

Capítulo 5. Perspectiva del emprendimiento en estudiantes de la Universidad Tecnológica Fidel Velázquez y el papel de los y las jóvenes emprendedores: una búsqueda para la implementación de áreas de mejora.

Erika Toledo Trejo
Alejandra Martínez Salazar
Universidad Tecnológica Fidel Velázquez
DOI: [10.46990/iQuatro.2023.09.4.5](https://doi.org/10.46990/iQuatro.2023.09.4.5)

Resumen

El emprendimiento es una actividad que apareció en los jóvenes debido a la difícil inserción en el campo laboral, en esta investigación se buscó tener una perspectiva del emprendimiento en jóvenes estudiantes de la Universidad Tecnológica Fidel Velázquez, así como saber el papel de las mujeres en esta actividad, con la intención de proponer y trabajar áreas de oportunidades en miras de fortalecer el emprendimiento en la institución. Se encontró que son muy pocos los y las estudiantes que llevan a cabo emprendimiento y que es necesario darles a conocer programas que los apoyen e implementar capacitaciones que desarrollen o fortalezcan las competencias de un emprendedor exitoso.

Palabras clave

Emprendimiento, jóvenes emprendedores, problemáticas, Universidad

Introducción

Entre las necesidades básicas del humano sin duda alguna está la alimentación, el cuidado de la salud, vivienda entre otras, para poder satisfacerlas es necesario que las personas realicen un trabajo que sea remunerado. Coyoy (2022) señala que el empleo es una variable que está estrechamente relacionada al crecimiento económico de un país y que en la medida en que la producción aumenta, se generan nuevas oportunidades laborales para quienes buscan obtener un ingreso por su trabajo. Pero desafortunadamente la situación del mercado de trabajo se encuentra caracterizada por la insuficiente oferta de puestos laborales y la elevada demanda por fuentes de empleo (Canales, 2017; Torres, 1974). Hernández (2020) señala que la Organización Internacional del Trabajo en el 2019 considera que además del problema de desempleo lo es también el empleo de mala calidad; Así mismo la OIT menciona que para ese 2019 la tasa de desempleo mundial fue de 5.0% equivalente a 172 millones de personas desempleadas en el mundo, la tasa de participación laboral femenina fue de 48%, muy inferior a la masculina que fue de 75% y señala además la falta de oportunidades de empleo para los jóvenes de entre 15 y 24 años de edad, notando que los jóvenes tienen menos probabilidades de estar empleados que los adultos, siendo su tasa mundial de desempleo de 11.8% constituyendo un desperdicio del recurso productivo más valioso, la fuerza de trabajo. En el caso de México para el 2022 (específicamente en el tercer trimestre del año) la población desocupada fue de dos millones de personas con una tasa de desocupación de 3.4 % (INEGI, 2022).

Ante esta situación de falta de oportunidades de empleo en el contexto de la población joven, la creación de una empresa es un mecanismo que potencializa la inserción al mercado laboral a través del autoempleo, y paralelamente representa una vía para la producción de bienes y servicios innovadores (Paz, 2023; Ramos, 2023; Canales, 2017). El emprendimiento según Timmons, Zacharakis, y Spinelli, (2004) significa tomar acciones humanas, creativas para construir algo de valor a partir de prácticamente nada; es la búsqueda insistente de la oportunidad independientemente de los recursos disponibles o de la carencia de estos, que requiere una visión y la pasión y el compromiso para guiar a otros en la persecución. La formación y desarrollo en la cultura emprendedora según Hidalgo (2015) supondría la incorporación de habilidades y destrezas emprendedoras que les permitirían introducir procesos de creación e innovación en el campo empresarial requiriendo de competencias básicas, profesionales, ciudadanas y empresariales, dentro del sistema educativo formal y no formal y su articulación con el mercado; así entonces la formación emprendedora podría beneficiar y mejorar la actual situación.

Es constante observar estudiantes universitarios creadores de empresas o, en algunos casos, trabajadores en actividades comerciales informales, como apoyo en la empresa familiar o laborando de forma independiente; de esta forma logran sus primeras experiencias laborales pero es necesario potenciar el espíritu emprendedor tanto desde el contexto familiar en etapas formativas tempranas y mediante el proceso educativo, generando así procesos orientados a formar al sujeto de forma amplia, con aptitudes para la aplicación de procesos organizacionales, con calidad, para insertarse a la sociedad generadora de organizaciones que brindan la posibilidad de nuevas empresas o negocios orientadas al mejoramiento personal y a la transformación del entorno y de la sociedad, al mismo tiempo, dar soluciones a

las necesidades humanas presentes en la comunidad, con un sentido de ética y responsabilidad social y una perspectiva de desarrollo sostenible (Duran, S. 2015). Por lo tanto, según Ramos (2023) y Gutiérrez (2006) la universidad como institución educativa, está también obligada a fortalecer, organizar y dirigir al estudiante emprendedor; La Universidad posee la misión social de contribuir con el progreso de su entorno, de allí que su participación en el desarrollo local y regional de las comunidades en las que está inserta es básicamente un compromiso que no puede seguir pospuesto. De tal manera y en miras de identificar, fortalecer y desarrollar las habilidades y características necesarias para el emprendimiento, en esta investigación se busca conocer si los estudiantes de la Universidad Tecnológica Fidel Velázquez realizan emprendimiento, las dificultades a las que se enfrentan los y las emprendedoras e identificar el papel de las mujeres estudiantes emprendedoras para proponer y trabajar áreas de oportunidades adecuadas a cada situación e incluso por sexo, para que la institución pueda orientar y fortalecer el emprendimiento en miras de la mejora de la inserción de sus jóvenes egresados en el sistema productivo de la zona y mejora del entorno social del mismo.

Revisión de la Literatura

Botello (2012) en su estudio en México señala que el resultado más relevante de la política económica ha sido la estabilidad monetaria, más sin embargo menciona que no se ha traducido en mejoras en la economía, ni en el crecimiento, ni en el empleo. Además, que el tema de desempleo no es privativo de las y los jóvenes, sino que también afecta en mayor o menor grado a la población adulta, así como a otros grupos particulares como discapacitados y adultos mayores. Sin embargo, los jóvenes como grupo potencial requieren que se les proporcionen oportunidades de tener una ocupación productiva, estudiar o trabajar y en el peor de los casos estudiar y trabajar. Así, el autor señala que en lo que se refiere a la población juvenil los principales retos de la economía mexicana son por un lado, la generación de empleos y ocupaciones productivas, así como el mejoramiento de su inserción en el mercado de trabajo. De esta manera, se requiere que el objetivo de empleo juvenil tenga una alta prioridad en materia de políticas públicas.

En 1999 se creó el Instituto Mexicano para la Juventud (IMJUVE), esta entidad del Gobierno Federal, cuyo trabajo es hacer políticas públicas a favor de los jóvenes mexicanos para otorgarles las herramientas necesarias en educación, salud, empleo y participación social. (IMJUVE, 2023), más sin embargo sus programas son poco promocionados en medios que los jóvenes consulten cotidianamente, e incluso considerando a nivel mundial que la tasa de desempleo de los jóvenes es de 11.8% (OIT, 2019), implica la necesidad de mayores esfuerzos y donde el emprendimiento toma relevancia.

Canales (et. al., 2017) señala que la situación ideal del emprendimiento en los jóvenes mexicanos se deduce a que la actividad emprendedora emerge como una forma de sobrevivencia más que una manera de explotar el entorno para los negocios, la motivación personal y las capacidades físicas e intelectuales. En congruencia con esto en 2023 en el estudio de Loor se señala que en la formación del emprendedor es vital que el estudiante esté predispuesto a asumir el proceso de formación como emprendedor, que lo convierta en un reto personal, que se empodere y que lo vea como una oportunidad de transformarse, pues

el ser emprendedor se ha convertido en un indicador que incrementa el potencial inclusivo de la persona en el mercado laboral y que es necesario la revisión de las estrategias y métodos empleados en el proceso de formación, donde además de las actividades curriculares, se realicen actividades extracurriculares enfocadas al desarrollo local; donde la Universidad toma un papel importante.

La Universidad Tecnológica Fidel Velázquez es una institución pública que actualmente cuenta con una matrícula de 5300 estudiantes inscritos en los distintos programas educativos de Técnico Superior Universitario (TSU) e Ingenierías; se encuentra dentro del Municipio de Nicolas Romero en el Estado de México, esta localidad para el 2020 se le reportó un 43.4% de la población que se encontraba en situación de pobreza moderada y 7.99% en situación de pobreza extrema. La población vulnerable por carencias sociales alcanzó un 19.1%, mientras que la población vulnerable por ingresos fue de 12.2% asimismo las principales carencias sociales de Nicolás Romero en 2020 fueron por acceso a la seguridad social, carencia por acceso a los servicios de salud y carencia por acceso a la alimentación situaciones que impactan en el rendimiento académico de los estudiantes, así como la falta de oportunidades en la inserción laboral (DATA México, 2023). Lo mencionado anteriormente determina que los jóvenes busquen alguna fuente de ingresos o decidan emprender para obtener recursos, mismos que van a satisfacer sus necesidades familiares y personales.

Metodología

Este estudio se realizó con un enfoque cualitativo como vía de investigar sin mediciones numéricas y obteniendo datos descriptivos cuyo alcance es el de entender las variables que intervienen sobre la hipótesis planteada en esta investigación mediante el uso de la encuesta como método de recogida de datos; con respecto a la validez de la investigación se realizó Triangulación de los resultados cuyo objetivo es provocar el intercambio de pareceres, tomando en cuenta las diferentes perspectivas de los investigadores que integran dicho trabajo buscando interpretar los acontecimientos que se han desarrollado en el lugar de estudio e incluso con el entorno del lugar, donde la confrontación de los resultados concede un valor de primer orden en el análisis reflexivo colectivo y el análisis de los resultados en la investigación cualitativa se produjo en procesos de colaboración y contraste (Cortés e Iglesias, 2004). La encuesta aplicada se presenta en la Tabla 5.1 donde las preguntas buscaron obtener información del estudiante tanto de su ámbito social, económico y relativo al emprendimiento, esta encuesta fue de forma virtual.

Con respecto a la muestra, la intención de esta investigación cualitativa fue tener elementos participantes que estuvieran dispuestos a dar información al investigador y entrando en un diseño de muestreo no probabilístico y especial muestreo por conveniencia basándonos en lo señalado por Martín-Crespo, M. y Salamanca, A. (2007) en el que se utilizó una muestra de voluntarios que han sido o son emprendedores(ras) y que fueran estudiantes activos en algún programa educativo que ofrece la Universidad y en cualquier cuatrimestre, teniendo una muestra de $n = 350$. Los resultados fueron representados mediante gráficos descriptivos y por un análisis cualitativo de estos.

Tabla 5.1

Encuesta aplicada por medio electrónico a estudiantes activos e inscritos a cualquier programa educativo de la UTFV.

Objetivo: Conocer cuántos alumnos de la UTFV son emprendedores e identificar áreas de oportunidad para fortalecer sus habilidades en cuanto al manejo de su negocio.
Nombre:
Edad:
Sexo:
Número telefónico:
Correo electrónico:
Estado Civil
a) Soltero (a)
b) Casado (a)
c) Unión libre
d) Otro
1.- ¿Tienes hijos?
a) Si
b) No
2.- ¿Qué carrera estudias actualmente?
3.- ¿Qué cuatrimestres cursas?
4.- ¿Sabes el significado de emprendedor?
a) Si
b) No
5.- ¿Qué significa para ti ser emprendedor?
6.- ¿En alguna ocasión has intentado emprender un negocio propio?
a) Si
b) No
7.- ¿Actualmente cuentas con algún tipo de negocio?
a) Si
b) No
8.- Menciona el giro comercial de tu negocio (vestimenta, de consumo, calzado, belleza, salud, etc.)
9.- ¿Cuánto tiempo llevas con el negocio?
a) 0 a 6 meses
b) 6 meses a 1 año
c) 2 o más años
10.- ¿Te ha sido difícil emprender?
a) Si
b) No

- 11.- Menciona las razones por las que sí y porque no
- 12.- ¿Cuáles consideras que son los beneficios de ser emprendedor?
- 13.- ¿Has recibido alguna capacitación para fortalecer tus habilidades de emprendedor?
 - a) Si
 - b) No
- 14.-Menciona el tipo de capacitación que has recibido. (En caso de responder No, escriba ninguna)
- 15.- ¿Te gustaría tomar alguna capacitación?
 - a) Si
 - b) No
- 16.-De los siguientes temas
 - ¿Cuál te gustaría tomar como capacitación?
 - a) Capacitación en Administración
 - b) Capacitación en Mercadotecnia
 - c) Capacitación en Marketing Digital
 - d) Capacitación en Contabilidad
 - e) Capacitación en logística y Distribución
 - f) Capacitación en Computación
 - g) Otra

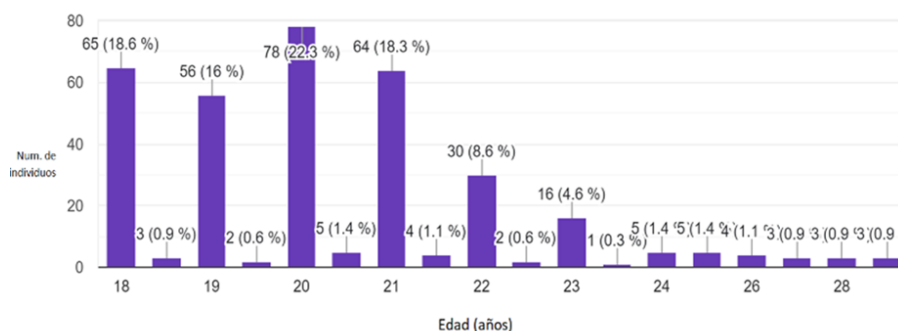
Nota. La respuesta de esta encuesta fue voluntaria y con las preguntas realizadas se buscó conocer la situación de los y las jóvenes emprendedores de la UTFV y las particularidades que obstaculizan el emprendimiento.

Resultados

Se obtuvieron 350 respuestas de estudiantes que son o han sido emprendedores (as) de la Universidad Tecnológica Fidel Velázquez, representando un porcentaje muy bajo de la matrícula que tiene registrada la universidad correspondiendo a solo el 6.6%. Las edades de los y las estudiantes encuestados se muestran en el figura 1; del total de nuestra muestra el 22.3% tienen la edad de 20 años, seguidos por los de 21 (18.3%) y 18 años (18.6%) es decir los estudiantes más jóvenes son los que son o han sido emprendedores y de estos el 72% corresponde a mujeres.

Figura 5.1

Edades de los y las estudiantes de la UTFV encuestados.

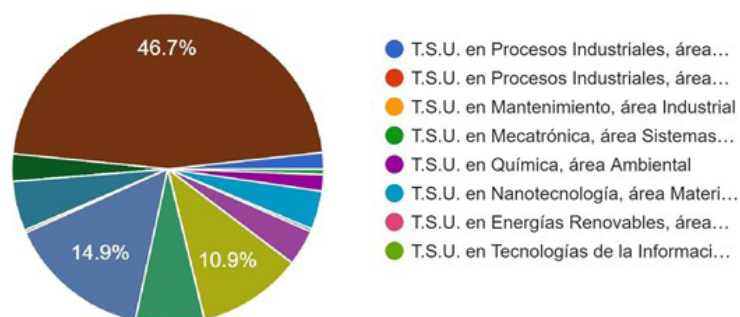


Con respecto al sexo de los participantes que respondieron la encuesta se observa que el 71.3% fueron mujeres y el restante 28.7% hombres. Sobresaliendo que el emprendimiento es de mayor interés en las mujeres estudiantes de la UTFV. Sobre su situación civil el 97.1% es soltero (a), en unión libre está un 2% de los encuestados mientras que un 0.9% cuenta con un vínculo matrimonial y del total de la muestra el 95.4 % no tiene hijos (as).

Respecto a las carreras que estudian, la población encuestada determinó según la muestra obtenida que; el 46.7% se encuentra en la Licenciatura en Enfermería (es el porcentaje más alto de la encuesta) le sigue la Licenciatura en Innovación de Negocios y Mercadotecnia con un 14.9%, el TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia con un 10.9%, la Licenciatura en Contaduría ocupa el 4to lugar con un porcentaje del 7.2%, Ingeniería en Tecnología Ambiental con el 5.2%, TSU en Nanotecnología área Materiales con un 4%, TSU en Logística área Transporte Terrestre con 3.7%, la Licenciatura en terapia Física y Rehabilitación con 2.9%, Ingeniería en Nanotecnología 1.7% al igual que TSU en Química área Ambiental, mientras que del TSU en Mecatrónica área Sistemas de Manufactura Flexible respondió un 0.6% y finalmente TSU en Contaduría con 0.3%.(Figura 5.2).

Figura 5.2

Programas educativos que cursan los y las estudiantes de la UTFV encuestados.



En lo que corresponde al cuatrimestre 45.7% de los encuestados son del 3er cuatrimestre formando parte del nivel Técnico superior universitario lo que es referente a la edad de los jóvenes que respondieron.

Con respecto a si los y las estudiantes saben lo que es ser emprendedor, el 18.3% desconoce el término y en cuanto a los que están familiarizados señalan que ser emprendedor es tener un negocio propio; El 66.8% indica no haber tenido negocio propio y 33.2% de la muestra menciona que si lo ha intentado y en los que han realizado “emprendimiento” el giro de su negocio o la mayoría está dentro de la categoría de consumo, siguiendo el giro de belleza y el de servicio de salud, también señalaron la categoría de servicios de entretenimiento y tecnología. En lo que corresponde al tiempo que llevan con su negocio los resultados nos señalan que de los porcentajes obtenidos el 61.3% indica que su modelo de negocio tiene de 0 a 6 meses, el 21% manifestó que lleva de 6 meses a 1 año mientras que el 17.6% indica que lleva 2 o más años con actividades comerciales.

En lo que concierne a si consideran les ha sido difícil emprender de nuestro total de la muestra aplicada el 64.8% de los emprendedores(as) señaló que si siendo este la mayoría mujeres, el restante 35.2% contestó que no le resultó difícil realizar este proceso. Las razones por las que consideran difícil el emprendimiento son por la falta de capital, la experiencia que solicita el negocio, la competencia que cada día es más significativa con los productos y el servicio que ofrecen sin dejar de resaltar que a su vez les hace falta el uso de herramientas tecnológicas y administrativas que pueden hacer que su giro comercial tenga mayor atracción de clientes mismo que se refleja en las ganancias obtenidas, así como el combinar estudiar con trabajar ya que señalan el dinero en sus familias no es suficiente para sus estudios, misma causa por la cual han emprendido un negocio y el tiempo para varias actividades. De los pocos estudiantes que contestaron que no les ha sido difícil emprender argumentan que conocen muy bien el negocio, que tuvieron el recurso para invertir y que como su producto es de alta demanda siempre cuentan con clientes. De esta forma podemos indicar que se debe prestar atención en fortalecer y reforzar temas de emprendimiento tanto en las carreras que cursan los estudiantes en la Universidad, así como en los contenidos que tienen los planes de estudio y que significativamente resaltan en algunos casos en el buen manejo y conocimiento de su negocio.

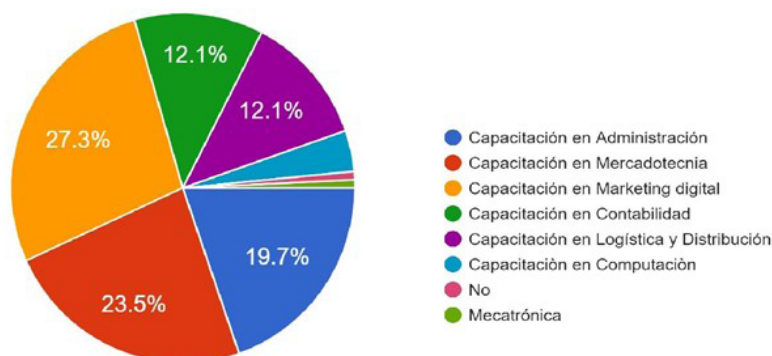
En lo que respecta a si consideran que hay beneficios al ser emprendedor los estudiantes dueños de algún negocio contestaron que los beneficios de ser emprendedor son que pueden ser su propio jefe, que la mayoría de las ganancias son para ellos y son seguras, que no dependen de nadie y que crecen en todos los aspectos. De manera considerable comentaron que trabajan a su propio ritmo al igual que aprenden a administrar sus finanzas mismas que les pueden resolver problemas a futuro ya que los tiempos cambian de manera considerable y que los clientes en algún momento se pueden comportar de manera distinta a la habitual.

En cuanto al tipo de capacitación que han recibido los emprendedores al dirigir su negocio el 85.1% menciona que no han tenido alguna, mientras que el 14.9% contestó haber tomado capacitación en los siguientes temas: curso de administración, cómo realizar el emprendimiento, administración y capital y habilidades blandas.

De los (las) encuestados (as) el 56.9% está interesado en recibir algún tipo de capacitación para su negocio, el 32.3% contestó que tal vez le interese capacitarse y el 10.8% indicó que no le gustaría tomar capacitación alguna; en cuanto a los temas de capacitación señalaron los siguientes (Figura 5.3):

Figura 5.3

Capacitación que consideran necesaria los y las emprendedoras de la Universidad Tecnológica Fidel Velázquez.



Discusión

Se obtuvieron 350 respuestas de la encuesta aplicada, lo cual es una baja participación con respecto a la matrícula total de la universidad, por lo que se considera la existencia de apatía por parte de los estudiantes sobre el tema de emprendimiento, lo cual puede ser debido a que desconocen los beneficios y porque el modelo educativo de la institución en TSU e Ingenierías en su mayoría está orientado en la inserción del estudiante ya como egresado en el ámbito laboral. De los estudiantes que participaron en la encuesta sus edades están entre 19 y 21 años y hubo mayor participación por parte de las mujeres y en especial del programa educativo de Licenciatura en Enfermería, como se verá adelante los negocios emprendidos por las estudiantes de la UTFV son del área comercial y de servicios coincidiendo con lo que señala Huamán et al. (2022) demostraron que los emprendimientos femeninos están mayormente enfocados en áreas comerciales y servicios con empresas más pequeñas y los emprendimientos están más enfocados en las necesidades que en las oportunidades.

Los y las estudiantes consideran que ser emprendedor es tener un negocio propio y los que ya son emprendedores lo visualizan como la capacidad de llevar al mundo real ideas o innovaciones creadas para algún producto o servicio que cubre necesidades del mercado en las que pueden ser sus propios jefes y en algunas ocasiones administrar sus tiempos, así como obtener ganancias que serán administradas de manera equitativa para sus gastos personales, académicos y /o familiares. También comentan que el emprender les lleva muchas más responsabilidades pues les obliga a exigirse más en la parte administrativa pues en la mayoría de los casos son ellos quienes toman todas las decisiones importantes para el buen funcionamiento del negocio. Esta visualización del emprendimiento comparado con lo señalado

por Hernández y Arano (2015) donde señala que: el emprender es la habilidad con la que cuentan las personas, que son capaces de proyectar ideas innovadoras y hacerlas posibles con sus actos, la cultura emprendedora está ligada con la innovación, por lo que conlleva a crear o transformar un producto o servicio en algo más atractivo y con mayores ventajas de competitividad, aunque también la cultura emprendedora no solo se basa en el crear o innovar, sino también en planificar y gestionar proyectos con el fin de alcanzar objetivos; evidenciándose que los y las estudiantes que respondieron la encuesta tienen la idea de que es emprender.

En cuanto a los tiempos que llevan con sus negocios los y las emprendedores (as) van desde los 6 meses hasta los 2 años, esto seguramente está relacionado con las edades de estos (as) jóvenes; con respecto a los giros de los negocios están belleza, servicio de salud, servicios de entretenimiento y tecnología; las mujeres tienen mayor participación en los sectores de comercio y servicios debido a que el capital con el que cuentan es limitado y las diversas actividades con las que tienen que combinar el emprendimiento como son la escuela, la familia (de las encuestadas que son emprendedoras 8, tienen hijos), el tener que trabajar ya que debido a la situación económica que prevalece en la zona no hay suficiente dinero en las familias, lo que causa que no puedan ingresar en otras categorías como sector industrial, esta problemática incluso ya ha sido señalada por otros autores como Saavedra y Camarena (2015) que considera incluso que las empresas comerciales son mucho menos rentables y de esto el tiempo de vida de sus negocios, aunado a la experiencia que solicita el negocio, falta el uso de herramientas tecnológicas y administrativas, que en caso de tenerlas pueden hacer que su giro comercial tenga mayor atracción de clientes reflejándose en las ganancias.

Con respecto a las necesidades de capacitación los y las emprendedores (as) señalan les gustaría que fueran sobre Marketing Digital, Mercadotecnia, Administración, Contabilidad, Logística y Distribución, Computación y Mecatrónica considerando que adolecen de ciertos conocimientos y habilidades sobre todos emprendedores (as) de programas educativos distintos a los de Desarrollo de Negocios en el área de Mercadotecnia, mostrando que las Universidades juegan un papel importante requiriendo que la formación universitaria incluya cursos para emprendedores que fortalezcan o generen competencias y sea vinculada con el emprendimiento, así como los entes gubernamentales deben fomentar la creación de modelos de enseñanza y desarrollo de las capacidades innovadoras y creadoras, así como espacios para el desarrollo de destrezas dentro de las instituciones educativas, que permitan el mejoramiento de las condiciones físicas, intelectuales y mentales de los estudiantes según lo señala Davila (2022) que contribuyan a lograr emprendedores exitosos y con empresas exitosas y duraderas. Ante la falta de capital e incluso de capacitación es importante señalar que en México existen instituciones que brindan apoyo a los jóvenes emprendedores donde podrían ellos obtener apoyos económicos para sus empresas, ejemplos de estos a nivel nacional son el Instituto Mexicano para la Juventud (IMJUVE) con el Programa Rumbo Joven Emprendimiento Social el cual ofrece becas, capacitaciones sobre estrategia de comercialización y desarrollo productivo; otro ejemplo La Alianza Estratégica de Startup México y Plug Cambridge que proveen a emprendedores mexicanos jóvenes y talentosos un espacio para explorar oportunidades de desarrollo o consolidación de proyectos en materia de emprendimiento social e innovación; a nivel Estado de México por ejemplo el Consejo Mexiquense de Ciencia y Tecnología Comecyt a través de su programa “Jóvenes emprendedores” en el cuál

otorga apoyo económico para la implementación y desarrollo de micro y pequeñas empresas innovadoras creadas por jóvenes emprendedores mexiquenses; a nivel local instituciones como la Fundación Carlos Quinto ofrece programas de apoyo a jóvenes emprendedores e innovadores, teniendo como áreas de oportunidad el fortalecer el nexo entre estas instituciones y las Universidades y con los (as) estudiantes para mantenerlos informados y orientarlos en los procesos de participación, lo cual es ya considerado como determinante en el emprendimiento según Nacasa (2023), otra área de oportunidad es la creación y fortalecimiento de incubadora de empresas la cuál a refuerce la relación entre la intención de emprendimiento y el apoyo para emprender de negocios (Saavedra 2021). Siguiendo en el mismo orden consideramos es necesario que la UTFV realice adecuaciones en los programas o cursos de capacitación específicos en el tema de emprendimiento que motiven y fortalezcan las habilidades necesarias, así como un centro de emprendimiento que en el caso de las estudiantes emprendedoras que, de acuerdo con este estudio, es el grupo más activo en el tema- sean apoyadas en necesidades específicas y en particular en el tema de mujeres emprendedoras con hijos; es importante señalar que actualmente la UTFV cuenta un espacio denominado Universidad Rosa donde las jóvenes estudiantes pueden incluso tener a sus hijos (as) en son zonas seguras y con atención adecuada mientras estudian, el cuál podría apresurarse a estas oportunidades de mejora señaladas.

Conclusiones

En la Universidad Tecnológica Fidel Velázquez los (as) estudiantes que realizan emprendimiento es bajo y dentro de éstos las mujeres son las que sobresalen con 72%, entre las dificultades que señalan para ser emprendedor son la falta de capital para invertir, falta de capacitación, tiempo para dedicarlo a la escuela, la familia (esto en el caso de las jóvenes que ya tiene hijos) y en algunos casos el que además tienen que trabajar para pagar su escuela y gastos. De acuerdo con los resultados encontrados se considera como áreas de oportunidad en la institución la capacitación, dar eficiente divulgación de los programas de apoyo que ofrecen instituciones externas, así como facilitar los procesos para la participación. Asimismo, las Universidades deben diseñar estrategias para incentivar el emprendimiento y el ejercicio adecuado de este para lograr jóvenes emprendedores exitosos que ayuden a mejorar la situación económica de sus familias y su entorno y más en localidades donde la posibilidad de inserción laboral y pobreza son precarios como lo es el municipio de Nicolas Romero.

Referencias

- Botello, J. (2013). Desempleo juvenil en México, 2000-2010. *Análisis Económico*, 28(67), 43-58. Recuperado el 26 de abril de 2023. <https://analisiseconomico.azc.uam.mx/index.php/rae/article/view/166/159>
- Canales, A; Román, Y; Ovando, W. 2017. Emprendimiento de la población joven en México: Una perspectiva crítica. *Entreciencias: diálogos en la Sociedad del Conocimiento*. 5(12):1-29. DOI: <https://doi.org/10.21933/J.EDSC.2017.12.211>

- Cortés, M; Iglesias, M. 2004. Generalidades sobre metodología de la investigación. Universidad del Carmen. Edit. Colección material didáctico. México. p 105.
- Coyoy E. 2022. El crecimiento económico y la generación de empleo. Landívar Economics-Boletín Económico. 2(1): 1-9. Recuperado el 30 de abril de 2023. https://www.researchgate.net/profile/ErickCoyoy/publication/359669344_El_crecimiento_economico_y_la_generacion_de_empleo_en_Guatemala/links/62474c0657084c718b7cc7d4/El-crecimiento-economico-y-la-generacion-de-empleo-en-Guatemala.pdf
- DATA México, 2023. Gobierno de México: Nicolás Romero Municipio. Recuperado el 13 de mayo de 2023. <https://datamexico.org/es/profile/geo/nicolasromero#:~:text=Las%20principales%20carencias%20sociales%20de,por%20acceso%20a%20la%20alimentaci%C3%B3n.>
- Davila, R. 2022. La educación universitaria y el emprendimiento de los estudiantes de una universidad limeña. Revista Universidad y sociedad. 14 (4): 486-494. Recuperado el 22 de junio de 2023. <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v14n4/2218-3620-rus-14-04-486.pdf>
- Huamán, F; Guede, B.; Cancino, C. A; Cordova, M. 2022. Emprendimiento femenino: Perspectiva de alto impacto basada en evidencia de Chile y Perú. Estudios gerenciales. 38(162):45-56. Recuperado el 23 de junio de 2023. DOI: <https://doi.org/10.18046/j.estger.2022.162.4586>
- Gutiérrez, F.2006. Desarrollo local - endógeno y el papel de las universidades en la formación de cultura emprendedora e innovadora en territorios sociodeprimidos. Laurus. Universidad Pedagógica Experimental Libertador Caracas, Venezuela. 12(22):139-15. Recuperado el 01 de mayo de 2023. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=76102207>
- Heller, L. (2010). Mujeres emprendedoras en América Latina y el Caribe: realidades, obstáculos y desafíos. Santiago de Chile: Naciones Unidas-CEPAL, División de asuntos de género. Recuperado el 25-04-2023. <https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/criteriolibre/article/view/129/95>
- Hernández, J. 2020. Desempleo en México por características sociodemográficas, 2005-2018. Journal of Economic Literature (jel). 17(50):1-16. Recuperado el 26 de abril de 2023. <https://www.scielo.org.mx/pdf/eunam/v17n50/1665-952X-eunam-17-50-166.pdf>
- Hernández, C. y Arano, R. 2015. El desarrollo de la cultura emprendedora en estudiantes universitarios para el fortalecimiento de la visión empresarial. Ciencia administrativa. 1: 28-37. Recuperado el 11 de mayo de 2023. 04CA201501.pdf (uv.mx)
- Hidalgo Proaño, L. 2015. La cultura del emprendimiento y su formación. Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina, vol. 3, núm. 2, mayo-agosto, 2015, pp. 1-8. <https://www.redalyc.org/pdf/5523/552357189003.pdf>
- INEGI 2022. Encuesta nacional de ocupación y empleo, Nueva edición 1. Tercer trimestre de 2022. Comunicado de prensa Núm. 668/22 23 de noviembre de 2022. Recuperado el 26 de abril de 2023. https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2022/enoe/enoe_ie2022_11.pdf

- IMJUVE, 2023. ¿Quiénes somos?, Instituto Mexicano para la Juventud. Recuperado el 10 de mayo de 2023. <https://www.gob.mx/imjuve>
- Loor, J. y Larreal, A. 2023. Competencias emprendedoras: Una alternativa para la formación del emprendedor. Revista Científica Arbitrada Multidisciplinaria PENTACIENCIAS. (1), 77–88. Recuperado a partir de <https://editorialalema.org/index.php/pentaciencias/article/view/410>
- Martín-Crespo, M. y Salamanca, A. 2007. El muestreo en la investigación científica. Nure Investigación. 27. Marzo-abril. Recuperado el 22 de junio de 2023. <http://www.sc.ehu.es/plwlumuj/ebalECTS/praktikak/muestreo.pdf>
- Miranda, J; Sandoval, M; Berttolini, G. 2023. Competencias emprendedoras de la mujer en el contexto mexicano. Telos: Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales, 25(1), 52-70. Recuperado el 19 de junio de 2023. <http://www.doi.org/10.36390/telos251.05>
- Nacasa, A. 2023. Estrategia pedagógica para fomentar la cultura del emprendimiento en la Institución Educativa Municipal Ciudad de Pasto. Rev. Criterios. 30 (1): 45-65. Recuperado el 20 de junio de 2023. <https://Dialnet-EstrategiaPedagogicaParaFomentarLaCulturaDelEmpren-8891292.pdf>
- OIT (Organización Internacional del Trabajo) (2019). Perspectivas Sociales y del Empleo en el Mundo: Tendencias 2019. Ginebra: OIT. 1-119.
- Paz-Calderón Y. 2023. Una aproximación al tema de emprendimiento de mujeres jóvenes en México. Revista Espiga. 45:78-95. Recuperado el 21 de junio de 2023. <https://Dialnet-UnaAproximacionAlTemaDeEmprendimientoDeMujeresJove-8875116.pdf>
- Ramos, E. Cuadra, V; Falla, C; Castro, M; Izquierdo, J. 2023. Emprendimiento femenino en estudiantes universitarios: una revisión de literatura. Revista Conrado, 19(90): 203-213. Recuperado el 21 de junio de 2026. <https://conrado.ucf.edu.cu/index.php/conrado/article/view/2884/2790>
- Saavedra, M. 2021. Habilidades, destrezas y apoyo para el emprendimiento en estudiantes de la Ciudad de México. Ciencia administrativa. 38-48. Recuperado el 22 de junio de 2023. <https://www.uv.mx/iiesca/files/2022/04/04CA2021-2.pdf>
- Saavedra, M. y Camarena, M. 2015. Desafíos para el emprendimiento en América latina. Criterio Libre. 13(22): 129-152. Recuperado el 16 de abril de 2023. <https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/criteriolibre/article/view/129>
- Timmons, J., Zacharakis, A. & Spinelli S. (2004). Business Plans That Work. New York: Mc Graw Hill.
- Torres Gaitán, Ricardo (1974). Desempleo y subdesempleo en México. Problemas del desarrollo, 5(18), 13-18.