cambio cultural y social, así como la sostenibilidad y el impacto social).

### **Límite Teórico.**

La presente investigación se realiza con la finalidad de identificar las **experiencias que han generado los estudiantes del Departamento de Diseño** con relación emprendimiento dentro de la División de Arquitectura, Arte y Diseño (DAAD) del campus Guanajuato.

### **Límite espacial.**

Como límite espacial, se toma en cuenta que el espacio donde se realizó la investigación es el **Departamento de Diseño, DAAD, ubicado en Calle Alfredo Pérez Bolde, Fraccionamiento ASTAUG, C.P. 36250, en la ciudad de Guanajuato, Gto. (Google maps, 2023).**

### **Límite temporal**

En este apartado se señala la duración del proyecto, puesto que la realización de esta investigación requiere un tiempo establecido según las indicaciones de la Universidad de Guanajuato (UG). La investigación y la edición del artículo deben ejecutarse durante el mes de Julio del presente año y hacer entrega del producto final del 24 – 28 del mismo mes.

### **Antecedentes**

En la opinión de Calleja, et. al. (2018), el emprendimiento es un factor clave en el desarrollo de soluciones económicas sostenibles a problemas sociales (Tracey and Phillips, 2007), lo anterior se menciona en el informe conjunto de la OCDE y la Comisión Europea “The missing entrepreneurs, 2017” en el cual se indica que habrá generar y alinear políticas regionales, nacionales e

internacionales que ayuden a crear, desarrollar e impulsar el empleo que contribuya al crecimiento económico y la inclusión social.

Para lo anterior, se deben generar ciertos elementos que faciliten la generación de experiencias de emprendimiento: a)Facilitar acceso a la información, b)Eliminar obstáculos para la creación de start-ups, c)Autoempleo de personas y grupos vulnerables (OECD/European Comission, 2017).

De acuerdo con el marco estratégico “Education and Training 2020”, se destacan la creatividad y la innovación como ingredientes determinantes para el desarrollo empresarial, la capacidad de los emprendedores y proyectos para competir en un mercado, derivado de lo anterior, la principal actividad es propiciar, instruir, educar y capacitar en competencias clave transversales.

### **Marco Teórico**

Para el diccionario de Oxford (2020), el emprendimiento es el *“Inicio de una actividad que exige esfuerzo o trabajo, o tiene cierta importancia o envergadura”*.

En opinión de Sosa (2019), autor de la revista Forbes menciona que *“emprender significa arrancar de cero un nuevo proyecto empresarial que satisfaga una necesidad del mercado y genere un retorno sobre la inversión”*.

Los emprendimientos logran la satisfacción de necesidades y mejorar la vida de las personas al permitirles desarrollar bienestar, funcionalidad e impacto de manera óptima, ya sea de manera económica, tecnológica o social.

En la encuesta anual de actividad empresarial GEM (Global Entrepreneurship Monitor) se muestra que existen dos tipos de motivación empresarial, aquella conducida por necesidad y la conducida por oportunidad. El emprendimiento por necesidad está definido por aquellos emprendedores que iniciaron un negocio debido a las complicaciones para encontrar trabajo; sin embargo, los

datos del GEM 2006, muestran que la mayor parte de los emprendedores en México son conducidos por oportunidad, debido a que buscan un ingreso mayor, representando un 39% de los emprendedores, mientras que un 49% de ellos busca mayor independencia (Ibarra, 2007, p. 4).

Algo muy común de encontrar hoy en día son los emprendimientos tradicionales, los cuales se relacionan con los sectores artesanal, comercial y de servicios, basándose en modelos de negocios que ya existen y que son replicables fácilmente.

Por otra parte, existen también los emprendimientos de alto impacto que brindan productos y servicios innovadores con el potencial de crecer rápidamente, se asocian con productos de base tecnológica y tratan de introducir productos nuevos y propiciar una revolución en su área de interés.

De igual forma existen los llamados emprendimientos sociales que buscan generar oportunidades de negocio por medio de la solución de problemáticas que se enfoquen en temas sociales.

El emprendimiento es un tema analizado en economía, ya que es un factor clave del desarrollo económico y social. En efecto, contribuye a la creación de puestos de trabajo y a la generación de ingresos (Flores, Landerretche y Sánchez, 2011, p.2).

### **Metodología**

Esta investigación se realizó por medio de una serie de encuestas realizadas a la comunidad estudiantil del Departamento de Diseño de la UG, las

cuales se llevaron a cabo de manera virtual por medio de la plataforma Google Forms.

La diversidad de respuestas y al objetivo del presente estudio, se puede clasificar a la investigación como “mixta”, teniendo presentes elementos tanto cuantitativos como cualitativos, será un enfoque descriptivo el que privilegie este documento.

Al concluir cada una de las ferias de emprendimiento denominadas como “Panal Creativo”, organizadas por el Departamento de Diseño, se compartió con los estudiantes expositores un link con las encuestas de las que se extrae la información para la presente investigación.

Teniendo los resultados en orden y analizados se realiza el vaciado de la información en la investigación, para realizar un análisis descriptivo de los resultados; finalmente se realiza una conclusión resaltando los hallazgos y experiencias más importantes que se encontraron durante el proceso.

## **Enfoque de la investigación**

### **Alcances**

La investigación sobre las experiencias significativas en el emprendimiento de la comunidad estudiantil de la DAAD, se basan en los resultados de actividades realizadas dentro del Departamento de Diseño, Sede los Santos, en las que participaron alumnos de la licenciatura de Diseño de Interiores y Diseño Gráfico.

La estrategia para la investigación se basó en realizar ferias de emprendimiento, en la que los alumnos participaron ofreciendo productos y servicios. Estas actividades se realizaron a lo largo del semestre, pero al concluir cada una de estas, se les proporcionaron encuestas que contenían preguntas respecto para evaluar la experiencia de modo integral.

### **Población**

Se tomó como punto medular de este trabajo los estudiantes y asistentes a los espacios de emprendimiento denominados Panal Creativo, los cuales participaron en las actividades y eventos de emprendimiento.

A lo largo de las tres ediciones de Panal Creativo, han interactuado más de 200 personas, entre expositores, docentes y público en general.

### **Muestra**

Dentro del Departamento de Diseño se implementa la investigación de los alumnos que han emprendido en un negocio de creación propia durante el tiempo de estudio de su licenciatura.

Del total de alumnos de la división en la licenciatura de diseño gráfico y en diseño de interiores se recolectó la información necesaria para saber algunas características relacionadas con el emprendimiento.

Los alumnos considerados para esta investigación son un total de 24 de los cuales todos tienen un emprendimiento dentro y fuera de la Universidad.

### **Instrumento de Recolección de datos**

Para investigar cómo el emprendimiento se influye en el desarrollo de habilidades y competencias específicas en el ámbito del departamento de diseño, se puede utilizar una combinación de métodos de recolección de datos para obtener una comprensión holística y detallada del tema, en este caso se trabajó con un instrumento que se denominó “Espíritu emprendedor Universitario”.

El instrumento se aplicó en tres distintas etapas al concluir cada evento de Panal Creativo y posteriormente con una propuesta final de instrumento que permitiera identificar conceptos, elementos y experiencias significativas de la participación en los espacios de interacción generados por los eventos desarrollados.

Preparación de datos: Lo primero es organizar y preparar los datos para su análisis. Esto implica limpiar los datos, eliminar respuestas incompletas o erróneas y analizar las respuestas para facilitar el procesamiento.

### **Análisis de Datos**

De acuerdo con el análisis de los alumnos, se presentan varias cuestiones acerca del emprendimiento.

Nuevas experiencias:

- Conocer personas inspiradoras
- Autoevaluación para crecer
- Nuevas oportunidades de trabajo
- Administración
- Aprendizaje como empresa
- Comunicación
- Liderazgo
- Responsabilidad
- Análisis de mercado
- Participación en panel creativo
- Comprender necesidades
- Nuevas habilidades
- Crecimiento como emprendedor
- Paciencia
- Organización
- Creatividad
- Confianza
- Vínculos con los demás emprendedores

Con relación a los conocimientos que se necesitan o requieren se pueden mencionar los siguientes:

- Finanzas y mercadotecnia
- Relaciones de emprendedores
- Desarrollo de software
- Publicidad
- Carpintería y materiales
- Contabilidad
- Marketing

Del mismo modo las habilidades que creen son más importantes para el desarrollo del emprendimiento son:

- Presentación del producto
- Control de gastos
- Confianza
- Quitar temor y duda
- Comunicación
- Calidad

Según el instrumento “Espíritu emprendedor universitario” (2023), las opiniones vertidas de los participantes sobre las destrezas obtenidas de manera personal con el proyecto emprendedor desarrollado son las siguientes.

- “Me ayudado a ser más responsable y sobre todo a valorar lo que tengo, gracias a esto ya estoy enfocado mi camino y cada vez reafirmo más lo que quiero lograr.”
- “Me ha dado muchísima madurez y responsabilidad en mis proyectos tanto de emprendimiento como en los académicos y me ha enseñado a no rendirme sin importar que a veces las cosas no salgan como uno espera.”
- “Actualmente estoy concluyendo la UG en Ing. Química.
- “He logrado que planee mejor mis estrategias, mejore mi comunicación y tenga mente más abierta.”
- “De forma sumamente positiva. Me ha hecho ser más proactiva y a perder la pena. He aprendido del liderazgo sobre todo.”
- “Ha contribuido de manera muy importante y significativa, pues como lo mencioné antes, me ayudó a ser más comprometida y tener más disciplina que antes no tenía. De igual manera me ha ayudado a poder dividir mis gastos, que era algo que antes no hacía.”

**Análisis descriptivo:** Realiza un análisis descriptivo para resumir y presentar los datos de manera clara y concisa. En la Tabla 1 se muestran los elementos destacados y características clave de los datos recopilados Comparando todas las repuestas que se obtuvieron en cada pregunta del cuestionario se ha visto que la mayoría del emprendimiento los ha ayudado a crecer como personas, tener la responsabilidad y la madurez de seguir adelante con su emprendimiento.

### **Diagnóstico**

Los eventos de emprendimientos se llevaron a cabo en el Departamento de Diseño, DAAD, UG Campus Guanajuato.

Estos talleres, actividades y feria de emprendimiento se realizaron por una convocatoria impulsada por el Cuerpo Académico “Gestión y Procesos en el Diseño” y la estudiante de los últimos semestres del programa en Diseño de Interiores Leslie Carolina Arzola, se realizó un registro por medio de redes sociales y hubo un formulario para registro de proyecto.

Elementos identificados para la mejora de la práctica del emprendimiento:

- Hace falta difusión de las actividades de emprendimiento.
- Se debe usar de manera más importante el uso de redes sociales y TIC’S.
- Es necesario impulsar las labores de mentoría y asesoría integral.
- Generar espacios de interacción para permear conceptos sobre espíritu emprendedor, emprendimiento, plan de negocios empresa, empresario, modelos y tipos de emprendimiento.
- Acercar información sobre concurso, convocatorias y actividades diversas que complementen y consoliden el desarrollo de la idea de negocio para transformarla en un proyecto viable, factible, sostenible y sustentable.

...los emprendedores, entonces, son los responsables del desarrollo económico, los cambios tecnológicos y nuevas formas de organización (Flores, Landerretche y Sánchez, 2011, p.6).

En opinión de Vélez, Bustamante, Loor y Afcha (2020), la formación, educación y desarrollo de habilidades, conocimientos y experiencias para el emprendimiento, así como el grado en el cual comience a vivir la experiencia de adopción de una idea y creación de un proyecto, además de la universidad en la que se encuentre terminando su formación (pública o privada), es necesario una educación transversal y con múltiples experiencias que le permitan ir madurando una idea y forjando un proyecto sólido con posibilidades de crecimiento.

**Tabla 1. Preguntas y respuestas destacadas del instrumento “Espíritu emprendedor universitario”.**

<i>Preguntas</i>	<i>Respuestas más destacadas</i>
¿Qué tipo de experiencias te ha proporcionado el emprendimiento que desarrollas?	<i>Han conocido a personas muy talentosas que los inspiran a crecer, tener una amplia visión de su mercado mejorar en sus emprendimientos.</i>
¿Cuál ha sido la experiencia más significativa en tu proyecto de emprendimiento?	<i>El resultado y la aceptación del público</i>
¿Qué conocimientos necesitarías para complementar tu proyecto de emprendimiento?	<i>La finanzas y mercadotecnia</i>
¿Cómo ha impactado en tu formación integral la experiencia de emprendimiento?	<i>Mejorar como persona y tener otras perspectivas</i>
Menciona algunas competencias y habilidades que crees pueden complementar tu proyecto de emprendimiento	<i>Servicio rápido, mayor socialización, presentación del producto o servicio, organización y conocimiento</i>
¿De qué manera te gustaría recibir información sobre cursos, talleres y actividades diversas que puedan complementar tu proyecto de emprendimiento?	<i>Redes Sociales</i>
¿A través de qué medio prefieres se te contacte para recibir información o generar trabajo colectivo para retroalimentar tu proyecto de emprendimiento?	<i>WhatsApp</i>
¿Cómo ha contribuido en lo personal la generación de un proyecto de emprendimiento (manera de pensar, hacer las cosas, visión de carrera, negocio, etc.)?	<i>Tener madures y responsabilidad</i>

**Fuente: Elaboración propia, 2023.**

### Imagen 1. Productos generados por los estudiantes



Fuente: Elaboración Propia, 2022.

En la segunda edición de Panal Creativo las actividades se ejecutaron en la explanada de del Departamento de Diseño, los alumnos participaron con productos de autor, se continuó con la dinámica de registro en línea y se incrementó el número de proyectos, segunda edición “Feria de Emprendimiento Panal Creativo 2da Edición”.

### Imagen 2. Productos e interacción en la explanada del Departamento de Diseño.



Fuente: Elaboración Propia, 2022.

En la tercera edición denominada Panal Creativo 3da edición, no solo los alumnos estaban invitados a presentar su emprendimiento, se extendió la invitación a la

DAAD y a otros Departamento Académicos de Campus Guanajuato; por lo que hubo ventas de comida, ropa, accesorios, stickers y objetos de decoración.

### Imagen 3. Participantes Panal Creativo Tercera Edición.



Fuente: Elaboración Propia, 2023.

...los principales determinantes de emprendimiento son aquellas características que tienen que ver con la experiencia laboral, los emprendedores aprenden cómo hacerlo. Y esto puede ser mediante la adquisición de experiencia o mirando cómo los empresarios cumplen sus funciones (Flores, Landerretche y Sánchez, 2011, p.20).

### Conclusión

A través del emprendimiento, los estudiantes tienen la oportunidad de poner en práctica sus conocimientos académicos en un entorno real, enfrentarse a retos y adquirir valiosas competencias empresariales y personales.

Los estudiantes se exponen a situaciones que fomentan la creatividad, la resolución de problemas, la toma de decisiones y el trabajo en equipo, estas experiencias les permiten desarrollar su pensamiento crítico, aprender a gestionar el riesgo y adaptarse a un entorno cambiante, incierto y competitivo.

El emprender les da la oportunidad de explorar sus pasiones, encontrar su propósito

Desarrollar habilidades de liderazgo y comunicación, la actividad les permite generar interacciones, aprender de manera continua y ser empáticos con las personas que están viviendo la misma experiencia.

El emprendimiento les permite a los estudiantes y docentes salir de su zona de confort, asumir responsabilidades y aprender a gestionar recursos, ideas y administrar su tiempo de manera efectiva.

Fomenta la autonomía y la iniciativa, se convierte en motivación y aprendizaje continuo.

Esto les proporciona un sentimiento de autonomía y confianza en sí mismos, así como una mentalidad emprendedora que pueden aplicar a cualquier aspecto de sus vidas.

Les da la oportunidad de experimentar con el Know how de productos y servicios que consideran satisfacen una necesidad.

Se genera una identidad institucional y fortalece los lazos de amistad y colaboración.

## **Bibliografía/Referencias**

Banco Mundial (2002), Building Institutions for Markets, *World Bank Report 2002*, The World Bank, Washington, DC.

Batista, R., M., Fernández-Laviada, A., del Pino, M., Esteban, N., Rueda, I, Sánchez, L., (2014). Educación en emprendimiento. En Informe GEM España 2014, Global Entrepreneurship Monitor, 125-144.

Bennett, M. (2006), Business lecturers' perception of the nature of entrepreneurship, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 12(3), 165-88.

Binks, M., Starkey, K., & Mahon, C. L. (2006). Entrepreneurship education and the business school. *Technology Analysis & Strategic Management*, 18(1), 1-18.

Calleja, G., Asenjo, J., Olivella, J. Aprendizajes activos para el emprendimiento: Experiencias en el contexto universitario catalán. A: "El capital humà de Catalunya: Dotació i reptes". Barcelona: Col·legi d'Economistes de Catalunya, 2018, p. 501-524.

Co, M. and Mitchell, B. (2006), Entrepreneurship education in South Africa: a nationwide survey, *Education+Training*, 48(5), 348-59.

Collins, L.A., Smith, A.J., and Hannon, P.D. (2006). Applying a synergistic learning approach in entrepreneurship education. *Management Learning*, 37(3), 335-354.

Comisión Europea (2013). Entrepreneurship 2020 Action Plan. Reigniting the entrepreneurial spirit in Europe. Diario Oficial de la Unión Europea, 09.01.2013.

Disponible en <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2012:0795:FIN:en:PDF>

Comisión Europea, (2006) *The Oslo Agenda for Entrepreneurship Education in Europe*, [http://www.cdiex.org/aprendizaje/documento\\_6.pdf](http://www.cdiex.org/aprendizaje/documento_6.pdf)

European Union (2009). Council conclusions of 12 May 2009 on a strategic framework for European cooperation in education and training ('ET 2020'). [http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52009XG0528\(01\)&from=EN](http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52009XG0528(01)&from=EN).

Flores, B., Landerretche, O. y Sánchez G. (2011). Propensión al emprendimiento: ¿los emprendedores nacen, se educan o se hacen?. Serie documentos de trabajo, Departamento de Economía, Facultad de Economía y Negocios, Universidad de Chile, SDT330.

Hafer, R. W. (2013). Entrepreneurship and state economic growth. *Journal of Entrepreneurship and Public Policy*, 2(1), 67-79.

OECD/European Commission (2017), *The Missing Entrepreneurs 2017: Policies for Inclusive Entrepreneurship*, OECD Publishing, Paris. <http://dx.doi.org/10.1787/9789264283602-en>.

Página de Facebook – Departamento de Diseño, Universidad de Guanajuato.

Pitt, L. F., and Watson, R. T. (2011). The case for cases: writing and teaching cases for the emerging economies. *Information Technology for Development*, 17(4), 319-326.

Ruiz, F.J. (2015). Competencia emprendedora. Emprender en la sociedad del conocimiento. La iniciativa Tiimiakatemia en Finlandia y su adaptación al País Vasco, en L. Villardó (coord.) *Competencias genéricas en educación superior. Metodologías específicas para su desarrollo*. (pp. 103-140). Madrid, España: Narcea.

Universidad de Guanajuato. (s. f.). *División de Arquitectura, Arte y Diseño*. <http://www.daad.ugto.mx/daad1/index.php/8-blog>.

Verduyn, K., Wakkee, I. and Kleijn, E.A. (2009), Filming entrepreneurship, *International Review of Entrepreneurship*, 7(3).

Wilson, K. (2008). Entrepreneurship Education in Europe. In *Entrepreneurship and Higher Education*, Chapter 5, European Foundation for Entrepreneurship Research, OECD, Paris, 1-20.

Vélez, Cecilia I., Bustamante, Miguel A., Loo, Beatriz A., & Afcha, Sergio M. (2020). Education for entrepreneurship as a predictor of entrepreneurial intent of university students. *Formación universitaria*, 13(2), 63-72. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062020000200063>