

Millennials y emprendimiento: desafío académico en el nuevo escenario digital¹

Millennials and entrepreneurship: Academic challenges in the new digital scenario

Delia Evelyn Gaibor Sánchez*

Universidad de Guayaquil, Ecuador

Resumen

En la actualidad los *Millennials* y el Emprendimiento son la combinación perfecta entre creatividad y éxito, solo se necesita un incentivo que permita a esta generación alcanzar sus objetivos profesionales. La Universidad de Guayaquil debe fomentar la cultura de Emprendimiento y que los estudiantes de esta generación "*Millennial*" se sientan capaces de explotar sus habilidades comerciales y de posicionamiento en el escenario digital. La presente investigación busca determinar por qué los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas no tienen un asesoramiento previo en Emprendimiento como futuros empresarios. La puesta en marcha de sus proyectos y el temor al fracaso se ve reflejado por la ausencia de asesoría previa. Mediante una investigación de campo se realizaron encuestas a 150 estudiantes, los resultados demuestran que el mercado digital y las estrategias de marketing de *Influencers* hacen que el modelo tradicional que se enseña en la Facultad de Ciencias Administrativas no sea compatible con las nuevas tendencias, por tanto, los Docentes deben ser capacitados de manera periódica para motivar significativamente las habilidades comerciales y de emprendimiento de los estudiantes.

Palabras clave: cultura, educación y desarrollo económico, educación superior, emprendimiento, marketing, planificación de modelos.

Abstract

In these days, Millennials and Entrepreneurship are the perfect combination of creativity and success; all this generation needs is an incentive that allows them to reach their professional goals. The University of Guayaquil should promote the culture of Entrepreneurship, so that Millennial students feel capable of exploiting

¹ Trabajo ganador del "Premio Morea" en el XX Encuentro Iberoamericano y VI Congreso Internacional de la Red MOTIVA realizado del 28 al 30 de mayo de 2019 en la Universidad de Valencia, España.

* ✉ deliagaibor25@gmail.com

Copyright: © 2019 FCEyS-UNMDP. Este es un artículo de acceso abierto distribuido bajo los términos de la licencia Creative Commons Atribución-No Comercial-Compartir Igual 4.0 Internacional. ISSN 1852-6535 (En línea).

their commercial and positioning skills in the digital field. The present research seeks to determine why students of the Faculty of Administrative Sciences do not receive entrepreneurship counseling as future entrepreneurs. The implementation of their projects and the fear of failure is reflected in the absence of previous counseling. Through field and quantitative research, 150 students were surveyed. The results reveal that the digital market and marketing strategies of influencers render the traditional model taught at the Faculty of Administrative Sciences incompatible with the new trends. Therefore, professors must be trained on a periodic basis in order to significantly motivate students' entrepreneurial and commercial skills.

Keywords: *culture, education and economic development, entrepreneurship, higher education, marketing, planning models.*

1. Introducción

El emprendimiento es una forma de vida más valorada a nivel mundial, es muy importante en el mundo moderno y contemporáneo de hoy y los que más quieren convertirse en emprendedores son los *Millennials*. Ellos visualizan el éxito de forma distinta a como lo hacen sus padres. La transformación digital hace que la mente *Millennial* se ponga a trabajar. Se encuentran en constante actualización para mantenerse posicionados en el mercado digital y en búsqueda de las últimas tendencias (“La ‘receta clave’ para ser un millennial emprendedor”, 2018, 15 agosto).

La Real Academia Española (RAE) define el concepto de emprendimiento como la “acción y efecto de emprender”. Cada vez aumenta el número de personas que se preguntan qué es el emprendimiento. Se debe tener en cuenta que el convertirse en un emprendedor es en su mayoría sinónimo de éxito y de trabajar en lo que te apasiona. Pero ¿qué es el emprendimiento?, ¿cómo se define? Una forma de describirlo consiste en llevar a cabo cualquier actividad destinada a transformar una idea en una completa realidad, ya sea un proyecto, producto o servicio (¿Qué es el emprendimiento?, 2018).

Expertos sostienen que los emprendedores cuentan con ciertas capacidades para lograr el éxito como la flexibilidad, el dinamismo, la creatividad. Son valores necesarios que enfrentan los emprendedores ante todo tipo de dificultades. Cabe mencionar que también es importante el trabajo en equipo e incluso suele ser el mejor camino para impulsar un proyecto. Por tanto, los *Millennials*, tienen todo por delante porque estos jóvenes están en constante adaptación y evolución (Guzmán, 2017).

1.1. El reto *Millennial*

En la actualidad los *Millennials* son considerados como la generación que está mejor preparada y con el mayor dominio tecnológico de la historia. Esto debido a que consideran a la educación como el pilar fundamental del éxito laboral, la gran mayoría cuenta con una excelente formación académica. Ésta no es

necesariamente a nivel universitario, pero lo importante es mantenerse en constante capacitación y de ser posible en distintas áreas para lograr así la versatilidad en cualquier ámbito que quieran emprender (¿Cómo logran los millennials tener emprendimientos exitosos?, 2017).

Los *Millennials* son la generación del emprendimiento, y hay que reconocer que lo hacen bien a su manera ya que logran dominar el entorno empresarial, desarrollando nuevas estrategias que impulsan el crecimiento de sus proyectos y crear sus propios negocios. Por ser la primera generación con acceso a Internet, se visualizan los cambios en el entorno tecnológico y que tiene una necesidad constante de mejora, siendo los perfectos emprendedores de la actualidad (Salazar, 2017).

Comenzar un proyecto desde cero puede ser agotador ya que es una tarea que podría demorar meses o años en posicionarse dentro del mercado. Por ello, los *Millennials* consideran trabajar en algo que verdaderamente les apasione; de lo contrario, el cansancio y sobretodo el desánimo es una combinación fatal en uno o seis meses. El principal sueño de la generación es “Ser mi propio jefe” y comienzan a gestar proyectos desde edades tempranas. Pues uno, dos o tres intentos no los detendrán (Noriega, 2018).

Aquellos *Millennials* que buscan el emprendimiento para vender sus productos, logran que se pueda hacer *online* ya que es más rápido, es sencillo y, de hecho, genera grandes beneficios como descuentos y promociones. Por tanto, en la actualidad las instituciones bancarias han reconocido que en esta generación los deseos y hábitos de los *Millennials* avanzan rápidamente por la implementación de tecnologías de pagos móviles y ventas directas a sus clientes (“Tres estrategias innovadoras para atraer ‘millennials’ emprendedores”, 2018).

1.2. Global Entrepreneurship Monitor

El organismo de control que regula anualmente el nivel de Emprendimiento Global, este organismo es conocido como *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM). Desde que inició sus labores en 1999 es un recurso confiable sobre emprendimiento para organizaciones internacionales clave como: las Naciones Unidas, el Foro Económico Mundial, el Banco Mundial y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), proporcionando conjuntos de datos personalizados, informes especiales y opiniones de expertos. Estos importantes organismos aprovechan los valiosos datos de GEM, la metodología probada y la red de expertos locales para promover políticas basadas en la evidencia hacia el emprendimiento en todo el mundo (Global Entrepreneurship Monitor, 2018).

En la página oficial del *Global Entrepreneurship Monitor* se encuentran los datos del nivel de emprendimiento de todos los países del mundo de manera pública, de esta manera se realizó un desglose de Ecuador, lo cual generó los siguientes datos (Figuras 1 y 2):

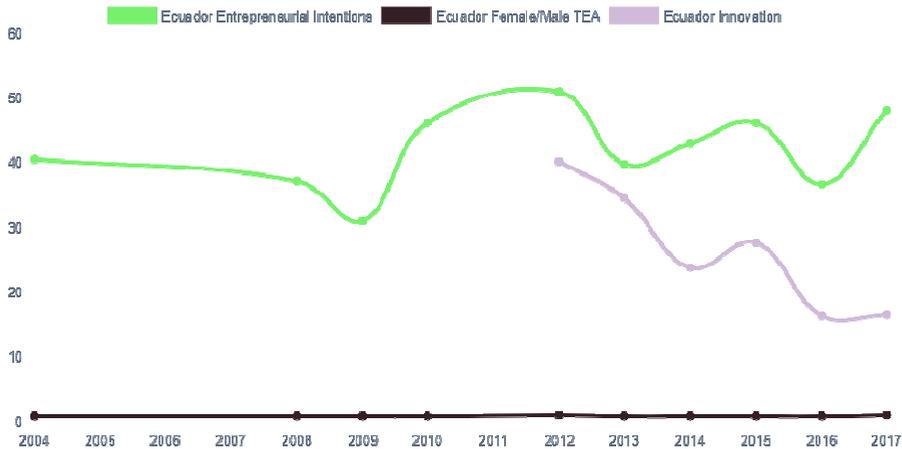


Figura 1. Intenciones de emprendimiento e innovación de proyectos en el Ecuador

Nota: La línea que se observa a partir de los 40 años son las intenciones de emprendimiento en el Ecuador tanto en hombres como en mujeres, sin embargo esta edad sobrepasa la barrera *Millennial*, es decir, que los *Millennials* del Ecuador no están emprendiendo. La segunda línea a partir del 2012 indica que la innovación de proyectos tiene un descenso año a año porque no hay proyectos innovadores en el país por parte de los *Millennials*.

Fuente: GEM Ecuador.

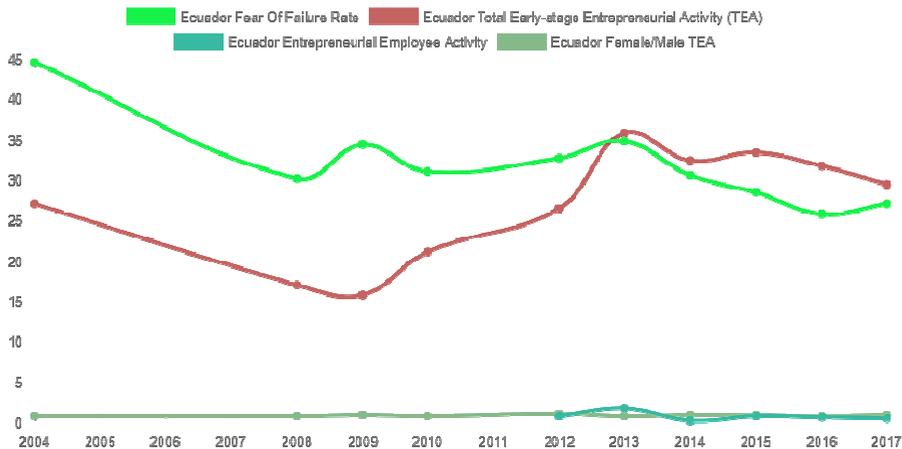


Figura 2. Actividad total de emprendimiento y tasa de miedo al fracaso en el Ecuador

Nota: Se aprecia que hay una variación en las edades de los hombres y mujeres que emprenden, tanto *Millennials* como *Baby Boomers* están al mismo nivel de emprendimiento en el Ecuador. La tasa de miedo al fracaso se observa a partir de los 45 años y esto ha ido descendiendo año a año pero no desaparece, por tanto muchos *Millennials* no emprenden por temor al fracaso.

Fuente: GEM Ecuador.

1.2.1 El estudio realizado

En la actualidad, Internet y las redes sociales son las principales herramientas digitales de los *Millennials* lo cual hace que esta generación tenga la capacidad de trabajar de manera natural con herramientas móviles. Muchos de los *Millennials*

optan por utilizar el marketing de *influencers* el cual es una novedosa estrategia que consiste en posicionarse en el *Social Media* y sus consumidores directos son llamados “seguidores” (¿Qué es el marketing de influencers y cómo puede ayudarte en la promoción de tu marca?, 2016).

El marketing de *influencers* es conocido también como un medio de emprendimiento ya que cumple con los mismos objetivos que un modelo de negocio tradicional y es que los clientes o “seguidores” son los principales consumidores del producto que presentan a este mercado, pueden ser “*youtubers*” que empiezan ideando un proyecto innovador para obtener la mayor cantidad de *likes* o perfiles de Instagram o Facebook que buscan la venta, interacción y tráfico. Muchos expertos reconocen que estas personalidades influyen poderosamente en las decisiones de compra de los *Millennials* (Marote, 2018).

2. Marco teórico

2.1. La cultura emprendedora

Los *Millennials* buscan el emprendimiento para la puesta en marcha de sus proyectos ya que, al ser nativos de la era digital, viven en constante conexión a sus *smartphones*. Esta generación es adaptable a todos los cambios del mundo digital. Las universidades son la principal base del conocimiento, por tanto, están en la labor promover el Emprendimiento y creación de ideas de los *Millennials*.

Luego de un análisis investigativo, se encontraron varias tesis de grado en las que el principal objeto de estudio es el área de emprendimiento enfocada hacia el desarrollo económico de una sociedad, región o ciudad en particular. La primera tesis analizada fue la de Daniela Ariestega Guerrero y María Chuiza Guijarro, en el año 2012, titulada “El emprendimiento como estrategia y la calidad de vida de los estudiantes”. En esta investigación se pretende destacar la importancia y el beneficio que originaría la cultura emprendimiento en los estudiantes del colegio fiscal Numa Pompilio Llona y la propuesta que representa de mejorar su calidad de vida mediante el auto esfuerzo. La metodología con la que trabajó este proyecto es de Campo ya que está relacionada con la variable externa del proyecto, la misma que es para mejorar la calidad de vida de los estudiantes, con esto se procedió a realizar las encuestas y entrevistas en donde se ejecuta este acontecimiento. La presente tesis ayuda a comprender como la relación del aprendizaje y la cultura emprendedora fomenta la creatividad en los estudiantes, el asesorar previamente y orientar a los estudiantes ayudará a que no teman al fracaso en el mercado.

Por otra parte, se analiza la tesis de Juliana Marjorie Rodríguez y Shamanta Rojas Posligua, en el año 2013, titulada “Estudio de los perfiles de Emprendimiento en la creación de negocios en el Cantón Naranjito”. En esta investigación se propone establecer los factores del alto número de emprendedores por necesidad que inciden en la creación de negocios con ineficiencias operativas, administrativas y financieras mediante estudios y técnicas estadísticas para contribuir el crecimiento económico-empresarial del

Cantón Naranjito. El método de investigación considerado en la presente tesis es del tipo exploratoria. Con este tipo de investigación se permitirá analizar los antecedentes de la problemática, lo cual genera una detallada investigación para descubrir los problemas que persisten en las creaciones de negocio por necesidad. En esta tesis se recomienda dar seguimiento a los negocios después de terminar el proceso de capacitación de los emprendedores y se solicita incentivar la cultura emprendedora en el Cantón Naranjito mediante charlas y actividades.

3. Metodología

El presente estudio utilizó como base las investigaciones de campo y cuantitativa mismas que permitirán verificar la realidad del tema y la problemática, mediante esta investigación se ejecutará la construcción de encuestas o entrevistas. Para obtener un esquema real se procuró obtener información de fuentes fidedignas con el propósito de comprender, corregir, y aplicar el conocimiento al tema y problemática que se presenta.

3.1. Técnicas de investigación

La investigación de campo se encarga de la recolección de información real y legítima en cualquier organización. El procedimiento, lo que implica estudiar y analizar los datos obtenidos para que luego sean comprobados, los datos deben ser recopilados en el entorno real. Con esta investigación se entrevistarán a 150 *Millennials* de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad de Guayaquil. Por lo tanto, esta investigación da un enfoque importante con los datos establecidos porque son fiables para obtener un resultado final (“6 características de investigación de campo”, 2016).

La investigación cuantitativa es aquella que asocia a métodos de investigación como encuestas, de manera estructurada, y así recopilar y analizar datos obtenidos en los que el investigador trata de conocer aspectos del comportamiento de los usuarios y medirlos de forma estadística, por así decirlo. Una vez llevada a cabo, se procederá a graficar cuadros pastel que reflejen la problemática del proyecto. Por eso es necesario utilizar los procedimientos que exploren cómo se ve el mundo desde las perspectivas de los participantes (Estudio Torres Burriel, 2018).

4. Resultados y discusiones

Con el fin de comprender y conocer la información de los datos recopilados acerca de la percepción que tienen los *Millennials* de la Facultad de Ciencias Administrativas sobre el emprendimiento y como esto optimizará sus habilidades comerciales y creativas, se realizaron encuestas a 150 estudiantes, en las cuales se utilizó la escala psicométrica de Likert con el fin de obtener un criterio subjetivo de su grado de acuerdo o desacuerdo, las encuestas reflejaron los siguientes resultados (Figura 3).

Los *Millennials* de la Facultad de Ciencias Administrativas carecen de cultura de Emprendimiento. Los estudiantes no se sienten muy motivados con el modelo de negocio tradicional que actualmente se dicta en la Facultad de Ciencias Administrativas, esta generación no lo utiliza estas antiguas herramientas ya que cuentan con las nuevas tecnologías y aplicaciones digitales, lo que hace que sea más fácil emprender un negocio a través del *Social Media* a un mínimo costo, dejando a un lado el financiamiento e inversión tradicional. Los estudiantes solicitan ser asesorados en estrategias de marketing digital y captar el mercado actual mediante herramientas tecnologías y de *Social Media*

Mediante una profunda investigación de la malla de todas las carreras que existen en la Facultad de Ciencias Administrativas se muestra que solo se reciben dos horas a la semana de la materia “Emprendedores” lo cual es muy poco tiempo para promover e incentivar el Emprendimiento. La Universidad de Guayaquil sí cuenta con recursos tecnológicos como laboratorios de cómputo, pero no es suficiente para llevar cabo el aprendizaje de las nuevas tendencias, se necesita que se promueva la aplicación de tecnologías acordes a este proyecto que faciliten la aplicación de nuevos modelos de negocio digitales.

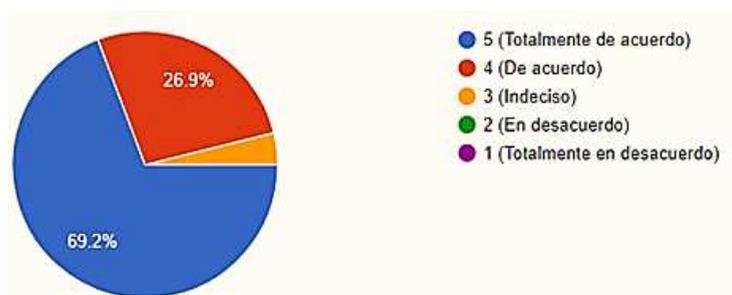


Figura 3. Implementación del proyecto de capacitación enfocado al nuevo escenario digital

Nota: Los *Millennials* concuerdan con la necesidad de asesoría por parte de los Docentes de la Facultad de Ciencias Administrativas. Por lo tanto los Docentes deben ser capacitados periódicamente enfocando los conocimientos a las nuevas tendencias y herramientas digitales y de esta manera incentiven a los *Millennials* a emprender a través de las redes sociales y plataformas digitales, dejando a un lado el plan de negocio tradicional. Los estudiantes quieren emprender, crear y desarrollar sus habilidades para convertirse en excelentes competidores en el mercado digital.

Fuente: elaboración propia sobre la base de Encuesta en FCA; año 2018.

5. Conclusiones

La Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad de Guayaquil, actualmente enseña un modelo tradicional de negocio y de emprendimiento académico. Sin embargo, al realizar la encuesta a 150 *Millennials*, en su mayoría concuerdan que los docentes deben ser capacitados en las nuevas tendencias y herramientas digitales y que así se promueva la cultura del Emprendimiento acorde a las nuevas tendencias y exigencias digitales para mejorar sus habilidades comerciales y creativas. Fomentando esta cultura, se logra que los

futuros profesionales se posicionen en el mercado digital con sus ideas y proyectos que por falta de asesoría y guías, no logran realizar.

Bibliografía

- 6 características de investigación de campo. (2016). *12 Características*. Recuperado de <https://www.12caracteristicas.com/investigacion-campo/>
- ¿Cómo logran los millennials tener emprendimientos exitosos? (2017, 29 septiembre). *Cultura Geek*. Recuperado de <http://culturageek.com.ar/millennials-emprendimientos-exitosos/>
- Estudio Torres Burriel. (2018, 26 febrero). *Investigación cuantitativa y cualitativa: ventajas y desventajas*. Recuperado de <http://www.torresburriel.com/weblog/2018/02/26/investigacion-cuantitativa-y-cualitativa-ventajas-y-desventajas/>.
- Global Entrepreneurship Monitor [GEM]. (2018). *What is GEM?* Recuperado de <https://www.gemconsortium.org/about/gem>.
- Guzmán, S. (2017). Definición, origen y evolución del término favorito de los emprendedores. *Negocios online y más*. Recuperado de <https://negociosonlineymas.blogspot.com/2016/02/que-es-un-emprendimiento-definicion.html>.
- La 'receta clave' para ser un millennial emprendedor. (2018, 15 agosto). *La Vanguardia*, México. Recuperado de <https://vanguardia.com.mx/articulo/la-receta-clave-para-ser-un-millennial-emprendedor>
- Marote, D. (2018, 3 abril). Los 'influencers', ¿la nueva burbuja del marketing digital? *El País, Economía*. Recuperado de https://retina.elpais.com/retina/2018/03/28/tendencias/1522217417_331721.html.
- Noriega, S. (2018, 18 julio). Los millennials y la generación del emprendimiento. *Sexenio*, México. Recuperado de <http://www.sexenio.com.mx/aplicaciones/articulo/default.aspx?Id=34849>.
- ¿Qué es el emprendimiento? (2018). *Diario de Emprendedores*. Recuperado de <http://diariodeemprendedores.com/que-es-el-emprendimiento>
- ¿Qué es el marketing de influencers y cómo puede ayudarte en la promoción de tu marca? (2016). *InboundCycle*. Recuperado de <https://www.inboundcycle.com/diccionario-marketing-online/marketing-influencers>.
- Salazar, R. (2017, 21 noviembre). 5 Razones por las que los Millennials son mejores emprendedores. *Emprendedores.News*. Recuperado de <http://emprendedoresnews.com/tips/5-razones-por-las-que-los-millennials-son-los-mejores-emprendedores.html>
- Tres estrategias innovadoras para atraer 'millennials' emprendedores. (2018). *RE/SET*. Recuperado de <http://resetmarketingdigital.com/emprendimiento-liderado-millennials/>