

## Ferias de emprendedores en la universidad: percepciones negativas desde los estudiantes participantes

**Javier<sup>1</sup> Damián Simón**

*Universidad del Papaloapan<sup>1</sup>*

damian\_ce@hotmail.com

**Área temática:** Evaluación de docentes e investigadores

### **Resumen**

Actualmente se ha asignado una nueva función a las universidades: impulsar el emprendimiento, pues se le considera una estrategia para que los egresados universitarios, sean capaces de identificar necesidades de las personas, generar ideas de negocios, crear sus propias fuentes de empleo mediante establecer un negocio y, brindar trabajo a otras personas. El objetivo del trabajo es describir, las percepciones que tienen los estudiantes universitarios sobre los encuentros de emprendedores en la universidad. Mediante una metodología cualitativa y a través del análisis de los documentos redactados por los estudiantes, se obtuvieron ocho categorías que, desde su percepción, son de naturaleza negativa, entre estas se encuentran: organización del evento, ridículo en público, carga de trabajo, ética de participantes, inasistencia de asesores, represalias, formas de evaluación y, reconocimientos. Los eventos de emprendimiento son una buena estrategia para desarrollar competencias emprendedoras, pero, es necesario, atender algunas áreas de oportunidad para mejorar su eficacia.

**Palabras clave:** universidad, alumno, emprendimiento, evaluación

### **Justificación**

La educación en emprendimiento (EE, en adelante), es actualmente parte del currículo universitario en casi todas las disciplinas del conocimiento, pero no existe un compendio de metodologías a emplear para su enseñanza ni procedimientos detallados para su puesta en práctica (Balan y Metcalfe, 2012). Se sabe que las IES organizan diversas actividades para promover la cultura emprendedora pero, varios estudios destacan la falta de experiencia en la EE en la educación formal y su aprendizaje en contextos reales. De allí que los estudiantes consideren a la EE sólo como una asignatura más del currículum que deberán aprobar sin

preocuparse por desarrollar y aplicar, en situaciones concretas las competencias de emprendimiento (Melki, 2018).

En México existe un vacío en la investigación educativa al respecto, escasamente se han documentado casos de éxito sobre las diversas estrategias utilizadas para la EE, generalmente éstas se llevan a cabo y los profesores dan por hecho que abonan al desarrollo de capacidades emprendedoras en los estudiantes universitarios. En este documento nos centramos en una estrategia ampliamente utilizada en las IES pero de la que poco se reportan sus resultados y alcances, los eventos denominados: feria de emprendedores o encuentro de emprendedores, cuya característica principal es que los estudiantes, presentan, exponen y defienden sus ideas o proyectos de emprendimiento sobre la producción y comercialización de un producto o prestación de un servicio a un segmento de mercado para satisfacer una necesidad o resolver una problemática.

Luego entonces, las preguntas que se plantearon fueron: si en dichos eventos se presentan varias ideas de emprendimiento ¿por qué dichas ideas no se concretizan en emprendimientos reales? ¿Cuáles son las ventajas y debilidades de dicha estrategia? En este caso concreto el interés principal es generar información a partir de la opinión de los estudiantes al finalizar su formación universitaria, sobre los retos y oportunidades que ofrecen los encuentros de emprendedores. El objetivo del trabajo es describir mediante un estudio de caso, las percepciones que tienen los estudiantes universitarios sobre los encuentros de emprendedores llevados a cabo en la universidad.

### **Enfoque conceptual**

De acuerdo a la naturaleza de la actividad de emprendimiento, es necesario que los estudiantes desarrollen competencias técnicas y de tipo personal, de allí que la EE no debe ser desarrollada mediante métodos tradicionales sino de tipo práctico. Paños (2017), Melki (2018) y Colther et al (2020), reportan los métodos de enseñanza activos más utilizados en la EE, en orden de importancia mencionan los estudios de caso, juegos de negocios empresariales y simulaciones, aprender haciendo en situaciones reales, aprendizaje experiencial, charlas con emprendedores, creación de planes de negocio, aprendizaje por proyectos, aprendizaje basado en problemas, aprendizaje cooperativo, aprendizaje en servicio, entre otros.

---

Bibiana (2019), reporta que en las universidades nigerianas se emplean aproximadamente 20 estrategias para enseñar emprendimiento, destacando el uso de diapositivas y transparencias en ideas de negocio, exhibición de películas, uso del marketing y la educación distributiva en las clases, auto instrucción sobre emprendimiento, uso de carteles para promover la enseñanza del emprendimiento, fomento de la confianza en los estudiantes mediante charlas, asignar a los estudiantes una tarea sobre el espíritu empresarial, uso de programas informáticos para análisis empresarial, formación de clubes empresariales, uso de bases de datos para desarrollar una alta capacidad de razonamiento sobre emprendimiento, entre otros.

Una de las actividades más representativas en las IES públicas para fomentar el desarrollo de competencias de emprendimiento en sus estudiantes, es llevar a cabo de manera periódica (al finalizar el año o semestre escolar), eventos denominados de distinta forma tales como Ferias de emprendedores, Encuentro de emprendedores, Seminario de emprendedores, Concurso de emprendedores, entre otras denominaciones. No existe un acuerdo para denominar a esta estrategia educativa, sin embargo tienen rasgos comunes tal como se aprecia en las siguientes definiciones. Para Muñoz y Valverde (2020), la feria empresarial es una estrategia didáctica ligada a la generación de sentido de pertenencia y creatividad, es una propuesta que pretende establecer estrategias didácticas distintas para que los estudiantes desarrollen trabajos o actividades en ambientes pedagógicos cómodos, libres, dialógicos y lúdicos, para que puedan desarrollar sus competencias relacionadas con la cultura del emprendimiento. Por su parte Valderrama, Berdugo & Plata (2017), los llaman eventos de emprendimiento y, los consideran como el espacio ideal donde los estudiantes tienen la oportunidad de evidenciar ante personal interno y externo las ideas de emprendimiento desarrollados para la promoción de los emprendimientos, es decir, aquí los estudiantes dan a conocer sus ideas de emprendimiento o bien muestran los productos o servicios que han elaborado en una primera versión (Llamas y Fernández, 2018).

Por todo lo antes expresado, queda claro que la mayoría de las universidades de tipo público y privado utilizan las ferias de emprendedores para impulsar el desarrollo de competencias emprendedoras en sus estudiantes, a modo de ejemplo, tenemos que la Universidad Austral de Chile cuenta con el programa “Desarrollar proyectos de emprendimiento con un enfoque social, colaborativo e interdisciplinario”, donde los estudiantes generan proyectos de emprendimiento para desarrollar capacidades de discusión y obtener experiencias en el tema (Colther, Fecci,

Cayun y Rojas, 2020). La Universidad Autónoma del Estado de México (UAEM), utiliza las “Incubadoras de Empresas”, para ayudar a personas externas que tengan una idea de negocio y requieran de asesoría para que su negocio, es decir, es un centro que brinda tutorías, consultorías, asesorías para registrar nuevas empresas, evaluación de proyectos y la elaboración de planes de negocio (Cotera, Zavala, Delgadillo y Ruiz; 2016).

Martínez (2022), habla sobre el evento “Emprendízate”, cuyo objetivo es incentivar el espíritu emprendedor de todos los estudiantes de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez (UACJ), en el cual desarrollan ideas de negocios para atender a las diversas necesidades del entorno con soluciones creativas, innovadoras y con responsabilidad social. González y colaboradores (2021), proponen el “uso del marketing digital” (Facebook, Twitter, Instagram y YouTube) en las “incubadoras de emprendimiento” sobre todo en proyectos de tipo social y, el uso por parte de los profesores de “Simuladores de negocios” para aumentar el interés en los estudiantes por emprender una idea de negocio con herramientas de marketing digital. Damian (2022), reporta el uso de “Proyectos Pedagógicos Productivos” en ámbitos rurales, con los estudiantes. Yang, Chen, Yang y Liu (2021), afirman que para impactar más en el desarrollo de competencias emprendedoras en los estudiantes se debe trabajar dos grupos de estrategias: el método de enseñanza en el aula y el método de actividades extracurriculares.

Con todo lo anterior, queda claro que existen diversos métodos de enseñanza activa para la EE, entre ellas están las ferias de emprendedores al interior de cada IES, sin embargo, en algunos casos estos eventos se celebran bajo la coordinación y participación de diversas IES a nivel nacional (Valderrama, Berdugo & Plata, 2017) e inclusive fuera del país en los que se ubica las universidades (Villanueva, 2020), sin embargo, ya sea que se realicen de manera local, nacional o internacional, los logros y resultados se desconocen pues no se han documentado ni socializado con los interesados. Por lo anterior, el presente trabajo pretende aportar conocimiento sobre esta temática emergente en la investigación sobre EE a fin de que otras IES puedan beneficiarse de los resultados obtenidos y efectuar acciones tendientes a mejorar el uso de esta estrategia en la enseñanza del emprendimiento en el ámbito universitario.

### **Estrategia metodológica**

El estudio es descriptivo pues pretende dar cuenta de las categorías que emergen como resultado de las actividades llevadas a cabo por estudiantes universitarios en eventos de emprendimiento;

---

la investigación se aborda desde un enfoque cualitativo pues se privilegia la visión de los estudiantes y el análisis contextual en el que se desarrolla la acción, centrándose en el significado de las relaciones sociales.

Participaron todos los estudiantes de la cohorte 2017-2022 (15 mujeres y 1 hombre) que estaban a un mes de finalizar el último semestre de su formación universitaria, por lo cual se empleó el censo y no el muestreo. Los participantes opinaron sobre el evento anual de emprendimiento llevado a cabo en el año 2022 donde presentaron sus proyectos de emprendimiento que trabajaron en cuatro asignaturas a partir del octavo semestre.

Para obtener la información, se solicitó que cada estudiante elabora un escrito de manera libre en formato Word que respondiera a la pregunta detonante “¿Cuál es tu opinión sobre lo bueno y lo malo de los eventos de emprendedores que lleva a cabo la carrera? Describe todo lo que consideres necesario tomando en cuenta que tus comentarios serán confidenciales y no se tomarán en cuenta para fines de evaluación final”. Se le indicó a cada estudiante que concluida la actividad, remitiera su escrito vía correo electrónico a uno de los investigadores, quien compiló los documentos para su lectura y análisis posterior.

Para el análisis e interpretación de la información, debido a que la población estudiada es pequeña se decidió realizarlo de manera artesanal, es decir, analizando línea por línea en cada escrito. Para ello se realizó una lectura de cada escrito para identificar las categorías iniciales principales y, en una segunda lectura más minuciosa fueron confirmadas las categorías iniciales o reclasificadas. La actividad hermenéutica o de interpretación se realizó en dos sentidos: 1) manifiesto, describiendo lo dicen u opinan los estudiantes, utilizando fragmentos de manera literal tal como lo escribieron y, 2) en sentido latente, tratando de describir y construir significado con el apoyo de la teoría existente sobre el tema.

## **Resultados**

Al indagar sobre las percepciones que tienen los individuos es innegable que éstas en un primer momento se agrupan en aquellas de naturaleza positiva y las de tipo negativa. En este apartado, por las limitantes de espacio que se tienen, se presentan los resultados obtenidos pero abordando sólo las percepciones negativas que los estudiantes le atribuyen a las ferias de emprendedores donde participaron. Del análisis de los documentos se obtuvieron ocho categorías, mismas que nombramos con las etiquetas de: organización del evento, ridículo en público, carga de trabajo, ética de participantes, inasistencia de asesores, represalias, formas de evaluación y,

---

reconocimientos. Debido al espacio reducido que nos imponen las reglas del evento, a continuación solo se muestran y analizan a modo ilustrativo dos de las ocho categorías antes mencionadas.

## **Categoría 1: Organización del evento:**

Los estudiantes en su mayoría expresaron inconformidades sobre diversos aspectos concernientes a la organización del evento por parte del comité de profesores organizadores del mismo, entre estos destacan el cambio de fecha propuesto inicialmente para principios del mes de julio y que debido a circunstancias ajenas, se tuvo que adelantar un mes (primera semana de junio), dichos cambios originaron: 1) una carga de trabajo excesiva para ellos, 2) sus proyectos no fueron terminados al 100% y por lo tanto, presentados no en la forma como ellos lo habían planeado y, 3) las formas de organizar al jurado y su forma de llevar a cabo la evaluación, desde su opinión dejaron mucho que desear; al respecto de lo anterior, algunos estudiantes expresaron lo siguiente:

*“... los cambios de fecha del evento trajeron consigo demasiado estrés, se nos obligó a terminar en una fecha mucho antes de lo previsto y por consiguiente terminamos con mayor trabajo, estrés y mucho cansancio, se descuidó los trabajos y/o proyectos de otras materias. Durante el evento sentí que existió mucha desorganización..., el cómo terminó pasando el jurado a evaluar los proyectos, me disgustó mucho, primero porque no se estableció un respeto para los expositores, mientras algún equipo se encontraba exponiendo, otros realizaban mucho ruido, dificultando así a los equipos expositores” (Andrea).*

*“... los tiempos en los cuáles se llevaron a cabo tanto los preparativos como el evento fueron demasiado pronto, para poder presentar trabajos bien fundamentados y elaborados de forma correcta, con revisiones previas en todos los aspectos, y..., luego nos cambiaron el tiempo para entregar un mes antes de lo previsto, el estrés aumentó muchísimo, honestamente yo no quería participar, sentía demasiada presión y al final lo sentí una obligación, en lugar de disfrutar un evento de tal importancia” (Ángeles ).*

*La organización no fue correcta, me dieron un turno y una hora para que el jurado pasara por nuestro stand y no fue respetada. Aunque si se pidió ser de los primeros, se manejó el ser el 2do o 3er equipo a presentar debido a la complejidad de los productos y la degustación que se prepararía para el jurado, cosa que fue casi imposible y no salió como lo planeado. Los tiempos de presentación de los proyectos, sobre todo a la hora de la comida (de 2 a 4). El cambio de*

---

fechas nos dificultó la realización al 100% de lo planeado, además se acumuló con otras actividades académicas” (Daniela).

*“El encuentro de emprendedores no me fue tan gratificante..., en primera, fue el hecho de que hubieran adelantado la fecha, esto trajo consigo que trabajáramos a marchas forzadas sobre el documento que se tenía que entregar para la convocatoria y poder participar en el proyecto, pese a que teníamos otros trabajos con otras materias y, los exámenes del tercer parcial se encontraban próximos” (Edith).*

*“... me hubiera gustado que se programara en otras fechas pues teníamos tareas y proyectos pendientes en esas fechas, los proyectos que veníamos trabajando estaban algo deficientes, y nos faltó mejorar en ciertos aspectos, como realizar las macetas en otros tamaños y llevar muestras de macetas con plántulas, esquejes y cactus, considero que faltó más coordinación” (Laura).*

*“El evento se adelantó mucho, lo cual obstaculizó a los alumnos para desarrollar sus actividades académicas planteadas para esas fechas, la organización del evento estuvo muy mal..., las reglas del evento fueron que los equipos tenían 5 minutos para presentar sus proyectos, sin embargo, los primeros equipos que presentaron se demoraron más de 20 minutos, dejando muy en desventaja al resto, pues los equipos que pasaron al final los apuraban y les daban menos de los 5 minutos acordados..., evaluar así no es lo mismo, no se puede comparar un proyecto expuesto con una totalidad de tiempo (más de 20 minutos) a uno que se reduce en 3 o 5 minutos” (Noelia).*

La información que proporciona esta categoría pone de relieve la importancia de que al organizar en el futuro eventos de emprendimiento, se debe de cuidar el correcto establecimiento de fechas y actividades programadas para llevarlo a cabo, pues como los estudiantes expresaron, es necesario, que ellos participen en las mejores condiciones, con trabajos completos y sin tanta premura que les haga descuidar sus actividades en las demás asignaturas.

## **Categoría 2. Ridículo en público:**

En esta segunda categoría, los estudiantes refieren que algunos asistentes (estudiantes y profesores) así como algunos miembros del jurado evaluador se expresaron de manera poco apropiada para referirse a sus proyectos de emprendimiento, aspecto que les hizo sentir

---

sentimientos de frustración, desanimo y enojo, tal como ellos mismos lo expresan en las siguientes líneas:

*“... por un momento, el desaire, nostalgia, junto con la tristeza, se apoderaron de mí, debido a comentarios negativos hacia nuestro producto, en ese preciso momento queríamos renunciar por que nos hicieron sentir que nada de lo que hicimos valía la pena... y nos dimos cuenta que en la actualidad no tan solo existe un tabú referente a la menstruación en las zonas rurales sino también en mujeres estudiadas como las profesoras de la universidad al momento de hablar del uso de toallas sanitarias ecológicas como un sustituto a implementar” (Elionor).*

*“... una evaluadora de la carrera de alimentos nos hizo el comentario de que los buñuelos de plátano macho deberían tener una presentación diferente, mencionó que podría parecer material fecal; su comentario fue muy fuera de lugar y lo consideré un poco ofensivo” (Yaredith).*

*“... pude observar gestos de disgusto y felicitaciones falsas por parte de algunos profesores, creo que se puede entender la preferencia hacia equipos. Se supone que estos tipos de eventos fomentan la convivencia, las relaciones entre compañeros y la armonía, no la envidia y el favoritismo, pero al final, los resultados no fueron a los que se tenían esperados” (Isaí).*

*“... me sentí forzada a pasar delante de todos y que me tomaran fotos (abuso a mi persona), siento que deberían preguntar si la persona está de acuerdo en hacerlo” (Ma. Isabel).*

Si bien es cierto que los comentarios anteriores expresan una connotación negativa para los estudiantes, desde el punto de vista de la teoría del emprendedor resultan ser valiosos, pues los estudiantes reciben información de personas externas que, en muchos de los casos forman parte de su segmento de mercados y, por lo tanto, pueden expresar que les gusta o no de la propuesta de producto o servicio que están presentando en el evento, lo anterior para mejorar una segunda versión y tener mayores probabilidades de éxito en caso de llevar a cabo el proyecto de emprendimiento.

## **Conclusiones**

Los resultados obtenidos nos permiten concluir que las ferias o eventos de emprendedores son una importante estrategia para la educación en emprendimiento en estudiantes universitarios, sin embargo, para que cumplan con su cometido de manera más completa, es necesario, que en su organización y desarrollo los organizadores del evento vigilen diversos aspectos de las actividades llevadas a cabo, con la finalidad de que éstas aporten de manera significativa en la formación y desarrollo de competencias emprendedoras en los estudiantes universitarios. Si bien

---



estos resultados atañen a un estudio de caso en particular, queda como tarea pendiente que en el programa educativo en cuestión, se realicen este tipo de evaluaciones de manera anual al finalizar dicho evento a fin de determinar los puntos fuertes y débiles y atender a las áreas de oportunidad que se identifiquen.

## Referencias

Balan, P. & Metcalfe, M. (2012). Identifying teaching methods that engage entrepreneurship students. *Education+Training*, 54(5), 368-384. <https://doi.org/10.1108/00400911211244678>

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>

Cotera, E; Zavala, M; Delgadillo, P. y Ruiz, A. (Mayo, 2016). *La incubadora de empresas de la UAEM, una alternativa para fomentar en los estudiantes el emprendedurismo*. Ponencia presentada en el XIII Encuentro Participación de la Mujer en la Ciencia. Universidad de Guanajuato. León, México.

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>

Damián, J. (2022). 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>

González, E., Corzo, S. & 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). <https://riico.net/index.php/riico/article/view/1957>

Llamas, Francisco y Fernández, Juan. (2018). La metodología Lean Startup: desarrollo y aplicación para el emprendimiento. *Revista EAN*, núm. 84, 79-95. <https://doi.org/10.21158/01208160.n84.2018.1918>

---

- Martínez, G. (2022). Presentan estudiantes proyectos de negocios. Disponible en <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. The Transforming Power of the Entrepreneurship and Innovation Ecosystem: Lessons Learned. 78–84. <https://doi.org/10.18502/kss.v3i10.2885>
- Muñoz, Martha y Valverde, Yanet. (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 emprendedoray 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>
- Valderrama, J; Berdugo, M. & 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.
- Villanueva, Gloria. (2020). *Feria regional de emprendedores “Piensan crea e innova”*: Informe de evaluación de las universidades miembros del Consejo Nacional de Universidades. Managua. Consejo Nacional de Universidades.
- Yang, Q; Chen, J; Yang, L. and Liu, Z. (2021). How to develop entrepreneurial talent more effectively? A comparison of different entrepreneurship educational methods. *Frontiers in Psychology*. 12(64). <http://dx.doi.org/10.3389/fpsyg.2021.644113>
-