

# Revista de Ciencias Sociales

# Aportes del mentoring a la educación universitaria en la formación de emprendedores

Padrón Medina, Ana María\*  
Méndez Reyes, Johan Manuel\*\*  
Cornejo Marcos, Gino\*\*\*

## Resumen

Los emprendimientos son ideas de negocios que contribuyen socialmente, sin embargo, desde la educación universitaria aún no se expone procesos que acompañen al estudiante a la creación de los mismos, por cuanto, aplicar el mentoring permite la consecución de propuestas enfocadas en la solución de problemas sociales. En este sentido, la presente investigación tiene por objetivo analizar los aportes del mentoring a la educación universitaria en la formación de emprendedores. La metodología aplicada tuvo un enfoque cualitativo bajo el método hermenéutico, utilizando la técnica documental, seleccionando textos de consulta temática, de los cuales se aplicó criterios de inclusión y exclusión, con la finalidad de obtener fuentes con un alto impacto académico. Los resultados de la investigación se enmarcaron en categorías de estudio obteniendo que el mentoring desarrolla habilidades positivas en estudiantes y debe incorporarse en el ámbito educativo universitario, así como los emprendimientos requieren el acompañamiento de expertos y finalmente, que la universidad aún se encuentra en el tradicionalismo ante su aplicación. Se concluye que a través del mentoring se promueve que universidades generen políticas educativas abiertas, inter y transdisciplinarias que reconozcan los emprendimientos con el debido acompañamiento al estudiante para la solución de problemas que atentan a la sociedad.

**Palabras clave:** Mentoría; proyecto educativo; emprendimiento; universidad; problemas sociales.

---

\* Doctora en Ciencias Gerenciales. Magister Scientiarum en Gerencia Tributaria. Licenciada en Contaduría Pública. Docente de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales en la Universidad ECOTEC, Guayas, Ecuador. E-mail: [apadronm@ecotec.edu.ec](mailto:apadronm@ecotec.edu.ec) ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4724-9543>

\*\* Doctor en Ciencias Gerenciales. Doctor en Ciencias Filosóficas. Magister Scientiarum en Filosofía. Licenciado en Filosofía. Docente en la Universidad Politécnica Salesiana, Cuenca, Ecuador. E-mail: [jmendezr@ups.edu.ec](mailto:jmendezr@ups.edu.ec) ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9349-223X>

\*\*\* Máster en Administración de Empresas. MBA Internacional. Economista. Decano de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales en la Universidad ECOTEC, Guayas, Ecuador. E-mail: [gcornejo@ecotec.edu.ec](mailto:gcornejo@ecotec.edu.ec) ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7541-203X>

# Contributions of mentoring to university education in the training of entrepreneurs

## Abstract

Entrepreneurship are business ideas that contribute socially, however, from university education processes that accompany the student to the creation of the same are not yet exposed, since applying mentoring allows the achievement of proposals focused on problem solving social. In this sense, this research aims to analyze the contributions of mentoring to university education in the training of entrepreneurs. The methodology applied had a qualitative approach under the hermeneutic method, using the documentary technique, selecting texts for thematic consultation, of which inclusion and exclusion criteria were applied, in order to obtain sources with a high academic impact. The results of the research were framed in study categories obtaining that mentoring develops positive skills in students and should be incorporated into the university educational environment, as well as entrepreneurship require the accompaniment of experts and finally, that the university is still in traditionalism. before your application. It is concluded that through mentoring, universities are encouraged to generate open, inter and transdisciplinary educational policies that recognize undertakings with due support to the student for the solution of problems that threaten society.

**Keywords:** Mentoring; educational project; entrepreneurship; university; social problems.

## Introducción

América Latina se ha caracterizado por ser una región que produce diversos proyectos emprendedores, pero, su creación y mantenimiento han estado enmarcados por una alta complejidad, siendo necesario tener la figura de un especialista que acompañe y fortalezca las diversas etapas que se requiere para lograr la madurez de las iniciativas de negocios. Por ello, las universidades, como pilar de la sociedad, requieren de la implementación de un proceso de mentoría que coadyuve al emprendedor en este largo y difícil camino de idear un nuevo negocio.

En este sentido, los emprendimientos surgen a partir de una idea u oportunidad que el sujeto desarrolla, necesitando contar con la experiencia, conocimientos y compañía para llevar a cabo el proceso de una forma más sólida. Por consiguiente, el emprendimiento generado desde los espacios educativos, se asume como una gran ventaja si tiene un acompañamiento necesario por parte de los profesionales en el área, debido a que, en este sector se abarca una formación centrada en

el ámbito emprendedor, permitiendo aportar aspectos substanciales para incentivar a la comunidad universitaria a la búsqueda de soluciones ante problemas sociales, a través de metodologías consolidadas por la casa de estudios para coadyuvar a la formación de profesionales y por consiguiente a los emprendimientos (Lacalle y Pujol, 2019).

A pesar de ello, las instituciones de educación universitaria no han logrado desarrollar programas, metodologías o procesos académicos que permitan acompañar al estudiante en la elaboración de emprendimientos, obteniendo como resultado, proyectos precipitados que surgen sin la solidez necesaria para alcanzar los objetivos, así como también, propuestas que son poco efectivas para resolver problemáticas sociales. Tal situación ha traído como consecuencia la pronta finalización de ideas de negocio que no llegan a concretarse por la falta de acompañamiento para la ejecución de sus etapas y respectiva madurez.

Es por ello que, ante esta realidad, es necesario incorporar el *mentoring* como proyecto educativo, para establecer una

alternativa académica que consolide, nutra y acompañe ideas e iniciativas de negocios por parte de expertos en diversas disciplinas, contribuyendo de esta manera a la formación universitaria.

Es importante indicar que, para efectos de esta investigación, se utiliza el *mentoring* en su terminología anglosajona, así como también en su traducción al español, sin que exista una diferencia semántica al respecto, con la finalidad de mantener coherencia argumentativa expresada desde cada autor que trata la temática.

Ahora bien, el *mentoring* es una herramienta de gran relevancia en diversos países, destinada a incluir en el mercado propuestas de negocios (Petrovic, 2015). Por lo que, tiene que formar parte de un proceso educativo, con el objetivo de que los estudiantes que han logrado consolidar un emprendimiento puedan inspirar a jóvenes que deseen iniciar un proyecto (Crul y Schneider, 2014; Londoño y Álvarez, 2021).

En este sentido, la utilización del *mentoring* desde procesos académicos contribuye a desarrollar proyectos pedagógicos con el objetivo de fomentar y fortalecer el ámbito emprendedor, generando un acompañamiento desde la experiencia de profesionales que procuren alternativas efectivas para emplazar la complejidad dada en el proceso.

Desde esta perspectiva, el *mentoring* aplicado desde la educación debe ser capaz de fomentar en el estudiante la motivación necesaria en la ejecución de ideas de negocios. Debido a que, para Kuong, Kuong y Apaza (2021) aplicar la motivación es una herramienta de gran utilidad para atraer, incentivar y cautivar. Al mismo tiempo, Guachimposa, Lavín y Santiago (2019); así como Na, Petsangsri y Tasir (2020), expresan que la motivación es sumamente crucial en el ámbito educativo puesto que ocasiona un impacto positivo reflejado en habilidades que desarrolla el emprendedor.

Es por ello, que para desarrollar una

debida implementación del *mentoring* desde el ámbito académico es crucial utilizar la motivación como parte del proceso para inspirar a jóvenes a la incursión de nuevos proyectos emprendedores (Kantis, Federico e Ibarra, 2018), enfocados en la realidad socioeconómica del país (Acs, Autio y Szerb, 2014).

En efecto, la promoción de emprendimientos es un beneficio con aspectos positivos para la economía del país, puesto que uno de los objetivos de la creación de empresas es mejorar la calidad de vida de los ciudadanos. García-Madurga, Grilló-Méndez y Morte-Nadal (2021), expresa que los emprendimientos logran cambios significativos para la sociedad. De ahí surge la importancia, que tienen las instituciones de educación universitaria en asumir un compromiso en torno al desarrollo social, contribuyendo mediante sus gestiones a la creación y ejecución de emprendimientos prósperos.

Para Fayolle y Gailly (2015), es vital que las universidades a través de sus diversas instancias fomenten una propuesta de educación emprendedora, lo que permitirá que los estudiantes consoliden sus habilidades de creación e innovación. De ahí, parte la idea central de implementar el *mentoring* en la educación para generar una contribución en emprendimientos enfocados a la solución de problemas sociales que apunten hacia el desarrollo económico del país y beneficios colectivos.

Todo esto lleva a plantear como objetivo de la presente investigación analizar los aportes del *mentoring* a la educación universitaria en la formación de emprendedores, planteado desde una metodología cualitativa que aborda estudios científicos en revistas indexadas con posturas teóricas de alto rigor académico para contrastar, identificar e interpretar las diversas perspectivas que contribuyan a la investigación realizada. Adicionalmente, la revisión bibliográfica y documental dará muestra de conclusiones ante el emprendimiento, *mentoring* y proyectos educativos.

## 1. Fundamentación teórica

### 1.1. El *mentoring* y su contribución en estudiantes emprendedores

El *mentoring* o la mentoría, es una relación entre dos o más personas donde una asume el rol de mentor, porque posee un conocimiento en el área, y los otros de mentorizados o Telémaco, que esperan el acompañamiento en lo que necesitan conocer. Este proceso dialógico es asimétrico, a pesar que ambos se necesitan entre sí, el propósito central de un mentor se enmarca en la formación y desarrollo del sujeto (Alonso-García, Sánchez-Herrero y Castaño-Collado, 2020).

Para Maturana y Cieza (2021), existen tres aspectos fundamentales que caracterizan la función de la mentoría; en primer lugar, se centra en el aprendizaje de estudiantes; luego el aporte de la mentoría a la resolución de problemas que se presentan a nivel personal, social y académico; y finalmente, el diseño de un plan de mentoría guiado por medidas estándar y circunstancias del entorno para garantizar el mejor escenario en quien recibe la mentoría.

Asimismo, existen componentes que todo mentor debe poseer, tales como conocimientos comunicacionales y emocionales para que pueda acompañar el proceso de aprendizaje desde su figura de guía y modelo. Es importante mencionar, el aporte desde el componente afectivo y del diálogo de saberes al proceso de mentoría, convirtiéndose en el eje transversal en la construcción de nuevos conocimientos. Por otra parte, el mentor debe tener la capacidad de investigar e innovar permanentemente, esto le permite estar preparado para los nuevos retos con los que se enfrenta y dar respuesta oportuna a la situación; para Díaz y Bastías (2013); así como Espinoza, Ley y Guamán (2019), se está ante la presencia de una persona que consolida su metacognición y es capaz de diagnosticar, planificar, diseñar, controlar, mediar y enseñar en un contexto complejo.

Por otra parte, según Alonso-

García (2021) la mentoría en el contexto organizacional resalta los aspectos positivos de quienes se benefician de esa acción denominados Telémaco y de sus mentores quienes acompañan el proceso, por lo que, toda mentoría promueve el éxito integral de las partes involucradas.

Ghosh (2014), resalta que el proceso de mentoría en organizaciones abarca elementos sustentados en tres aspectos; individual, relacional y organizativo, cada uno expresa formas en cómo se va a experimentar la mentoría, tratando elementos como liderazgo, afecto y similitud entre el Telémaco y el mentor. Mientras que, Eby et al. (2013) recalcan la importancia de que el proceso de mentoría se vea influenciado por el apoyo emocional y psicológico, constituyéndose en elementos de valor para el Telémaco. Para Alonso-García (2021), en este último, se reflejarán resultados positivos en diversos ámbitos como en el comportamiento, actitudes, aspectos relacionados con salud, motivación y relaciones interpersonales.

En este sentido, la mentoría permite la integración académica y social, donde la persona, en un contexto educativo, puede desenvolverse en distintos ámbitos formativos (Morales, Ambrose-Roman y Pérez-Maldonado, 2016). Es por eso, que el estudiante podrá, a través de la motivación potenciada por el mentor, obtener mejores calificaciones y llegar a sus objetivos de aprendizajes, debido a que la universidad al consolidar el espacio para el emprendimiento procura que el estudiante se familiarice con los procesos académicos (Igbo y Sule, 2018), alcanzando conocimientos que le ayudan a desarrollar su emprendimiento con habilidades de negocios, que apunten hacia una conducta de excelencia educativa (Green, 2018).

Asimismo, las actitudes que desarrolla el alumno a través de la mentoría se orientan a una construcción de la identidad personal como imagen que se convierte en modelo a seguir para los compañeros y el colectivo académico en general (Green, 2018), así como también es capaz de forjar valores institucionales y relacionarlos con los personales para

constituirse en un sujeto ético (Chester et al., 2013).

Además, parte de la contribución de la mentoría al estudiante, es una estabilidad mental y emocional, debido a que, al mantener una buena relación con el mentor y sus compañeros, aunado al desarrollo de su propio negocio emprendedor de manera efectiva, genera un compromiso universitario, que le ayuda a mantenerse motivado y a continuar con su formación académica en la búsqueda de beneficios personales (Morales et al., 2016).

Dentro de este marco de ideas, es importante señalar que la motivación ha tenido una relevancia en el ámbito educativo; diversos estudios han demostrado cómo a través de la educación se fomenta mejores prácticas académicas que desarrollan un buen ambiente donde el estudiante mantiene condiciones positivas en cuanto a su salud (Quesada-Pallarés et al., 2019). Al mismo tiempo, la mentoría permitirá que las relaciones interpersonales se tornen efectivas mediante la integración del estudiante con la comunidad académica en la búsqueda de experiencias transdisciplinarias (Chester et al., 2013).

Es por ello, que la mentoría contribuye a la educación universitaria en la formación de estudiantes, quienes obtendrán herramientas para iniciar, desarrollar y consolidar emprendimientos bajo el acompañamiento de un mentor, quien estará en el proceso de madurez de las ideas de negocios iniciadas por los alumnos, obteniendo al mismo tiempo como resultados el nacimiento de nuevos líderes que motivarán y despertarán interés en los demás miembros de la comunidad educativa (Hogan, Fox y Barratt-See, 2017).

## **1.2. Emprendimiento y perfil del emprendedor**

Una persona que expresa su voluntad de idear nuevas formas de adquirir recursos, que lleva implícito un nivel de complejidad e incertidumbre y que define objetivos en lo económico, social y educativo, está generando un emprendimiento, definido como la

capacidad que tiene un sujeto de proponer una idea de negocio que tiene un nivel de riesgo económico y hace un esfuerzo adicional para alcanzar un objetivo concreto (Gutama y Jiménez, 2019; Paz et al., 2020).

Emprender en estos momentos es una función compleja, sin embargo, seguros del crecimiento que se debe forjar a través de emprendimientos, se requiere implementar nuevos proyectos que permitan adaptarse a la nueva realidad (Terán-Yépez y Guerrero-Mora, 2020). Por lo que, reconocer la oportunidad en la crisis se constituye como una actitud emprendedora (Useche et al., 2021). Desde esta perspectiva, el perfil del emprendedor trae implícito actitudes que se traducen en inspiración para los nuevos aspirantes universitarios; por ello, Bacigalupo et al. (2016) indican que el emprendedor es capaz de convertir sus ideas en acciones productivas con actitudes de preparación ante riesgos, creatividad e innovación.

Se puede indicar que, la preparación ante el riesgo permitirá que el emprendedor mantenga tolerancia ante los fracasos, hasta llegar a un punto donde sea capaz de reconocer que estas experiencias pueden suceder y convertirse en deseable para denotar nuevas motivaciones ante el fracaso (Obschonka y Stuetzer, 2017).

Ahora bien, Bernal y Cárdenas (2017) establece que es importante dentro de las actitudes del emprendedor considerar la creatividad como un elemento prioritario, pero que a su vez debe ir acompañado por espíritu de colaboración, es decir, formas que permitirán crear una personalidad fuerte ante cualquier situación. Pero, el elemento de creatividad que impregna un espíritu emprendedor se consolida a través de las emociones (Wincent y Örtqvist, 2011); por cuanto, es fundamental el control que pueda tener sobre las mismas para no acarrear con desmotivación, siendo importante que cuente con inteligencia emocional (Domínguez-Lara, 2018; Romero et al., 2022). Además, Dolev y Leshem (2017) expresan que si el emprendedor tiene como meta proyectarse a ser un mentor debe adquirir competencias emocionales que le permitan

desarrollarse integralmente.

En este sentido, se puede resaltar que, las cualidades del emprendedor, obtenidas de su propio interés y motivación, así como también de lo aprendido con el mentor, permitirán crear emprendimientos exitosos que contribuyan al desarrollo socioeconómico del país (Cirera y Sabetti, 2016). Todos estos postulados ayudarán a incrementar los productos y servicios dados a través de emprendimientos para favorecer la economía de la sociedad, derivados de la formación de un buen perfil del emprendedor universitario.

Al respecto, Useche et al. (2021) consideran que, para la creación de emprendimientos, además del proceso de *mentoring*, requiere contar con un perfil adecuado en todo momento, permitiendo idear competencias en los distintos procedimientos. Por ello, emprender implica la concepción de prácticas que coadyuven al estudiante a la conclusión y desenlace del emprendimiento, procurando un camino de actuación estratégico que contribuya cada vez a forjar un perfil emprendedor con excelencia (Leite et al., 2021).

En términos generales, el perfil del emprendedor puede ser moldeado a través de las mentorías por cuanto es importante que la universidad como centro de estudio pueda fomentar estos procesos, proporcionando espacios, proyectos y modelos pedagógicos, así como el talento de docentes, para potenciar los emprendimientos.

### **1.3. Transformación universitaria y el *mentoring* para la construcción de emprendimientos**

La educación universitaria ha pasado por diversas transformaciones que requieren una permanente innovación en su propia organización, modificando programas académicos que den respuestas a las exigencias y necesidades de la sociedad que les permitan formar profesionales capacitados para intervenir en los problemas sociales. A pesar de ello, en la actualidad, se sigue demandando

el diseño de programas académicos que contribuyan a desarrollar emprendimientos acoplados al devenir socioeconómico que vive la humanidad.

Ante los desafíos actuales, consecuencias, entre otras cosas, que deja tanto el Covid-19 como las diversas guerras en occidente, las universidades afrontan la tarea de velar y conservar su esencia como instancia social (Carpio et al., 2021), que además de liderar esos procesos educacionales puedan ofrecer alternativas de programas que den directrices a los estudiantes y a la sociedad, para la elaboración, diseño y ejecución de emprendimientos.

Asimismo, todos los procesos educativos universitarios deben procurar repensar los métodos formativos, además deben integrar disciplinas, saberes y funciones que se acoplen a su "entorno organizador principal como "la instancia del saber", dentro de los procesos de investigación y transformación de la realidad" (Cano y Castro, 2016, p.315).

Es por eso, que la educación universitaria requiere desarrollar conocimientos críticos expresados en sus diseños y programas académicos en pro de idear políticas educacionales que superen la visión tradicional de la pedagogía y respondan a los intereses comunes de la sociedad. Esto implica, construir un tipo de pedagogía que reconozca que la ciencia debe ser entendida desde lo trans e interdisciplinario (Salinas y Méndez, 2021), para trabajar con la multiplicidad de métodos, técnicas y experiencias.

En este sentido, la transdisciplinariedad para la transformación universitaria permite según Salinas y Méndez (2021), que los estudiantes puedan desarrollar la capacidad de enlazar áreas del conocimiento: Administrativas, financieras, contables y de las ciencias sociales, con el fin de producir profesionales integrales, cuyos conocimientos puedan ser útiles para emprender no solo buenas ideas sino iniciar, desarrollar y establecer negocios con un gran compromiso social.

Si bien es cierto, el acto de enseñar involucra siempre una transformación del

saber, la universidad como ente responsable conlleva a sus docentes a asumir un rol de mentor para que el estudiante pueda comprender lo estudiado y poder crear e innovar proyectos. Es aquí donde se requiere de una transformación universitaria que pueda, a través del *mentoring*, desarrollar programas, procesos y modelos pedagógicos, que se ajusten a cada estudiante. La figura del docente mentor además de acompañar, guiar y enseñar será el referente para que el Telémaco vea en él su soporte para poder proponer nuevos emprendimientos que cumplan con los desafíos contemporáneos, por lo que, se estaría ante la presencia de una transformación del saber (Jarauta, Medina y Mentado, 2016).

Por lo que, se requiere que las universidades sean capaces de impulsar lo que Varela (2005) denomina "espíritu empresarial", para que el estudiante pueda desarrollar cualidades e instrumentos para idear oportunidades de negocio que den respuesta a las exigencias del mercado. Es por ello, que para Partzsch (2019), una transformación universitaria, requiere de políticas educativas que permitan dar las herramientas necesarias para que sus carreras puedan fomentar cualidades que permitan razonar y actuar en la búsqueda de oportunidades de emprendimiento.

Todo lo anterior lleva a reconocer la importancia que tiene para la universidad la implementación del *mentoring*, promoviendo una formación educativa que permita aportar aspectos metodológicos para la elaboración de emprendimientos (Vásquez, 2018). Se debe tomar en cuenta factores que incluyan las políticas estatales y gubernamentales en relación con la educación, economía y políticas empresariales; así como la vinculación entre la universidad, sociedad y empresas.

Finalmente, desarrollar una pedagogía que diseñe programas curriculares y planes de estudios para la innovación perfilada a la construcción de proyectos educativos para el emprendimiento, que logren la integración y transversalidad con el perfil de la formación profesional, será el propósito fundamental de toda transformación universitaria, al mismo

tiempo, contribuirá a la formación de ideas de negocios con el acompañamiento del *mentoring* para responder a los retos que exige la realidad actual.

## 2. Metodología

La presente investigación está estructurada en un enfoque cualitativo que desde la perspectiva del post-positivismo busca comprender los fenómenos desde la concepción y percepción del sujeto. Por tal razón, la esencia del artículo es dada por la racionalidad científica que interpreta fundamentaciones teóricas diferentes a la tradicional postura lógico-positivista que implica el enfoque cuantitativo (Martínez, 2004).

Ahora bien, el método utilizado es la hermenéutica, definida por Pérez (2000) como una disciplina metodológica que permite la interpretación de textos, materiales o significados de la acción humana, lo cual es un método propicio para ser aplicado en las ciencias sociales por tratar de revelar la vida mediante el significado subjetivo (Ruedas, Ríos y Nieves, 2008).

De tal manera que, la investigación utilizó la revisión documental como técnica cualitativa, aplicando el análisis de categorías de estudio y temática en general, observada en documentos recolectados como fuente de información primaria. En este sentido, la revisión, indagación y análisis aplicados desde esta técnica configuraran el punto de partida teórico, contextual, así como conceptual para los resultados (Hurtado, 2010).

Los tipos de documentos seleccionados son los de consulta temática (Hurtado, 2010), por lo que se puede abarcar libros, artículos, memorias de jornadas y encuentros; sin embargo, para la presente investigación se realizó la selección de textos publicados en bases de datos digitales como *Scopus*, *Redalyc*, *Dialnet*, *ResearchGate*, y *Web of Science*, orientados a temáticas como el *mentoring*, educación y emprendimientos, tal como se muestra en el Cuadro 1.



## Cuadro 1 Criterios de inclusión y exclusión de textos

Criterios de inclusión	Criterios de exclusión
Artículos de investigación publicados en revistas científicas. Área de <i>Business Management</i> o <i>Social Sciences</i> . Encontrados en las bases de datos digitales <i>Scopus</i> , <i>Redalyc</i> , <i>Dialnet</i> , <i>ResearchGate</i> , <i>ResearchGate</i> y <i>Web of Science</i>	Actas de congresos

**Fuente:** Elaboración propia, 2022.

La selección de documentos estuvo relacionada con el propósito de la presente investigación, que busca el análisis del *mentoring* y su contribución a la educación universitaria en la formación de emprendedores, por lo que, el proceso de selección fue estrictamente orientado a las categorías mencionadas.

Por tal motivo, el proceso de búsqueda en una primera instancia arrojó 25.950 documentos en base de datos indexadas, los cuales hacían referencia al *mentoring*. Posteriormente, se procedió a delimitar criterios temáticos como emprendimiento y educación, obteniendo un total de 401 trabajos, seleccionando de acuerdo a título, resumen y alcance de la investigación, aproximadamente 60 documentos, que se analizaron de acuerdo a la identificación de palabras, frases, oraciones y temas relacionados.

### 3. Resultados y discusión

De acuerdo al enfoque cualitativo aplicado se procedió a la recolección de datos desde la revisión bibliográfica de autores que presentan una estrecha relación con la temática abordada, pudiendo emerger como resultado 04 categorías de estudio en relación al *mentoring* y su contribución al proyecto educativo para la formación de emprendedores, las cuales se describen a continuación: a) El *mentoring* desarrolla habilidades positivas en estudiantes; b) los emprendimientos requieren el acompañamiento de expertos; c) el *mentoring*

debe incorporarse en el ámbito universitario; y, d) la universidad aún se encuentra en el tradicionalismo ante la aplicación del *mentoring*.

Desde esta perspectiva, el *mentoring* desarrolla habilidades positivas en estudiantes, lo cual concuerda con lo señalado por Chester et al. (2013); Morales et al. (2016); Igbo y Sule (2018); y, Green (2018), debido a que el acompañamiento del docente en cada labor del emprendimiento permitirá generar mejores y nuevas destrezas personales; por cuanto, el desarrollo de habilidades permite asegurar la adaptación, confianza, motivación, valores, compromiso académico, y autovaloración del sujeto emprendedor. Tales habilidades son fundamentales para concretar emprendimientos, puesto que, son diversas las circunstancias que se presentan en cada etapa siendo indispensable superar cada una de ellas, para de esta manera, asegurar la continuidad y mantenimiento del emprendimiento.

Ahora bien, los emprendimientos requieren el acompañamiento de expertos, tal situación es contrastada con autores como Alonso-García (2021); al igual que, Castillo y Cieza (2021), quienes indicaron que la aplicación de la mentoría es una guía que garantiza el éxito del emprendimiento, por tal razón, los proyectos desarrollados deben consolidar la compañía de mentores que a través de su experiencia y experticia, ayuden durante todo el proceso en la solución de problemáticas y al desarrollo de habilidades en el emprendedor.

Así pues, para llegar a alcanzar el

éxito y/o madurez del proyecto, se requiere contar con el apoyo del experto en el área a fin, por cuanto, el acompañamiento surge como una necesidad ante estudiantes con poca experiencia en el ámbito del emprendimiento; por ello, los docentes en la función académica emprendedora son denominados mentores, quienes ejecutarán la compañía al estudiante durante el proceso, asegurando conocimientos y actuaciones que conducirán al cumplimiento de objetivos.

Al mismo tiempo, se arrojó como resultado que el *mentoring* debe incorporarse en el ámbito universitario, lo cual concuerda con lo dictado por Morales et al. (2016); Igbo y Sule (2018); Green (2018); Quesada-Pallarés et al. (2019); así como, Castillo y Cieza (2021), debido a que, si bien es cierto, el *mentoring* surge como una actividad de acompañamiento al emprendedor, es a través de la educación donde se forma y fomenta en el estudiante habilidades, creatividad e innovación en ideas y propuestas conducentes a emprendimientos, por tal razón, es fundamental incluir en la labor educativa el *mentoring* como una herramienta pedagógica que permite la formación para la creación y consecución de ideas de negocios desde el sector universitario.

Es por ello, que el *mentoring* contribuye a la educación universitaria a impulsar un proceso de formación de gran relevancia, que procura nutrir tanto su modelo pedagógico como sus procesos académicos, a la vez, ayuda a integrar el rol de los mentores en la gestión emprendedora, de ahí, la necesidad de trascender la actividad académica tradicional a planteamientos que permitan engranar proyectos novedosos desde la propia utilización del *mentoring* para la motivación, creación y madurez de emprendimientos.

Finalmente, se obtuvo que la universidad aún se encuentra en el tradicionalismo ante la aplicación del *mentoring*, lo cual coincide con lo indicado por autores como Jarauta, et al. (2016); Cano y Castro (2016); Vásquez (2018); Partzsch (2019); y, Salinas y Méndez (2021), en vista que, aun las universidades no han logrado integrar el *mentoring* en su totalidad en los procesos académicos, por cuanto,

se denota cómo existe un tradicionalismo forjado en las casas de estudio, que no permite incluir en sus programas y procedimientos la función mentora como innovación ante emprendimientos.

En tal sentido, la construcción de políticas académicas orientadas a la apertura del *mentoring* como apoyo a los emprendimientos, es una función indispensable para las universidades, que además conlleve a integrar como actividad mentora saberes desde la diversidad, para enriquecer proyectos, por ello, dar apertura a los cambios tradicionales pedagógicos de los programas y procesos superará las deficiencias, consolidando un nuevo enfoque moderno que situó orientaciones emprendedoras con gran oportunidad de éxito.

Tales hallazgos aportan a la temática estudiada información substancial para orientar acciones a seguir por parte de universidades, en cuanto a la integración del *mentoring*, apostando a la elaboración de emprendimientos de gran envergadura social como función propia universitaria para la solución de controversias. Por tal razón, los resultados expuestos permitieron realizar un análisis exhaustivo de las diversas temáticas abordadas.

## Conclusiones

En esta investigación se abordaron categorías de estudio totalmente innovadoras como resultado de la aplicación metodológica cualitativa, lo que originó un análisis desde la diversidad de autores hasta una contrastación en los resultados obtenidos, por cuanto, se abordó una generalidad temática desde la indagación e interpretación para cumplir con el objetivo general de esta investigación.

De acuerdo a los resultados obtenidos, el *mentoring* en la educación universitaria para la formación de emprendedores, contribuye a promover nuevos escenarios de preparación para la consolidación de una cultura de emprendimiento a nivel educativo. Asimismo, permite fomentar, desde la mentoría, la

enseñanza de sujetos críticos, creadores e innovadores para la elaboración de negocios, mediante el desarrollo de habilidades.

Desde esta perspectiva el aporte de esta investigación al *mentoring* como proyecto educativo, presenta una gran oportunidad para orientar, acompañar, así como fomentar el emprendimiento como eje transversal y de formación a los estudiantes de educación universitaria. Al mismo tiempo, permite desde lo inter y transdisciplinario reconocer los aportes de los diversos conocimientos mediante los docentes que desarrollen esta función, en pro de abordar problemas sociales que garantice el bien común.

Todos estos aspectos permitieron reconocer la necesidad de incluir el *mentoring* en la educación universitaria, que permitirá acompañar los diversos emprendimientos que no han logrado concretarse, por lo que, integrarlo en los procesos académicos implicará consolidar y madurar emprendimientos que emergen desde las instituciones universitarias como respuesta a dificultades o necesidades de índole social.

Por ende, para que el *mentoring* potencie diversos emprendimientos, las universidades deberán promover una política educativa sensata, abierta y plural, que esboce las directrices para la innovación y creatividad con el debido soporte logístico y normativo organizacional que tutele el emprendimiento, trascendiendo la pedagogía y procesos académicos hacia un seguimiento efectivo para evaluar, corregir, así como mejorar la dinámica del proceso emprendedor.

El aporte de este estudio permitirá que futuras investigaciones se nutran en el análisis de las categorías estudiadas, las cuales abordaron desde las instituciones de educación universitarias conocimientos en cuanto a falencias de procesos académicos de emprendimiento, al mismo tiempo, ofrece criterios metodológicos que permiten favorecer nuevas ideas de negocios, convirtiéndose en una alternativa de formación desde el *mentoring* tras una labor académica que contribuye a soluciones de problemáticas sociales con respuestas innovadoras y de gran

relevancia para la ciencia.

## Referencias bibliográficas

- Acs, Z. J., Autio, E., y Szerb, L. (2014). National systems of entrepreneurship: Measurement issues and policy implications. *Research Policy*, 43(3), 476-494. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2013.08.016>
- Alonso-García, M. A. (2021). Proposal of peer mentoring model in university environments. *Revista Electrónica Educare*, 25(1), 1-17. <http://doi.org/10.15359/ree.25-1.19>
- Alonso-García, M. A., Sánchez-Herrero, S. A., y Castaño-Collado, G. (2020). Satisfacción con la mentoría en mentores y telémacos: Un estudio longitudinal. *Revista Colombiana de Educación*, 1(80), 121-140.
- Bacigalupo, M., Kampylis, P., Punie, Y., y Van den Brande, G. (2016). *EntreComp: The entrepreneurship competence framework*. Publications Office of the European Commission, Joint Research Centre. <https://data.europa.eu/doi/10.2791/160811>
- Bernal, A., y Cárdenas, A. R. (2017). Evaluación del potencial emprendedor en escolares. Una investigación longitudinal. *Educación XXI*, 20(2), 73-94. <https://doi.org/10.5944/educxx1.19032>
- Cano, A., y Castro, D. (2016). La extensión universitaria en la transformación de la educación superior. El caso de Uruguay. *Andamios*, 13(31), 313-337.
- Carpio, L., Torres, G., Miranda, O., y Pernet, J. (2021). Calidad educativa como base de la transformación universitaria. *Encuentros. Revista de Ciencias Humanas, Teoría Social y Pensamiento Crítico*, 13, 192-200. <http://doi.org/10.1016/j.respol.2013.08.016>

- [org/10.5281/zenodo.4395252](https://doi.org/10.5281/zenodo.4395252)
- Chester, A., Burton, L. J., Xenos, S., y Elgar, K. (2013). Peer mentoring: Supporting successful transition for first year undergraduate psychology students. *Australian Journal of Psychology*, 65(1), 30-37. <https://doi.org/10.1111/ajpy.12006>
- Cirera, X., y Sabetti, L. (2016). The effects of innovation on employment in developing countries: Evidence from enterprise surveys. *Industrial and Corporate Change*, 28(1), 161-176. <https://doi.org/10.1093/icc/dty061>
- Crul, M., y Schneider, J. (2014). Mentoring: What can support projects achieve that schools cannot? *Sirius Education Migration Network*, (2). [https://www.migrationpolicy.org/sites/default/files/publications/SIRIUS\\_Mentoring.pdf](https://www.migrationpolicy.org/sites/default/files/publications/SIRIUS_Mentoring.pdf)
- Díaz, C., y Bastías, C. (2013). Los procesos de mentoría en la formación inicial docente. *Revista Internacional de Investigación en Ciencias Sociales*, 9(2), 301-315. <http://revistacientifica.uaa.edu.py/index.php/riics/article/view/183>
- Dolev, N., y Leshem, S. (2017). Developing emotional intelligence competence among teachers. *Teacher Development*, 21(1), 21-39. <https://doi.org/10.1080/13664530.2016.1207093>
- Dominguez-Lara, S. (2018). Influencia de la inteligencia emocional y personalidad en las estrategias cognitivas de regulación emocional en la desaprobación de exámenes en estudiantes de psicología. *Cultura*, 32, 225-259. <https://doi.org/10.24265/cultura.2018.v32.11>
- Eby, L. T., Allen, T. D., Hoffman, B. J., Baranik, L. E., Sauer, J. B., Baldwin, S., Morrison, M. A., Kinkade, K. M., Maher, C. P., Curtis, S., y Evans, S. C. (2013). An interdisciplinary meta-analysis of the potential antecedents, correlates, and consequences of protégé perceptions of mentoring. *Psychological Bulletin*, 139(2), 441-476. <https://doi.org/10.1037/a0029279>
- Espinoza, E. E., Ley, N. V., y Guamán, V. J. (2019). Papel del tutor en la formación docente. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXV(3), 230-241.
- Fayolle, A., y Gailly, B. (2015). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial attitudes and intention: Hysteresis and persistence. *Journal of Small Business Management*, 53(1), 75-93. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12065>
- García-Madurga, M-A., Grilló-Méndez, A. J., y Morte-Nadal, T. (2021). La adaptación de las empresas a la realidad COVID: Una revisión sistemática. *Retos. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 11(21), 55-70. <https://doi.org/10.17163/ret.n21.2021.04>
- Ghosh, R. (2014). Antecedents of mentoring support: A meta-analysis of individual, relational, and structural or organizational factors. *Journal of Vocational Behavior*, 84(3), 367-384. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2014.02.009>
- Green, J. L. (2018). Peer support systems and professional identity of student nurses undertaking a UK learning disability nursing programme. *Nurse Education in Practice*, 30, 56-61. <https://doi.org/10.1016/j.nepr.2017.11.009>
- Guachimposa, V. H., Lavín, J. M., y Santiago, N. I. (2019). Vocación de crear empresas y actitud, intención y comportamiento emprendedor en estudiantes del Ecuador. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXV(1), 71-81.
- Gutama, M. G., y Jiménez, P. S. (2019). *El emprendimiento y su evolución*

- como una alternativa laboral en el contexto latinoamericano: Una revisión de literatura [Tesis de pregrado, Universidad de Cuenca]. <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/31772>
- Hogan, R., Fox, D., y Barratt-See, G. (2017). Peer to peer mentoring: Outcomes of third-year midwifery students mentoring first-year students. *Women and Birth*, 30(3), 206-213. <https://doi.org/10.1016/j.wombi.2017.03.004>
- Hurtado, J. (2010). Metodología de la investigación: Guía para la comprensión holística de la ciencia. Quirón Ediciones.
- Igbo, I. N., y Sule, E. N. (2018). Peer mentoring as a successful retention strategy for a baccalaureate nursing program in a historically black college and university. *Nursing Education Perspectives*, 40(3), 192-193. <https://doi.org/10.1097/01.NEP.0000000000000346>
- Jarauta, B., Medina, J. L., y Mentado, T. (2016). La transformación del saber en la enseñanza universitaria. Una aproximación desde el estudio del CDC. *Revista de Investigación Educativa*, 34(2), 471-485. <https://doi.org/10.6018/rie.34.2.221711>
- Kantis, H., Federico, J., e Ibarra, S. (2018). *Condiciones sistémicas para el emprendimiento dinámico. Las brechas abiertas de América Latina: Convergencia o divergencia?* Asociación Civil Red Pymes Mercosur.
- Kuong, S., Kuong, M., y Apaza, J. M. (2021). Motivación aplicada al aprendizaje en tiempos de pandemia. *Revista Venezolana de Gerencia*, 26(Especial-5), 157-169. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.26.e5.11>
- Lacalle, C., y Pujol, C. (2019). Mentoría e integración social en la Universidad: el aprendizaje-servicio en un proyecto del grado de periodismo. *Educación XXI*, 22(2), 289-308. <https://doi.org/10.5944/educXXI.22694>
- Leite, B., Eccel, G., Paz, A. D. F., Marques, J., y Medianeira, V. (2021). Empreendedorismo e coronavirus: Impactos, estratégias e oportunidades frente à crise global. *Estudios Gerenciales*, 37(158), 49-60. <https://doi.org/10.18046/j.estger.2021.158.4304>
- Londoño, S., y Álvarez, C. M. (2021). Emprendimiento e innovación social: Experiencia de jóvenes rurales en Caldas-Colombia. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVII(E-4), 108-126. <https://doi.org/10.31876/rcs.v27i.36997>
- Martínez, M. (2004). Ciencia y arte en la metodología cualitativa. Trillas.
- Maturana, D. C., y Cieza, J. A. (2021). La mentoría en los procesos de inducción del profesorado principiante. Las competencias del mentor como insumo para orientar su proceso formativo. *Profesorado, Revista de Currículum y Formación del Profesorado*, 25(3), 349-370. <https://doi.org/10.30827/profesorado.v25i3.9251>
- Morales, E. E., Ambrose-Roman, S., y Pérez-Maldonado, R. (2016). Transmitting success: Comprehensive peer mentoring for at-risk students in developmental math. *Innovative Higher Education*, 41(2), 121-135. <https://doi.org/10.1007/s10755-015-9335-6>
- Na, K. S., Petsangri, S., y Tasir, Z. (2020). The relationship between academic performance and motivation level in e-learning among Thailand university students international. *International Journal of Information and Education Technology*, 10(3), 181-185. <https://doi.org/10.1007/s10755-015-9335-6>

- [doi.org/10.18178/ijiet.2020.10.3.1360](https://doi.org/10.18178/ijiet.2020.10.3.1360)
- Obschonka, M., y Stuetzer, M. (2017). Integrating psychological approaches to entrepreneurship: The Entrepreneurial Personality System (EPS). *Small Business Economics*, 49(1), 203-231. <https://doi.org/10.1007/s11187-016-9821-y>
- Partzsch, H. (2019). Editoras en ciernes. El espíritu empresarial de las llamadas escritoras isabelinas. *Lectora: Revista de Dones I Textualitat*, (25), 77-91. <https://doi.org/10.1344/Lectora2019.25.4>
- Paz, A. I., Salóm, J. A., García, J., y Suarez, H. B. (2020). Perfil emprendedor en la formación universitaria venezolana. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVII(1), 161-174. <https://doi.org/10.31876/rcs.v26i1.31317>
- Pérez, G. (2000). *Investigación cualitativa. Retos e interrogantes: I Métodos*. La Muralla.
- Petrovic, M. (2015). *Mentoring in Europe and North America: Strategies for improving immigrants' employment outcomes*. King Baudouin Foundation.
- Quesada-Pallarés, C., Sánchez-Mart, A., Ciraso-Cali, A., y Pineda-Herrero, P. (2019). Online vs. classroom learning: Examining motivational and self-regulated learning strategies among vocational education and training students. *Frontier in Psychology*, 10, art 2795. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.02795>
- Romero, S., Hernández, I., Barrera, R., y Mendoza, A. (2022). Inteligencia emocional y desempeño académico en el área de las matemáticas durante la pandemia. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVIII(2), 110-121. <https://doi.org/10.31876/rcs.v28i2.37929>
- Ruedas, M., Rios, M. M., y Nieves, F., (2008). Hermenéutica: La roca que rompe el espejo. *Investigación y Postgrado*, 24(2), 181-201.
- Salinas, S. E., y Méndez, J. M. (2021). Complejidad, transdisciplinariedad y pedagogía decolonial. Bases epistémicas para una reforma curricular educativa. *Encuentros. Revista de Ciencias Humanas, Teoría Social y Pensamiento Crítico*, (14), 228-256.
- Terán-Yépez, E., y Guerrero-Mora, A. M. (2020). Teorías de emprendimiento: revisión crítica de la literatura y sugerencias para futuras investigaciones. *Revista Espacios*, 41(07), 1-26.
- Useche, M. C., Vásquez, L. M., Salazar, F. I., y Ordóñez, M. (2021). Fórmula estratégica empresarial para pymes en Ecuador ante la Covid-19. *Revista Universidad & Empresa*, 23(40), 1-22. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.9309>
- Varela, R. (2005). Hacia una universidad con espíritu empresarial. *Fórum Empresarial*, 10(1), 70-84. <https://doi.org/10.33801/fe.v10i1.3793>
- Vásquez, C. (2018). Educación para el emprendimiento en la universidad. Estudios de la Gestión. *Revista Internacional de Administración*, (2), 121-147. <https://doi.org/10.32719/25506641.2017.2.5>
- Wincent, J., y Örtqvist, D. (2011). Examining positive performance implications of role stressors by the indirect influence of positive affect: a study of new business managers. *Journal of Applied Social Psychology*, 41(3), 699-727. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2011.00733.x>