

Eventos universitarios de emprendedores como estrategia didáctica: una evaluación desde la opinión de los estudiantes

University entrepreneurship events as a teaching strategy: an evaluation based on student's opinion

Javier Damián Simón
damian_ce@hotmail.com

Recibido: 06/02/2025 Aceptado: 31/08/2025

Palabras clave: Educación superior, emprendedores, estrategias de enseñanza, experiencia de los estudiantes, formación profesional

Keywords: Higher education, entrepreneurship, teaching strategies, student experience, vocational education

Resumen

La enseñanza del emprendimiento es hoy una nueva función asignada a la universidad pública. El objetivo del trabajo fue evaluar, desde la opinión de los estudiantes universitarios, los eventos de emprendedores como estrategia didáctica y lo que aportan para el desarrollo de sus capacidades emprendedoras. Para ello se realizó un estudio descriptivo con enfoque cualitativo entre estudiantes de décimo semestre de una licenciatura del área de negocios, cohorte 2018-2023, en una universidad pública del estado de Oaxaca. Los resultados muestran que los eventos de emprendedores suelen ser una buena estrategia didáctica para enseñar emprendimiento en la universidad, y aportan para que los estudiantes desarrollen sus capacidades empresariales; sin embargo, se identificaron debilidades en cuanto a la planeación y organización del evento, mismas que abonan para el desánimo y desmotivación de los estudiantes participantes, situación que deberá atenderse en ediciones futuras del evento.

Abstract

The teaching of entrepreneurship is now a new function assigned to the public university. The objective of the study was to evaluate entrepreneurial events as a teaching strategy and their contribution to the development of entrepreneurial skills from the perspective of university students. To this end, a descriptive study with a qualitative approach was conducted with tenth-semester students of a bachelor's degree in the area of business, cohort 2018-2023 in a public university in the State of Oaxaca. The results show that the entrepreneurship events are a good didactic strategy to teach entrepreneurship at the university and that it offers contributions for students to develop their entrepreneurial skills, however, weaknesses were identified in terms of the planning and organization of the event, which contribute to the discouragement and demotivation of the participating students, a situation that should be addressed in future editions of the event.



Introducción

Además de las funciones de enseñanza, investigación y difusión, a la universidad pública se le ha agregado la enseñanza del emprendimiento como una nueva responsabilidad, pues se considera un instrumento de gran valor para que los egresados universitarios puedan enfrentarse con éxito al desempleo y las bajas tasas de inserción laboral mediante su capacidad para identificar necesidades en el contexto, generar y concretar ideas de emprendimiento creando sus propias fuentes de empleo, y brindar oportunidades laborales a otras personas.

Para llevar a cabo esta función, en las instituciones de educación superior (IES) los profesores utilizan diversas estrategias didácticas para fomentar la competencias de emprendimiento en los estudiantes; sin embargo, los escasos reportes de investigación sobre el tema las describen de manera muy somera, sin profundizar en cada una de ellas: por lo general se enuncia el nombre de la estrategia, pero nunca se detalla cómo se realizan las diversas actividades, y menos aún se mencionan resultados obtenidos. De allí que Paños (2017), afirme que, al promover la enseñanza en emprendimiento (EE), las IES deben responder a interrogantes como ¿qué metodologías se deberían emplear para este propósito? ¿cuáles son las estrategias didácticas para el caso? ¿en qué consisten? y ¿qué tipo de competencias se pueden fomentar mediante cada una de ellas?

Si bien es cierto que la EE ahora se encuentra incluida de manera explícita o implícita en el plan de estudios de las carreras universitarias sin importar las disciplinas o áreas del conocimiento, a la fecha se carece de manuales de buenas prácticas, así como de técnicas y métodos didácticos específicos para su enseñanza (Balan y Metcalfe, 2012). No obstante, es bien sabido que las universidades públicas y privadas organizan y llevan a cabo diversas acciones para enseñar y fomentar la cultura emprendedora, como el análisis de estudios de casos, proyectos individuales o grupales, visitas a empresas, charlas con empresarios o emprendedores (Melki, 2018), y esto a pesar de la escasa experiencia en la EE en situaciones reales. En consecuencia, los estudiantes otorgan poco valor a la EE, considerándola otra asignatura obligatoria del programa de estudios que deben cursar y aprobar, sin preocuparse por desarrollar y aplicar las competencias de emprendimiento (Melki, 2018).

En México, al igual que en muchos países, el campo de la investigación educativa poco ha documentado las estrategias didácticas exitosas que usan los profesores universitarios para la EE; éstos casi siempre las aplican en el aula y concluyen que logran desarrollar capacidades emprendedoras en los estudiantes, situación que quieren demostrar al realizar eventos sobre emprendimiento al finalizar el ciclo escolar, lo cual es fácil de corroborar mediante un buscador en la web e indagar sobre el tema. En este artículo se reporta el análisis y evaluación de la estrategia didáctica denominada eventos de emprendedores, utilizada con frecuencia en las IES para impulsar el emprendimiento, pero con escasos reportes en cuanto a sus resultados y alcances (Bernal *et al.*, 2021).

Al respecto, cabe aclarar que no existe una definición única para esta actividad y en la literatura se suelen utilizar de manera indistinta los términos de ferias o encuentros de emprendedores, semana del emprendedor y jornadas de emprendimiento, entre otras; sin embargo, la realidad es que en dichos eventos los estudiantes, presentan, exponen y defienden sus ideas o proyectos de emprendimiento sobre la producción y comercialización de un producto o la prestación de un servicio para satisfacer una necesidad o resolver una problemática real (Damián, 2024). En este trabajo se utiliza el término de eventos de emprendimiento para referirnos a esas actividades.

Por ello surgen dos cuestiones importantes: ¿cuál es el aporte de la estrategia didáctica de eventos de emprendimiento para el desarrollo de competencias emprendedoras en los estudiantes que participan en ellos? ¿Cuáles son las fortalezas y debilidades que atribuyen los estudiantes a dicha estrategia? De ahí la necesidad de responder a las cuestiones anteriores y generar conocimientos sobre el uso de esta estrategia didáctica en la EE a través de la opinión de los estudiantes.

Para ello se indagó sobre el tema en un grupo de estudiantes de la cohorte 2018-2023, que cursaban el décimo y último semestre de la Licenciatura en Ciencias Empresariales en una universidad pública ubicada en el estado de Oaxaca. Durante su tránsito por la universidad ya habían cursado tres asignaturas específicas sobre el tema: Emprendedurismo, Emprendimiento de negocios y Cultura empresarial, y además habían participado como asistentes en anteriores eventos de ese tipo porque se trata de una actividad institucional celebrada año tras año, por lo que en el evento de 2023, ciclo en el que concluían su formación universitaria, pudieron concretar sus proyectos de emprendimiento desarrollados a partir del octavo semestre y exponerlos a la comunidad universitaria y público general. Por tanto, el objetivo principal del trabajo fue evaluar, desde la opinión de los estudiantes universitarios los eventos de emprendedores como estrategia didáctica y lo que aportan al desarrollo de sus capacidades emprendedoras como parte del programa educativo relacionado con los negocios.

Entre los principales hallazgos del trabajo de investigación está el hecho de que tales eventos han permitido a los estudiantes el contacto con emprendedores reales que les transmiten sus vivencias, retos y exigencias propias de su actividad, desarrollar el prototipo de un producto y comercializarlo, aplicar conocimientos y competencias propias del emprendimiento, y desarrollar y aplicar habilidades como la comunicación, persuasión, resiliencia, trabajo en equipo y logro de objetivos, entre otras. Además, les brinda la oportunidad de experimentar el grado de aceptación y rechazo por parte de un público real ante una propuesta de producto o servicio, aspecto que les permite mejorar el producto para su futura comercialización en un emprendimiento formal.

Dada la pequeña cantidad de estudiantes que participaron en la investigación, los resultados obtenidos presentan limitaciones en su alcance y su impacto al no ser generalizables, por lo que solo describen la situación de un grupo de estudiantes de un programa educativo; sin embargo, la investigación produce y aporta conocimiento sobre los eventos de emprendedores como estrategia didáctica para la EE, de los que existen escasos reportes sobre este tema en México.

Marco teórico

La actividad del emprendimiento

Para iniciar este apartado es necesario definir la actividad de emprendimiento, pues de esta se deriva la enseñanza de la misma. Cabe aclarar que, por ser una disciplina emergente, hasta ahora no se tiene una definición única, se caracteriza por ser polisémica porque las definiciones propuestas están permeadas desde el área desde el cual se aborde. Así, para Kurata *et al.* (2023) es la capacidad de desarrollar y aplicar nuevas ideas a través de la acción, incluido el desarrollo empresarial, de forma creativa e inventiva, y su objetivo es abrir nuevos mercados o aportar enfoques innovadores para mitigar los retos existentes; incluye el desarrollo de competencias como el espíritu empresarial, la innovación, asunción de riesgos, creatividad, autodisciplina, liderazgo y la capacidad de gestión.

Para Ahmad y Seymour (2008,), citados por Ávila (2021), es la capacidad de identificar y actuar sobre actividades emprendedoras y oportunidades que crean valor de tipo económico, cultural o social, e implica aprovechar los recursos y capacidades disponibles mediante la innovación; además, las oportunidades se relacionan con identificar nuevos productos, procesos o mercados. En concreto, Selamé (1999) dice que es el conjunto de actitudes y conductas que dan lugar a un perfil personal integrado por aspectos básicos como manejo del riesgo, creatividad, innovación y autoconfianza; también es una acción innovadora que, mediante un sistema integrado por relaciones interpersonales y la combinación de recursos, persigue la creación de algo (producto, bien o servicio) que no existía.

Para el estudio del emprendimiento no existe un fundamento teórico específico y los especialistas afirman que está en proceso de construcción. Así, Watson (2001), citado por Damián (2022b), afirma que es un campo de estudio joven con muchos retos para los investigadores, pues, a diferencia de otros campos de la ciencia, presenta una indefinición de marcos conceptuales y de términos homologados, por ello el bagaje teórico para explicar el emprendimiento está en proceso de construcción y es materia de debate. Con todo, se han hecho esfuerzos por identificar las corrientes teóricas que subyacen en los estudios sobre emprendimiento. Sin embargo, por razones de espacio, y porque sobrepasa el propósito de este trabajo, no se analizan a fondo las teorías o enfoques emergentes del emprendimiento y solo se hace una breve descripción de las mismas.

Al respecto, Ávila (2021) identifica cuatro corrientes en las que cada una de ellas trata de responder una interrogante: 1) psicológica: variables de rasgos y conducta, estudia las características de los emprendedores y del proceso emprendedor, trata de responder sobre las causas (¿por qué?); 2) sociológica: variables de tipo social y cultural, aborda a los emprendedores de diferentes fondos culturales y sociales, responde sobre las causas (¿por qué?); 3) económica: estudia la relación entre el entorno económico y el emprendedurismo, responde sobre los efectos (¿qué?), y 4) gerencial: aborda las habilidades de los emprendedores, la gerencia y crecimiento, responde sobre la conducta (¿cómo?). Por su parte, Sarmiento (2019), citado por Damián (2022b), menciona cuatro enfoques teóricos para investigar sobre emprendimiento: económico, psicológico, socio-cultural y del entorno y gerencial.

La enseñanza del emprendimiento en la universidad

En cuanto a su definición, Di *et al.* (2023) entienden la EE como el desarrollo de diversas actitudes, comportamientos y capacidades que son útiles durante la carrera de un individuo como empresario, y su objetivo es ofrecer educación y formación con el propósito de adquirir competencias para el desarrollo de planes de negocio, investigación, gestión financiera, marketing, liderazgo, creación de equipos y habilidades de presentación (Kurata *et al.*, 2023). Para Hardie *et al.* (2022), es la provisión de oportunidades para que los estudiantes desarrollen una mentalidad empresarial y puedan aprender habilidades para abrazar, evaluar y navegar nuevas oportunidades en un entorno dinámico y cambiante. Una definición muy aceptada, y acorde con el objetivo de este trabajo, es la de Azqueta y Naval (2019: 517):

[...] el enfoque educativo que posibilita el crecimiento del potencial emprendedor de los estudiantes y contribuye al crecimiento integral, principalmente de las dimensiones intelectual, societaria y moral de la persona, y no se limita al crecimiento socioeconómico y laboral. Favorece, en primer lugar, el crecimiento de la inteligencia a través del desarrollo de la creatividad y de la innovación, anclado en el carácter irreplicable del ser humano y de su libertad; en segundo lugar, el crecimiento social, que promueve la relacionalidad más allá de la reciprocidad, busca el bien común y no solo el bienestar económico, y favorece el desarrollo de virtudes sociales como la solidaridad y la cooperación; y para finalizar, el crecimiento moral, que supone el desarrollo de la libertad e implica el crecimiento de la autonomía y el liderazgo.

La EE empezó a ganar terreno en el ámbito académico desde el fin de la Segunda Guerra Mundial y el primer curso formal sobre el tema fue impartido en 1945 por la Harvard Business School, pero incursionó de manera notoria en las escuelas de negocios en los años setenta (Di *et al.*, 2023). Desde entonces la EE es parte medular en los programas educativos de las escuelas de negocios y ha permeado en disciplinas como las ingenierías, las ciencias exactas, de la salud, entre otras (Cuartero *et al.*, 2025; Kurata *et al.*, 2023). También ha generado un corpus de conocimientos que abordan cuestiones como los objetivos y resultados de los enfoques pedagógicos utilizados, el papel de las actividades extracurriculares, la capacidad, iniciativa y expectativas de los estudiantes para decidir ser un emprendedor, entre otros aspectos (Bernal *et al.*, 2021). También, existe abundante evidencia de que la EE está influenciada por factores contextuales, entre ellos las políticas públicas de los centros universitarios con apoyo estatal.

Como la actividad de emprendimiento persigue que los estudiantes desarrollen y pongan en práctica sus competencias técnicas y habilidades blandas, la EE no debe privilegiar métodos tradicionales de enseñanza; por el contrario, deben ser de tipo práctico (Jiménez *et al.*, 2014), es decir, utilizar métodos activos como los estudios de caso, juegos de negocios y simulaciones, aprender haciendo en situaciones reales, aprendizaje experiencial, charlas con emprendedores, creación de planes de negocio, aprendizaje por proyectos, aprendizaje basado

en problemas y aprendizaje cooperativo, entre otros (Damián, 2024; Paños, 2017; Melki, 2018; Colther *et al.*, 2020).

En una investigación (Bibiana, 2019) se encontró que los profesores universitarios emplean alrededor de 20 estrategias para la EE, entre ellas el uso de diapositivas para presentar las formas de generar ideas de negocio, proyectar películas sobre la acción de emprender y las características y retos de los emprendedores, uso del marketing y carteles, invitar a empresarios a impartir pláticas y conferencias, integrar clubes empresariales con los estudiantes, estudio y análisis de textos sobre emprendimiento, juegos y simuladores empresariales, concursos de emprendimiento, redactar planes de negocios y presentarlos ante la clase, y visitas a organizaciones empresariales. Y si bien todas ellas forman parte de los métodos de enseñanza activa, Paños (2017) y Melki (2018) no mencionan los eventos de emprendimiento como un método de enseñanza.

A modo de ejemplo, se presentan actividades para la EE que llevan a cabo algunas universidades para contrastarlas con lo que aquí se reporta. La Universidad Austral de Chile tiene el programa “Desarrollar proyectos de emprendimiento con un enfoque social, colaborativo e interdisciplinario”, donde los estudiantes generan sus ideas y proyectos de emprendimiento, adquieren experiencia y desarrollan habilidades blandas (Colther *et al.*, 2020). La Universidad Autónoma del Estado de México emplea las “Incubadoras de empresas”, donde alumnos y profesores ofrecen asesoría a quienes tengan una idea de negocio o requieran de apoyo para resolver problemas de emprendimientos ya establecidos (Cotera *et al.*, 2016).

La Universidad Autónoma de Ciudad Juárez organiza el evento “Emprendízate”, donde los estudiantes desarrollan ideas y propuestas creativas e innovadoras para solucionar necesidades sociales (Martínez, 2022; Damián 2024). González *et al.* (2021) citados por Damián (2024), recomiendan el “uso del marketing digital” (Facebook, Twitter, Instagram y YouTube) para trabajar de manera conjunta con las “incubadoras de emprendimiento” en proyectos sociales, y el empleo de “simuladores de negocios” para motivar a los estudiantes a emprender a través del marketing digital enfocado a las ventas en línea, diseño de campañas publicitarias y desarrollo de estrategias comerciales. Por su parte, Damián (2022; 2022a) recomienda el empleo de “proyectos pedagógicos productivos” en contextos rurales, “visitas a empresas locales” y “charlas presenciales y virtuales de emprendedores”.

Tales ejemplos confirman que la EE debe aplicar una estrategia pedagógica con enfoque interdisciplinario que tome en cuenta el desarrollo y actualización de los profesores, la naturaleza interdisciplinaria del tema y un fuerte vínculo con la industria (Melki, 2018). Por su parte, Yang *et al.* (2021), afirman que el desarrollo de competencias emprendedoras en los estudiantes requiere dos tipos de formación: la enseñanza en el aula y las actividades extracurriculares; algunos dicen que enseñar en entornos de aprendizaje desafiante favorece el desarrollo del espíritu empresarial (Lui *et al.*, 2022; Jacobi, 2021) y otros recomiendan usar el *design thinking* para enseñar emprendimiento (Linton y Klington, 2019; Tselepis y Lavelle, 2020).

La evidencia muestra que los métodos de enseñanza activa son importantes para la EE eficaz. Miço y Cungu (2023) refieren la necesidad

de que los profesores dominen los conceptos y técnicas apropiados y se mantengan en constante capacitación y actualización. Sin embargo, muchos profesores no son conscientes de ello y afirman que sus estrategias son efectivas, pero sin mostrar evidencias para comprobarlo (Bibiana, 2019), como es el caso de los eventos de emprendedores que suelen organizar y llevar a cabo las IES en México.

Los eventos de emprendedores en el ámbito universitario

Una actividad muy común de las IES para desarrollar e impulsar las competencias emprendedoras entre la comunidad estudiantil consiste en realizar ferias, encuentros, seminarios y concursos de emprendedores (Shenghui, 2021) al término del ciclo escolar (cuatrimestre, semestre o anual). No existe una definición única de estos eventos, y Muñoz y Valverde (2020) los refieren como una estrategia didáctica para incentivar la creatividad y para que los estudiantes desarrollen sus competencias emprendedoras mediante actividades en contextos de enseñanza cómodos, libres, dialógicos y lúdicos. Valderrama *et al.* (2017) los llaman eventos o muestras de emprendimiento, considerándolos un espacio ideal para que los estudiantes presenten ante personal interno y externo sus ideas y proyectos de emprendimiento, donde ofrecen los productos o servicios en su forma elemental o como producto mínimo viable (Llamas y Fernández, 2018).

Según Sharp (2023), estos eventos son un recurso didáctico valioso para fomentar el desarrollo de capacidades de emprendimiento. Sánchez *et al.* (2021) afirman que su objetivo principal es que los jóvenes expongan sus ideas de emprendimiento al público. Estos eventos no están reglamentados y cada IES las realiza de acuerdo con los objetivos y nivel de alcance que quiera lograr. Al respecto, y a modo de ejemplo, la tabla 1 muestra las principales características, propósitos y estrategias de los eventos de emprendedores en cuatro IES del país (Valderrama *et al.*, 2017), y en ella se identifican tres aspectos: 1) surgen de actividades solicitadas por los profesores como producto final de la asignatura de emprendimiento o por asignaturas relacionadas con el tema, por lo que los estudiantes participan para aprobar el curso y dejan en un segundo plano el interés por ser emprendedor; 2) los eventos no son atractivos a los estudiantes, solo les ofrece un espacio para conocer algunos medios externos donde pueden concursar y obtener fuentes de financiamiento, y 3) persiguen el desarrollo y aplicación de habilidades de emprendimiento, pero también las de tipo transversal: liderazgo, resolución de problemas, capacidad de negociación y toma de decisiones, entre otras (Moore, 2010).

► **Tabla 1** Propósito y estrategias de los eventos de emprendedores.

IES A	IES B	IES C	IES D
Asignaturas involucradas			
Gerencia de comercio exterior, seminario de creación de empresas y gerencia estratégica internacional.	Espíritu empresarial, plan de empresa, gestión de proyectos y formulación de proyectos.	Producción y procesos, espíritu empresarial y presupuesto.	Emprendimiento, química industrial, gerencia de farmacia, gestión de sistemas de información documental y archivística y gestión de empresas de la salud.
Incentivos/apoyos de la IES para los estudiantes			
Opción para obtener el grado al presentar un plan de negocio.	De carácter personal de los estudiantes y apoyo de la IES para vinculación con el sector productivo.	Vincular a los estudiantes a convocatorias internas y externas para conseguir financiación.	Establecer redes de contacto para conocer fuentes para obtener capital semilla.
Capacidades fomentadas			
Pensamiento estratégico, habilidades en ventas, toma de decisiones, creatividad y liderazgo.	Capacidad de liderazgo, habilidades resolutorias y toma de decisiones asertivas.	Habilidades en liderazgo, creatividad, negociación y toma de decisiones en grupo.	Desarrollar diversas habilidades emprendedoras y de tipo transversal.

Fuente: adaptado de Valderrama *et al.* (2017).

Si bien sus objetivos son loables, una limitante de estos eventos es la falta de información y socialización de sus resultados, ya que suelen realizarse a nivel de asignatura y la experiencia generada no se documenta (Espinosa y Paz, 2021). Lo anterior también aplica para eventos a nivel institucional, pues se llevan a cabo actividades como establecer un *stand* muy suntuoso para exponer el proyecto de emprendimiento, pero sin documentar su impacto al visibilizar el producto y el nivel de ventas a nivel de producto mínimo viable.

Una alta proporción de estudiantes participan sin motivación, pues no les interesa convertirse en emprendedores; así, Veintimilla (2023) reportó que 81.25% de los estudiantes lo hacen por una calificación o por ser una asignación del docente, y solo 18.75% por la oportunidad para mostrar su iniciativa o buscar financiamiento; 79.86% no deseaba concretar su idea de emprendimiento y solo una minoría (20.13%), consideraba la posibilidad de concretar la idea.

Además, los encuentros de emprendimiento no suelen ir más allá del ámbito local donde participan varias universidades con presencia nacional (Valderrama *et al.*, 2017) o incluso del extranjero (Villanueva, 2020). Sin embargo, el alcance, impacto y resultado de utilizar esta estrategia didáctica no se conoce porque los medios especializados no publican o reportan resultados de investigaciones sobre el tema. Por lo anterior, el presente trabajo pretende –mediante un caso particular– generar conocimiento sobre los eventos de emprendedores y su aporte en el desarrollo de habilidades emprendedoras en los estudiantes, a fin de que otras universidades puedan utilizar las experiencias aprendidas y

tomar acciones para emplear de manera eficaz esta estrategia educativa (Damián, 2024).

Metodología

Tipo de estudio. Estudio descriptivo en el que se pretende, mediante las categorías emergentes del análisis de la información, evaluar el aporte de los eventos de emprendedores para el desarrollo de competencias a partir de la opinión de los estudiantes acerca de las acciones y tareas efectuadas en dichos eventos; fue exploratorio por la escasez de la literatura reportada sobre los resultados del empleo de esta estrategia didáctica, y en este caso concreto se realiza por primera vez. Algunos resultados preliminares fueron presentados en un congreso, pero aquí se reportan de manera extensa los resultados definitivos. Se decidió emplear el enfoque cualitativo en tanto que permite redescubrir al ser social como ente político e histórico, ayuda a develar los sujetos con los que se construyen socialmente las prácticas cotidianas (Piña, 2023); también nos brinda la oportunidad de abordar los significados y acciones del sujeto y comprender la forma en que se encuentran vinculados con la conducta de otros sujetos de la comunidad y además permite analizar, interpretar y comprender la realidad estudiada tal como aparece y acontece en su contexto (Vela, 2018).

Participantes. Se incluyeron todos los alumnos (16) que integraron la generación 2018-2023 (quince mujeres y un hombre) y cursaban el décimo y último semestre de la Licenciatura en Ciencias Empresariales (LCE), por lo cual no fue necesario emplear una fórmula estadística para calcular el tamaño de la muestra ni hubo necesidad de decidir por algún tipo de muestreo aleatorio o a juicio. Los estudiantes emitieron su opinión sobre el evento de emprendimiento efectuado en 2023, en el que participaron con su respectivo proyecto desarrollado a partir del octavo semestre y que concretaron en este ciclo final de su formación universitaria

Obtención de los datos. Si bien la entrevista en la investigación cualitativa es muy importante, se empleó una variante que, por la experiencia de los investigadores, elimina en los estudiantes el temor a ser sancionados o cohibirse por comentar aspectos negativos. Se solicitó a cada uno de ellos que elaborara un documento en formato Word y de manera libre contestara a la pregunta generadora: “¿Qué opinión tienes sobre los eventos de emprendedores que organiza anualmente el programa educativo? Realiza una descripción amplia de tu opinión o punto de vista, considerando que esta será tratada de manera confidencial y no influirá para efectos de evaluación final”. El uso de una pregunta generadora no limita un estudio, por el contrario, brinda un abanico de oportunidades a los estudiantes para que puedan expresarse y hablar de un tema desde diferentes posturas; es decir, permite obtener riqueza en la información que se recaba. Así, se les pidió que al terminar su escrito lo enviaran al correo electrónico del investigador, quien se encargó de organizarlos para su tratamiento y análisis posterior. A fin de validar la información se utilizó la estrategia de solicitar la colaboración de algunos estudiantes para leer el escrito donde se concentró la información a fin de confirmar la objetividad del mismo;

asegurarse de que lo registrado por el investigador coincidía con lo asentado por ellos en su escrito (Goetz y LeCompte, 1982).

Análisis e interpretación de los datos. Debido a que la población objeto de estudio fue pequeña se decidió no emplear un software para análisis de datos cualitativos y se realizó de manera tradicional; es decir, se leyó y analizó línea por línea cada uno de los documentos, mientras que el proceso de codificación y categorización implicó las siguientes actividades: 1) primera lectura de todos los documentos con los datos brutos para familiarizarse con su contenido e identificar términos clave, expresiones e ideas importantes y obtener algunos códigos inductivos para después obtener categorías iniciales o emergentes, ya que estas surgieron y se definieron durante el proceso de análisis de la información recopilada, lo que permitió flexibilidad para captar nuevas perspectivas (proceso inductivo); 2) una minuciosa lectura posterior para revisar la lista de códigos y sus definiciones, agrupar códigos similares y, de ser necesario, eliminar algunos, y 3) los códigos se clasificaron en grupos en función de sus similitudes, para de ahí obtener ejes temáticos para el análisis, mismos que fueron de gran ayuda para definir y establecer once categorías finales.

El ejercicio de interpretación se efectuó en dos dimensiones: 1) manifiesta, narrando de forma literal lo que los estudiantes expresaron, para lo cual se utilizaron diversos fragmentos que contenía el documento escrito por ellos; 2) latente, en la que se dio voz a los estudiantes mediante su narrativa escrita, lo cual hizo posible construir el significado de las opiniones y propuestas sobre los eventos de emprendimiento, mediante el uso de la teoría existente (Buendía *et al.*, 2020). Para ello se reconoció que los relatos que otros han creado y dotado de significado son de gran utilidad para comprender e interpretar el mundo y dotar de sentido nuestras prácticas sociales (White, 1978; citado por Rodríguez, 2020).

De igual forma se reconocen las limitantes de los resultados obtenidos en el trabajo, pues al ser una investigación cualitativa pueden influir por lo menos los siguientes aspectos: 1) el tamaño de la población investigada es pequeña y, por ende, los resultados no pueden generalizarse al conjunto de estudiantes universitarios que participan en los eventos de emprendimiento; 2) puede existir cierto grado de sesgo en las respuestas de los estudiantes, ya que al tratarse de opiniones quizá ofrecen información imprecisa (de manera intencionada o no), o bien se presentan variables que afecten en cierto grado la validez de los resultados; 3) el tiempo, pues recopilar y analizar datos cualitativos implica un proceso de mucho tiempo y recursos; 4) el contexto temporal, ya que los resultados pueden ser influenciados por las condiciones que los estudiantes experimentaron al momento del evento de emprendedores (y en contextos específicos los resultados no pueden generalizarse de manera amplia), y 5) el nivel de sesgo aportado por el investigador, pues debe reconocerse que sus perspectivas, prejuicios y nivel de *expertise* puede influir en la recopilación y análisis de información cualitativa.

Principales hallazgos

Los resultados están organizados de acuerdo con dos grupos de categorías, según su naturaleza positiva o negativa. La tabla 2 muestra que las categorías positivas fueron seis y las negativas cinco, pero como algunas de ellas apuntan en ambas direcciones surgió la necesidad de describir ambos tipos de categorías para dar cuenta de las opiniones de los estudiantes y evaluar a los eventos de emprendedores como una estrategia didáctica para la EE.

► **Tabla 2** Categorías obtenidas del análisis de los documentos.

Categorías positivas	Menciones	Categorías negativas	Menciones
Experiencia obtenida	12	Reconocimientos y premios	16
Conferencias y charlas	7	Organización del evento*	16
Aceptación del producto	7	Apoyo de profesores*	5
Socializar	7	Críticas desalentadoras	4
Organización del evento*	4	Cargas de trabajo	3
Apoyo de profesores*	2		
Total:	39		44

Nota: * estas categorías presentaron dirección positiva y negativa, por lo cual se les consideran mixtas.

Fuente: elaboración propia.

Categoría positiva 1. Experiencia obtenida

Existen dos aspectos que los estudiantes atribuyen al evento como una oportunidad para formarse como emprendedores. El primero es que les permite aprender mediante vivencias de y con empresarios en la vida real, quienes les describen lo que implica ser un emprendedor y los retos de esta actividad, tal como los propios estudiantes afirman:

Es un espacio donde se puede aprender mucho de la experiencia de otras personas que ya han decidido emprender; los obstáculos pueden ser diferentes para cada caso, pero también son la única constante, por ello sus pláticas dan paso a la valentía y nos abren los ojos sobre lo que podemos encontrar al dar un paso hacia el emprendimiento (Ángeles).

Aprendí de muchas personas que hay ideas buenas y nunca hay que cerrarse, siempre habrá mercado en diferentes ámbitos de emprendimiento. Este tipo de encuentros nos prepara para desarrollar un proyecto de negocio, de inversión [...], para crear nuestro propio emprendimiento, y dependerá de nosotros si seguimos o solo se queda como proyecto escolar (Fernanda).

Además, mencionan que dicha estrategia les permite desarrollar conocimientos específicos sobre emprendimiento, pero también competencias y habilidades transversales útiles en su vida diaria y aplicable en otros ámbitos de su vida escolar y social, al respecto comentaron:

Me sentía nerviosa porque no me gusta participar debido a que me cuesta expresarme delante de otras personas, y aún más sabiendo que tendríamos personas evaluando la información que compartimos. Me sentí muy satisfecha al ver que fui capaz de vencer esos temores y poder comunicarme con los evaluadores, siento que las cosas que argumentamos fueron buenas y nos esforzamos por dar una buena participación (Isabel).

Este encuentro fue de gran ayuda para desarrollar habilidades que no sabía que tenía, como organizar, diseñar y ordenar algo para que se viera elegante. Me gustó mucho ver el esfuerzo de mis compañeros y sus ideas. Muchas veces uno dice tal cosa, pero cuando se le da un toque de equipo se ve la diferencia de algo emprendedor e innovador; en muchas ocasiones tenemos miedos, pero hay que dejarlos a un lado y ser positivos (Fernanda).

Fue algo muy provechoso para todos como estudiantes porque pudimos poner a prueba nuestras habilidades intelectuales para realizar el proyecto en la materia, así como nuestras habilidades sociales para exponer, responder preguntas y hablar acerca de nuestro emprendimiento con las personas (Mayra).

Los comentarios anteriores muestran que estos eventos son una buena estrategia que permite a los estudiantes poner en juego tres tipos de conocimiento: saber, saber hacer y saber ser, y esto según los modelos pedagógicos de “Aprender a aprender”, “Aprender haciendo” y el desarrollo de competencias transversales.

Categoría positiva 2. Conferencias y charlas

Los estudiantes refieren varios aportes de las conferencias y charlas de los emprendedores para su formación en esa materia, pues los motiva a desarrollar la capacidad de innovación, espíritu empresarial, pensamiento crítico y la capacidad práctica, como se evidencia en los comentarios siguientes:

Me dejó mucha experiencia que los ponentes nos hablaran sobre los obstáculos que habían tenido al momento de desarrollar su idea, las dificultades que atravesaron; sus consejos fueron buenos y, sobre todo, nos orientaban sobre hacer esto sí y esto no, que nunca dejáramos de buscar lo que como persona queremos lograr. Aprendí que no importa la edad cuando realmente uno quiere tener algo propio, y que para emprender se requiere de mucho esfuerzo y sacrificio (Fernanda).

De las conferencias que más me llamaron la atención fueron la de “Cómo superar el miedo a emprender” e “Historia de un emprendimiento”, me parece que abarcaron puntos estratégicos y muy importantes sobre lo que conlleva emprender, y sobre todo lo que pasa una vez dado el primer paso (Ángeles).

Los comentarios favorables corroboran que los encuentros son una eficaz estrategia para la EE, para aprender y obtener experiencias significativas sobre el tema.

Categoría positiva 3. Aceptación del producto

Los eventos de emprendedores pretenden que los estudiantes muestren a los asistentes sus proyectos y sus capacidades de innovación mediante propuestas con miras a solucionar alguna problemática o necesidad de la población, y en este caso dicho objetivo fue alcanzado, pues a decir de los estudiantes:

El proyecto fue muy bien percibido por los visitantes, todos pasaron a preguntar, comprar y degustar nuestro producto y eso nos trajo alegría y confianza sobre el proyecto. Hubo muchas palabras de aliento y felicitaciones por parte de profesores de otras áreas que quizá no lo esperábamos y fue muy gratificante (Daniela).

Se acercó un profesor y nos hizo comentarios que en cierto punto nos animó; dijo que fue una idea bien pensada y necesaria porque en la actualidad la contaminación está fuera de control y por ello las toallas ecológicas pueden ser ese plus para contribuir a la reducción de residuos tóxicos (Eleonor).

Existió una gran curiosidad por parte del público para conocer a detalle de qué trataba la idea de negocio, les causó intriga saber de qué estaban elaborados los productos ofrecidos en el menú, en especial el *téjate* y el *nicuatole*, ya que son productos de muy poco consumo en la región de Tuxtepec; fue agradable explicar a detalle de qué se conformaban y ver la expresión de admiración y asombro de las personas (Yaredith).

Los comentarios muestran que estos eventos abonan al modelo de aprendizaje basado en problemas (ABP), donde los estudiantes pueden mostrar sus capacidades de creatividad e innovación al proponer proyectos que atiendan necesidades y problemas reales.

Categoría positiva 4. Socializar

Los estudiantes consideran que el evento es un canal idóneo para socializar, establecer vínculos con personal interno y externo, y aprender entre pares; todo lo anterior en aras de incrementar el desarrollo de sus competencias de emprendimiento. Al respecto opinaron:

El encuentro de emprendedores fue una nueva experiencia en nuestra vida académica y fue bastante buena, ya que se pudo dar el diálogo

go con personas de distintas áreas y de quienes se pudo conocer puntos de vista muy diferentes a los habituales. Entre compañeros de la carrera, para la convivencia fue descubrir los conocimientos, intereses y gustos que presentan, lo que resulta atractivo, interesante, demasiado innovador y creativo, por ejemplo el [proyecto] “Ruteando” creado por los compañeros de octavo, Noé y Henry (Yaredith).

Esta feria nos brindó muchos beneficios, como conocer más personas, que en muchos de los casos fueron incluso clientes para nuestros compañeros, ya que pudieron adquirir y probar sus productos y de esta manera dar a conocer sus marcas, lo que también permite ampliar nuestra red de contactos para trabajar con diferentes personas y así encontrar socios para nuestros proyectos y ampliar nuestras ventas; además permite tomar en cuenta muchos de los consejos que nos brindan, como los diversos usos de nuestro producto, comercializarlo de forma diferente, etc. (Mayra).

Categoría negativa 1. Reconocimientos y premios

Los comentarios muestran que los estudiantes refieren debilidades de esta estrategia didáctica, como la forma de evaluación de los proyectos, la cantidad y calidad de los premios o reconocimientos y la forma de evaluación en las asignaturas relacionadas con el tema:

Los regalos no son acordes al lugar ganado ni al número de integrantes del equipo; en el caso de ser solo uno no hay tanto problema, pero cuando son más de dos personas los premios no son equitativos, a veces son muy diferentes las cosas y aunque se sabe quién se merece tal premio, en ocasiones no es equitativo. Me disgustó que en mi equipo de trabajo gastamos mucho dinero y no tuvimos suficientes ingresos para recuperar lo invertido, además, todo el esfuerzo y desvelo del equipo no se vio recompensado (Fernanda).

Al final sentí decepción, pues si bien la participación fue enriquecedora, también fue obligatoria y por ello se esperaba que al menos fuera recompensada, lo cual no sucedió. Para la materia de Desarrollo y evaluación de proyectos de inversión la participación contó como parte de nuestra calificación, lo cual no se discute, pero con Mercadotecnia digital solo contó como un punto incluido en la calificación del tercer parcial, no como punto extra sino como parte de la calificación, lo cual desanimó y hasta hizo enojar a todo el grupo. Y en Estrategia publicitaria y promocional ni siquiera se contempló la participación como punto extra (Andrea).

Fue una actividad extracurricular y a los alumnos se les obligó a participar, lo cual implicó pérdida de tiempo y dinero que bien pudo usarse en actividades escolares correspondientes a la calificación del alumno, que al fin y al cabo es lo que malamente importa. Hubo docentes que ni las gracias les dieron a los alumnos, y ni hablar de retribuciones en sus respectivas materias (Noelia).

Categoría negativa 2. Críticas desalentadoras

Esta categoría describe el sentir de los estudiantes sobre las opiniones y comentarios de los asistentes al evento, quienes observaron o degustaron los productos derivados de los proyectos de emprendimiento. Lo anterior les permite interactuar con clientes potenciales y obtener *feedback* real (positiva o negativa) para mejorar el producto y efectuar ejercicios de reflexión sobre su actividad de emprendimiento; al respecto comentaron:

Fui la primera que se desanimó después de recibir comentarios negativos o que demeritaban los esfuerzos de brindar un producto que contribuya a la higiene femenina, me ponía a pensar que solo teníamos un prototipo de nuestra toalla, pero al final nos salvó y apoyó mucho, siento que las cosas que argumentamos fueron buenas (Isabel).

Mi experiencia en el evento tampoco fue tan grata: antes de las evaluaciones hubo interesados en el proyecto, se acercaban a preguntar de qué trataba. Entendemos que los comentarios son retroalimentación, pero había docentes de otras áreas (química y biotecnología) que no mostraron respeto hacia mi equipo, hicieron muchas críticas de aspectos de carácter “científico” haciéndonos creer que el proyecto no tenía futuro (Ángeles).

Categoría negativa 3. Cargas de trabajo

Existen percepciones negativas de los estudiantes por el hecho de adelantar casi un mes el tiempo establecido al inicio para celebrar el encuentro de emprendedores. Refieren el descuido de otras asignaturas, el truncar la continuidad de su tesis de grado, cargas excesivas de trabajo y mucho estrés, entre otros, como se evidencia en los siguientes comentarios:

Tuve complicaciones con la carga de trabajo, descuidé otras materias que no estaban ligadas al encuentro emprendedor, así como el inicio de mi tesis. Hubo detalles de último momento que complicó la entrega del trabajo completo tal y como se tenía previsto (Andrea).

Entre las cosas negativas está el adelanto de fecha del evento, pues de cierta manera nos obligó a poner nuestra salud física y mental en riesgo por tratar de entregar el trabajo en el tiempo establecido. Las cosas planeadas y establecidas en un principio no deben cambiarse, uno como alumno agenda mentalmente y se confía, luego entramos en un estrés por cambio de fecha y no se contempló que la semana próxima comenzaban los exámenes (Isaí).

Categoría mixta (positiva-negativa) 1. Organización del evento

Esta categoría presenta opiniones positivas y negativas de los estudiantes sobre la forma en que se organizó el evento de emprendedores, aun cuando las primeras son escasas en relación con las segundas; las opiniones positivas se reflejan en los siguientes comentarios:



La manera en que se presentaron los proyectos me pareció buena, porque se pudo recorrer en orden todos los stands y apreciarlos completamente, así como los posters que se presentaron, pues de esta manera se podía conocer más acerca de lo que cada uno de los equipos estaba presentando (Mayra).

La organización de las mesas de cada equipo que participó en el encuentro me pareció bien, ya que se formaron de acuerdo con el tipo de proyecto y se intercalaron, haciendo un poco más de convivencia con otros grupos de la misma carrera y de otras (Guadalupe).

Creo que la forma de organizar los stands y el evento en sí fue buena desde mi punto de vista. Quizá hubo ciertos detalles en cuanto a los tiempos, pero fueron cosas imprevistas (Isaí).

Sin embargo, la mayoría de los estudiantes hicieron fuertes críticas sobre la planeación y organización del evento, indicativo de que es necesario mejorar y reportar estos hechos. Al respecto, mencionaron que el encuentro les exigió grandes esfuerzos y recursos:

Los docentes que coordinaron el evento no se ponían de acuerdo en las instrucciones para los participantes. La mañana del evento, un profesor nos dijo que cuando iniciaran las conferencias un integrante del equipo se quedara a terminar de arreglar el stand y los demás debían acceder al auditorio. Esa orden se acató, pero otra profesora llegó a regañarnos y amenazó con bajarnos calificación si no entrábamos a la conferencia. Honestamente tal amenaza me molestó, ya que si hacíamos tales acciones era para adornar el stand y por nuestra calificación (Ángeles).

Mi experiencia en el evento emprendedor fue negativa, pues adelantaron mucho las fechas y por ello nos desconcentramos a la hora de entregar los avances y los trabajos escolares de otras materias que también teníamos; pero como este era un proyecto a presentar en el encuentro, le dimos más peso y más atención. Y aunque de parte de otros maestros no recibimos recompensa por nuestro esfuerzo, aun cuando sabían por lo que estábamos pasando, no dejaban de lado los trabajos que les teníamos que entregar (Fernanda).

Categoría mixta (positiva-negativa) 2. Apoyo de profesores

En esta categoría las opiniones de los estudiantes están divididas según su propio imaginario; así, un pequeño grupo afirmó que contaron con el apoyo de algunos profesores para el logro de su proyecto de emprendimiento y poder participar en el evento:

Me llevo una gran enseñanza por parte de los profesores que nos ayudaron a participar en este encuentro, a pesar de que el evento se adelantó, creo que todos obtuvimos un buen resultado y apoyo por parte de los profesores (Fernanda).

El Dr. “X” fue el único que se vio preocupado por todo este asunto de la sobrecarga de trabajo e hizo lo posible por que tuviésemos más tiempo para entregar los documentos, e igual siempre estuvo atento en dado caso de que a nuestro equipo le faltara algo o tuviera una duda. Nos motivaba con sus palabras de aliento: “ustedes pueden”, “confío en ustedes”, lo que de cierta forma nos hacía sentir bien ante todo el caos que vivíamos (Edith).

En sentido opuesto, la mayoría de los estudiantes refieren escaso apoyo por parte de los profesores, mencionando nulo interés, poca disposición a disminuir cargas de trabajo en sus asignaturas, como muestran los siguientes comentarios:

El estrés y la ansiedad aumentaron, y más al no sentir el apoyo por parte de los demás profesores, fue agotador y nada emocionante para nosotros porque era nuestro último semestre. Otros profesores nos hicieron sentir mal y por lo mismo no disfruté de mi último encuentro de emprendedores. Una profesora siempre estuvo atacándonos de manera personal en ese encuentro (Edith).

Mi inconformidad se debió a la ausencia del profesor asesor de los proyectos, pues cuando se encontraba ausente me surgieron dudas con los estados financieros; estoy consciente de que como alumno de último semestre debo contar con esos conocimientos, pero, como a cualquier persona le sucede, surgen dudas que deben ser resueltas y a falta del asesor directo se recurrió a otro (Isabel).

La culpa fue nuestra al no negociar antes de participar de manera obligatoria en el evento, en la materia de Marketing digital un supuesto punto extra en la calificación del tercer parcial, y que al final se integrara dentro de la calificación, la maestra ya no me transmite ningún tipo de confianza (Rosa).

Si bien es cierto que a la fecha no existen enfoques teóricos y pedagógicos específicos para la EE, los resultados muestran que los eventos de emprendedores abonan para enfatizar la importancia del empleo de la corriente pedagógica del constructivismo, pues con ello los estudiantes pueden construir conocimientos al enfrentar y comprender el contexto que les rodea. De ahí que los resultados de este estudio hagan importantes aportes para justificar la necesidad de cambiar la forma actual de llevar a cabo la EE centrado en el profesor al aprendizaje centrado en el estudiante (Sioukas, 2023).

Lo anterior conlleva importancia si se toma en cuenta que el uso del constructivismo en las aulas para la EE es muy escaso; por ende, la investigación hace aportaciones destacadas al estado del arte del tema al explorar las vías de aprendizaje y los desafíos que enfrentan los estudiantes universitarios en las aulas de emprendimiento centradas en el constructivismo, pues les permite integrarse y participar con sus compañeros en actividades prácticas y asumir la responsabilidad del aprendizaje a través de una práctica reflexiva.

Al respecto, Kayii y Akpomi (2022), afirman que el constructivismo es utilizado con frecuencia en la enseñanza de las matemáticas y las ciencias en todos los niveles educativos; sin embargo, y de manera lamentable, hay pocos reportes sobre su aplicación en la EE. Por tanto, los hallazgos de este trabajo constituyan importantes aportes para el desarrollo teórico sobre el papel del constructivismo para ayudar a las IES y a los profesores a mejores prácticas de EE en el contexto universitario, prácticas que promuevan la creatividad y la innovación, y la puesta en práctica de los conocimientos teóricos del emprendimiento por parte de los estudiantes. En ese sentido, se recomienda aplicar el enfoque constructivista en la EE, sobre todo si se desarrolla con una fuerte vinculación entre las IES y el tejido empresarial circundante en el área de influencia de la primera.

Discusión

En este caso particular, los eventos de emprendedores resultan ser una oportunidad para que los estudiantes obtengan experiencias favorables para formarse como empresarios; como dicen Wang *et al.* (2022), influyen para desarrollar sus capacidades emprendedoras y abonan a la teoría del aprendizaje. Además, coadyuvan al desarrollo de competencias transversales útiles en su cotidianidad y en su contexto universitario, lo que coincide con Melki (2018), en el sentido de que la EE debe desarrollar actitudes, comportamientos y capacidades a nivel individual.

Los hallazgos coinciden con Muñoz y Valverde (2020) al corroborar que estos eventos son estrategias didácticas para que los estudiantes pongan en juego tres saberes: saber, saber hacer y saber ser; además apuntalan al modelo pedagógico de “Aprender a aprender” y “Aprender haciendo”, lo que permite a los estudiantes trabajar, presentar y defender sus proyectos de emprendimiento, obtener aprendizajes significativos y desarrollar competencias transversales (Sharp, 2023; Abrigo, 2018). Por su parte, las conferencias y charlas impartidas por empresarios en estos eventos, como dice Shenghui (2021), son importantes porque impulsa en los estudiantes el espíritu empresarial, el pensamiento crítico y la capacidad práctica. Por ello Melki (2018) menciona que estos eventos deben ser multi e interdisciplinarios y contar con el binomio academia-industria, implicando a agentes externos (empresarios y agencias) para que los estudiantes obtengan experiencias enriquecedoras del mundo del emprendimiento real.

La evidencia empírica obtenida coincide con Shenghui (2021), quien dice que los proyectos presentados en tales eventos permiten evaluar el grado de creatividad e innovación de los estudiantes para generar alternativas de solución a problemáticas y necesidades de la sociedad traducidos en bienes y servicios, mismos que los asistentes pueden conocer cuando los degustan, prueban o adquieren. Además, los eventos abonan al aprendizaje basado en problemas (ABP), en tanto que los estudiantes pueden aplicar un análisis crítico para comprender las necesidades sociales y responder a estas mediante proyectos de emprendimiento (Shenghui, 2021). A su vez, Muñoz y Valverde (2020) mencionan que esta estrategia didáctica permite a los universitarios trabajar en contextos pedagógicos cómodos, libres, dialógicos y

lúdicos, siendo idónea para los últimos semestres porque brindan a los estudiantes sus primeras experiencias como emprendedores, las que tal vez quieran formalizar una vez terminada la licenciatura.

Para Brentnall *et al.* (2017) estos eventos brindan a los estudiantes la oportunidad de socializar y aprender técnicas y habilidades mediante la observación y el intercambio de ideas; los participantes muestran mejores conocimientos sobre negocios, autoeficacia y más viabilidad para convertirse en empresarios en comparación con quienes no participan (Heilbrunn y Almor, 2014). Los resultados coinciden con Shenghui (2021), quien señala que mediante estos eventos la universidad informa y publica las experiencias y logros de los proyectos emprendedores estudiantiles, y así fomenta la conciencia de innovación y espíritu empresarial al resto de los estudiantes.

Sin embargo, se encontraron aspectos negativos en cuanto a los reconocimientos y premios obtenidos por los participantes del evento; de ahí la necesidad de tomar en cuenta lo referido por Wang (2020): que la EE y sus estrategias didácticas promueven el desarrollo y aplicación de diversas capacidades, pero a veces existen factores desfavorables en los centros escolares para su adecuada aplicación, como recursos limitados (financieros, materiales, humanos), políticas institucionales (de gestión y académicas) no adecuadas y un ecosistema emprendedor inadecuado, entre otros, que limitan el logro de los objetivos del evento de emprendedores. En consecuencia, antes de emplear esta estrategia didáctica es necesario que los coordinadores del evento se aseguren de tener el apoyo de la IES en forma de recursos materiales, financieros y de otra índole para desarrollar el evento en mejores condiciones (Valderrama *et al.*, 2017).

Otra ventaja que los estudiantes atribuyen a estos eventos es que les permite recibir retroalimentación para mejorar el producto o servicio que presentan en forma de PMV y obtener aprendizaje validado sobre los futuros clientes (Llamas y Fernández, 2018); refieren que les ayudó a identificar área de oportunidad en los productos que deben atender, si es que quieren continuar y formalizar su proyecto de emprendimiento. Luego entonces, se pueden obtener valiosas lecciones cuando se toma en cuenta lo dicho por Linton y Klinton (2019), que el proceso emprendedor no es lineal y por ello requiere la búsqueda y aplicación de la creatividad en un proceso no terminado y no estructurado; el pensamiento emprendedor exige un enfoque práctico donde los estudiantes salen del aula, aspecto que favorece los eventos de emprendimiento.

Se identificó la necesidad de que los eventos se agenden de manera formal en la planeación de actividades del programa educativo y se respeten las fechas acordadas, pues de no ser así se originan situaciones como las mencionadas por Silva *et al.* (2020): someter a los estudiantes a cargas de trabajo excesivas que generan estrés y malestar físico, emocional y psicológico. De ahí la necesidad de seguir a Sharp (2023) cuando sugiere informar a los estudiantes desde el inicio del ciclo escolar sobre el evento, y hacerlos conscientes de las exigencias de tiempo y dedicación que implica desarrollar los proyectos a presentar en dicho evento.

Otra área de oportunidad encontrada fue la organización del evento, y al respecto cabe destacar la carencia de estudios en los que se

reporte la forma de organizar y llevar a cabo estos eventos, pues se ha comenzado a estudiar la eficacia de los métodos de la EE, pero sin una norma unificada y una división difusa de los métodos y variables a incluir al investigar el tema (Yang *et al.*, 2021). Las observaciones sobre la mala organización del evento dejan sobre la mesa una cuestión apenas considerada en la literatura y de la que Wang *et al.* (2022) señalan que poco se ha reportado el lado oscuro de la EE entre los estudiantes y ha recibido mínima atención por parte del mundo académico.

En el caso concreto, los coordinadores del evento dan por hecho que su organización y desarrollo es eficiente y contribuye al bienestar de los estudiantes; no obstante, los estudiantes coinciden con Sharp (2023) al afirmar que si bien los eventos aumentan su interés por el emprendimiento, les ocasiona falta de tiempo para prepararse debido a tareas académicas de otras asignaturas, de ahí que estos comentarios pueden utilizarse para mejorar la futura organización de eventos de emprendedores (Lui *et al.*, 2022).

Por último, la evidencia señala la necesidad de mejorar la atención y asesoría a los estudiantes por parte de los profesores, pues un factor para la eficacia de estos eventos es apoyarlos en todas las etapas del proyecto: formación de ideas innovadoras, planificación del proyecto, práctica y desarrollo del producto o servicio, y promoción y comercialización (Cangu, 2023; Shenghui, 2021). Lo anterior es corroborado por Sepúlveda (2021), quien al realizar un seguimiento de las diez ediciones de un evento de emprendimiento encontró diversa información para la mejora e identificó fortalezas y debilidades al respecto. Además, las universidades con buenos programas de emprendimiento son aquellas donde los profesores involucrados en la EE tienen experiencia empresarial, es decir, conocen teoría del emprendimiento y pueden aplicarla en situaciones reales (Lagunes *et al.*, 2014).

Conclusiones

Ahora podemos responder a las interrogantes planteadas al inicio del documento: ¿Cuál es el aporte de la estrategia didáctica de eventos de emprendimiento en el desarrollo de competencias emprendedoras en los estudiantes que participan en ellos? ¿Cuáles son las fortalezas y debilidades que atribuyen los estudiantes a dicha estrategia didáctica? Se concluye que se cumplió el objetivo principal del estudio para el programa educativo en cuestión, pues el evento anual de emprendedores ha resultado ser una buena estrategia didáctica para la EE y para fortalecer el desarrollo de competencias emprendedoras en los estudiantes que cursan los últimos semestres de su formación universitaria. Las actividades de dicho evento permiten a los estudiantes involucrarse y participar de manera creativa, brindándoles un referente de lo que implica un emprendimiento real en un contexto de aprendizaje teórico-práctico, y la puesta en acción de competencias multidisciplinarias que abonan a la actividad de emprendimiento.

Entre los principales aportes del evento está el que los estudiantes obtengan experiencias por el contacto con emprendedores reales, quienes les transmiten sus vivencias, retos y exigencias de lo que implica ser un emprendedor; las actividades de desarrollar el prototipo

de un producto y comercializarlo hace posible aplicar conocimientos y competencias de emprendimiento, pero también, habilidades transversales como la comunicación eficaz, persuasión, resiliencia, trabajo en equipo, logro de objetivos, entre otras, todas ellas muy demandadas en el mundo de los negocios y en el campo laboral.

El evento les permite experimentar el grado de aceptación y rechazo, por parte de un público real, de un proyecto de emprendimiento traducido en un producto o servicio, lo cual conlleva ventajas como obtener información para mejorar el producto con miras a su futura comercialización y convertirlo en un emprendimiento formal; además, tienen la oportunidad de socializar con el público y aplicar sus habilidades en negociación, comercialización y ventas. Luego entonces, los eventos de emprendedores resultan ser una buena estrategia didáctica para que los profesores trabajen la EE en contextos prácticos, colocando a los estudiantes en situaciones que van más allá de lo teórico en las aulas.

No obstante las ventajas reportadas por dicha estrategia didáctica, desde el imaginario de los estudiantes presenta áreas de oportunidad que deben atenderse para mejorar en los próximos eventos en aspectos como identificar las competencias específicas que se desean desarrollar en los estudiantes a través de dicho evento, mejorar el diseño didáctico y operativo (planeación y organización), la escasa formalidad en las fechas y tiempos establecidos para el evento que les originaron cargas excesivas de trabajo y estrés, mejorar el trabajo de los coordinadores del evento, el tipo de conferencias y talleres, entre otros.

El escaso apoyo de los profesores que no imparten asignaturas de emprendimiento, los tipos de premios y reconocimientos que no correspondieron a los esfuerzos físicos y monetarios realizados para desarrollar sus emprendimientos hacen patente la necesidad de que el responsable del programa educativo y las autoridades universitarias establezcan un vínculo con los integrantes del ecosistema emprendedor local y regional para gestionar apoyos para la organización del evento en sus ediciones futuras.

Para cerrar este reporte se deben reconocer sus limitantes metodológicas y empíricas, ante todo porque el número pequeño de participantes no son representativos de la población universitaria, por lo cual los resultados están limitados en cuanto a su alcance e impacto; es decir, no se pueden generalizar y solo describen la situación de un grupo particular de estudiantes de un programa educativo y de una IES determinada; por otro lado, además los escasos reportes de investigación sobre el tema limitaron el discutir y contrastar de manera más profunda los resultados encontrados con sus referentes teóricos. Como prospectiva, queda pendiente indagar no solo en los estudiantes próximos a egresar, sino efectuar una investigación longitudinal que brinde seguimiento a la situación del evento a lo largo de los cinco años de formación universitaria de las próximas generaciones de estudiantes.

Se declara que la obra que se presenta es original, no está en proceso de evaluación en ninguna otra publicación y que no existe conflicto de intereses respecto a la presente publicación.



Referencias

- Abrigo, I. (2018). Emprendimiento universitario: una oportunidad académica para traspasar Fronteras. *INNOVA Research Journal*, 3(2), 113-122. <https://doi.org/10.33890/innova.v3.n2.2018.424>
- Ávila, E. (2021). La evolución del concepto emprendimiento y su relación con la innovación y el conocimiento. *Revista Investigación y Negocios*, 14(23), 32-48. <https://doi.org/10.38147/invneg.v14i23.126>
- Azqueta, A. y Naval, C. (2019). Educación para el emprendimiento: una propuesta para el desarrollo humano. *Revista Española de Pedagogía*, 77(274), 517-533. <https://doi.org/10.22550/REP77-3-2019-03>
- Balan, P. y Metcalfe, M. (2012). Identifying teaching methods that engage entrepreneurship students. *Education + Training*, 54(5), 368-384. <https://doi.org/10.1108/00400911211244678>
- Bernal, A., Cárdenas, A. y Martín, Á. (2021). *Veinte años de educación emprendedora (2000-2020)*. Octaedro ediciones. <https://octaedro.com/wp-content/uploads/2021/05/9788418819209.pdf>
- Bibiana, N. (2019). Identification and efficacy of strategies for teaching entrepreneurship education among students in tertiary institutions in Kwara State Nigeria. *Advances in Social Sciences Research Journal*, 6(1), 208-217. <http://dx.doi.org/10.14738/assrj.61.5983>
- Brentnall, C., Rodríguez, I. y Nigel, C. (2017). Sometimes, the Mouse Gets Eaten. Initiating a Boundary-spanning Study on Competitions in Entrepreneurship Education. <https://researchprofiles.herts.ac.uk/en/publications/sometimes-the-mouse-gets-eaten-initiating-a-boundary-spanning-stu>
- Buendía, A. Guzmán, C., Miller, D., Pérez, A., Arévalo, A. y Quiroga, B. (2020). *Movilidad académica iberoamericana de estudiantes normalistas: Proyecto Paulo Freire-México: voces, experiencias y propuestas*. COMIE-SEP.
- Cotera, E., Zavala, M., Delgadillo, P. y Ruiz, M. (2016). La incubadora de empresas de la UAEM, una alternativa para fomentar en los estudiantes el emprendedurismo. XIII Encuentro Participación de la Mujer en la Ciencia, León, Guanajuato, Universidad de Guanajuato, 17-19 de agosto. https://congresos.cio.mx/13_enc_mujer/
- Colther, C., Fecci, E., Cayun, G. y Rojas, J. (2020). Enseñanza de la cultura emprendedora en la universidad: el caso de la Universidad Austral de Chile. *Formación universitaria*, 13(4), 129-138. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062020000400129>
- Cuartero, N., Camacho, D., Gonzales, D., Leyva, J. y Navarro, O. (2025). Defining nursing entrepreneurship from the point of view of future professionals: A qualitative study. *Nurse Education Today*, 144, 106421. <https://doi.org/10.1016/j.nedt.2024.106421>
- Damián, J. (2024). Ferias de emprendedores en la universidad: percepciones negativas desde los estudiantes participantes. *Debates en Evaluación y Currículum*. <https://cie.uatx.mx/debates-en-evaluacion-y-curriculum/pdf2024/B130.pdf>
- Damián, J. (2022). Teaching entrepreneurship: Between politics and educational practice. *Education Policy Analysis Archives*, 30(148), 1-23. <https://doi.org/10.14507/epaa.30.7078>
- Damián, J. (2022a). Desarrollar proyectos productivos en zonas rurales e indígenas del estado de Oaxaca: experiencias estudiantiles. *Acta Universitaria*, 32, 1-16. <https://doi.org/10.15174/au.2022.3298>

- Damián, J. (2022b). Fundamentos teóricos de la investigación sobre educación en emprendimiento en universidades públicas: estado del arte 2010-2020. *Revista de la Facultad de Contaduría y Ciencias Administrativas*, 7(14), 20-33.
- Di Paola, N., Meglio, O. y Vona, R. (2023). Entrepreneurship education in entrepreneurship laboratories. *The International Journal of Management Education*, 21(2), 1-14. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2023.100793>
- Espinosa, M. y Paz, Y. (coords.). (2021). *Emprendimiento y desarrollo económico*. Universidad Tecnológica de la Mixteca /Ediciones del Lirio.
- Goetz, J. y LeCompte, M. (1982). *Etnografía y diseño cualitativo en investigación educativa*. Ediciones Morata.
- González, E., Corzo, S. y Sánchez, J. (2021). Estrategias para promover la cultura emprendedora en los estudiantes de la Universidad de Guadalajara: campus CUCEA. *Ecosistema de datos y competitividad*, 14(4), 3-23.
- Hardie, B., Kerry, L. y Highfield, C. (2022). Characteristics of effective entrepreneurship education post-COVID-19 in New Zealand primary and secondary schools: A Delphi study. *Entrepreneurship Education*, 5, 199-218. <https://doi.org/10.1007/s41959-022-00074-y>
- Heilbrunn, S. y Almor, T. (2014). Is entrepreneurship education reproducing social inequalities among adolescents? Some empirical evidence from Israel. *The International Journal of Management Education*, 12(3), 445-455. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2014.05.008>
- Jacobi, T. (2021). *Emprendedores salvajes. Una guía rápida para conseguir tus pasiones y vivir de acuerdo a tus sueños*. Harper Collins.
- Jiménez, G., Elías, R. y Silva, C. (2014). Innovación docente y su aplicación al EEES: emprendimiento, TIC y universidad. *Historia y Comunicación Social*, 19, 187-196. https://doi.org/10.5209/rev_HICS.2014.v19.45125
- Kayii, N. E. y Akpomi, M. E. (2022). Constructivist Approaches: A Budding Paradigm for Teaching and Learning Entrepreneurship Education. *International Journal of Education, Teaching, and Social Science*, 2(1), 31-44. <https://doi.org/10.47747/ijets.v2i1.586>
- Kurata, K., Kodama, K., Takashi, M., Hiromasa, O., Sou, T., Jun, S. y Kuniaki, J. (2023). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurship intention in the engineering studies. *Procedia Computer Science*, 225, 3919-3928. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2023.10.387>
- Lagunes, L. Herrera, M. y González, L. (2014). Tecnológico de Monterrey, Puebla. Modelo integral para el desarrollo de la actividad emprendedora. En Luis Lagunes et al. (Coords.), *Innovación y emprendimiento a la luz del contexto latinoamericano. Guía de mejores prácticas para el impulso de la actividad emprendedora basada en la innovación* (pp. 91-102). Consejo Latino Americano de Escuelas de Administración.
- Linton, G. y Klinton, M. (2019). University entrepreneurship education: A design thinking approach to learning. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 8(3), 1-11. <https://doi.org/10.1186/s13731-018-0098-z>
- Llamas, F. y Fernández, J. (2018). La metodología *Lean Startup*: desarrollo y aplicación para el emprendimiento. *Revista EAN*, 84, 79-95. <https://doi.org/10.21158/01208160.n84.2018.1918>
- Lui, M., Gorgievski, M., Qi, J. y Paas, F. (2022). Increasing teaching effectiveness in entrepreneurship education: Course characteristics and student needs differences. *Learning and Individual Differences*, 96, 1-11. <https://doi.org/10.1016/j.lindif.2022.102147>
- Martínez, G. (2022). Presentan estudiantes proyectos de negocios. <https://gaceta.uacj.mx/blog/2022/06/14/presentan-estudiantes-proyectos-de-negocios/>

- Melki, A. (2018). A Pedagogical Strategy to Teach Entrepreneurship: An Observation Based on Literature. *KnE Social Sciences*, 3(10), 78-84.
<https://doi.org/10.18502/kss.v3i10.2885>
- Miço, H. y Cungu, J. (2023). Entrepreneurship Education, a Challenging Learning Process towards Entrepreneurial Competence in Education. *Administrative Sciences*, 13(22), 1-21. <https://doi.org/10.3390/admsci13010022>
- Moore, T. (2010). The Entrepreneur Fair. Fifth Grade Student Businesses. *Social Studies and the Young Learner*, 22(3), 8-13.
- Muñoz, M. y Valverde, Y. (2020). Feria empresarial: una estrategia didáctica para fortalecer la cultura del emprendimiento. *Revista Criterios*, 27(1), 189-216.
<https://doi.org/10.31948/rev.criterios/27.1-art9>
- Paños, J. (2017). Educación emprendedora y metodologías activas para su fomento. *Revista Electrónica Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 20(3), 33-48. <http://dx.doi.org/10.6018/reifop.20.3.272221>
- Piña, L. S. (2023). El enfoque cualitativo: una alternativa compleja dentro del mundo de la investigación. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria KOINONIA*, 8(15), 1-3. <https://doi.org/10.35381/r.k.v8i15.2440>
- Rodríguez, A. (2020). La narrativa como un método para la construcción y expresión del conocimiento en la investigación didáctica. *Sophia*, 16(2), 183-195. <https://doi.org/10.18634/sophiaj.16v.2i.965>
- Sánchez, F., Espinosa, M., Paz, Y. y Barreiros, J. (2021). Las motivaciones de jóvenes universitarios para emprender en el marco del proyecto piloto SIEM. En Mónica Espinosa y Yannet Paz (Coords.), *Emprendimiento y desarrollo económico* (pp. 1-26). Universidad Tecnológica de la Mixteca.
- Selamé, T. (1999). *Emprendimiento juvenil*. Universidad Santiago de Chile.
<https://emprendedorusach.wordpress.com/wp-content/uploads/2009/06/emprendimiento-juvenil.pdf>
- Sepúlveda, A. (2021). *Impacto de las Ferias de Emprendimiento y Empresarismo Innovador de Alto Impacto CAU-Villavicencio ejecutadas por el semillero SIEET en la comunidad universitaria tomasina de Villavicencio en los periodos 2016-1 a 2020-2* [tesis de maestría]. Universidad Santo Tomás Villavicencio.
- Sharp, T. (2023). An investigation of the impact of entrepreneurship programs on student interest in entrepreneurship competitions. *All Theses*, 4127.
https://tigerprints.clemson.edu/all_theses/4127
- Shenghui, Q. (2021). Research on Innovation and Entrepreneurship Education of College Students Driven by Competition. *American Journal of Education and Information Technology*, 5(1), 37-42.
<https://doi.org/10.11648/j.ajeit.20210501.16>
- Sioukas, A. (2023). Constructivism and the student-centered entrepreneurship classroom: Learning avenues and challenges for US college students. *Industry and Higher Education*, 37(4), 01-20.
<https://doi.org/10.1177/09504222221135311>
- Silva, M., López, J. y Columba, M. E. (2020). Estrés académico en estudiantes. *Investigación y Ciencia*, 28(79), 75-83.
<https://doi.org/10.33064/icycaa2020792960>
- Tselepis, T. y Lavelle, C. (2020). Design thinking in entrepreneurship education: Understanding framing and placements of problems. *Acta Commerci*, 20(1), a872. <https://doi.org/10.4102/ac.v20i1.872>
- Valderrama, J. Berdugo, M. y Plata, P. (2017). Innovación y emprendimiento: Ferias empresariales de tres IES en Bogotá. *CRITERIOS, Revista de Estudiantes Facultad de Ciencias Económicas*, 7(1), 105-121.

- Veintimilla, J. (2023). El perfil emprendedor y la motivación de los estudiantes para participar en las ferias virtuales de emprendimiento e innovación ExpoClick UTC. *Revista Sigma*, 10(1), 56-65.
<https://doi.org/10.24133/ris.v10i01.2918>
- Vela, F. (2018). Un acto metodológico básico de la investigación social: la entrevista cualitativa. En María Tarrés (Coord.), *Observar, escuchar y comprender sobre la tradición cualitativa en la investigación social* (pp. 63-92). El Colegio de México.
- Villanueva, G. (2020). *Feria regional de emprendedores "Piensan crea e innova": Informe de evaluación de las universidades miembros del Consejo Nacional de Universidades*. Consejo Nacional de Universidades.
- Wang, X. (2020). Research on the Path of College Students' Innovation and Entrepreneurship Education. *Open Journal of Social Sciences*, 8, 298-305.
<https://doi.org/10.4236/jss.2020.83027>
- Wang, J. Guo, Y., Zhang, M, Li, N., Li, K., Li, P., Huang, L. y Huang, Y. (2022). The impact of entrepreneurship competitions on entrepreneurial competence of Chinese College Students. *Frontiers in Psychology*, 13, 1-13.
<http://dx.org/10.3389/fpsyg.2022.784225>
- Wang, X., Chen, F. y Ni, H. (2022). The dark side of university student entrepreneurship: Exploration of Chinese universities. *Frontiers in Psychology*, 13, 11-13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.942293>
- Yang, Q. Chen, J., Yang, L. y Liu, Z. (2021). How to develop entrepreneurial talent more effectively? A comparison of different entrepreneurship educational methods. *Frontiers in Psychology*, 12, 1-13.
<http://dx.doi.org/10.3389/fpsyg.2021.644113>

Semblanza

Javier Damián Simón Profesor investigador de tiempo completo en el Departamento de Ciencias Empresariales de la Universidad del Papaloapan, Oaxaca. Doctor en Enseñanza Superior por el Centro de Investigación y Docencia en Humanidades del Estado de Morelos (CIDHEM); maestro en Gestión para el Desarrollo por la Universidad Autónoma de Chiapas y en Ciencias de la Educación por el Instituto de Estudios Universitarios. Especialista en Investigación Educativa por el Centro Interdisciplinario de Investigación y Docencia en Educación Técnica (CIIDIR-TecNM), además de miembro del SNII nivel I. Líneas de investigación: educación en emprendimiento, y Estudiantes y egresados universitarios. Es miembro del cuerpo académico "Estudios multidisciplinares".

