

INFORME

GUESSSS **MÉXICO** **2023**

***Espíritu emprendedor en
los estudiantes universitarios***

EDITORIAL

EDITORIAL

ISBN (ELECTRÓNICO):
PENDIENTE

REALIZADO POR

EGADE Business School y el Observatorio de Emprendimiento del Instituto de Emprendimiento Eugenio Garza Lagüera (IEEGL) del Tecnológico de Monterrey.

AUTORES

- » Dr. José Ernesto Amorós Espinosa
amoros@tec.mx
- » Dra. Geraldina Silveyra León
gsilveyra@tec.mx
- » Ing. Andrés Alejandro Guzmán González
alejandrogg_15@outlook.com

AGRADECIMIENTOS:

A Santander por su convocatoria para que diversas universidades de México se sumen con su participación en el estudio.

A los estudiantes que contribuyeron a este estudio con el llenado del cuestionario que se utilizó como medio de recolección de datos.

DISEÑO:

María José Gelly

SALOMÓN AMKIE CHEIRIF

SANTANDER
UNIVERSIDADES



Apreciable lector:

Me complace presentar el Reporte Nacional de la Encuesta Global de Espíritu Emprendedor de Estudiantes Universitarios (**GUESSS**) de México **2023**. Este estudio, que evalúa las intenciones y actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios, nos proporciona información valiosa sobre el futuro y el potencial del emprendimiento en nuestro país.

Para Banco Santander, el apoyo al emprendimiento ha sido siempre una prioridad, por lo que solamente en México hemos apoyado a más de **43,000** emprendedores, y más de **14,000** proyectos y startups han participado en nuestros retos, premios y convocatorias desde hace más de veinte años. Creemos firmemente que el emprendimiento es un motor fundamental para el desarrollo económico y social. Por ello, nos parece crucial colaborar con iniciativas como **GUESSS**, liderada en México por el Tecnológico de Monterrey, que buscan entender y promover la cultura emprendedora entre los jóvenes para seguir buscando las mejores maneras de apoyarla y potenciarla.

El reporte nos da un análisis detallado de las intenciones de los estudiantes mexicanos para emprender, así como de los factores que influyen en sus decisiones. Los resultados de este estudio nos permitirán comprender mejor las necesidades de los emprendedores del futuro y diseñar estrategias más efectivas para apoyarlos, tanto desde la perspectiva académica como empresarial y gubernamental.

Esperamos que este documento sea de utilidad para todos aquellos interesados en el emprendimiento y en el desarrollo de nuestro país. Agradecemos a todos los estudiantes, universidades e instituciones que han participado en este proyecto, así como al Tec y su extraordinario equipo de profesionales por su trabajo y dedicación en este proyecto.

Cordialmente,

Salomón Amkie Cheirif,
*Director de Relaciones Institucionales
Santander Universidades*

ULRICK NOEL

INSTITUTO DE
EMPRESARIATO
EUGENIO GARZA
LAGUERA



Estimado lector:

Es un honor presentar el reporte **2023** del Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey (**GUESSS**) para México. En mi rol como Director Ejecutivo del Instituto de Emprendimiento Eugenio Garza Lagüera del Tecnológico de Monterrey, he sido testigo directo del poder transformador del emprendimiento en la construcción del futuro de nuestra juventud y de nuestro país.

El estudio **GUESSS** de este año, que incluye las respuestas de más de **3,100** estudiantes de más de **50** instituciones de educación superior en México, ofrece evidencia clara del espíritu emprendedor que prospera dentro de nuestro ecosistema universitario. Los hallazgos no solo son alentadores, sino también inspiradores. Con un **22.7%** de estudiantes mexicanos que planean iniciar su propio negocio inmediatamente después de graduarse, y un notable **51.8%** que tiene esta intención cinco años después, estamos ante una generación lista para redefinir nuestro panorama social y económico.

Este informe destaca el sólido clima emprendedor fomentado dentro de las universidades mexicanas. El hecho de que el **28%** de nuestros estudiantes incluyan el emprendimiento en sus planes de estudio—en comparación con un promedio global de solo **9.2%**—demuestra el compromiso de nuestras instituciones con la formación de mentes emprendedoras. Este compromiso también se refleja en los sistemas de apoyo y programas educativos que han posicionado a México como líder en intención emprendedora entre los **57** países participantes.

Sin embargo, el informe también destaca áreas que requieren atención. Aunque el **42%** de los emprendedores nacientes planean lanzar sus proyectos durante sus estudios,

el **84%** carece de experiencia previa en emprendimiento. Además, solo el **19%** de los emprendedores estudiantiles activos ha tenido acceso a capital emprendedor, lo que sigue confirmando una clara oportunidad para fortalecer las alternativas de acceso y formación de capital emprendedor.

Estos hallazgos llegan en un momento crucial. A medida que avanzamos en la era post-pandémica, el espíritu emprendedor de nuestros estudiantes representa una fuerza poderosa para la recuperación económica y la innovación. Su disposición a asumir riesgos, combinada con su mentalidad innovadora, los posiciona como impulsores clave de la prosperidad futura de México.

Extiendo mi agradecimiento a todas las instituciones participantes, investigadores y, sobre todo, a los estudiantes que contribuyeron a este valioso estudio. Su participación nos ayuda a comprender mejor y a fortalecer el ecosistema emprendedor dentro de las universidades mexicanas.

Con la mirada puesta en el futuro espero que este informe sirva no solo como un reflejo de nuestro panorama emprendedor actual, sino también como un catalizador para la acción. Ya sea usted educador, formulador de políticas, inversionista o aspirante a emprendedor, lo invito a involucrarse con estos hallazgos y unirse a nosotros en el fortalecimiento del ecosistema emprendedor de México.

Atentamente,

Ulrick Noel,
Director Ejecutivo del Instituto de Emprendimiento Eugenio Garza Lagüera Tecnológico de Monterrey

CONTENIDO

RESUMEN

1. Introducción	10
2. Aspectos Demográficos Generales	12
3. Intenciones De Trayectoria Profesional De Los Estudiantes	14
4. Actitudes Para Emprender Entre Los Estudiantes Universitarios	24
5. Sucesión en Empresas Familiares	30
6. Emprendedores Nacientes	34
7. Emprendedores Activos	38
8. Recomendaciones	40

ÍNDICE DE FIGURAS Y TABLAS

TABLA 1.1	Porcentaje de participación en la muestra por área de estudio.	13
FIGURA 2.1	Intenciones de trayectoria profesional de los universitarios en México al finalizar sus estudios y cinco años después.	15
FIGURA 2.2	Intenciones de trayectoria profesional de los universitarios agrupada al finalizar sus estudios y cinco años después.	16
FIGURA 2.3	Intenciones emprendedoras de los países participantes en el GUESSS 2023 .	17
FIGURA 2.4	Intenciones emprendedoras cinco años después de finalizar los estudios. Comparativa por países en tres ediciones del GUESSS .	17-21
FIGURA 3.1	Estudio de emprendimiento media de México y global.	22-23
FIGURA 3.2	Ambiente universitario y emprendimiento.	25
FIGURA 3.3	Impacto de la educación universitaria.	26
FIGURA 3.4	Porcentaje de padres de estudiantes que operan un negocio.	27
FIGURA 4.1	Porcentaje de autoempleo y negocios propios.	28
FIGURA 4.2	Distribución de los sectores del negocio de padres emprendedores.	31
FIGURA 4.3	Colaboración de estudiantes en el negocio familiar.	31

FIGURA 4.4	Sucesión del negocio familiar como objetivo profesional de los estudiantes.	32
FIGURA 5.1	Porcentaje de estudiantes que visualizan el inicio de sus empresas en diferentes etapas.	33
FIGURA 5.2	Porcentaje de participantes que quiere convertir como principal ocupación su empresa actual.	35
FIGURA 5.3	Porcentaje de participantes que han creado otra empresa.	35
FIGURA 5.4	¿En qué sector económico va a operar principalmente tu empresa?	36
FIGURA 5.5	¿Intentas iniciar este negocio solo o con cofundadores?	37
FIGURA 5.6	Porcentaje de la propiedad de la empresa.	37
FIGURA 6.1	Año de creación de la empresa.	41
FIGURA 6.2	Cantidad de trabajadores actuales (a jornada completa).	42
FIGURA 6.3	Porcentaje de propiedad de la empresa.	43
FIGURA 6.4	Porcentaje de sector de pertenencia de la empresa.	43
FIGURA 6.5	Porcentaje de empresas con algún capital de riesgo.	44
FIGURA 6.6	Cambio general de la idea de negocio inicial a la actual.	48

INTRODUCCIÓN



El objetivo del *Global University Entrepreneurial Spirit Student's Survey* (GUESSS por sus siglas en inglés), es generar indicadores sobre el espíritu emprendedor de los estudiantes universitarios lo que permite hacer investigación académica y tener resultados valiosos sobre la formación y la práctica del emprendimiento. Específicamente, este estudio aborda temas de investigación como lo son:

- » Intenciones emprendedoras.
- » Emprendimientos nacientes de estudiantes universitarios.
- » Crecimiento y desempeño de nuevos emprendimientos de estudiantes universitarios.
- » Sucesión de la empresa familiar.
- » Factores de influencia en la creación de nuevas empresas en el ámbito universitario correspondientes a diferentes niveles de análisis. Algunos de estos niveles relacionado con los factores de influencia son:
 - **Nivel individual:** motivos, preferencias e identidad social.
 - **Nivel familiar:** estructura familiar, relaciones familiares.
 - **Nivel universitario:** educación para el emprendimiento, clima emprendedor y aprendizaje.
 - **Nivel contextual:** Cultura e instituciones nacionales.

Para lograr su objetivo el GUESSS recopila datos en tantos países como sea posible cada dos años. Esto se hace a través de una encuesta en línea administrada centralmente que incluye escalas de medición validadas y actualizadas. Esto permite comparaciones detalladas entre países y análisis dentro de los países participantes. Además, el GUESSS identifica a los estudiantes que responden la encuesta en dos periodos de recolección de datos diferentes, lo que permite un análisis longitudinal.

En la edición **2023**, el GUESSS ha recopilado la experiencia de más de **226,000** estudiantes universitarios en **57** países. En el caso de México, se logró la participación de casi **3,100** estudiantes de más de **50** instituciones de educación superior.

El GUESSS es resultado de la colaboración internacional de numerosas personas. En primer lugar, es importante destacar la gran red internacional de más de **3.000** universidades que a través de sus estudiantes han brindado generosamente sus datos. Nuestro reconocimiento al profesor Philipp Sieger y su equipo en las universidades suizas de St. Gallen y de Berna quienes coordinan este gran proyecto a nivel internacional.

ASPECTOS DEMOGRAFICOS GENERALES

MUESTRA
COMPUESTA DE **3,082**

En **2023** participó una muestra nacional de **3,082** estudiantes universitarios. Los grados de estudio de esta muestra se distribuyen en un **91.5%** de estudiantes a nivel licenciatura, **3.9%** cursando el grado de maestría, **0.45%** en doctorado y **4.1%** en otros posgrados. Considerando que la mayor parte de la muestra se concentra en estudiantes de licenciatura, la edad promedio de los participantes es de **21** años con una moda de **18** años.

La distribución de género de la muestra es:

49.4% ♂
HOMBRES

49.2% ♀
MUJERES

1.4% ♂*
NO BINARIOS

En cuanto a las áreas de estudio, la **Tabla 1.1** presenta un resumen detallado de las principales disciplinas en las que estudian las y los estudiantes que participaron en la encuesta, así como el porcentaje que cada área representa dentro de la muestra total. Se observa que las áreas relacionadas con negocios e ingenierías son las más frecuentes, lo que puede reflejar ciertas tendencias hacia actividades de emprendimiento relacionadas a estos campos de conocimiento.

Tabla 1.1:

PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN EN LA MUESTRA POR ÁREA DE ESTUDIO

ÁREA DE ESTUDIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Negocios	1034	33.5%
Ingeniería	926	30%
Ciencias de la salud	262	8.5%
Ciencias de la computación o TI	158	5.1%
Artes	119	3.9%
Humanidades	118	3.8%
Ciencias Sociales	108	3.5%
Leyes/Derecho	107	3.5%
Otras	99	3.2%
Economía	91	3%
Ciencias naturales	38	1.2%
Matemáticas	92	0.7%
	3082	100

INTENCIONES DE TRAYECTORIA PROFESIONAL

DE LOS
ESTUDIANTES

Los resultados de esta edición arrojan que un porcentaje considerable de estudiantes tiene la intención de emprender, ya sea al concluir sus estudios universitarios o 5 años después de haberlos concluido. Tal como se observa en la **Figura 2.1**, el **22.7%** tiene planeado emprender directamente al egresar de la universidad y este porcentaje aumenta a más del doble con un **51.8%** cinco años después.

Otro dato relevante es la visualización del primer trabajo en una gran empresa inmediatamente después de concluir los estudios universitarios, representados con el **31.5%**, el cual se reduce a **19.0%** en la visualización cinco años después.

22.7%

TIENE INTENCIONES DE EMPRENDER
AL CONCLUIR SUS ESTUDIOS

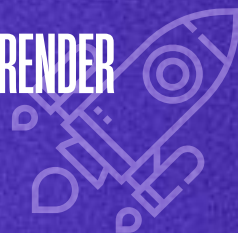
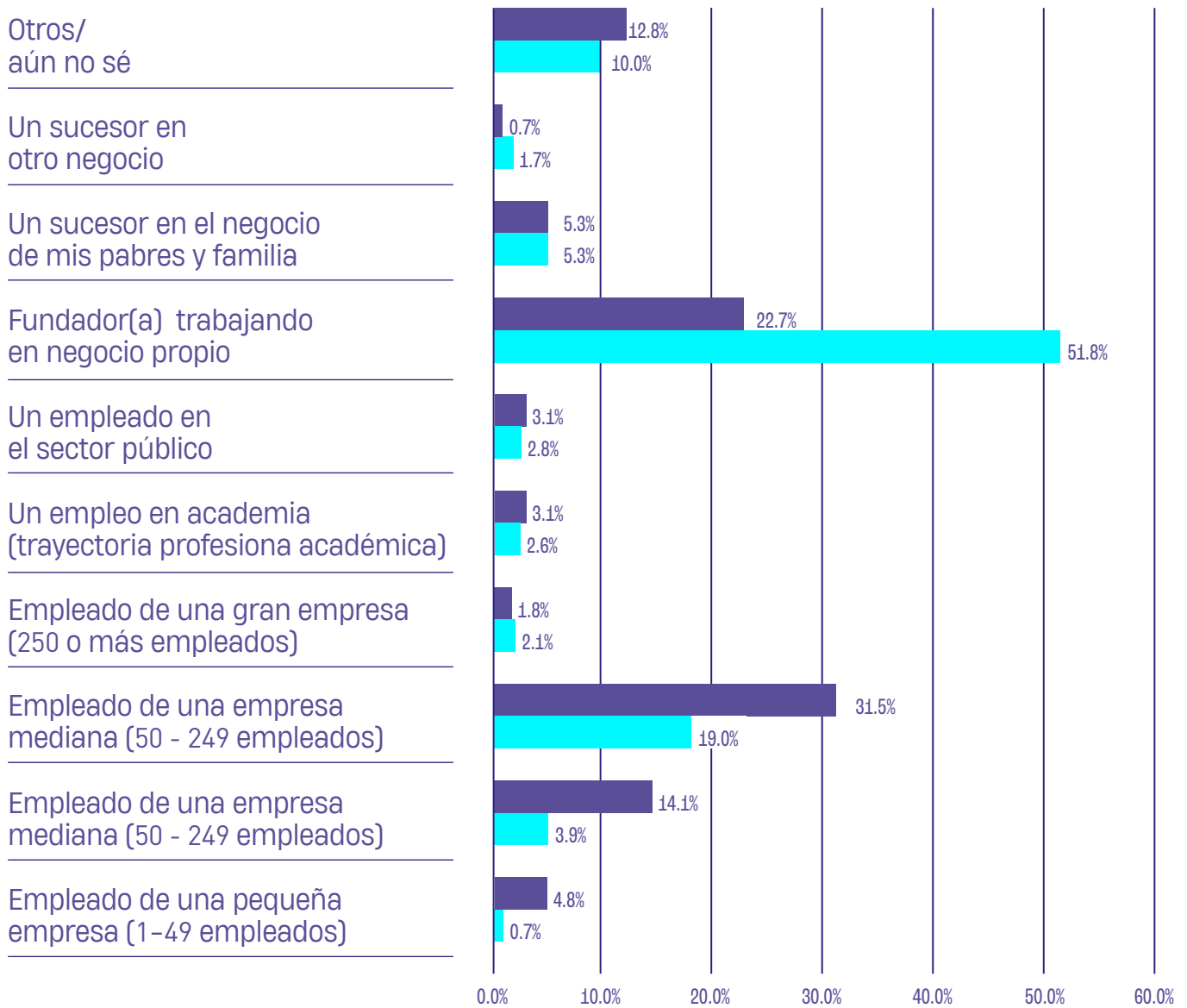


Figura 2.1:

INTENCIONES DE TRAYECTORIA PROFESIONAL DE LOS UNIVERSITARIOS EN MÉXICO AL FINALIZAR SUS ESTUDIOS Y CINCO AÑOS DESPUÉS.

Al egresar 5 años después



Retomando los datos mencionados anteriormente, de los **701** estudiantes que manifestaron tener la intención de emprender inmediatamente al finalizar sus estudios, el **82%** expresó que continuaría emprendiendo cinco años después de haber obtenido su grado universitario. En contraste, de los **1,598** estudiantes que indicaron planear emprender cinco años después de graduarse, el **36%** también manifestó la intención de hacerlo de manera inmediata al concluir sus estudios. Este comportamiento confirma la tendencia de casi el **60%** de la muestra a preferir emplearse antes de emprender.

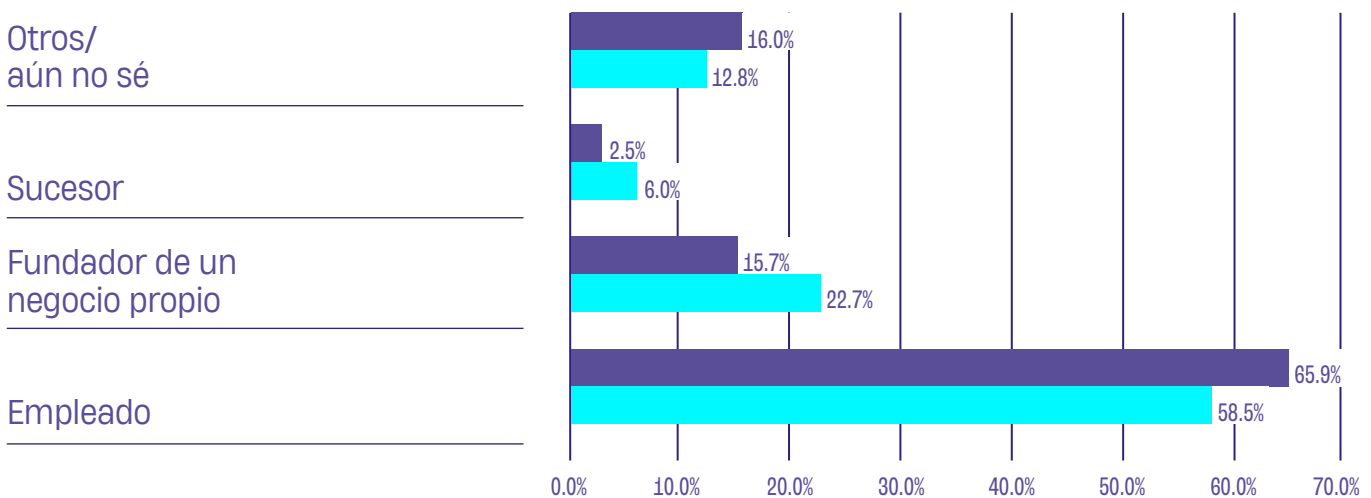
Al comparar estos hallazgos y agrupar las intenciones de trayectoria profesional en cuatro categorías —empleados, emprendedores, sucesores e indecisos— se observan patrones claros en la toma de decisiones de los estudiantes. En el contexto global, se evidencia una inclinación marcada hacia el empleo al egresar, con un **65.9%** de los estudiantes eligiendo esta opción, porcentaje que disminuye a un **53.3%** cinco años después. En cuanto a la intención de emprender, a nivel global se sitúa en un **15.7%** al finalizar los estudios, y se eleva a un **30%** transcurridos cinco años. En contraste, la muestra mexicana muestra un incremento porcentual, registrando un **22.7%** de intención de emprender al egresar y alcanzando un **51.8%** cinco años después, lo que sugiere un mayor dinamismo emprendedor.

Figura 2.2:

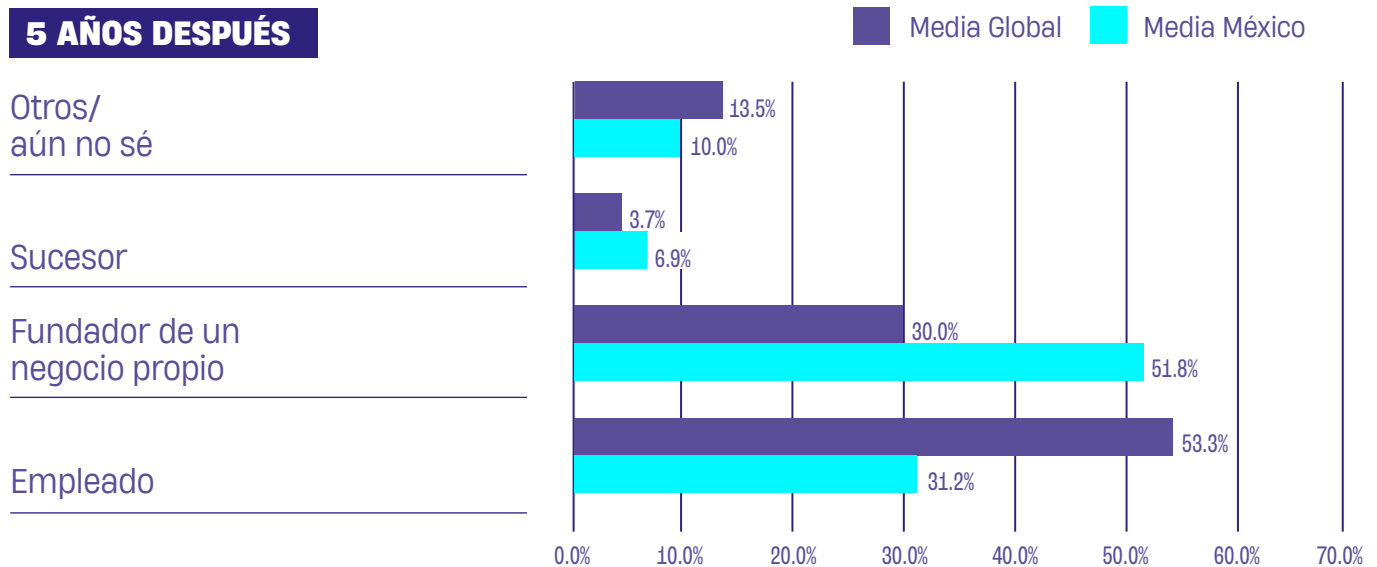
INTENCIONES DE TRAYECTORIA PROFESIONAL DE LOS UNIVERSITARIOS AGRUPADA AL FINALIZAR SUS ESTUDIOS Y CINCO AÑOS DESPUÉS.

■ Media Global ■ Media México

AL EGRESAR



5 AÑOS DESPUÉS

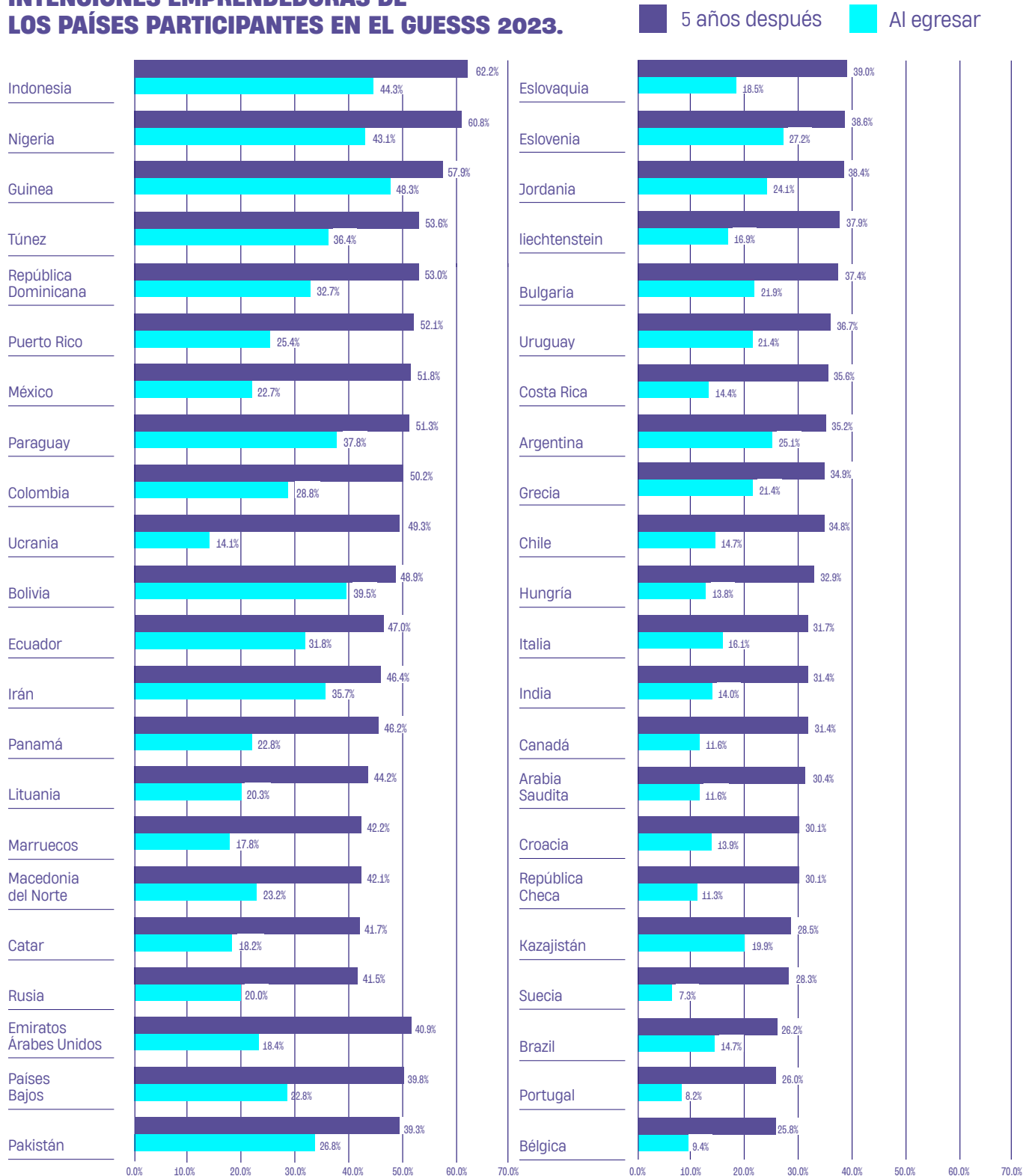


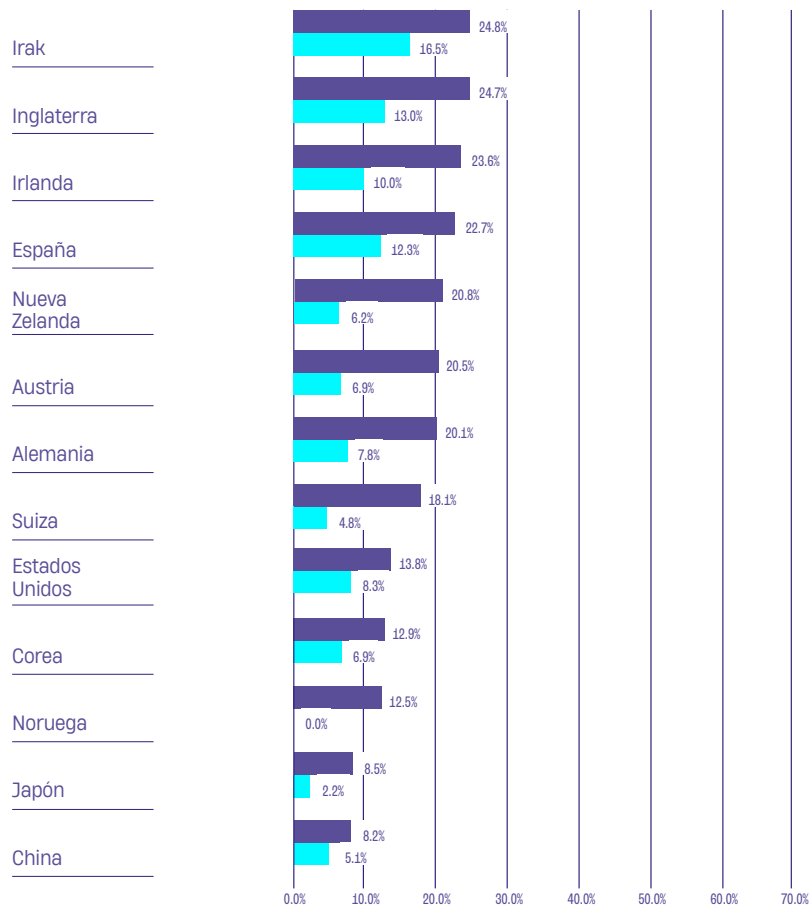
Por su parte, comparando por países participantes, la **Figura 2.3** muestra las intenciones emprendedoras de universitarios en el escenario internacional. El gráfico, ordenado por el indicador de intención emprendedora a 5 años después de concluir los estudios universitarios, muestra que los estudiantes con intención de emprender son particularmente destacados en los países en desarrollo; los países desarrollados tienden a aparecer en los últimos lugares de la lista, lo que es un fenómeno ya observado en ediciones anteriores de **GUESSS** (Sieger et al., 2021).



Figura 2.3:

INTENCIONES EMPRENDEDORAS DE LOS PAÍSES PARTICIPANTES EN EL GUESSS 2023.





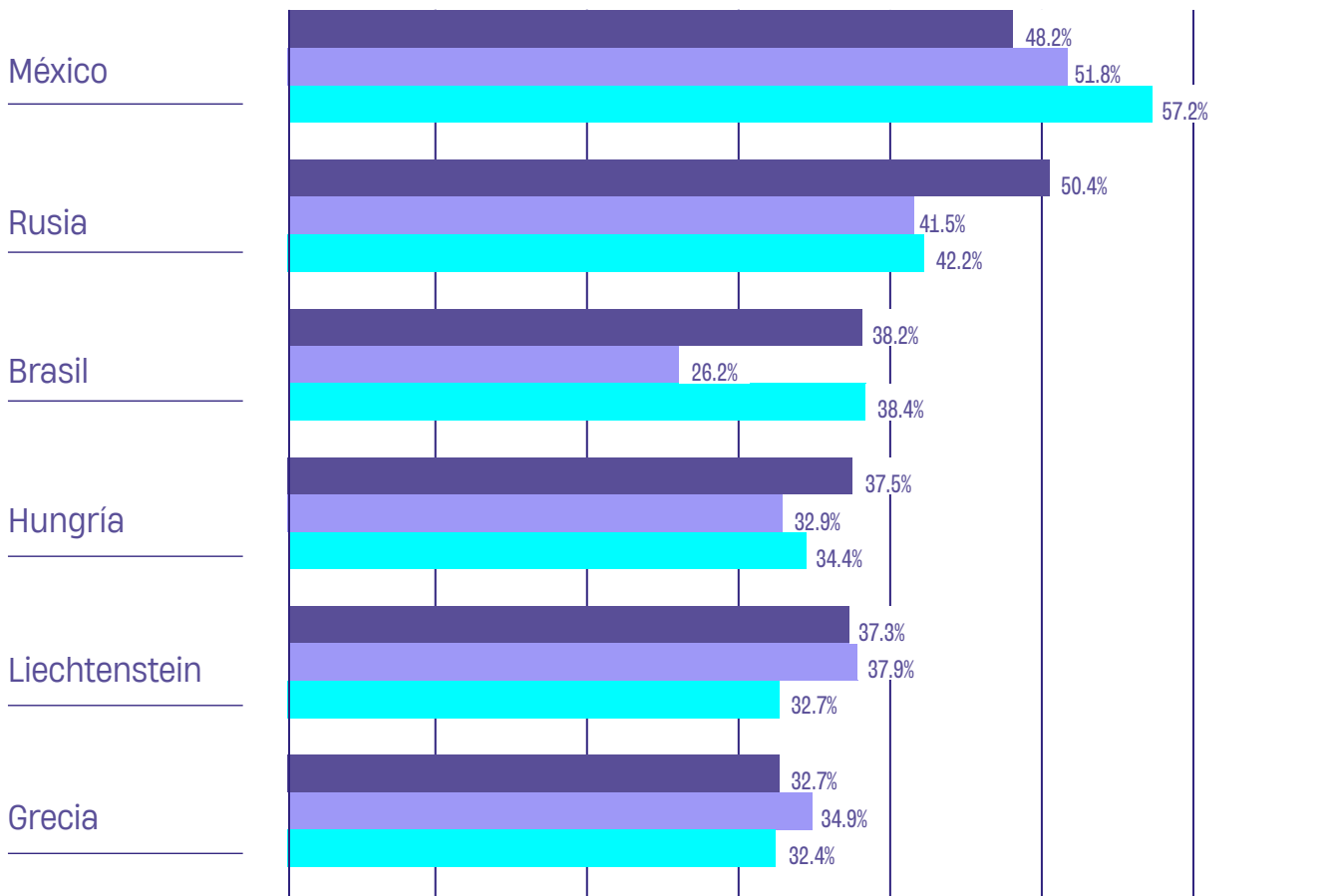
En el **2020** y **2021**, la pandemia de COVID-19 generó una gran incertidumbre socioeconómica. Tal como se presentó en la edición **2021** de este estudio, en México la proporción de las intenciones emprendedoras cinco años después de finalizar sus estudios aumentó de manera importante (Amorós et, al., **2021**).

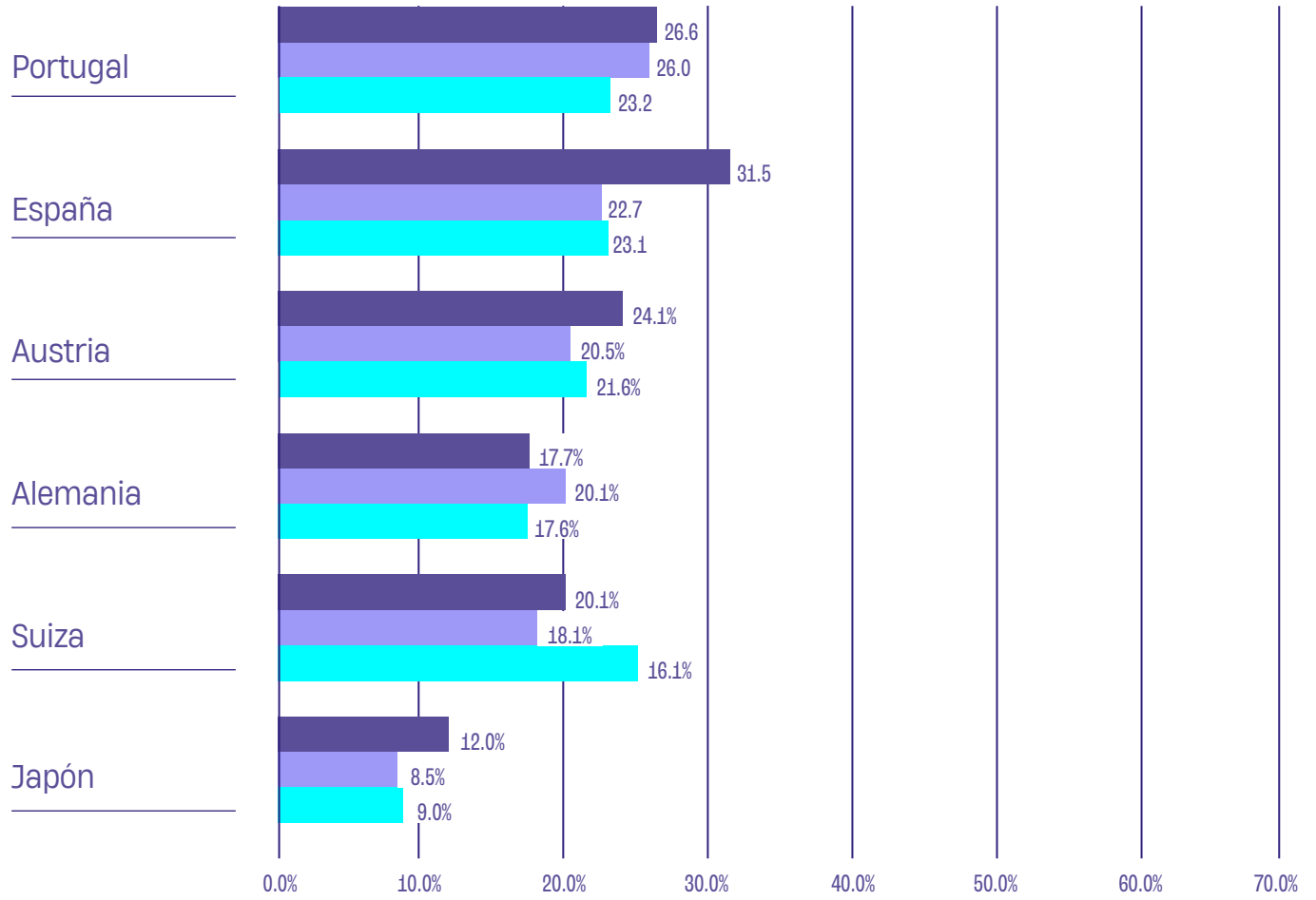
Buscando hacer una comparativa del comportamiento de estas tendencias es esta era post pandémica, en la **Figura 2.4** en una submuestra de países que participaron en las tres últimas ediciones del proyecto. En general se observa que la mayoría de los países ha aumentado gradualmente su intención emprendedora. Aunque aún hay países desarrollados que tienden a la baja como es el caso de Portugal y Suiza.

Figura 2.4:

INTENCIONES EMPRENDEDORAS CINCO AÑOS DESPUÉS DE FINALIZAR LOS ESTUDIOS. COMPARATIVA POR PAÍSES EN TRES EDICIONES DEL GUESS.

2018 2023 2023

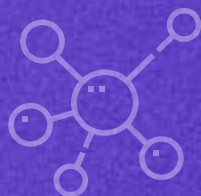




ACTITUDES PARA EMPRENDER

ENTRE LOS ESTUDIANTES
UNIVERSITARIOS

ANÁLISIS SOBRE TRES ENFOQUES



Entorno
empreendedor



Perspectiva
emprenedora



Contexto
social y familiar

Las actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios, según el estudio **GUESSS**, se pueden analizar desde tres enfoques principales que brindan una visión integral de este fenómeno. En primer lugar, se examinan los factores clave que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes dentro del contexto universitario. Estos factores pueden incluir elementos como la cultura institucional, el apoyo académico y las oportunidades de networking, que pueden motivar o inhibir la disposición de los alumnos a iniciar sus propios proyectos de emprendimiento.

En segundo lugar, se indagan las actitudes hacia el emprendimiento, así como las perspectivas sobre su viabilidad y las capacidades que los estudiantes creen poseer para llevar a cabo sus iniciativas. Este enfoque permite identificar no solo la percepción que tienen los alumnos sobre el emprendimiento, sino también cómo estas percepciones afectan su decisión de involucrarse en actividades emprendedoras.

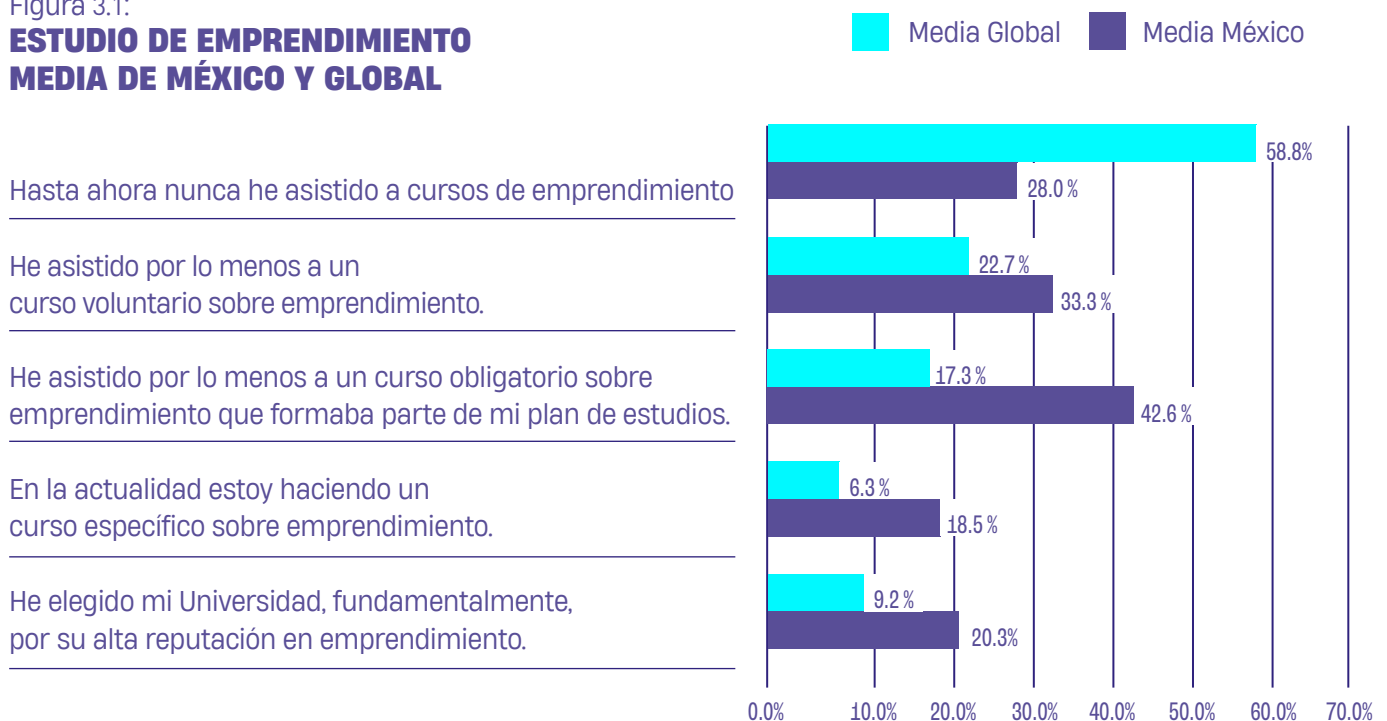
Finalmente, para comprender mejor las competencias de los estudiantes, se considera su contexto familiar y social, analizando cómo estas variables pueden impactar su desarrollo personal y profesional. La investigación busca establecer conexiones entre las experiencias previas de los estudiantes y su disposición para emprender, considerando factores como el respaldo familiar y el entorno social.

Para recopilar los datos necesarios, el cuestionario diseñado emplea una escala Likert, donde **1** indica “totalmente en desacuerdo” y **7** “totalmente de acuerdo,” siendo **4** una posición neutral.

La **Figura 3.1** muestra la tasa de estudiantes en México que se han acercado al emprendimiento en el entorno universitario. En primer lugar, el **20%** de los estudiantes señala que eligió estudiar en la universidad debido a su reputación empresarial, en comparación con el **9.2%** a nivel global. Además, más de la mitad de los estudiantes en la muestra global no han abordado temas de emprendimiento en su plan de estudios, frente al **28%** de los estudiantes en México que sí lo han hecho. En cuanto a la oferta de cursos electivos y obligatorios relacionados con el emprendimiento, los estudiantes en México muestran una mayor predisposición a estudiar esta área de conocimiento. Asimismo, más del doble de los estudiantes en México están inscritos en un programa específico de emprendimiento, con un **18.5%** en México en comparación con el **6.3%** a nivel global.

Figura 3.1:

ESTUDIO DE EMPRENDIMIENTO MEDIA DE MÉXICO Y GLOBAL



El ambiente universitario en México se considera favorable para el emprendimiento. La **Figura 3.2**, basada en una escala Likert de **1 a 7**, indica que los estudiantes en México afirman, en promedio, que su entorno universitario los inspira más que a sus pares globales para desarrollar negocios. Además, en las universidades mexicanas se percibe un clima propicio para emprender, donde los alumnos reciben motivación y apoyo para llevar a cabo sus iniciativas empresariales. Esta percepción positiva del entorno académico fomenta una cultura emprendedora entre los estudiantes.

Figura 3.2:

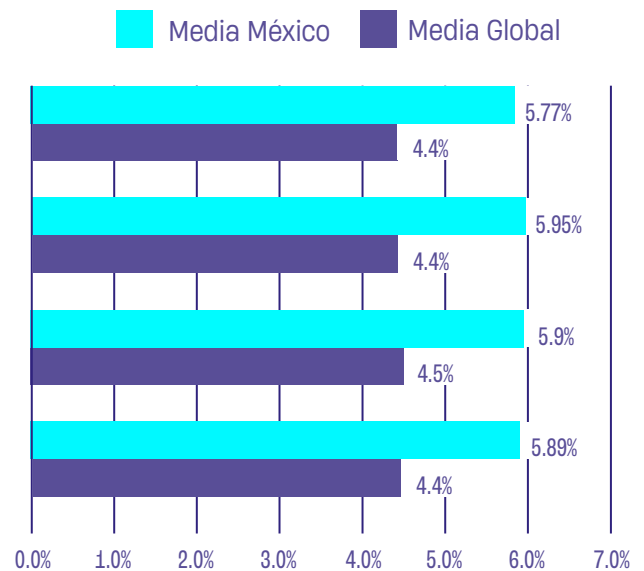
AMBIENTE UNIVERSITARIO Y EMPRENDIMIENTO

El ambiente de mi Universidad me inspira a desarrollar ideas para crear nuevos negocios.

En mi Universidad existe un ambiente favorable para convertirme en emprendedor/a.

En mi Universidad me motivan para participar en actividades emprendedoras.

En mi universidad puedo obtener fácilmente asesoramiento y orientación en materia de emprendimiento



De manera similar, los estudiantes en México perciben un impacto más favorable de la educación en comparación con la media global. Como se observa en la **Figura 3.3**, la educación ha tenido un efecto positivo en motivar a los estudiantes a identificar oportunidades de negocio que se alinean con sus conocimientos e intereses. Además, ha contribuido al desarrollo de habilidades para crear redes de contactos, iniciar empresas y fomentar actitudes, valores y motivaciones emprendedoras. Estas métricas superan el nivel **5** de la escala Likert, mientras que la media global se sitúa alrededor del **4**.

Figura 3.3:

IMPACTO DE LA VIDA UNIVERSITARIA

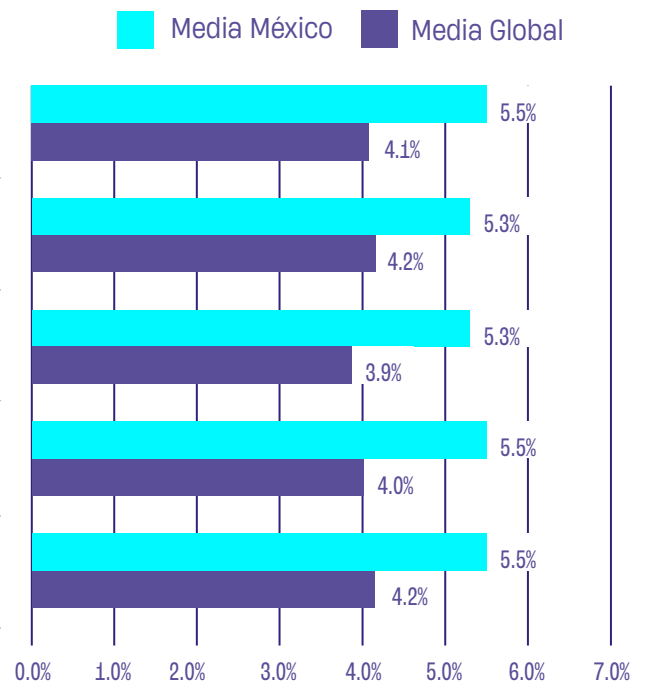
Me animaron a identificar oportunidades de negocio alineados con mis conocimientos e intereses.

Mejoraron mis habilidades para crear redes para crear contactos

Mejoraron mis habilidades prácticas para la gestión de una empresa.

Aumentaron mi conocimiento de las actividades que hay que realizar para crear una empresa.

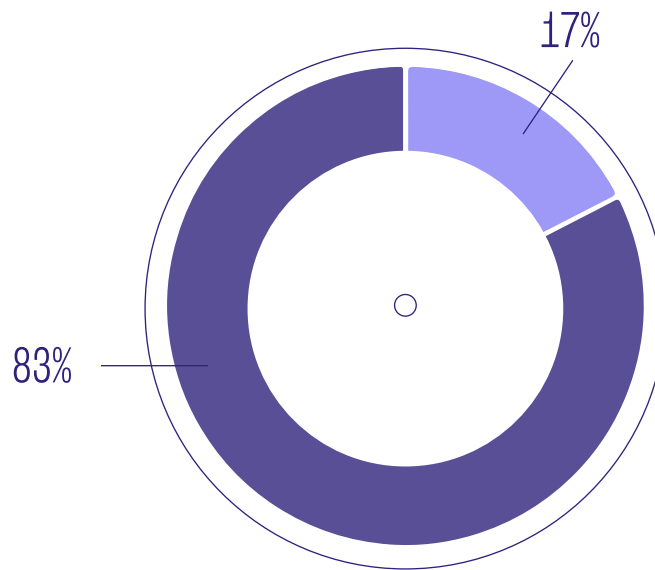
En mi universidad puedo obtener fácilmente asesoramiento y orientación en materia de emprendimiento



Abordado, el perfil emprendedor de los estudiantes, así como el ambiente social en el que se encuentran, un factor relevante en la intención emprendedora es el ejemplo de sus madres y padres. Al preguntar a las y los estudiantes sobre el rol que juegan sus padres en su actual trabajo, el **83%** mencionó que alguno de sus padres, operan un negocio, tal como se muestra en la **Figura 3.4**.

Figura 3.4:
PORCENTAJE DE PADRES DE ESTUDIANTES QUE OPERAN UN NEGOCIO

- Mis padres dirigen un negocio
- Mis padres NO dirigen un negocio



Más adelante en el estudio, mostraremos los hallazgos referentes a que los padres de los estudiantes sean fundadores o dueños mayoritarios de una empresa o negocio y cómo esto influye en las intenciones emprendedoras de sus hijos.



CASO DE ÉXITO



¿QUÉ ES “KEETNAH”?

KeetNah es una plataforma complementaria de terapias de lenguaje que busca potenciar las habilidades de comunicación y autonomía en niños de 4-15 años.

Ángela Aguilar, quien comenzó el proyecto sola, y posteriormente agregó al equipo a Nicole Arana y Axel Padilla. Esto debido a que la universidad le permitió conectar con diferentes personas a las cuales eventualmente reclutó para sumarlas y aportar valor al proyecto. Así mismo destaca la importancia de sus mentores quienes son una psicóloga así como el director del centro de autismo del DIF Zapopan quienes han sido sumamente relevantes para las validaciones que se han realizado con el paso del tiempo.

¿CÓMO NACE?

Ángela, solía recorrer el centro de autismo del DIF Zapopan, lo cual despertó su curiosidad, eventualmente decidió pedir informes y sumarse a iniciativas de voluntariado con niñas y niños con autismo. Eventualmente descubrió su pasión por la tecnología y esto la llevó a pensar en una implementación tecnológica que le permitieran niños y niñas con autismo mejorar su calidad de vida.

PERSONAS QUE TE HAN AYUDADO:

Karen Gallegos,

*Líder de Emprendimiento
en el Tec Campus Guadalajara*

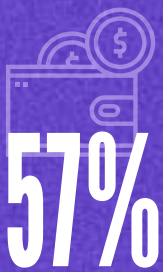
Ana Sofía Contreras

*Coordinadora del Centro de
Emprendimiento de Base Tecnológica*

Carlos Nuñez

*Director del Centro de
Autismo del DIF Zapopan*

SUCECIÓN EN EMPRESAS FAMILIARES



57%

DE LOS ESTUDIANTES TIENEN
PADRES AUTOEMPLEADOS O
DUEÑOS DE UN **NEGOCIO PROPIO**

Tal como se presentó con anterioridad, los padres pueden representar un gran ejemplo o inspiración para desarrollar una intención emprendedora en las aspiraciones de vida y carrera de sus hijos. En esta sección, analizaremos esta influencia y la relación entre tener padres fundadores de empresas y las aspiraciones profesionales de las y los alumnos encuestados.

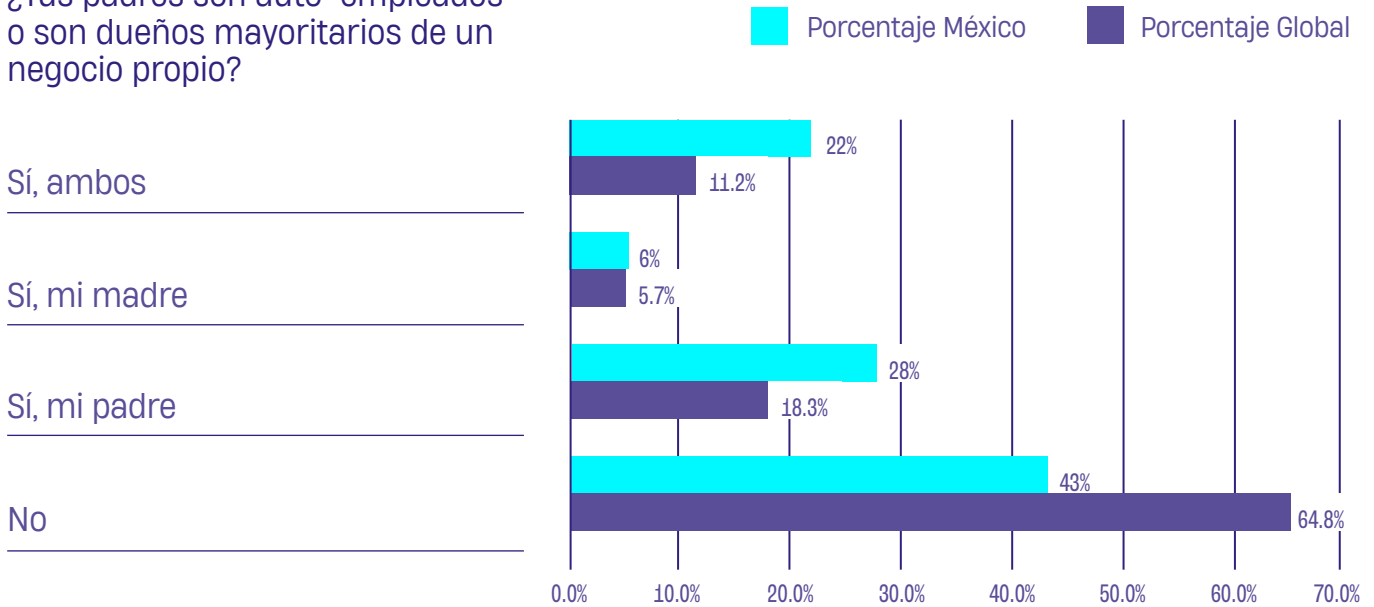
En la **Figura 4.1** es posible observar la relación de los estudiantes con el emprendimiento desde la familia. La mayoría de los encuestados en México (**43%**) indica que sus padres

no son autoempleados ni dueños de un negocio propio, lo que es un porcentaje menor que el global (**64.8%**). Un porcentaje significativo de encuestados en México señala que su padre es autoempleado o dueño de un negocio (**28%**), comparado con el **18.3%** a nivel global. Los porcentajes son mucho más bajos para las madres, tanto en México como a nivel global, mostrando que es menos común que las madres sean autoempleadas o dueñas de un negocio. Finalmente el porcentaje mexicano se duplica en comparación a global considerando que ambos sean autoempleados o dueños de su negocio.

Figura 4.1

PORCENTAJE DE AUTOEMPLEO Y NEGOCIOS PROPIOS

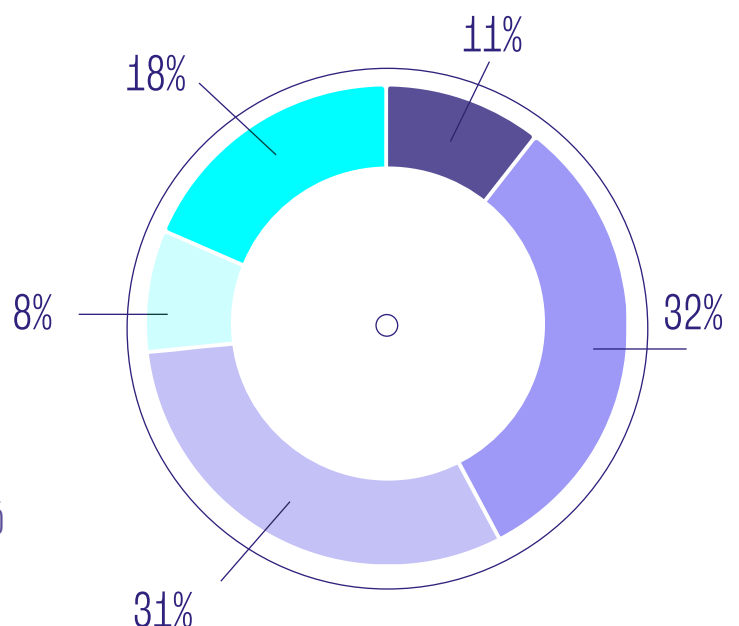
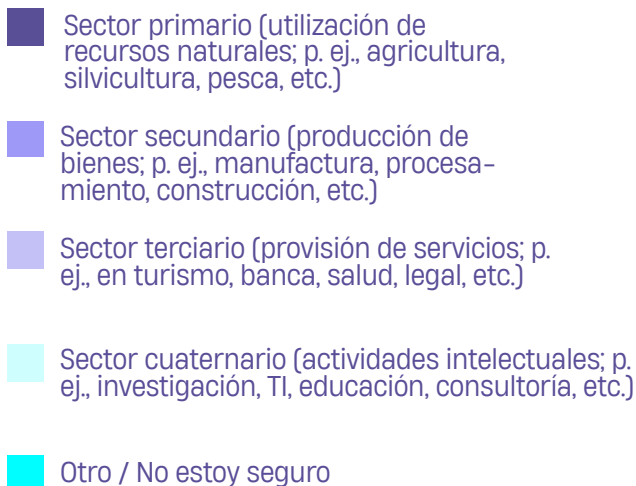
¿Tus padres son auto-empleados o son dueños mayoritarios de un negocio propio?



Respecto al giro de los negocios familiares, el **32%** de los estudiantes encuestados destacaron que el negocio de sus padres se enfoca en el Sector secundario, es decir producción de bienes, manufactura, procesamiento, construcción, etc. Seguido de negocios enfocados en el sector primario (utilización de recursos naturales; p. ej., agricultura, silvicultura, pesca, etc.). Estas distribuciones se pueden observar en la **Figura 4.2**.

Figura 4.2:

DISTRIBUCIÓN DE LOS SECTORES DEL NEGOCIO DE PADRES EMPRENDEDORES



Respecto al involucramiento de los estudiantes encuestados casi la mitad indicó que de alguna manera ha trabajado o colaborado en el negocio de sus padres tal como se observa en la **Figura 4.3**.

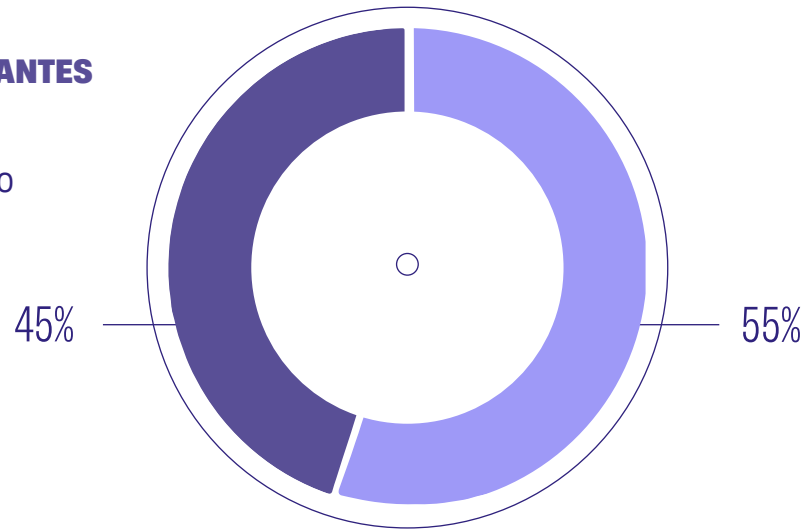
Figura 4.3:

COLABORACIÓN DE ESTUDIANTES EN EL NEGOCIO FAMILIAR

¿Has trabajado en el negocio o empresa de tus padres?

■ Sí

■ No



Este resultado refleja un nivel considerable de involucramiento por parte de la muestra; sin embargo, la perspectiva cambia al considerar el objetivo de suceder a sus padres como encargados del negocio familiar. Al preguntar a los estudiantes si su meta profesional era convertirse en sucesores del negocio de sus padres, el **37.6%** respondió estar totalmente en desacuerdo, mientras que solo el **9.6%** indicó estar completamente de acuerdo. La **Figura 4.4** ilustra la distribución de las respuestas en una escala de **1** a **7**, donde **1** representa “totalmente en desacuerdo” y **7** “totalmente de acuerdo”.



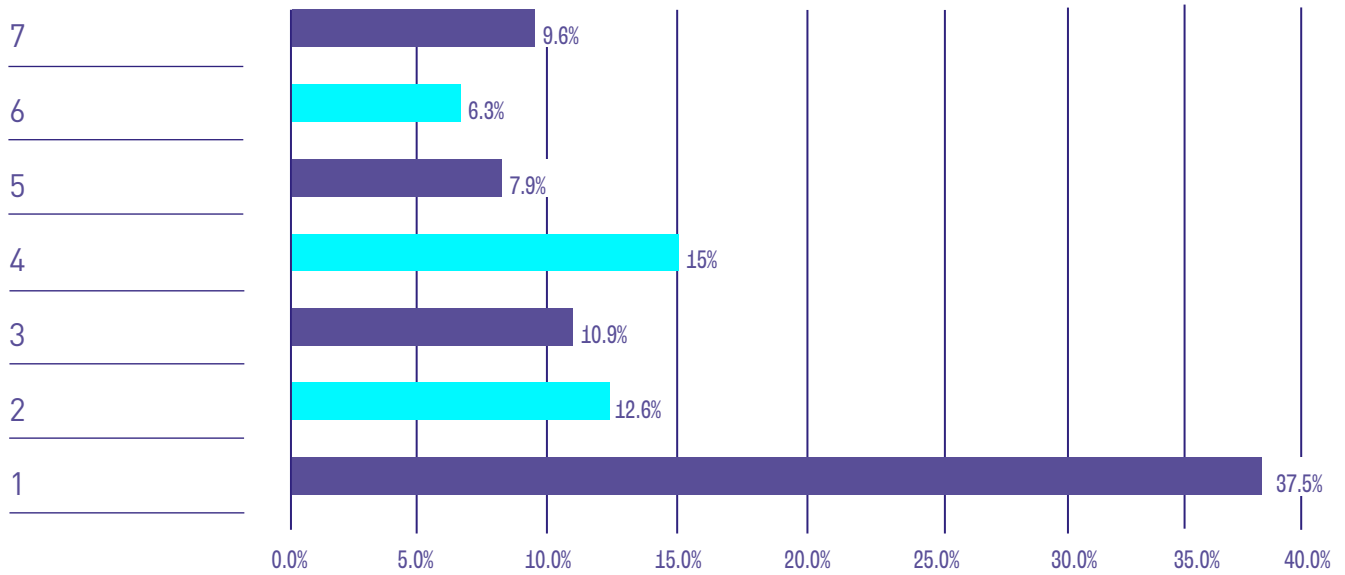
Figura 4.4

SUCESIÓN DEL NEGOCIO FAMILIAR COMO OBJETIVO PROFESIONAL DE LOS ESTUDIANTES

“Mi objetivo profesional es convertirme
en el sucesor del negocio de mis padres”

1= En desacuerdo

7= Totalmente de acuerdo



EMPRENDEDORES NACIENTES

42%



DE LOS ESTUDIANTES BUSCA **EMPRENDER**
DURANTE SUS ESTUDIOS PROFESIONALES

En esta sección se exploran las condiciones y aspiraciones de aquellos estudiantes que están dando sus primeros pasos en el mundo del emprendimiento. A través de un análisis detallado, se busca identificar los factores, redes de apoyo y avance que han tenido con el proceso de fundación de su emprendimiento. Se busca correlacionar cómo el entorno educativo y social les brinda apoyo en esta etapa inicial.

20%



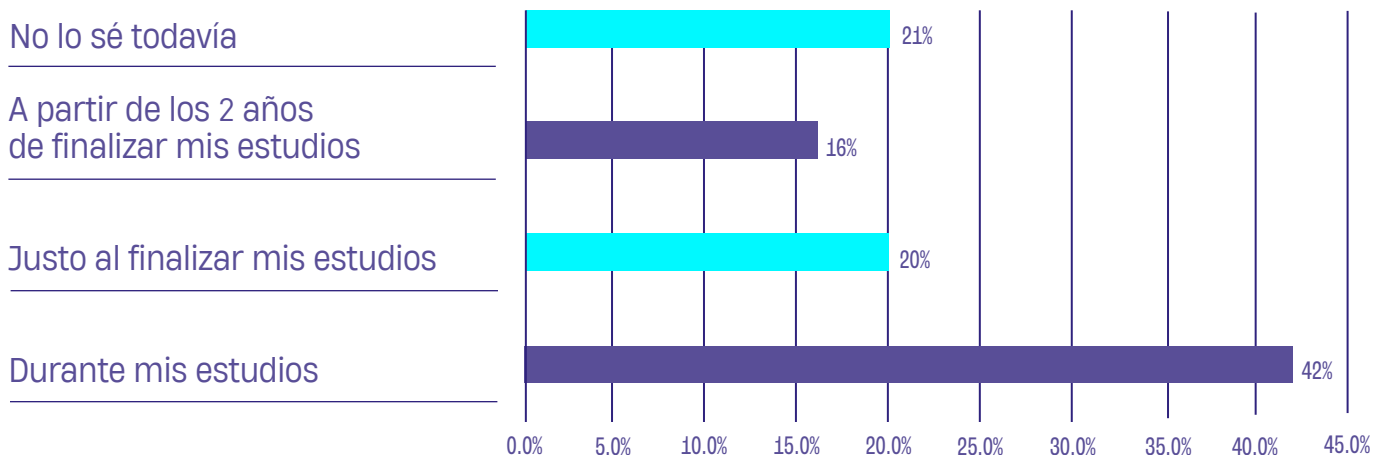
DE LOS ESTUDIANTES BUSCA **EMPRENDER**
JUSTO **AL FINALIZAR** SUS ESTUDIOS

La **Figura 5.1** muestra la idea temporal que tienen los nuevos emprendedores de terminar su proceso de fundación. El **42%** tiene contemplado hacerlo durante sus estudios profesionales, el **20%** justo al finalizarlos, el **16%** a partir de **2 años** después de egresar y el **21%** restante aún no lo ha definido.

Figura 5.1

PORCENTAJE DE ESTUDIANTES QUE VISUALIZAN EL INICIO DE SUS EMPRESAS EN DIFERENTES ETAPAS

¿Cuándo piensas fundar tu empresa?

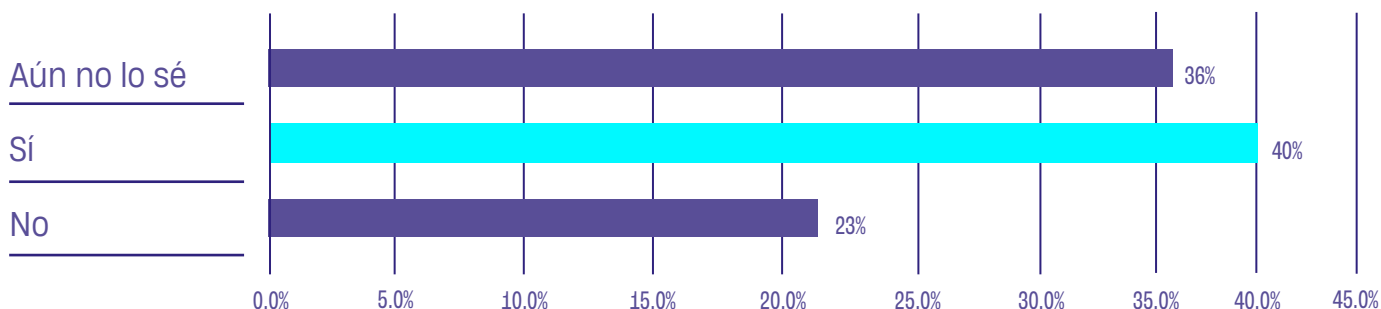


Como se muestra en la **Figura 5.2**, el **40%** de los participantes anticipa que el negocio que están poniendo en marcha se convertirá en su principal ocupación al finalizar sus estudios universitarios. Por otro lado, el **36%** de los encuestados aún no ha definido su perspectiva sobre el futuro de su emprendimiento, mientras que el **23%** restante no espera que el negocio en proceso de fundación se convierta en su ocupación principal.

Figura 5.2

PORCENTAJE DE PARTICIPANTES QUE QUIERE CONVERTIR COMO PRINCIPAL OCUPACIÓN SU EMPRESA ACTUAL

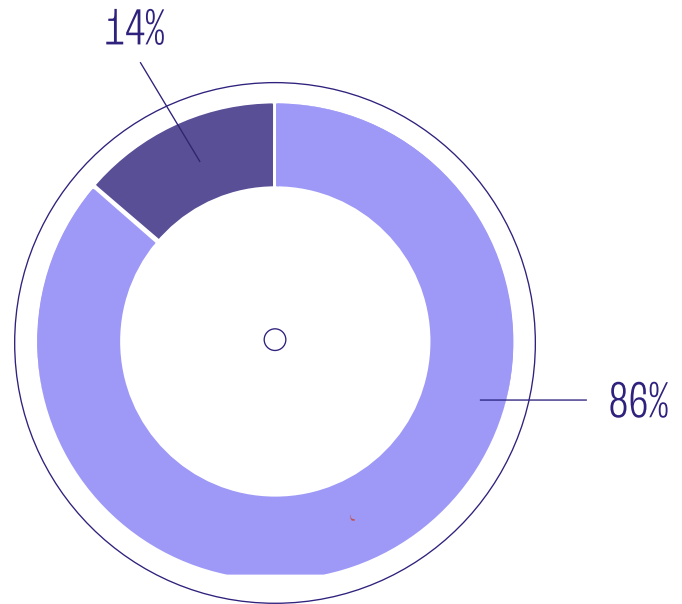
Percepción de dedicarse a emprender después de la universidad



Por otro lado, el **86%** de los encuestados, comparte que no tiene experiencia previa en la creación de una empresa, es decir, no han creado algún negocio con anterioridad. Mientras que el **14%** restante, ya ha realizado este proceso, tal como se muestra en la **Figura 5.3**

Figura 5.3:

PORCENTAJE DE PARTICIPANTES QUE HAN CREADO OTRA EMPRESA

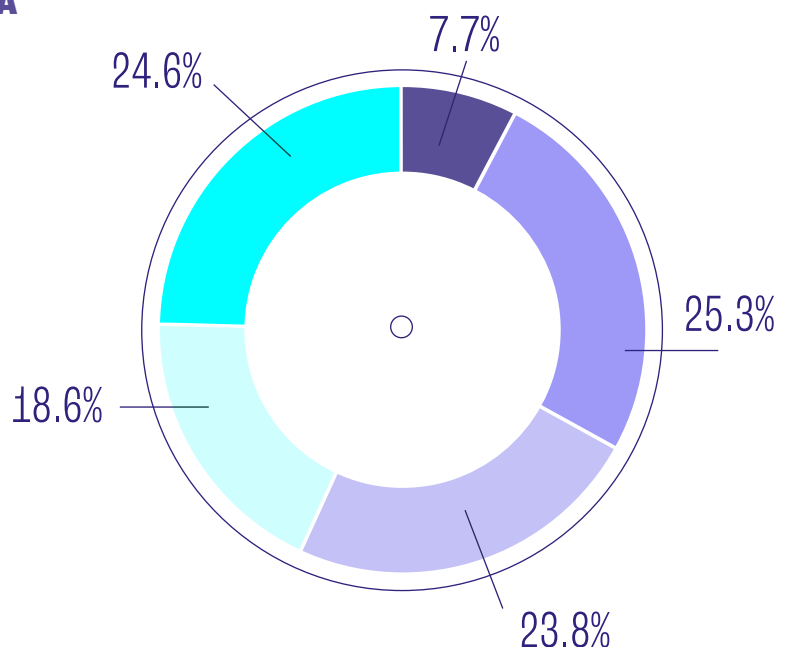
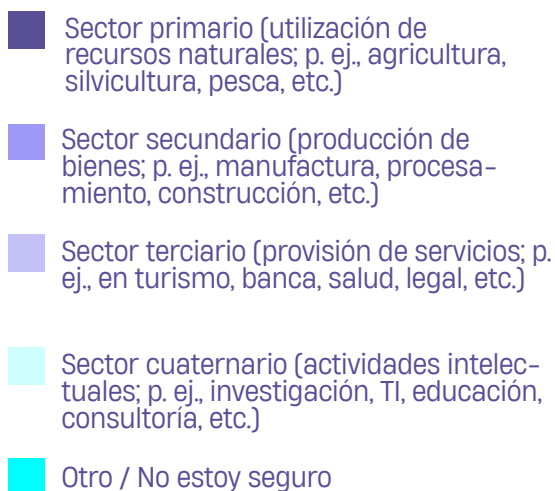


Dentro de los sectores económicos en los que operan las empresas de reciente creación de los estudiantes que participaron en el estudio, se encuentran mayormente actividades del sector secundario (producción de bienes; p. ej., manufactura, procesamiento, construcción, etc.) con **25.3%**. Seguidos por el sector terciario (provisión de servicios; p. ej., en turismo, banca, salud, legal, etc.) con **23.8%**. Interesante el dato de que **24.6%** se definen como “otros” lo que se puede inferir como una combinación de distintas actividades dentro de las startups.

Figura 5.4:

SECTOR EN EL QUE OPERA LA EMPRESA

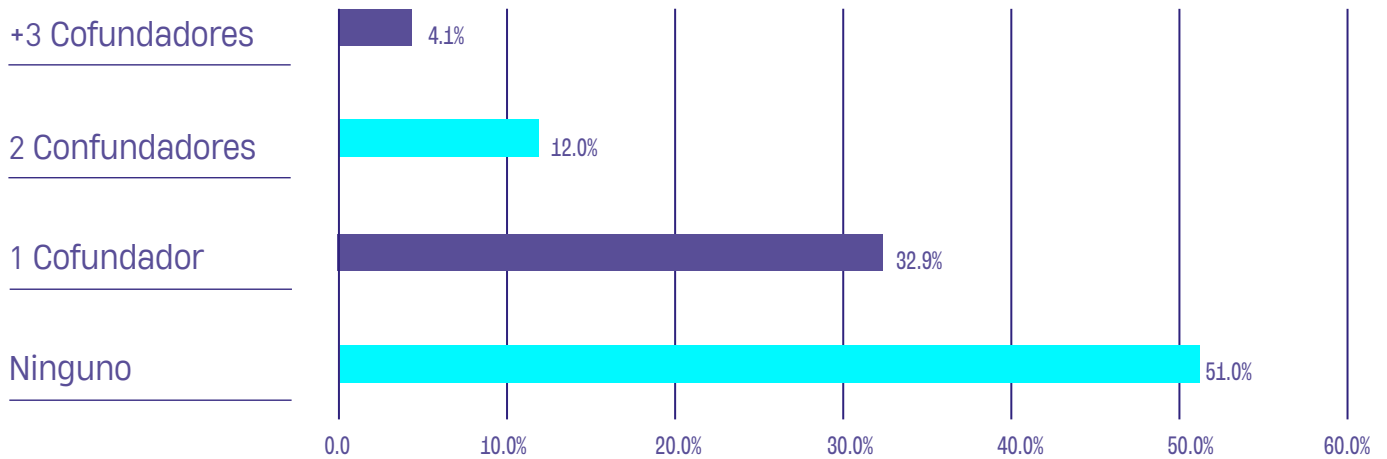
¿En qué sector económico va a operar principalmente tu empresa?



La figura 5.5 indica que el **51%** de los estudiantes mencionan que iniciarán solos su negocio, el **32.9%** lo hará con un cofundador, el **12%** con dos cofundadores mientras que el **4.1%** lo hará con tres o más.

Figura 5.5
NÚMERO DE CO-FUNDADORES

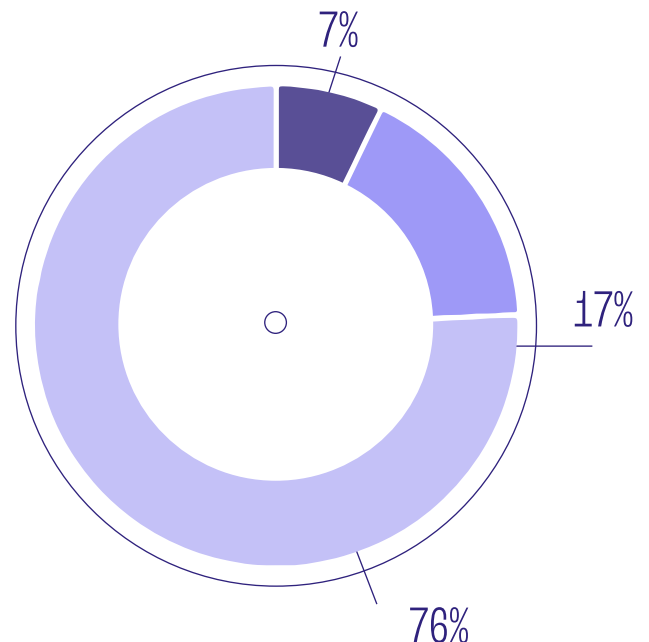
¿Intentas iniciar este negocio solo o con cofundadores?



Tal como se muestra en la **Figura 5.6**, el **76%** de los estudiantes anticipa una participación en la nueva empresa como propietarios mayoritarios. Por otro lado, el **17%** espera tener una participación del **50%**, mientras que únicamente el **7%** prevé una participación inferior al **50%**.

Figura 5.6:
PORCENTAJE DE LA PROPIEDAD DE LA EMPRESA

- 0-49% (Dueño minoritario)
- 50%
- 51-100% (dueño mayoritario)



CASO DE ÉXITO

ERGOMAX
— FLOW —

Los cuatro fundadores estudiaron Ingeniería Biomédica, una carrera que combina conocimientos de ingeniería y biomedicina para desarrollar soluciones tecnológicas aplicadas al ámbito de la salud. A lo largo de su formación universitaria, se especializaron en el desarrollo de productos que responden a problemas clínicos, lo que fue fundamental para el surgimiento de su proyecto emprendedor.

¿QUÉ ES “ERGOMAX”?

El emprendimiento de estos estudiantes está enfocado en el desarrollo de dispositivos biomédicos para mejorar la atención de la salud. Su proyecto surgió a partir de una necesidad identificada en el ámbito clínico durante sus estudios, y evolucionó hacia la creación de una solución tecnológica que busca impactar positivamente en la calidad de vida de los pacientes.



PERSONAS QUE LES HAN AYUDADO:

Socio formador:

Una de las principales figuras que los ayudó durante su trayecto emprendedor fue el socio formador asignado en la unidad de formación de la universidad. Este socio jugó un papel clave en las validaciones técnicas de su producto, ayudándolos a asegurar que su propuesta realmente resolviera un problema en el sector biomédico.

Mentores del programa Jeei by REDi:

Durante su participación en el programa de aceleración Jeei by REDi, los estudiantes recibieron apoyo de mentores especializados en áreas como desarrollo de producto, estrategia empresarial, marketing y comunicación del impacto social. Estos mentores los guiaron en la estructuración de su modelo de negocio y en la toma de decisiones clave para avanzar como startup.

Coramino Acceleration Fund:

A través de este programa de aceleración de cuatro meses promovido por la Fundación José Cuervo, tuvieron acceso a expertos y oportunidades de networking que les permitieron conectarse con otros emprendedores, inversionistas y actores del ecosistema emprendedor de Jalisco.

CONSEJO QUE LE DARÍA A ALGUIEN QUE ESTÁ A PUNTO DE EMPRENDER:

“No tengas miedo de equivocarte y aprende a adaptarte rápidamente”, es uno de los consejos más importantes que dan a quienes están por emprender. El equipo señala que el camino del emprendimiento es incierto y está lleno de desafíos, pero es precisamente en esos momentos de incertidumbre donde más se aprende.

En sus propias palabras: “Cuando empezamos, no teníamos toda la experiencia que ahora tenemos, pero eso no nos detuvo. La clave es estar abiertos a recibir retroalimentación, buscar ayuda y no dudar en modificar tu idea original si es necesario”. Enfatizan que, durante el proceso de validación, muchas veces los emprendedores descubren que deben cambiar aspectos importantes de su producto o modelo de negocio, y esa capacidad de adaptación es esencial para avanzar.

Otro punto que destacan es la importancia de rodearse de mentores y personas que puedan guiar el proceso. “Nosotros tuvimos la suerte de contar con el apoyo de personas experimentadas que nos ayudaron a evitar errores comunes y a enfocarnos en lo que realmente importaba”, comentan. Los mentores no solo les dieron consejos técnicos, sino que también les ayudaron a fortalecer su visión como emprendedores.

Finalmente, subrayan la necesidad de tener un propósito claro: “Emprender por el simple hecho de crear un negocio no es suficiente; debes estar motivado por algo más grande, por un impacto positivo que quieras generar”. Para ellos, el enfoque en el impacto social ha sido un motor fundamental para superar los obstáculos y mantenerse enfocados en su visión a largo plazo.



EMPRENDEDORES ACTIVOS

2020

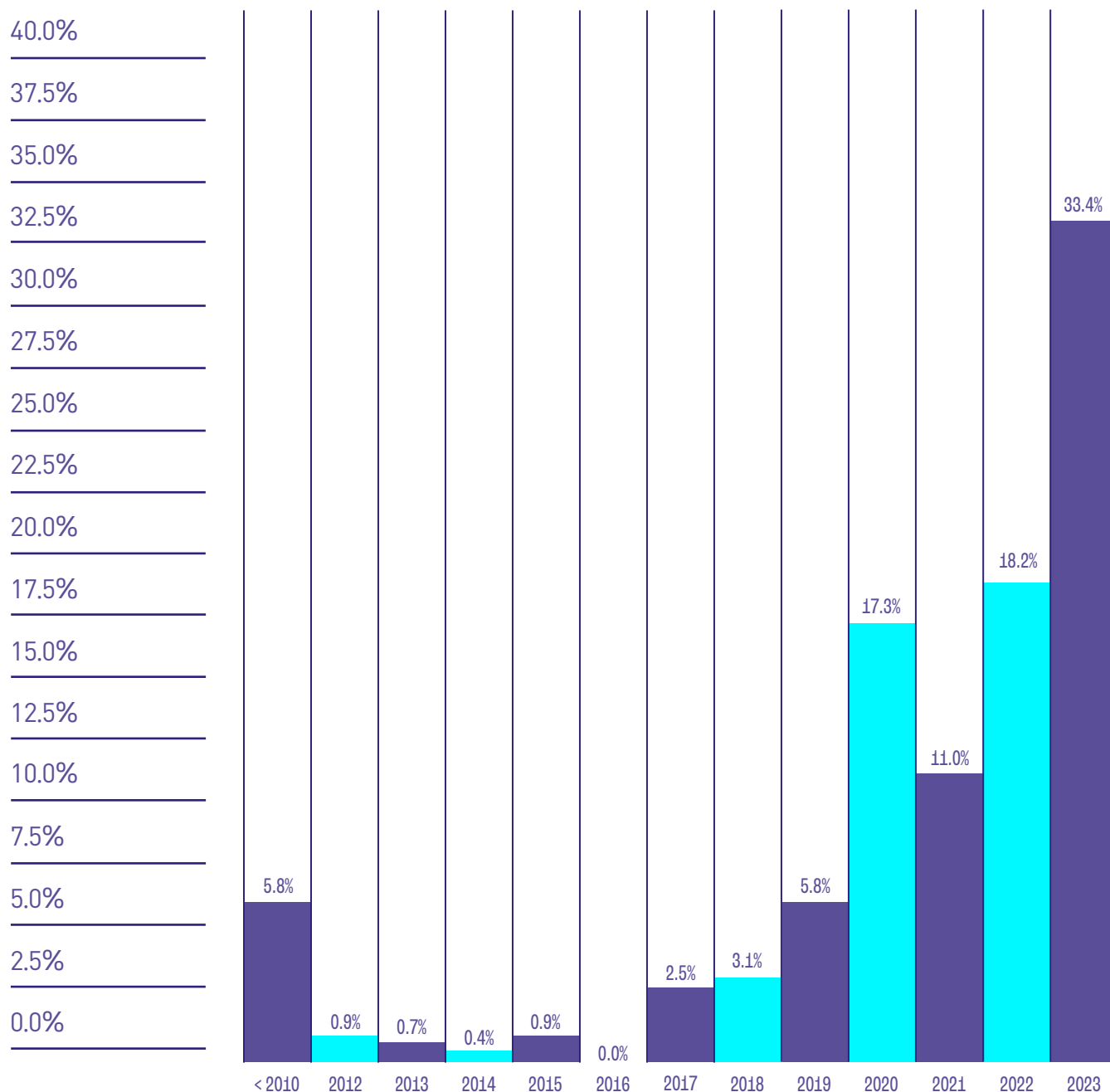
A bar chart with three bars of increasing height from left to right. A white arrow curves upwards from the top of the first bar to the top of the third bar, indicating growth.

A PARTIR DE ESTE AÑO LA MAYORÍA DE
LAS EMPRESAS INICIARON OPERACIONES

Esta sección del estudio se enfoca en aquellos estudiantes universitarios que están operando una empresa, en cualquier etapa de su desarrollo. En la **Figura 6.1** se observa que más del **75%** de las empresas que actualmente existen y operan, iniciaron sus operaciones a partir de **2020** y que menos del **6%** fue creada en **2010** o antes.

Figura 6.1

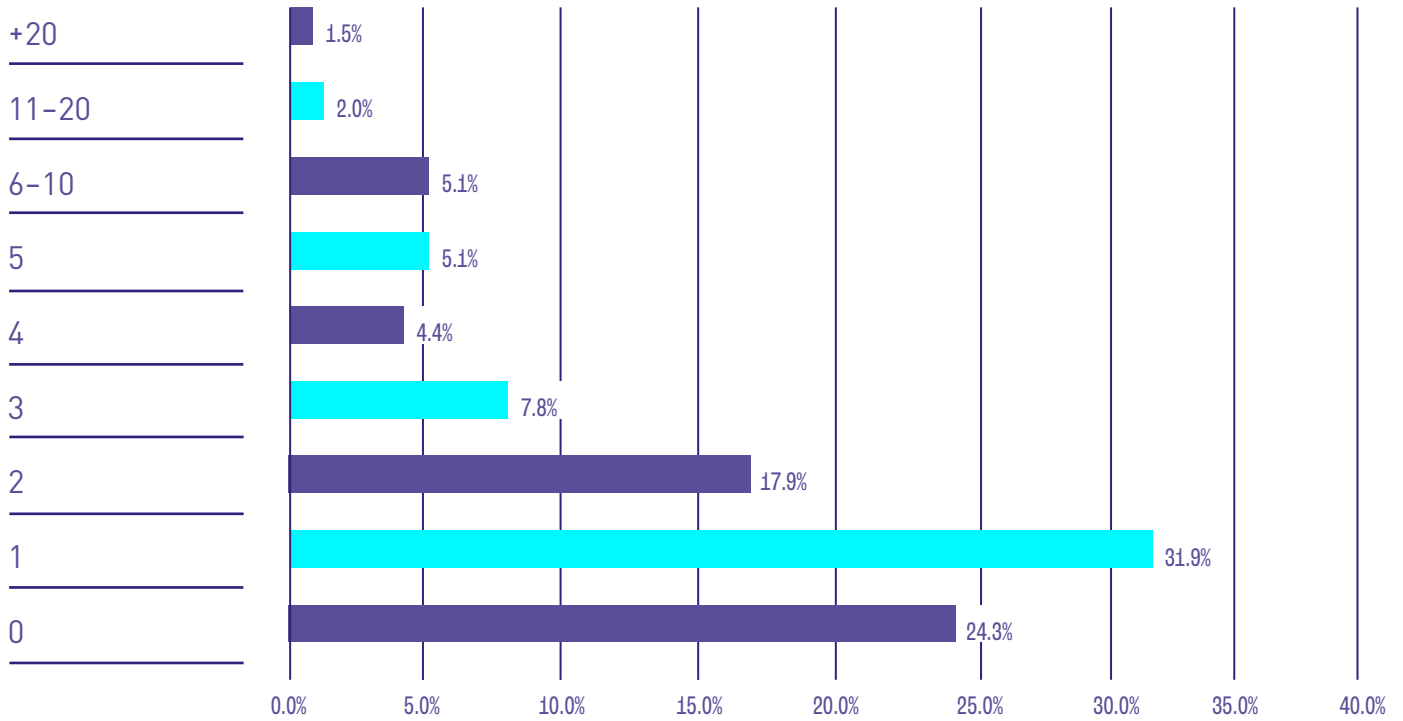
AÑO DE FUNDACIÓN DE LAS EMPRESAS



La **Figura 6.2** refleja la cantidad de empleados con las que cuentan las empresas de los estudiantes encuestados. Esto permite confirmar que los emprendimientos tienen una cantidad baja de trabajadores, por lo tanto podemos inferir que son micro empresas.. Alrededor del **75%** de las empresas tienen dos o menos empleados a tiempo completo.

Figura 6.2

CANTIDAD DE TRABAJADORES ACTUALES (A JORNADA COMPLETA)



Casi el **65%** de los encuestados que afirman tener una empresa, reportan ser socios mayoritarios, mientras que poco más del **22%** indica tener una participación del **50%**. Esto sugiere que aproximadamente una de cada cinco empresas cuenta con dos dueños, y es probable que ellos sean los únicos trabajadores de la organización, como se ilustra en la **Figura 6.3**.

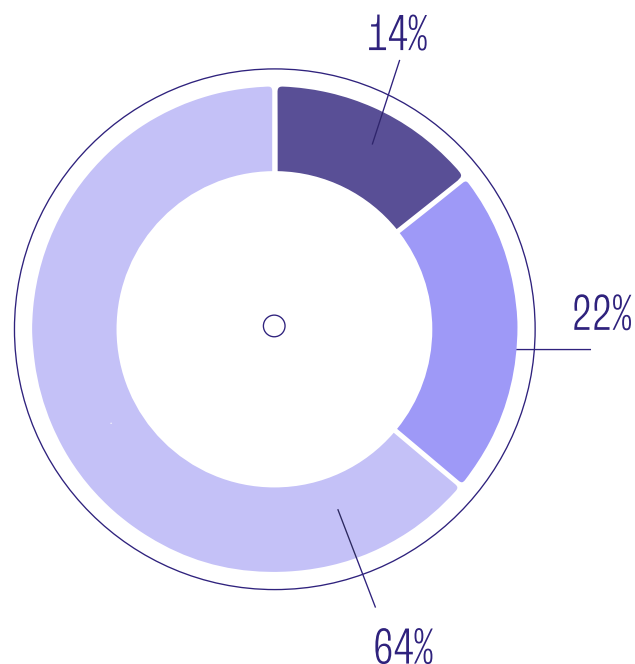


Figura 6.3:

PORCENTAJE DE LA PROPIEDAD DE LA EMPRESA

¿Cuál es tu participación en la propiedad del negocio?

- 0-49% (Dueño minoritario)
- 50%
- 51-100% (dueño mayoritario)



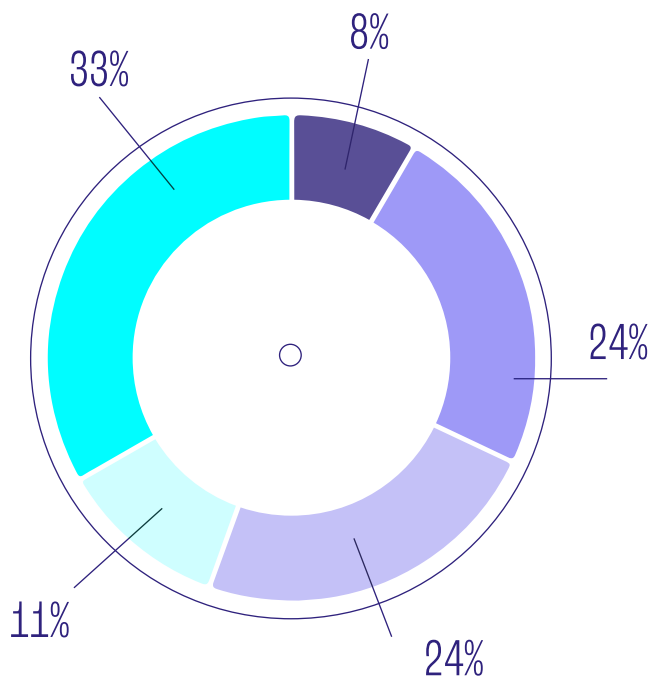
En lo referente al sector al que pertenecen las empresas de los encuestados, se puede apreciar que la mayoría de ellos tienen actividades de combinan sectores con casi el **34%**. Seguidos por los sectores secundario y terciario.

Figura 6.4:

SECTOR DE OPERACIÓN DE EMPRESAS CONSTITUIDAS

¿En qué sector económico va a operar principalmente tu empresa?

- Sector primario (utilización de recursos naturales; p. ej., agricultura, silvicultura, pesca, etc.)
- Sector secundario (producción de bienes; p. ej., manufactura, procesamiento, construcción, etc.)
- Sector terciario (provisión de servicios; p. ej., en turismo, banca, salud, legal, etc.)
- Sector cuaternario (actividades intelectuales; p. ej., investigación, TI, educación, consultoría, etc.)
- Otro / No estoy seguro



Así mismo, el mapeo permite identificar que solo el **19%** de las empresas encuestadas, ha recibido algún monto de capital de riesgo tal como se observa en la **Figura 6.5**.

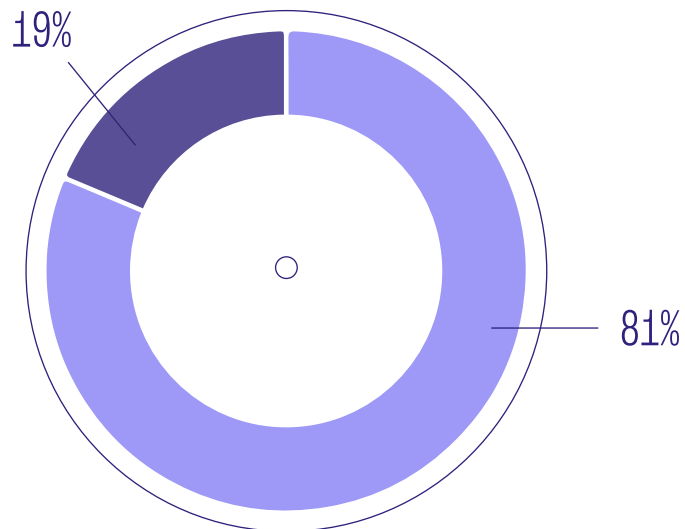
Figura 6.5:

PORCENTAJE DE EMPRESAS CON ALGÚN CAPITAL DE RIESGO

¿Has recibido algún fondo de capital de riesgo?

■ Sí

■ No



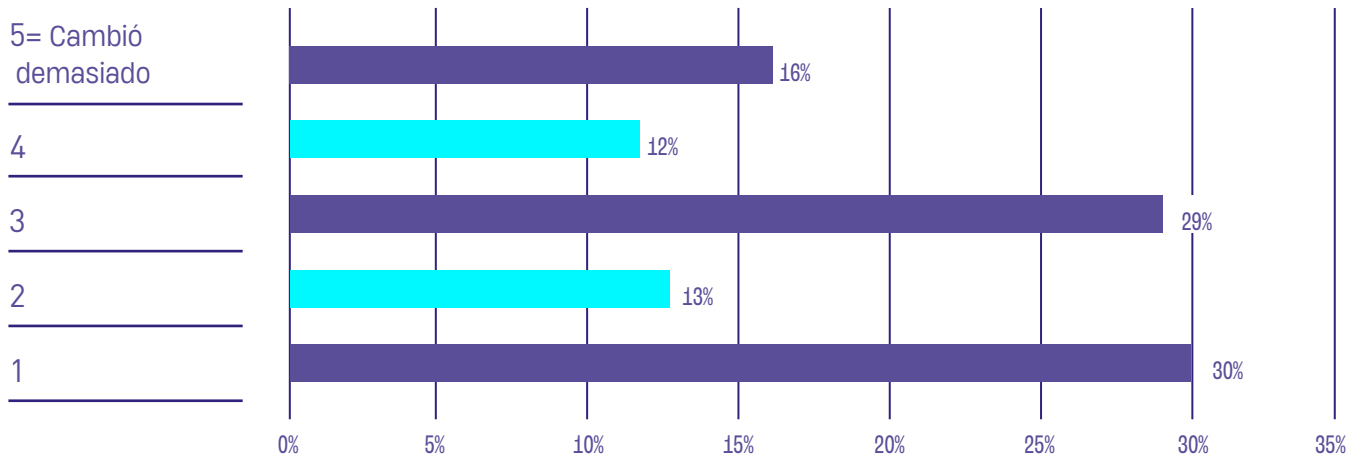
Finalmente, destacamos la evolución de las ideas de negocio con el paso del tiempo. Posterior al análisis sobre el acceso al capital de riesgo, resulta relevante explorar cómo las ideas iniciales de las startups han evolucionado desde su concepción hasta su implementación actual. Considerando que la mayoría de las estudiantes encuestados crearon sus empresas entre **2020 y 2023**, el nivel de cambio en sus ideas refleja la capacidad de adaptación y aprendizaje de los emprendedores en contextos dinámicos y desafiantes. La siguiente gráfica ilustra la distribución de respuestas a la pregunta: ¿Cuánto ha cambiado la idea que estás persiguiendo ahora en comparación con la idea con la que comenzaste?, donde **1** indica que no cambió en absoluto y **5** que cambió demasiado.



Figura 6.6

CAMBIO GENERAL DE LA IDEA DE NEGOCIO INICIAL A LA ACTUAL.

¿Cuánto ha cambiado la idea que estas persiguiendo ahora en comparación con la idea con la que comenzaste?



RECOMENDACIONES

A continuación se plantean recomendaciones basadas en los resultados del levantamiento del estudio del **GUESSS 2023** para estudiantes y emprendedores potenciales y nacientes, universidades e investigadores en emprendimiento, siguiendo las pautas del estudio global.

PARA ESTUDIANTES Y EMPRENDEDORES POTENCIALES Y NACIENTES:

- 1 Aprovechar la etapa universitaria para emprender. De acuerdo a los resultados de este estudio, el **42%** de los emprendedores nacientes inician sus proyectos mientras estudian, por lo tanto, recomendamos utilizar los recursos disponibles de la universidad, como incubadoras, mentorías y laboratorios de innovación, para dar forma a las ideas de negocio.
- 2 Desarrollar competencias clave. Dedicar tiempo a adquirir habilidades de liderazgo, negociación y creación de redes, fundamentales para escalar los negocios. Participar en cursos, eventos y programas que fomenten estas capacidades. Acércarse con el centro, oficina, instituto de emprendimiento y mantenerse informado de los eventos y programas disponibles en la localidad, así como en línea.
- 3 Crea redes y busca aliados estratégicos. Considerar la importancia de trabajar en equipo. Más del **30%** de los emprendedores nacientes inician con cofundadores, lo que puede fortalecer el proyecto al combinar habilidades y recursos. Reconocer que no lo sabemos todo, y no debemos saberlo todo, resulta fundamental para encontrar aliados y un equipo que nos complemente. Por lo tanto, resulta fundamental la importancia del autoconocimiento.

PARA UNIVERSIDADES Y GESTORES DEL EMPRENDIMIENTO

- 1 Fortalecer la educación emprendedora. Existe una gran oportunidad para el diseño de programas académicos y extracurriculares que desarrollen competencias emprendedoras. Esto complementa el perfil de egreso de los estudiantes universitarios y tal como estudios previos han establecido, éstos aumentan la autoeficacia de los estudiantes. Prioriza actividades prácticas como simulaciones de negocio, hackatones y programas de mentoría, entre otros que inspiren y guíen a los estudiantes en el desarrollo de proyectos a través de los cuales desarrollen sus competencias.
- 2 Crear ecosistemas de apoyo. Establecer incubadoras, aceleradoras, laboratorios de innovación y otros mecanismos para el acompañamiento en la creación de empresas dentro del campus universitario. Resulta relevante, facilitar el acceso a mentores, financiamiento inicial y oportunidades de networking para que los emprendedores nacientes puedan avanzar en sus iniciativas.
- 3 Promover una cultura emprendedora. Fomentar un entorno que inspire a los estudiantes a emprender a través de campañas de comunicación, eventos con emprendedores exitosos y alianzas con actores clave del ecosistema.

PARA INSTITUCIONES PÚBLICAS Y FORMULADORES DE POLÍTICAS

1

Incentiva la colaboración con universidades. Apoyar financieramente programas que promuevan el emprendimiento estudiantil y establecer alianzas con instituciones académicas para la creación de políticas que favorezcan a emprendedores nacientes.

2

Diseñar políticas que reduzcan barreras. Facilitar trámites para la creación de empresas, proveer incentivos fiscales y fomenta el acceso a capital semilla para jóvenes emprendedores.

3

Fortalece los ecosistemas regionales. Considerar las características locales al implementar políticas de apoyo al emprendimiento, fomentando la conexión entre actores clave como universidades, empresas, incubadoras y fondos de inversión.

PARA INVESTIGADORES DE EMPRENDIMIENTO

1

Explorar los factores que impulsan el emprendimiento. Investigar cómo las motivaciones individuales, las dinámicas familiares y los entornos educativos y contextuales influyen en las decisiones de emprender de jóvenes universitarios.

2

Profundizar en los desafíos de escalabilidad. Analizar las barreras que enfrentan los emprendedores nacientes para convertir sus proyectos en empresas sostenibles y escalables, especialmente dados los contextos de países en vías de desarrollo.

3

Contribuir a la creación de políticas basadas en evidencia. Generar investigaciones aplicadas que orienten la formulación de políticas públicas y programas educativos enfocados en el fortalecimiento del ecosistema emprendedor basados en evidencia.

Estas recomendaciones buscan potenciar el impacto de los hallazgos del GUESSS en la promoción del espíritu emprendedor entre las y los estudiantes universitarios y en la creación de un entorno que facilite el éxito de sus iniciativas.



GUESSSS

Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey