

<https://doi.org/10.23913/ride.v16i31.2563>

*Artículos Científicos*

## **Programa institucional para el desarrollo de la educación superior emprendedora de estudiantes: la visión de los administradores escolares**

*Institutional program for the development of the student entrepreneurship  
higher education: the vision of school administrators*

*Programa institucional para o desenvolvimento do ensino superior  
empreendedor de estudantes: a visão dos gestores escolares*

**Roger Manuel Patrón-Cortés**

Universidad Autónoma de Campeche, México

[rmpatron@uacam.mx](mailto:rmpatron@uacam.mx)

<https://orcid.org/0000-0003-4553-9803>

### **Resumen**

Para hacer frente al desempleo y a los nuevos requerimientos económicos nacionales e internacionales, diversas Instituciones de Educación Superior (*IES*) están contribuyendo a fomentar el espíritu emprendedor y la puesta en práctica de programas institucionales para la creación de nuevas empresas. Este estudio se realizó en una universidad pública ubicada en el sureste de México y tuvo como objetivo determinar —desde la visión de los administradores escolares— si el programa institucional de emprendimiento que tiene implementado ha contribuido a desarrollar la educación emprendedora del estudiantado. Este trabajo utilizó un diseño de estudio de casos colectivo. Se administró una guía de entrevistas semiestructurada de corte cualitativo. Los resultados indican que el Programa Institucional de Emprendedores Académicos y Sociales (*PIDEAS*) ha contribuido a modificar la percepción del estudiantado hacia el emprendimiento en una proporción significativa. Igualmente ha contribuido a combatir el desempleo y subempleo por el que atraviesan las nuevas generaciones de profesionistas. Una de las principales debilidades del *PIDEAS* radica en su estructura organizacional, lo que genera diversos problemas tales como la falta de



autoridad y comunicación, fijación de metas integrales, programación, evaluación, y seguimiento de actividades, entre otros. Por ello, se sugiere a la institución incorporar una nueva unidad administrativa con estructura propia para el *PIDEAS* que le permita planear, organizar, dirigir, y controlar todas sus actividades en beneficio del estudiantado y la comunidad universitaria, con repercusiones en el desarrollo socioeconómico de la localidad y del país.

**Palabras clave:** Educación emprendedora, educación superior, programa educativo.

### **Abstract**

To address unemployment and new national and international economic requirements, various Higher Education Institutions (*HEIs*) are helping to promote the entrepreneurial spirit and the implementation of institutional programs for the creation of new companies. This study was carried out in a public university in the southeast of Mexico and its objective is to determine —from the perspective of school administrators— whether the implement institutional entrepreneurship program has contributed to developing the education of the students. This work used a collective case study design. A qualitative semi-structured interview guide was administered. The results indicate that the Institutional Program for Academic and Social Entrepreneurs (*PIDEAS*) has contributed to a change in student mindset for the benefiting students, the university community of entrepreneurship in more than half of them. It has also contributed to combating unemployment and underemployment that new generations of professionals are experiencing. One of the main weaknesses of *PIDEAS* is its organizational structure, which generates various problems such as lack of authority and communication, setting of comprehensive goals, programming, evaluation and monitoring of activities, among others. Therefore, it is suggested that the institution incorporate a new administrative unit with its own structure for *PIDEAS* that allows it to plan, organize, direct, and control all its activities for the benefit of the student and the university community, with repercussions on the socioeconomic development of the locality and the country.

**Keywords:** Entrepreneurship education, higher education, educational program.

## Resumo

Para fazer face ao desemprego e responder às novas exigências económicas nacionais e internacionais, diversas Instituições de Ensino Superior (*IES*) estão a ajudar a promover o espírito empreendedor e a implementar programas institucionais para a criação de novas empresas. Este estudo foi realizado em uma universidade pública localizada no sudeste do México e visa determinar —a partir da visão dos administradores das escolas— se o programa de empreendedorismo institucional que ele implementou contribuiu para o desenvolvimento da educação empreendedora dos estudantes. Este trabalho utilizou o delineamento de estudos de caso coletivos e aplicou um guia de entrevista semiestruturado de abordagem qualitativa. Os resultados indicam que o Programa Institucional de Empreendedores Acadêmicos e Sociais (*PIDEAS*) influenciou positivamente uma mudança na mentalidade dos estudantes em favor do empreendedorismo em mais da metade deles. Também contribuiu para o combate ao desemprego e ao subemprego enfrentados pelas novas gerações de profissionais. Uma das principais fragilidades do *PIDEAS* é sua estrutura institucional, que gera vários problemas, como a falta de definição abrangente de metas, programação, avaliação e monitoramento de atividades, gestão com autoridade e comunicação eficazes, entre outros. Também contribuiu, sugere-se que a instituição incorpore uma nova unidade administrativa com estrutura própria para o *PIDEAS* que lhe permita planejar, organizar, dirigir e controlar todas as suas atividades em benefício dos estudantes e da comunidade universitária, com repercussões no desenvolvimento socioeconômico da cidade e do país

**Palavras-chave:** Educação empreendedora, educação superior, programa educacional.

**Fecha Recepción:** Abril 2024

**Fecha Aceptación:** Agosto 2025

---

## Introducción

En las últimas décadas se han venido gestando problemáticas generalizadas a nivel mundial, que repercuten en altas tasas de desempleo y subempleo. En consecuencia los gobiernos de distintos países han propuesto como alternativa de solución fomentar la educación enfocada al emprendimiento para incrementar el desarrollo económico (Calzado-Barbero et al., 2019).

Estébanez et al. (2022) indican que convertir a las *IES* en instituciones más responsables ante las exigencias de la sociedad es el resultado de muchas reformas que se fueron promoviendo en las últimas décadas en varios países. Pues, se fueron estableciendo nuevos marcos normativos como la evaluación y la acreditación académica, abriendo oportunidades de financiamiento con acuerdos para la vinculación con los sectores productivos y económicos.

De acuerdo con Valera Villegas (2005) en los tiempos modernos es una necesidad real que las universidades se integren a la vida económica de las regiones con espíritu empresarial, pues deben hacer frente a los requerimientos de las economías regionales y nacionales, desarrollar competencias de alto nivel laboral, aumentar su cobertura, ofrecer programas de estudio más flexibles, apoyar al estudiantado más pobre, incrementar la calidad y la investigación, jugar un papel más activo en la generación de empleos y proveer fuerza de trabajo mejor adiestrada, entre otros aspectos.

Este autor refiere que las universidades deben relacionarse cada vez más con el sector productivo, el sector gubernamental y la sociedad con el propósito de ofrecer resultados de desarrollo económico y social en la localidad y país en el que operan. Asimismo, señala la importancia de que las *IES* fomenten su compromiso con el emprendimiento y la innovación empresarial.

Varela (2001) refiere que los estudios de nivel licenciatura se han venido complicando debido a la situación de los tiempos modernos, lo que ha incrementado la demanda de mayores conocimientos y habilidades por parte del estudiantado para desempeñar diversos tipos de trabajo en el transcurso de su vida laboral, encontrar mejores oportunidades, o bien, crear sus propias fuentes de empleo o empresas. Por lo tanto, se hace necesario enfocar el rol académico de las *IES* integrándolas a la vida económica de las regiones en que se ubican con espíritu emprendedor, lo que se traduce en transitar de la educación tradicional a la empresarial.

Moreno et al. (2022) refieren que los gobiernos y las universidades están fomentando cada vez más las habilidades empresariales y la investigación. Por su parte Pires da Cruz et al. (2021) mencionan que la educación enfocada al emprendimiento influye en el desarrollo económico y social de un país. Contreras-Cueva & Macías-Álvarez (2022) señalan que, en el caso de los países emergentes como México, el emprendimiento contribuye a combatir el desempleo y subempleo en beneficio del desarrollo socioeconómico, por lo que constituye una excelente alternativa para que las *IES* reorienten sus sistemas de enseñanza en este

sentido.

En México los niveles de pobreza afectan a más de la mitad de la población y los trabajos que se generan, sólo demandan estudios de primaria o secundaria, lo cual incide en el desempleo de personas con educación media y superior (Gómez Díaz et al., 2022). En este contexto, el Gobierno de México ha generado diversos programas en apoyo al estudiantado con la finalidad de ofrecerles mayores y mejores oportunidades de desarrollo (Pérez Cervera y Aranda Correa, 2003).

Materano et al. (2009) exponen que las *IES* actualmente enfocan sus enseñanzas con una visión de desarrollo económico a través de diversas alianzas de emprendimiento. Mayer et al. (2019) indican que para impulsar el emprendimiento en las *IES* es necesario: a) formar profesores y académicos enfocados en la creación de empresa, b) contar con un modelo de formación emprendedora y c) evaluar el desempeño de la institución como impulsora de la investigación, la generación de ideas innovadoras y creación de empresas.

Asimismo, Mayer et al. (2019) refieren que el estudio del emprendimiento se ha enfocado principalmente en dos áreas: los programas de estudio y las incubadoras de negocios en las *IES*. En este contexto, diversas universidades están contribuyendo a fomentar el espíritu emprendedor y la puesta en práctica de iniciativas para la creación de nuevas empresas mediante programas de incubación de empresas. Sin embargo, Espinoza (2000) indica que, desde una perspectiva del mercado, la relación universidad-sectores productivos ha tenido poco impacto, debido principalmente a que muchos académicos y académicas son renuentes promotores del proyecto emprendedor ya que sus intereses se enfocan en los valores y expectativas de la comunidad universitaria.

La situación económica actual ha generado que la mayoría del estudiantado tenga problemas crecientes para encontrar empleo. Incluso para los que encuentren trabajo las perspectivas en el futuro estarán más difíciles de lo que fueron para las generaciones anteriores. Asimismo, las oportunidades de obtener trabajos de mayor calidad e ingresos más altos cada vez serán menores. Martínez Clares y Echeverría Samanes (2009) señalan que la sociedad actual demanda mano de obra calificada en la que cada vez es más fuerte la competencia para lograr y mantener un empleo.

Hernández (2012) especifica que de acuerdo con la Subsecretaría de Educación Superior (*SES*) y la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (*ENOE*) del tercer trimestre de 2012, solo el 40% de los profesionistas en México tenían un empleo relacionado con su formación universitaria y el 56% de los profesionistas desempleados eran menores de 30

años. Además, varias personas funcionarias federales y especialistas en recursos humanos estimaron que en los siguientes —10 y 15— años se incrementarán los problemas para que las personas profesionistas tengan un empleo relacionado con sus estudios profesionales debido al crecimiento demográfico. La Secretaría de Educación Pública (*SEP*) indica que al año egresan 450 mil profesionistas, de los cuales; los que nunca han trabajado tardan más en ser contratados.

Existen factores de estructura, tales como: la informalidad laboral, la actividad económica insuficiente, y la falta de estímulos laborales, entre otros; que influyen en el déficit de plazas en el mercado de trabajo. Aunque la actividad económica se ha venido recuperando como consecuencia de la pandemia, aún existe un déficit y no se ha logrado recuperar del todo el nivel de actividad económica que existía antes de este evento.

Hernández (2022a) refiere que según la *ENOE* a fines del año 2021 la población ocupada reportó 1.1 millones de plaza más de las que se tenían en marzo del 2020 período previo a la emergencia sanitaria. No obstante, la población también creció en tres millones de personas en condiciones de obtener un empleo, por lo que el mercado laboral no ha podido cubrir todo el empleo que se requiere de acuerdo al crecimiento poblacional en el último año. Cabe destacar que el desempleo se incrementó debido principalmente a conflictos estructurales, dimensiones estacionales y una recuperación desigual entre las localidades de México.

Al dificultarse la situación de encontrar un empleo, los recién egresados se ven en la necesidad de aceptar condiciones laborales menos favorables y se subemplean en espera de una mejor oportunidad, generando en estos profesionistas una frustración difícil de superar, pues sienten que no es para lo que estudiaron. Adicionalmente, existe fuerza laboral con la necesidad y disponibilidad para ofrecer más horas de trabajo de lo que su ocupación actual les permite. En este contexto, el subempleo en el país comprende 9.2% de la población ocupada, es decir 5.2 millones de empleados (Hernández, 2022b).

Martínez (2004) refiere que de acuerdo con un estudio de la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (*ANUIES*) entre los años 1991 y 2000, debido al desempleo 751 mil profesionistas tuvieron que aceptar puestos que no corresponden a su nivel de preparación, teniendo que utilizar otras habilidades o capacidades como vendedores, choferes, auxiliares, y cantantes para poder subsistir. Carmona (2024) refiere que, de acuerdo con la *ENOE* en el trimestre octubre-diciembre 2023 la Población Económicamente Activa (PEA) era de 61 millones de personas, de las cuales 59.4 millones

se encontraban ocupadas, mientras que la población desocupada fue de 1.6 millones y la población subempleada de 4.6 millones de personas, representando 7.8% de la población ocupada.

Cárdenas y Montoro (2017) señalan que la fortaleza de un individuo para emprender radica en su disposición para adquirir nuevos talentos y competencias que le permitan incrementar su espíritu emprendedor. La educación del emprendimiento y su enfoque deben integrarse desde la Educación Media hasta la Educación Superior debido a su valor y a las repercusiones actuales en los mercados socioeconómicos (Morocho Amaguaya & Flores Rivera, 2023). Sin embargo, Silva-Peralta et al. (2022) refieren que existe cierto vacío empírico sobre las formas concretas de vinculación entre la Educación Superior y el emprendimiento.

Por ello, la nueva modalidad de enseñanza enfocada al emprendimiento de las universidades es de vital importancia como alternativa para combatir al desempleo y subempleo que padecen los futuros profesionistas en los tiempos modernos. La educación sobre el emprendimiento que han adoptado algunas universidades en México obedece a los cambios del capitalismo y a los tratados internacionales de la educación superior (García Garza, 2013). Por su parte, Kuratko (2005) refiere que la cultura emprendedora puede ser aprendida y apoyada, pues varias investigaciones comprueban que varios cursos sobre emprendimiento han demostrado ser eficaces en el desarrollo de habilidades emprendedoras del estudiantado (Barroso-Tanoira, 2013; Matlay, 2008).

Este trabajo se realizó en una universidad pública creada en los años 60's y ubicada en el sureste de México. Actualmente la conforman nueve Facultades, una Escuela Superior, y dos Preparatorias. Cuenta con 1187 estudiantes de los 26 programas educativos de nivel superior y medio superior que oferta la institución. Además, se imparten 11 maestrías, un doctorado y una especialidad. En el ámbito de la investigación cuenta con siete centros.

Con la finalidad de combatir el desempleo y subempleo por la que atraviesan las nuevas generaciones de profesionistas y mejorar su calidad de vida, esta universidad ha definido — dentro del perfil universitario para el nivel de licenciatura— la *capacidad emprendedora* como una de las 15 competencias genéricas con las que debe contar la formación profesional del estudiantado. Por tal motivo, la universidad creó en el año de 2012 el Programa Institucional de Desarrollo de Emprendedores (*PIDE*), actualmente denominado *Programa Institucional de Desarrollo de Emprendedores Académicos y Sociales (PIDEAS)*, el cual tiene como propósito incrementar la vinculación de la universidad con los sectores

productivos de bienes y servicios.

Este programa tiene como objetivo impulsar al estudiantado tanto de bachillerato como de licenciatura, a desarrollar su espíritu emprendedor con la finalidad de generar ideas de negocios exitosos.

El *PIDEAS* contempla cuatro actividades básicas: 1) impartición de las unidades de aprendizaje *Taller de Emprendedores* en el nivel superior *Cultura Emprendedora* en el nivel medio superior, 2) capacitación del profesorado sobre emprendimiento, 3) gestión de las jornadas de cultura emprendedora, y 4) Organizar el evento de la Feria Emprendedora. Dentro de estas actividades se ofrecen conferencias sobre emprendimiento y talleres con la intervención de personas empresarias locales, regionales y nacionales, profesorado, personas investigadoras y varias organizaciones relacionadas con el sector empresarial, tales como la Secretaría de Economía (*SE*), Servicio de Administración Tributaria (*SAT*), Consejo Coordinador Empresarial (*CCE*), Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (*IMPI*), y la Procuraduría Federal del Consumidor (*PROFECO*), entre otras.

Asimismo, esta universidad cuenta —desde el año de 2008— con el Centro de Incubación de Empresas y Emprendedores (*CIDEE*) como una herramienta más de vinculación para fomentar la cultura emprendedora en la comunidad universitaria y la sociedad campechana en general. Este organismo tiene la finalidad de orientar y apoyar la creación de nuevas empresas partiendo de la idea de negocio o producto con potencial comercial.

A pesar del trabajo realizado por dichas instituciones, no se tienen estudios sobre los avances y resultados del programa de emprendimiento implementado, por lo que se decidió realizar esta investigación que tuvo como objetivos:

- a) Determinar —desde la visión de las personas administradoras escolares— si el programa institucional de emprendimiento ha contribuido a desarrollar la educación emprendedora del estudiantado
- b) Identificar las fortalezas y debilidades que enfrenta el programa institucional de emprendimiento
- c) Sugerir estrategias de mejora en su funcionamiento

Por otra parte, esta investigación contribuye a la literatura sobre el emprendimiento y a influir en otras *IES* para incursionar en este tipo de programas. Esta investigación se puede utilizar como referencia de comparación con otras *IES* de la localidad, del país y/o de América Latina pues-aunque los hallazgos son válidos solo para la universidad en estudio, el

aspecto metodológico se puede aplicar en otras IES realizando las modificaciones pertinentes.

## Metodología

Con base en la naturaleza y propósito de la investigación, se diseñó un estudio de casos colectivo por ser el más adecuado para este tipo de trabajos (Cisneros y Merchant, 2005; Stake, 1994). Los datos del estudio de caso pueden presentar semejanzas, pero también suelen ser diferentes o repetidos, lo que proporciona una mejor comprensión del objeto de estudio.

En este contexto, se entrevistó a tres personas responsables del Programa Institucional de Emprendedores Académicos y Sociales (*PIDEAS*) con la finalidad de buscar información referente a las condiciones y los motivos de la problemática de la investigación planteada.

## Participantes

Colaboraron las personas administradoras escolares responsables de las dos áreas involucradas en las actividades del *PIDEAS*: a) la Coordinadora del *PIDEAS* (*FCA*), y b) el Coordinador Operativo y el Coordinador Administrativo (*CIDEE*).

## Instrumento

Con base en los resultados de un estudio diagnóstico sobre emprendimiento realizado al estudiantado de la universidad pública que se investiga, se elaboró una guía de entrevista semiestructurada de corte cualitativo validada por juicio de expertos, dirigida a las personas administradoras escolares. La validación de entrevistas semiestructuradas por parte de los expertos permitió mejorar algunos aspectos del marco teórico y del marco de referencia con base en sus conocimientos especializados, evitando cargas subjetivas en las respuestas de los entrevistados en la investigación (Cruz & Gordillo, 2020).

## Procedimiento de recogida y análisis de datos

La recogida y análisis de los datos se realizaron por medio del siguiente proceso:

- a) Se solicitó autorización a la persona titular de la universidad pública en estudio.
- b) Se programó una reunión con las personas coordinadoras involucradas en el *PIDEAS* y se aplicó la entrevista a cada una de ellas.

En la Tabla 1 se detallan las características de las personas coordinadoras que formaron parte del estudio.

**Tabla 1.** Características de las personas coordinadoras participantes

Características	Coordinador ( <i>PIDEAS</i> )	Coordinador Operativo ( <i>CIDEE</i> )	Coordinador Administrativo ( <i>CIDEE</i> )
Género	Femenino	Masculino	Masculino
Edad	32	43	47
Experiencia profesional	9	18	24
Experiencia como Coordinador	8	12	11

Fuente: Elaboración propia con datos de la investigación.

- c) Los entrevistados analizaron los planteamientos expuestos del *PIDEAS*, aportando valiosas reflexiones y experiencias.
- d) La información se analizó sintetizando los aspectos más relevantes.
- e) Se efectuaron visitas de observación durante diversas actividades realizadas por el *PIDEAS* sobre cultura emprendedora y ferias de emprendimiento.
- f) Como sugieren Bonilla-Castro y Rodríguez Sehk (2013) para el caso de estudios cualitativos, la información se organizó mediante categorías: deductivas e inductivas.
- g) Las categorías deductivas se obtuvieron de las variables contenidas en el marco teórico y en el problema de estudio. Las categorías deductivas definidas fueron: Eficacia, Fortalezas, Debilidades y Estrategias.
- h) Las categorías inductivas se obtuvieron a partir del marco referencial y cultural de los entrevistados. Las categorías inductivas definidas fueron: Avance, Cambio de mentalidad, falta de capacidad operativa, proyectos superficiales, falta de conocimiento de los temas y coordinación del programa.
- i) Con base en la información obtenida se elaboró una tabla de análisis, lo que permitió comparar y contrastar los resultados del funcionamiento del *PIDEAS*.

A continuación, se presentan los hallazgos de las tres personas coordinadoras entrevistadas en el estudio:

## Coordinadora del PIDEAS

La coordinadora tiene 32 años de edad, es licenciada en Ciencias Políticas y Administración Pública con una maestría en Innovación Administrativa. Cuenta con nueve años de experiencia profesional. Explicó que el origen del *PIDEAS* se basa en los planes nacional y estatal de desarrollo, los cuales indican la necesidad de impulsar el emprendimiento, motivo por el cual el Plan Institucional de Desarrollo (PID) 2008-2012 dio apertura a la creación de un programa institucional de empresarios o emprendedores.

Con respecto al responsable del *PIDEAS* indicó que no existe un nombramiento ni un departamento específico sobre el particular. Destacó que está un poco ambiguo todavía, pero de facto, el responsable es el director de la Facultad de Contaduría y Administración (*FCA*). Asimismo, subrayó que a la *FCA* le corresponde fomentar el espíritu emprendedor y dar las bases para que el estudiantado desarrolle ideas de negocios; y al Centro de Incubación de Empresas y Emprendedores (*CIDEE*) de la institución le corresponde apoyar el desarrollo de una idea de negocio para la creación de una empresa.

Al darle a conocer los resultados de un estudio diagnóstico sobre emprendimiento realizado en la universidad, en donde se indica que el 77% del estudiantado se siente competente para abrir un negocio contra el 23% de los que no, la coordinadora manifestó que estos resultados podrían ser mayores, ya que en algunas Facultades el personal docente no cumple con el perfil adecuado para impartir el curso *taller de emprendedores*.

Explicó que se ha dado un cambio de mentalidad positiva tanto por parte del estudiantado como del profesorado. Asimismo, indicó que actualmente, tanto estudiantado como profesorado se están apoderando del concepto, saben que el emprendimiento se puede dar en cualquier área del conocimiento. La coordinadora refirió que las conferencias que se imparten dentro de las Jornadas de Cultura Emprendedora han tenido un impacto importante en este cambio, pues son de tipo variado tales como motivación, financiamiento, herramientas e instituciones que dan apoyo, entre otros.

La entrevistada manifestó que desafortunadamente como Facultad no cuentan con la capacidad operativa para controlar el *PIDEAS* y explotar al 100% todas las oportunidades que les ofrece. En cuanto a la vinculación con otras actividades de emprendimiento que se realizan en la institución indicó que en ocasiones se les dificulta, pues todo se coordina desde una Facultad y las demás escuelas se encuentran jerárquicamente en el mismo nivel. En cuanto a la falta de financiamiento explicó que el problema del estudiantado es que su punto de vista es cero peso y quieren un financiamiento del 100%, pero eso nadie se los va a dar.

Explicó que en una ocasión, en un evento de la feria emprendedora tuvo la oportunidad de platicar con un estudiante del área de química y le hizo una observación muy interesante que no había visualizado, le dijo que le habían pedido en la escuela un proyecto de emprendedores y elaboraron un jabón pero no lo querían presentar, porque —de acuerdo a sus estudios— para poder sacar a la venta un producto se tienen que realizar varias pruebas tales como de: alergias, pH, consistencia, y caducidad; entre otras. Además, reveló que no hay tiempo suficiente para cumplir con estos requisitos. Por ello, solo entregaron el trabajo por cumplir. Subrayó que se está cometiendo este error al exigirle al estudiantado que presenten sus trabajos para cumplir con la materia.

Manifestó que para mejorar el PIDEAS se debería contar con un cuerpo administrativo y otro docente especializados en el área, así como también que la institución apoye al estudiantado con determinado capital para iniciar su negocio, pues es una realidad que los jóvenes no tienen dinero y para ahorrar necesitan de tres a cinco años de su vida laboral, tiempo en el que entran a su zona de confort y ya no quieren emprender.

### **Coordinador operativo del CIDEE**

Con respecto a este coordinador se puede indicar que él tiene 43 años de edad, es licenciado en economía con una maestría en geografía humana y planeación, cuenta con 18 años de experiencia profesional, de los cuales 12 años se ha desempeñado como coordinador operativo del Centro de Incubación de Empresas y Emprendedores (*CIDEE*). Esta persona explicó que el *PIDEAS* responde a los cambios en la cultura laboral, así como también a cuestiones académicas y de certificación, lo que trae como consecuencia implicaciones al momento de incubar un proyecto por su carácter escolar. Al cuestionar al coordinador sobre si existe un responsable del *PIDEAS*, indicó que hay dos vertientes una académica que opera la Facultad de Contaduría y Administración y la otra que se dedica a la formalización para la creación de empresas.

Al indicarle sobre los resultados obtenidos del estudio diagnóstico sobre emprendimiento realizado en la universidad, el cual expone que del 77% del estudiantado que se siente competente para abrir un negocio contra el 23% de los que no, el coordinador destacó que, según su punto de vista el porcentaje de los que se sienten competentes es adecuado ya que la situación ha ido cambiando con el *PIDEAS*.

Dicho entrevistado también considera importante el cambio que se ha ido generando en la mentalidad del estudiantado, pero por otro lado también subrayó que existe estudiantado que todavía no han visualizado el emprendimiento como una forma de vida que les pueda servir al momento de su egreso. Manifestó que en México se tiene la idea de generar empresas desde la perspectiva familiar –aunque es un tema complejo y cultural– explicó que existe otra forma de hacer negocios que consiste en ver a los demás como potenciales socios y romper el paradigma de que solo se pueden hacer negocios con la familia. Mencionó que el *CIDEE* tiene relación con una serie de instancias gubernamentales y empresariales que ofrecen cursos de capacitación, créditos, fondos, y otros recursos que pone a disposición de la comunidad universitaria. Refirió que han logrado apoyar a diversas personas para la creación de sus negocios, cumpliendo con las metas establecidas, de tal forma que han sido reconocidos durante cuatro años por el ecosistema emprendedor local.

El coordinador también indica que los proyectos no surgen de equipos multidisciplinarios, dan soluciones repetitivas, nada innovadoras y de carácter académico. Les falta investigar más sobre lo que se está dando en el mercado y en el emprendimiento real. Expresó que es muy complicado trasladar un proyecto académico a uno real, por los alcances con que están hechos. Manifestó que al estudiantado les gusta obtener ganancias de inmediato y muchas de las innovaciones provienen de los centros de investigación. Puntualizó que el estudiantado quiere innovar, pero sin invertir tiempo en investigación, no vislumbran el potencial que esto conlleva y optan por lo más fácil.

Afirmó que solo son tres personas las que laboran en la oficina del *CIDEE* y por lo tanto es complejo realizar una campaña de emprendimiento que cubra toda la universidad, pues la población es demasiado grande y las generaciones van cambiando. Por ello, solo si el profesorado lo solicita, se imparten pláticas en los salones dentro de la asignatura taller de emprendedores.

El coordinador reveló que existe mucho desconocimiento sobre el tema de financiamiento. Por ejemplo; en ocasiones las instituciones gubernamentales se quedan sin dinero y eso causa un poco de molestia porque mucha gente que ya terminó su proyecto llega a pedir dinero y les dicen que *ya no hay*, o bien; han escuchado rumores de que en ocasiones se da cierto favoritismo para apoyar a determinadas personas. Sin embargo, esta situación ha ido cambiando con el paso del tiempo, pero existe falta de información, hay un proceso abierto en el que se tiene que presentar un examen y reunir determinada documentación, pero el estudiantado no lo sabe. Aclaró que, si hay fondos de financiamiento, pero no son

suficientes y además depende de aspectos políticos tanto del gobierno federal como estatal. Añadió que no ha habido por parte del gobierno una oferta constante y en cantidad adecuada por lo que dificulta su obtención, pero también existe el fondo privado colectivo –como nuevas formas de financiamiento–, es más estricto y complejo que el público. También enfatizó que se desconocen las nuevas metodologías de emprendimiento, la cuales hacen más fácil estructurar las ideas para determinar la factibilidad de abrir un negocio, lo que permite reducir cada vez más el riesgo.

El coordinador operativo manifestó que el *PIDEAS* podría mejorar teniendo una campaña de información permanente sobre las ventajas de emprender y sobre los beneficios de financiamientos que hay a su disposición. Señaló que en los tiempos modernos es muy importante la disposición a probar cosas nuevas y diferentes, por lo que hay que vencer el miedo a innovar. Lo señalado es congruente con López-Martínez y Navarro-Lozano (2010) quienes refieren que la creatividad es necesaria en cualquier proceso formativo del estudiantado y es elemental para afrontar con éxito, su adaptación al mundo cambiante. Además, estima que la motivación y el financiamiento son claves para el éxito, pero también lo son las capacidades administrativas o gerenciales, sobre todo cuando ya está en marcha el negocio. Resaltó que la idea puede ser muy buena, pero si no se sabe administrar el negocio va a tener problemas el primer año con posibilidades de que en el segundo año desaparezca por una mala administración. Sugirió intensificar las actividades de emprendimiento tales como programas, metodologías, fondos, visitas de instancias externas, información sobre lineamientos normativos y nuevas tendencias del mercado, entre otros.

### **Coordinador administrativo del CIDEE**

Por último, el coordinador administrativo tiene 47 años de edad, es contador público, cuenta con 24 años de experiencia profesional, de los cuales 11 años se ha desempeñado como coordinador administrativo del Centro de Incubación de Empresas y Emprendedores (*CIDEE*). El entrevistado explicó que en el año 2008 la rectora de la universidad tenía la idea de crear las competencias de emprendimiento, crear la cultura emprendedora y también la incubadora de empresas. Indicó que la incubadora es una herramienta más del área de vinculación que presta sus servicios de manera interna a la universidad, pero también al público en general. La incubadora tiene una razón de ser, para la universidad es un despacho de consultoría interno que ofrece sus servicios al interior y al exterior, pero el permiso para operar lo otorga la Secretaría de Economía y se tiene que refrendar cada año, mediante el

cumplimiento de objetivos y metas.

Al informarle sobre los resultados obtenidos del estudio diagnóstico sobre emprendimiento realizado en la universidad, el cual expone que del 77% del estudiantado que se siente competente para abrir un negocio contra el 23% de los que no, el coordinador administrativo estuvo de acuerdo en la influencia que ha tenido el *PIDEAS* en más de la mitad del estudiantado. Pero añadió que también hay personas que desde el principio manifiestan que no nacieron para emprender y esto es válido. Dicho funcionario destacó que todo es importante en el emprendimiento, ya que cuando se logran conjuntar todos los elementos: los recursos, las habilidades, y los talentos, entre otros; el proyecto culmina en un éxito total. Sin embargo, expresó que la clave primordial está en *la idea de negocio*, pues no todos tienen la capacidad de detectar una necesidad y satisfacerla mediante un producto o servicio.

Mencionó que el alcance más importante del programa es que ha logrado cambiar la mentalidad del estudiantado, convencerlos de que son capaces de crear ideas nuevas y ofrecer soluciones para abrir un negocio propio. Al respecto, afirmó que *anteriormente, todos los estudiantes que egresaban de las Facultades buscaban ser empleados de alguien, actualmente ya empiezan a creer que al terminar su carrera pueden crear un negocio y ser su propio jefe*. Subrayó que solo tienen ocho años operando el programa pero que van por buen camino.

Aclaró que los negocios siguen siendo familiares, pero que en los tiempos modernos no deben quedarse en familia, es necesario asociarse con otras personas, crear grupos de accionistas, hay que unir capacidades, capital y dejar de pensar que los negocios tienen que ser familiares, pues un negocio en familia en ocasiones no puede crecer tan rápido como un grupo de accionistas en el cual se reúne intelecto, capacidades, y capital. Por lo tanto, el siguiente paso es aprender a asociarse con otras personas, crear grupos interdisciplinarios de tal forma que puedan apoyarse y crecer mucho más.

Por otra parte, la persona coordinadora administrativa del *CIDEE*, indica que el estudiantado ha observado que los corporativos y las grandes cadenas de negocios establecidas en la localidad ofrecen productos y servicios de calidad, además de que algunas de ellas han incursionado en la responsabilidad social empresarial, por lo que para abrir un negocio tienen que estar a la vanguardia. También, se les ha inculcado dentro de las clases de cultura emprendedora que nada es fácil y posiblemente en sus primeros intentos van a fracasar, pero hay que aprender de los errores, no desistir y seguir adelante. Destacó que no solo apoyan al estudiantado para elaborar sus planes de negocios, sus planes financieros y de

mercado; sino también para que no decaiga el ánimo. Al respeto, subrayó *tenemos que hacerla de psicólogos, a veces están en la búsqueda de un financiamiento y no se logra, esto hace que ya no quieran continuar, pero la experiencia revela que el que continúa y persiste lo logra.*

Refirió que existen fondos, pero son limitados, además hay grupos de inversionistas no necesariamente del gobierno. Manifestó *a veces son asociaciones civiles en donde se plantea el proyecto y se puede buscar financiamiento para iniciar un negocio y complementarlo con lo que ofrece el gobierno que tiene ciclos de apertura y de cierre en sus convocatorias.* Explicó que en ocasiones no coinciden las fechas de conclusión del proyecto con los períodos en que deben presentarse, por lo que hay que buscar por todos lados, en el gobierno, con inversionistas y en las cámaras empresariales. Mencionó que las cámaras empresariales tienen experiencia, cuentan con el capital y han manifestado su interés de asociarse con jóvenes que tengan ideas de negocio.

Por ello, la persona entrevistada consideró importante invitar a los eventos de ferias emprendedoras que se realizan dos veces al año en la institución a las cámaras empresariales tales como:

- a) Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo (*CANACO-SERVYTUR*),
- b) Consejo Coordinador Empresarial (*CCE*), y
- c) Cámara Mexicana de la Industria de la Construcción (*CMIC*), entre otras.

El coordinador administrativo indicó que el *PIDEAS* está enfocado en un programa educativo aplicable a todas las Facultades, pero poco aterrizado a las realidades del mercado. Además manifestó como ejemplo que el formato del plan de negocios que se les enseña ya no se usa, ahora es más dinámico y fácil presentar la idea de negocio, los documentos son más pequeños, precisos y exactos. Expresó que la cultura emprendedora es muy buena idea, pero el problema está en los contenidos y en la metodología que se les enseña. Afirmó que el estudiantado desconoce que existen fondos financieros pero que son limitados; sin embargo, se les puede invitar para que aprendan a buscarlos a través de internet, ya sea del gobierno o de grupos de inversionistas.

Finalmente, el Coordinador sugirió para mejorar el *PIDEAS* tratar temas actualizados, pues constantemente hay cambios en la normatividad, las convocatorias, los formatos, y la manera de obtener recursos. Además, destacó la importancia de que el estudiantado tenga el apoyo de dos asesores: uno académico y el otro empresarial, con el propósito de tener una perspectiva más completa del ámbito de los negocios.

## Resultados

Como resultado de las entrevistas administradas a los coordinadores se organizó la información en la Tabla 2, que contiene las categorías deductivas e inductivas de las unidades temáticas para su análisis y discusión posterior.

**Tabla 2.** Eficacia, fortalezas, debilidades y estrategias del *PIDEAS*

Categoría deductiva	Proposiciones agrupadas por temas	Categoría inductiva
Eficacia	<p><i>Los resultados podrían ser mayores, pero muchos docentes no tienen el perfil para impartir el curso de emprendedores (1).</i></p> <p><i>Los resultados de los estudiantes competentes para abrir un negocio son adecuados (2).</i></p> <p><i>Me parece bien la influencia del PIDEAS en más de la mitad de los estudiantes (3).</i></p>	Avance
Fortalezas	<p><i>Al principio había mucha resistencia en las escuelas de ingeniería, ciencias, salud y humanidades (1).</i></p> <p><i>Empezamos de cero, vamos por buen camino, pero el cambio va a ser gradual (2).</i></p> <p><i>Ya empiezan a creer que pueden crear un negocio (3)</i></p>	Cambio de mentalidad
Debilidades	<p><i>Una persona es la que opera el programa y no está asignada exclusivamente a él. Además, el seguimiento y la evaluación no se están realizando (1).</i></p> <p><i>A veces no nos damos abasto ya que tenemos que visitar, dar a conocer, promocionar y atender emprendedores (2).</i></p>	Falta de capacidad operativa
	<p><i>Los estudiantes presentan proyectos de productos que no tienen las pruebas y análisis pertinentes y de inmediato los queremos en el mercado (1).</i></p> <p><i>Sólo se busca pasar la materia, elaborar algo aproximado y rápido, pero un proyecto real es más complejo en especificaciones y dinero (2).</i></p> <p><i>El PIDEAS está enfocado en un programa educativo, pero poco aterrizado al mercado actual (3).</i></p>	Proyectos superficiales
	<p><i>Sobre el tema financiero existe mucho desconocimiento por parte de los estudiantes;</i></p>	Falta de conocimiento de

	<p><i>recursos existen, pero hay que saberlos buscar (2).</i></p> <p><i>Hay que buscar financiamiento por todos lados: gobierno, inversionistas y cámaras empresariales (3).</i></p>	los temas
Estrategias	<p><i>Lo más importante sería contar con un cuerpo administrativo para la operación y con un cuerpo docente especializado para la impartición (1).</i></p> <p><i>Se debe seguir insistiendo de que el emprendimiento puede ser una opción laboral (2).</i></p>	Coordinación del programa

Fuente: Elaboración propia a partir de Bonilla-Castro y Rodríguez Sehk (2013).

La Tabla 2 expone cuatro categorías deductivas basadas en el marco conceptual, la problemática y, los objetivos del estudio; las cuales, mediante un proceso de análisis de la información recolectada, permitieron identificar elementos comunes y construir subcategorías temáticas que pertenecen a cada categoría. Asimismo, permitió la generación de seis categorías inductivas, resultado del cruce entre categorías deductivas y el contexto sociocultural de los entrevistados.

Con relación a los objetivos del estudio del *PIDEAS* se obtuvo de la Tabla 2 la siguiente información:

- a) En cuanto al primer objetivo, la categoría deductiva eficacia cuestiona el programa institucional de emprendimiento y la categoría inductiva indica un avance en la percepción del programa.
- b) Con relación al segundo objetivo se presentan las categorías deductivas:
  - 1) fortalezas, para la cual, la categoría inductiva identifica un cambio de mentalidad con respecto al programa institucional de emprendimiento, y
  - 2) debilidades, para este apartado; se identificaron tres categorías inductivas:
    - 2.1) falta de capacidad operativa,
    - 2.2) proyectos superficiales, y
    - 2.3) falta de conocimiento de los temas.
- c) Finalmente, respecto al tercer objetivo; se plantea la categoría deductiva estrategias, para esta clasificación, la categoría inductiva sugirió la coordinación del programa institucional de emprendimiento.

## Discusión

En la Tabla 2 se observa que, según la opinión de las personas coordinadoras, el *PIDEAS* ha logrado influir en la mentalidad del estudiantado de la institución en cuanto a la cultura de emprendimiento. Lo cual coincide con lo señalado por Martínez Garcés et al. (2021), quienes en sus investigaciones indican que la educación en emprendimiento es eficaz para el fortalecimiento de ideas de negocio, destacando el efecto positivo en el estudiantado, que percibe en el emprendimiento una alternativa de empleo, ingreso y calidad de vida.

Los coordinadores reconocen que los resultados podrían ser mejores, pero existen ciertas dificultades en el funcionamiento del programa. Se observó falta de coordinación entre las dos instancias responsables del *PIDEAS* pues, aunque existe cierta comunicación, trabajan de manera aislada y cada una se centra en sus responsabilidades: una en la dimensión académica y la otra en la creación de empresas.

Ante la totalidad del estudiantado de la institución, ambas áreas manifestaron falta de personal operativo para que el *PIDEAS* funcione al 100% y pueda desempeñar funciones que no se están realizando tales como la evaluación y seguimiento del mismo. Esta situación debe ser considerada para su atención y tratar de reforzar el equipo o bien subsanarla mediante la incorporación de estudiantes prestadores de servicio social.

La superficialidad de los proyectos presentados se atribuye a los objetivos divergentes de las dos áreas responsables del *PIDEAS*. Por un lado, el área académica se enfoca exclusivamente en dar información al estudiantado para elaborar un proyecto de carácter estudiantil poco apegado a las exigencias del mercado, y por el otro el *CIDEE* tiene mayor interés en cumplir sus metas de creación de negocios, con la finalidad de mantener el reconocimiento del *INADEN*.

Las personas encargadas de impartir los conocimientos para la elaboración de los proyectos—es el mismo profesorado de las Facultades que fue capacitado ex profeso para asumir de inmediato su papel de generadores del conocimiento emprendedor, sin contar con el perfil y mucho menos conocer las metodologías vigentes para participar en convocatorias, acceder a financiamientos y estructurar proyectos en formatos actualizados. Cabe señalar que este planteamiento es consistente con Sánchez Macías y Valarezo Molina (2024), quienes encontraron en sus estudios sobre emprendimiento de estudiantes, carencias en conceptos financieros clave, como la gestión del financiamiento, planificación del ahorro y evaluación de la rentabilidad de sus inversiones.

Las personas coordinadoras han identificado el problema y sugieren mejoras como: asignar más personal en el área, profesorado que reúna el perfil para impartir los cursos, incrementar la labor de convencimiento, cambiar los contenidos y la forma de impartir los cursos. Sin embargo, la problemática podría resumirse en una falta de coordinación general del *PIDEAS*.

Por tanto, en cuanto al primer objetivo del estudio, se determinó que —de acuerdo con la visión de las personas administradoras escolares— el *PIDEAS* ha contribuido en el desarrollo de la educación emprendedora del estudiantado en más de la mitad de ellos.

Con relación al segundo objetivo del estudio, se encontró que los resultados de este avance se deben a la fortaleza del cambio de mentalidad emprendedora que paulatinamente se ha venido incorporando en el estudiantado. Por otra parte, existen ciertas debilidades en la operatividad del *PIDEAS* tales como la falta de capacidad operativa, proyectos superficiales y desconocimiento de temas, entre otras.

En cuanto al tercer objetivo del estudio la estrategia más urgente es la coordinación del programa, lo que es consistente con los estudios de Silva-Peralta (2022) al señalar que la estrategia de mayor importancia es incursionar en un plan sistematizado y riguroso a la altura de las necesidades educativa, laborales y sociales de la comunidad.

## Conclusiones

El principal problema del *PIDEAS* es de estructura institucional, ya que —sin un nombramiento específico que lo responsabilice— es operado por una Facultad del área de negocios. Pero, al estar al mismo nivel jerárquico de las otras Facultades a las cuales coordina, se dificulta su operatividad, generando diversos problemas tales como: falta de fijación de objetivos y metas integrales, programación, evaluación y seguimiento de actividades, dirección con autoridad eficaz y comunicación, entre otros. En consecuencia, se sugiere a la institución incorporar una nueva unidad administrativa con estructura propia para el *PIDEAS* que le permita planear, organizar, dirigir, y controlar todas sus actividades. La estructura sugerida contempla fusionar las dos áreas involucradas actualmente en las actividades de emprendimiento bajo un mismo mando. Además, se propone designar un responsable o enlace por cada Facultad o Escuela de la institución con la finalidad de hacer más eficiente la coordinación.

Una vez incorporada la nueva unidad administrativa del *PIDEAS*, se recomienda revisar el perfil del personal docente que imparte los cursos, así como de los contenidos y metodologías que se imparte al estudiantado sobre emprendimiento. El objetivo es actualizar tanto al personal docente como a los planes y programas de estudio.

Teniendo el profesorado, planes y programas de estudio actualizados sobre emprendimiento, se debe fomentar en el estudiantado la elaboración de proyectos con ideas de negocio más alineados con las condiciones reales del mercado y viables en términos técnicos y financieros, con posibilidad de acceder a fuentes de financiamiento, de tal manera que puedan consolidarse como nuevas empresas.

El *PIDEAS* ha contribuido a combatir el desempleo y subempleo que afectan a las nuevas generaciones de profesionistas, además de que ha permitido mejorar su calidad de vida desde el punto de vista socioeconómico, por lo que se sugiere continuar con su implementación hasta su consolidación como política institucional de fomento al emprendimiento.

### **Futuras líneas de investigaciones**

Este estudio solo incluyó a los responsables de un programa institucional de emprendimiento de una IES pública. Futuras investigaciones podrían incluir programas similares que permitan reforzar los resultados obtenidos.

Asimismo, podría estudiarse el *PIDEAS* desde la visión del estudiantado con la finalidad de contar con otra perspectiva y poder comparar los resultados encontrados, o bien compararlos con resultados de otras IES. Lo anterior daría lugar a nuevas líneas de investigación, entre otros aspectos, lo que contribuiría a enriquecer la literatura académica.

## Referencias

- Barroso-Tanoira, F. G. (2013). Gestión del conocimiento en empresas y organizaciones sociales productivas exitosas. Un estudio en el sureste de México. *Hitos de Ciencias Económico Administrativas*, 19(55), 103-114. <https://doi.org/10.19136/hitos.a0n55.31>
- Bonilla-Castro, E. y Rodríguez Sehk, P. (2013). *Más allá del dilema de los métodos. La investigación en ciencias sociales*. (1ª. Ed. E-Book). Bogotá D.C., Colombia: Ediciones Uniandes. <https://download.e-bookshelf.de/download/0003/7557/68/L-G-0003755768-0007688691.pdf>
- Calzado-Barbero, M., Fernández-Portillo, A., y Almodóvar-González, M. (2019) Educación emprendedora en la Universidad. *Journal of Management and Business Education (JMBE)*. 2(2) p. 127-159. [https://www.academia.edu/94685834/Educaci%C3%B3n\\_Emprendedora\\_en\\_La\\_Universidad?uc-g-sw=113341620](https://www.academia.edu/94685834/Educaci%C3%B3n_Emprendedora_en_La_Universidad?uc-g-sw=113341620)
- Cárdenas Gutiérrez, A. R. y Montoro Fernández, E. (2017). *Evaluación de un proyecto de educación emprendedora en la ESO. La visión del alumnado. Revista de Investigación Educativa*, 35(2), 563,581. <http://doi.org/10.6018/rie.35.2.273221>
- Carmona, S. (2024). 1.6 millones de mexicanos sin empleo en último trimestre del 2023: Inegi. *Vanguardia*. <https://vanguardia.com.mx/noticias/16-millones-de-mexicanos-sin-empleo-en-ultimo-trimestre-del-2023-inegi-JG11170494>
- Cisneros-Cohernour, E. J. y Merchant, B. M. (2005). The mexican high school principal: The impact of the national and local culture. *Journal of School Leadership*, 15(2), 215-231. <https://doi.org/10.1177/105268460501500207>
- Contreras Cueva, A. & Macías Álvarez, P. (2022) Percepción de los estudiantes de turismo de la Universidad de Guadalajara (México) sobre la intención emprendedora. *El Ágora USB*. 22(1), 242-262. <https://doi.org/10.21500/16578031.4772>
- Cruz Villegas, Veronika de la, & Gordillo Fuentes, Eduardo Jesús. (2020). Validación de entrevistas por juicio de expertos en el estudio de la inclusión educativa en el área de lenguas extranjeras. *RIDE. Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 11(21), e015. <https://doi.org/10.23913/ride.v11i21.710>
- Espinoza, R. (2000). *Naturaleza y alcance de la relación universidad sector productivo*. Ediciones Ediluz. Maracaibo.
- Estébanez, M.E., Di Bello, M.E., Selva Versino, M. (2022). Universidad y «entornos»: reflexiones sobre la vinculación y el diseño de políticas universitarias en Argentina.

- Reflexiones*, vol. 101, núm. 1, Universidad de Costa Rica, Costa Rica.  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=72967100010>  
<https://doi.org/10.15517/rr.v101i1.44367>
- García Garza, D. (2013). Aportaciones para el análisis de la cultura empresarial en la universidad mexicana. El caso del Tec de Monterrey. *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, 18(56), 191-221.  
<https://www.comie.org.mx/revista/v2018/rmie/index.php/nrmie/article/view/241/241>
- Gómez Díaz, M. del R., Méndoza, González A., y Gómez, Díaz A. E. (2022). Formación para el emprendimiento social: una agenda emergente en instituciones de educación superior en México. *Revista Educación*, 46 (2). Universidad de Costa Rica, Costa Rica.  
<https://www.redalyc.org/journal/440/44070055024/> DOI:  
<https://doi.org/10.15517/revedu.v46i2.47914>
- Hernández, G. (2022a). Las causas de desempleo más comunes en México. *El Economista*.  
<https://www.eleconomista.com.mx/capitalhumano/Las-causas-de-desempleo-mas-comunes-en-Mexico-20220126-0087.html>
- Hernández, G. (2022b). Subocupación en México: 5.2 millones de personas necesitan un segundo trabajo. *El Economista*.  
<https://www.eleconomista.com.mx/capitalhumano/El-subempleo-en-Mexico-20220405-0086.html>
- Hernández, L. (30 de julio de 2012). Sin ejercer, 60% de profesionistas; egresan con conocimientos obsoletos. *Excelsior*.  
<http://www.excelsior.com.mx/2012/07/30/nacional/850633>
- Kuratko, D. (2005). The emergence of entrepreneurship education: Development, trends, and challenges. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(5), 577-598.  
<https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2005.00099.x>
- López-Martínez, O. y Navarro-Lozano, J. (2010). Creatividad e inteligencia: Un estudio en Educación Primaria. *Revista de Investigación Educativa*, 28(2), 283-296.  
<https://revistas.um.es/rie/article/view/106061/121591>
- Martínez, N. (martes 27 de abril de 2004). Profesionistas subempleados. *El Universal.mx Nación*. <http://archivo.eluniversal.com.mx/nacion/110194.html>
- Martínez Clares, P. y Echeverría Samanes, B. (2009). Formación basada en competencias. *Revista de Investigación Educativa*, 27(1), 125-147.  
<https://revistas.um.es/rie/article/view/94331>

- Martínez Garcés, Josnel; Durán Omaña, Sandra; Serna Borja, Walter. (2021). COVID-19, educación en emprendimiento e intenciones de emprender: Factores decisivos en estudiantes universitarios. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, vol. XXVII, núm. 2, Universidad del Zulia, Venezuela. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28066593019>
- Materano, W., Ruiz, L. F., Torres, C. y Valera, A. (2009). Una mirada a la formación empresarial para el desarrollo del espíritu emprendedor en las universidades. *Visión Gerencial*, 8(2), 279-290. <http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/visiongerencial/article/viewArticle/784>
- Matlay, H. (2008). The Impact of entrepreneurship education on entrepreneurial outcomes. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15(2), 382-396. <http://dx.doi.org/10.1108/14626000810871745>
- Mayer, E. L., Charles, J. A., y De la Garza, M.I. (2019). El fomento emprendedor desde la universidad mexicana. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(85), 49-67. <http://www.produccioncientificaluz.org/index.php/rvg/article/view/23828>
- Moreno, L., Silva, M., Hidrobo, C., Rincón, D., Fuentes, G., & Quintero, Y. (2022). *Formación en habilidades blandas en instituciones de educación superior: reflexiones educativas, sociales y políticas*. Corporación Universitaria Minuto de Dios (UNIMINUTO). <https://tinyurl.com/2ewkojfm>
- Morocho Amaguaya, M., & Flores Rivera L.D. (2023). Competencias que fomentan el emprendimiento en la Educación Superior. *Revista de Investigación en Ciencias de la Administración. ENFOQUES*, 7 (26), 128-142. <https://www.redalyc.org/journal/6219/621977179001/621977179001.pdf>  
<http://doi.org/10.33996/revistaenfoques.v7i26.159>
- Pérez Cervera, L. T. y Aranda Correa, A. (2003). Razones que citan los egresados en administración para no emprender. *monografias.com*. <https://www.monografias.com/trabajos13/pubempr/pubempr.shtml>
- Pires da Cruz, M., Ferreira, J., & Kraus, S (2021). Entrepreneurial orientation at higher education institutions: State-of-the-art and future directions. *The International Journal of Management Education*, 19(2). <https://tinyurl.com/2k374cs8>
- Sánchez Macías, S. P., & Valarezo Molina M. J., (2024). El papel de la educación financiera en emprendimientos de estudiantes de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí, Ecuador. *Uniandes Episteme. Revista digital de Ciencia, Tecnología e*

*Innovación*. 11 (4). Universidad Regional Autónoma de los Andes Ecuador.

<https://www.redalyc.org/journal/5646/564679169021/564679169021.pdf>

DOI: <https://doi.org/10.61154/rue.v11i4.3689>

Silva-Peralta, Y., Rompato, M.E., Pesce, N., Tassier, D., & Castañón, A. (2022) Estrategias de fomento al emprendimiento en la educación superior. Un análisis desde la perspectiva de estudiantes de pregrado universitarios. REXE. Revista de Estudios y Experiencias en Educación. 21(46), 328-344.

<https://www.redalyc.org/journal/2431/243172248019/243172248019.pdf> DOI:

<https://doi.org/10.21703/0718-5162.v21.n46.2022.018>

Stake, R. E. (1994). Case studies. En N. K. Denzin y Y. S. Lincoln (Eds.), *Handbook of Qualitative Research* (pp. 236-247). Sage Publications.

Valera Villegas, R. (2005). Hacia una Universidad con espíritu empresarial. *Forum Empresarial*, 10(1), 70-84. <https://doi.org/10.33801/fe.v10i1.3793>

Varela R. (2001). Educación empresarial: El reto del nuevo siglo. *15 congreso chileno de Educación en Ingeniería*.

[https://bibliotecadigital.icesi.edu.co/biblioteca\\_digital/bitstream/item/4427/1/educacion\\_empresarial\\_reto\\_nuevo\\_siglo.pdf](https://bibliotecadigital.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/item/4427/1/educacion_empresarial_reto_nuevo_siglo.pdf)