

SINERGIA RED UNIVERSITARIA UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA: CUCEA, CUCBA Y CUSUR

Jovanna Nathalie Cervantes Guzmán

Universidad de Guadalajara/*Jovanna.cervantes3089@academicos.udg.mx*/ México

RESUMEN

Objetivo: Es necesario que los estudiantes universitarios se capaciten con casos reales para que experimenten el aprendizaje experiencial, en donde posean una experiencia concreta y aprendan de ella. Integrandó la capacitación, educación y las habilidades blandas, para armarlos de las herramientas necesarias para desarrollar una intención emprendedora.

Caso: Esto se realizará mediante la formación del trabajo multidisciplinario utilizando modelos de negocios adaptados a la enseñanza del emprendimiento. Logrando así evitar dejar a la deriva al talento formado en las universidades, que no encuentra un estímulo al conocimiento para lograr el desarrollo de su emprendimiento. Propiciándolo a partir de trabajos escolares que pueden derivar en negocios potenciales, mediante la asociación de diferentes carreras universitarias para generar y potencializar relaciones profesionales multidisciplinarias alumno-alumno.

Metodología: Apha de Cronbach, el KMO, la Prueba de Bartlett, regresión lineal y análisis no paramétrico mediante la prueba de Kruskal Wallis.

Resultados: Se percibió mejor desempeño de los alumnos de mercadotecnia, mayor motivación y mayor interés por ser parte del proyecto de comercialización del producto al final del estudio, para incentivar la intención emprendedora.

Conclusiones: Los estudiantes deben ser vistos como emprendedores para mejorar sus capacidades argumentativas, reflexivas e interpretativas. Siendo la realización de los modelos de negocios un proceso para guiarlo hacia la creación de un emprendimiento.

Palabras clave:

Intención emprendedora, Capacitación, Educación y Habilidades Blandas

ABSTRACT

Objective: It is necessary for university students to be trained with real cases so that they experience experiential learning, where they have a concrete experience and learn from it. Integrating training, education, and soft skills, to arm them with the necessary tools to develop an entrepreneurial intention.

Caso: This will be done through the formation of multidisciplinary work using business models adapted to the teaching of entrepreneurship. Thus, managing to avoid leaving adrift the talent trained in the universities, which does not find a stimulus to the knowledge to achieve the development of its entrepreneurship. Promoting it from schoolwork can lead to potential businesses, through the association of different university careers to generate and potentiate multidisciplinary student-student professional relationships.

Methodology: Cronbach's Apha, the KMO, the Bartlett Test, linear regression, and non-parametric analysis using the Kruskal Wallis test.

Results: Better performance of marketing students, greater motivation, and greater interest in being part of the product marketing project at the end of the study were perceived, to encourage entrepreneurial intention.

Conclusions: Students should be seen as entrepreneurs to improve their argumentative, reflective, and interpretive skills. Being the realization of business models a process to guide them toward the creation of an enterprise.

Keywords:

Entrepreneurial Intent, Training, Education and Soft Skills.

1. INTRODUCCIÓN

De acuerdo con el INEGI de 3 millones de jóvenes desempleados entre 17 a 25 años, 1 de cada 3 poseen título universitario. La OCDE expone que los jóvenes que tienen más de 22 años tardaran más de 1 año en encontrar un trabajo relacionado con su carrera, y una vez que lo encuentran su salario será menor a lo que pagaban de colegiatura en su universidad. Esto es consecuencia de uno de los aspectos que tienen mayor grado de relevancia en su vida universitaria que es pasar los exámenes, es decir, estas cifras muestran que las universidades los entrenan a corto plazo en lugar de largo plazo, debiendo ser la escuela una preparación para el futuro. Esta

formación debe estar integrada por la capacitación, educación y las habilidades blandas (Herrera, 2020).

Estos jóvenes “Millennials” tienen grandes diferencias con los intereses y las necesidades económicas de las generaciones de Baby Boomers y la generación X, porque es considerada como la que tiene un mayor grado de educación en la historia de la humanidad por el acceso han tenido a lo largo de su vida a las Tecnologías de la Información (TICs) (Lara, 2011), impulsan la creación de nuevas tecnologías y buscan nuevas formas para trabajar (Sánchez, 2011). Pero a su vez se enfrentan a un mayor reto porque los trabajos en la actualidad solicitan un mayor grado de preparación académica y profesional, provocando barreras para su desarrollo en la vida laboral (Herrera, 2020). En la actualidad los millennials han modificado el modelo tradicional de su profesionalización al enfocarse en mayor medida al emprendimiento, para su formación se debe de aprender de una forma interactiva y experimental.

Estos jóvenes, de acuerdo a Herrera (2020) deben contar con 3 aspectos fundamentales para la formación de la intención emprendedora:

1. Capacitación o profesionalización. Las técnicas, el entrenamiento y el uso de la información que hace capaz al individuo de iniciar un emprendimiento. La educación no sustituye la capacitación en una empresa por que el cliente interno y externo paga por un resultado específico no por el mejor esfuerzo.
2. Educación. Es el conocimiento y la información que genera la conducta empresarial.
3. Habilidades blandas. Estas se desarrollan a lo largo de la vida, siendo la actitud que se muestra en el entorno, estas se encuentran integrados por comunicación, liderazgo, solución de conflictos, trabajo en equipo, etc.

2. ANTECEDENTES DE LA EXPERIENCIA

Funders and Founders (2016) exponen que del 2013 al 2020 de 8,000 millones de personas, solo 3,000 tendrán empleo. En la actualidad 1 de cada 19 personas es emprendedora y de ellos el 57% son desarrollados por jóvenes adultos de 18 a 34 años, esto es, por de acuerdo a Global Entrepreneurship Monitor 2019/2020 los niveles de etapas iniciales de emprendimiento incrementan con los jóvenes y decremento a partir de los 38 años, siendo el 55.6% el resultado del aprovechamiento de oportunidades y el 25.2% por necesidad (Bloomberg, 2016). Estos niveles se

han incrementado de forma exponencial a causa de la pandemia.

Además, la problemática del emprendimiento de los jóvenes desde una manera práctica y su contexto es que no encuentran estímulo para el desarrollo de los emprendimientos desde una perspectiva práctica en las universidades de México, por lo que el porcentaje de emprendimiento es bajo entre los jóvenes mexicanos. Por lo que se debe incentivar el desarrollo del mismo desde una perspectiva innovadora.

De acuerdo con Sánchez (2012), afirma que “los emprendedores no solo generan las ideas, también se encargan de hacerlas realidad, porque sin acción no hay emprendimiento” (p. 16). Por lo que para que los estudiantes hagan realidad sus proyectos y los presenten en el mercado, es necesario que la universidad brinde apoyo para su realización. El Banco Mundial (Valerio, et al, 2013) afirma que los programas de emprendimiento son más efectivos para los grupos integrados por jóvenes que en los adultos.

Los profesionistas capaces de enfrentar los retos que conlleva la creación de una empresa, su introducción a mercados nacionales e internacionales, tener proyección social en un contexto globalizado es resultado de los esfuerzos del talento humano comprometido con la generación de desarrollo empresarial (Díaz, 2015).

Es necesario aprender y practicar en un entorno enfocado al desarrollo del conocimiento y las capacidades como lo es la universidad, para que el día de mañana que los jóvenes se enfrenten al “mundo real” sean capaces de sobrellevar los retos que se enfrenten con su emprendimiento, y no dejen que la falta de conocimientos, capacitaciones y habilidades sean una limitante para lograr sus metas.

3. JUSTIFICACIÓN Y PERTINENCIA

Desaparece el INADEM, lo que ocasionó la fractura de una de las columnas vertebrales que incentivaba el emprendimiento en México. Esto provocó que las incubadoras y aceleradoras que contaban con su apoyo cerrarán. Esto obliga que los jóvenes busquen nuevas oportunidades de empleo que el plan del gobierno no incentiva la creación de empresas provocando una desaceleración en las mismas con menores oportunidades. Se deja a la deriva al talento formado en las universidades, que no encuentra un estímulo al conocimiento para lograr el crecimiento en el sector empresarial (Velázquez, 2019).

Los alumnos que egresan encuentran dificultades por la falta de oportunidades para ser parte de la Población Económicamente Activa (PEA), además de los derivados de los problemas que enfrentan las PYMES en México por el bajo crecimiento, la poca estabilidad y el crédito limitado (Arana, 2018) que limita las opciones de empleo.

Por lo anterior, es necesario formar una intención emprendedora entre los alumnos, integrando la capacitación, educación y las habilidades blandas, para armarlos de las herramientas que les permitan enfrentar la falta de oportunidades laborales o las limitadas opciones de financiamiento para nuevos proyectos, entre otros. La formación del trabajo multidisciplinario genera mejores resultados, fortaleciendo cada área de un negocio y productos de mejor calidad con sustento.

Esto se realizará mediante la formación del trabajo multidisciplinario que genera proyectos de negocios con mejor calidad. Evitando dejar a la deriva al talento formado en las universidades, que no encuentra un estímulo al conocimiento para lograr el desarrollo de su emprendimiento. Propiciándolo partir de trabajos escolares que pueden derivar en negocios potenciales, mediante la asociación de diferentes carreras para generar y potencializar relaciones profesionales multidisciplinarias alumno-alumno. Con ello incentivar la formación de la intención emprendedora en los jóvenes millenials universitarios mediante el desarrollo de la capacitación, la educación y las habilidades blandas.

4. OBJETIVOS

4.1. OBJETIVO GENERAL

El objetivo general de la investigación es analizar el impacto que tuvo el trabajo multidisciplinario en los jóvenes universitarios en la formación de sus competencias para incentivar el emprendimiento.

4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Examinar la capacitación obtenida para incentivar el emprendimiento en los jóvenes universitarios.

- Analizar la educación obtenida para incentivar el emprendimiento en los jóvenes universitarios.
- Examinar las habilidades blandas obtenida para incentivar el emprendimiento en los jóvenes universitarios.

A continuación, se presenta a operacionalización de las variables. (Ver tabla 1)

Tabla 1 – Operacionalización de las variables

Tema	Objetivo general	Pregunta de investigación general	Objetivos específico	Preguntas de investigación específica	Variables	Hipótesis	Análisis metodológica
La vinculación universitaria como impulso al emprendimiento en los jóvenes	Analizar el impacto que tuvo el trabajo multidisciplinario en los jóvenes universitarios en la formación de sus competencias para incentivar el emprendimiento	¿Cuál fue el impacto que tuvo el trabajo multidisciplinario en la formación de sus competencias para incentivar el emprendimiento?	Examinar la capacitación obtenida para incentivar el emprendimiento en los jóvenes universitarios	¿Cómo fue la capacitación obtenida para incentiva el emprendimiento en los jóvenes universitarios?	Capacitación	La capacitación tiene una relación positiva con la intención emprendedora	Cuantitativa inferencial
			Analizar la educación obtenida para incentivar el emprendimiento en los jóvenes universitarios	¿Cómo fue la educación obtenida para incentiva el emprendimiento en los jóvenes universitarios?	Educación	La educación tiene una relación positiva con la intención emprendedora	Cuantitativa inferencial
			Examinar las habilidades blandas obtenida para incentivar el emprendimiento en los jóvenes universitarios	¿Cómo fue las habilidades blandas obtenidas para incentiva el emprendimiento en los jóvenes universitarios?	Habilidades Blandas	Las habilidades blandas tienen una relación positiva con la intención emprendedora	Cuantitativa inferencial

Fuente: Elaboración propia

5. DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA

Tabla 2 – Eventos de vinculación realizados

Nombre de evento	Fecha	A quién estaba dirigido
Firma de convenio	29 / oct / 2020	Rectores, secretarios académicos, jefes de departamento, encargados de emprendimiento y profesores encargados, de los centros universitarios CUCEA, CUCBA y CUSUR que forma parte de la RED UDG

Vinculación con COCULA con los alumnos de CUCEA y CUCBA para la formación de un emprendimiento desde la visión de negocios	14 / dic /2020	Gobierno de COCULA con los centros universitarios CUCEA, CUCBA y CUSUR
The Santander X Entrepreneurship Educator's Programme (Dra. Jovanna Nathalie Cervantes Guzman)	Julio a Septiembre 2020	Oxentia (Oxford Global Innovator Consultancy), Santander X, profesores encargados de emprendimiento de diversas universidades de LATAM, España y Reino Unido

Fuente: Elaboración propia

5.1. CRÍTERIOS DE EVALUACIÓN

Cuadro 1 – Vinculación educación-empresa

Se logra una vinculación de triple elipse: con academia (profesores y empresarios de la Universidad de Guadalajara), empresa (empresa con presencia nacional e internacional con un enfoque social) y gobierno (El gobierno de COCULA requiere apoyo para mitigar los efectos negativos económicos causados por la pandemia).

Se forman productos alimenticios orgánicos validados y sustentados por los alumnos universitarios de la licenciatura de ciencia de los alimentos de CUCBA que incentivan el producto mexicano; los proyectos de negocios desarrollados por los alumnos de la licenciatura en mercadotecnia CUCEA apoyan tanto al desarrollo de los productos de la empresa como el sacar al mercado los productos de los alumnos de CUCBA, y ambos centros universitarios apoyan al municipio para incentivar su economía mediante el emprendimiento social. Y junto a los alumnos de la maestría de en derecho de CUSUR se protegen la propiedad intelectual de los productos de la UDG, como se establecen los contratos y acuerdos con las empresas y el gobierno. Logrando su fin común que es incentivar la economía del país.

Finalmente se logra la fórmula del emprendimiento de Stanford: Captación de ideas + Educación emprendedora + Propiedad intelectual = Incremento del número de Startups.

Se realizó una consultoría gratuita a la empresa XICA de maíz ancestral, siendo una empresa que trabaja con los indígenas de Tuxpan y la sierra de Mazatlán al sur de Jalisco, ellos trabajan la tierra de una manera tradicional y 100% natural sin químicos y fertilizantes.

A causa de la pandemia, la directora expone que han tenido dificultades y requerían de una nueva perspectiva para el desarrollo de sus productos, y así evitar dejar a la deriva a las familias que trabajan en el campo con técnicas de cosecha y creencias milenarias heredadas de sus ancestros.

El trabajo realizado les proporciono una nueva perspectiva de visión hacia sus productos para mejorar y/o cambiar las estrategias de comunicación, la validación del

mercado, e introducirse en otros canales de comercialización adaptados a las necesidades actuales del mercado como lo es el e-commerce.

Además, expresaron su intención de reclutar a los alumnos para la realización del servicio social y/o prácticas profesionales para la continuación de la experiencia formativa con posibilidad a ser contratados en un futuro por la empresa.

En el futuro inmediato, derivado de la vinculación de la Sinergia UdG-empresa Xica, se pretende por iniciativa de la empresa, seleccionar los productos elaborados a lo largo de su carrera universitaria por los alumnos de CUCBA y que cuentan con la validación, que otorgan los alumnos de CUCEA en su plan de negocios para que la empresa Xica, que ya cuenta con capacidad de producción, los permisos y las certificaciones por las autoridades correspondientes de la industria alimenticia, la capacidad de exportación y experiencia, los integre en conjunto con los productos de XICA a una de las mayores plataformas a nivel mundial de comercio electrónico enfocada al Business to Business (B2B) llamada Alibaba, directamente con su representante en México para incentivar los productos mexicanos a nivel internacional. Y de los ingresos generados por los productos de la UDG el 15% se va a reinvertir en la generación de nuevos productos desarrollados por las nuevas generaciones de alumnos universitarios de los centros que conforman la sinergia

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 2 – **Carácter innovador**

El carácter innovador es el uso de la tecnología para mejorar la calidad de la enseñanza y el aprendizaje ya que permite el adaptar conocimiento obtenido de programas internacionales virtuales para el proyecto, siendo adaptado del “Goldman and Sacks 10000 Women” mismo que la organización le dio el permiso a la Dra. Jovanna Nathalie Cervantes Guzmán exclusivamente para utilizar la estructura del proyecto de negocios con sus alumnos, esta se encuentra validada para el desarrollo de emprendedores en países en vías de desarrollo. También participo la Dra. Cervantes con el programa en Santander X Entrepreneurship Educator's (SEE) Programme by Santander and Oxentia (Oxford University Global Innovation Consultancy) en una de las 20 posiciones otorgadas a nivel de LATAM, España y Portugal para participar con el proyecto de sinergia, en donde nos apoyaron con una mayor estructuración para generar un mayor impacto en los jóvenes universitarios. Además, que el proyecto fue presentado por la Dra. Cervantes en un programa de emprendimiento e innovación desarrollado en Silicon Valley, presentando en

la Universidad de Boston en 2019.

Finalmente, las personas que forman parte del proyecto cuentan con reconocimiento en sus campos, es el caso de la Dra. Jovanna Nathalie Cervantes Guzmán que fue seleccionada para el programa “Jóvenes Líderes de las Américas (YLAI)” 2020-2021, por el departamento de EUA y IREX, donde seleccionan a los jóvenes emprendedores sociales con mayor potencial en América Latina, el Caribe y Canadá.

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 3 – **Carácter innovador**

Se desarrollaron asociaciones para la transferencia de trabajos para la elaboración de los proyectos emprendedores desarrollados por los alumnos de la carrera de Mercadotecnia del Centro Universitario de Ciencias Económico-Administrativas (CUCEA) que resultan en los entregables finales de sus respectivos cursos académicos. Para lo cual parten un producto alimenticio desarrollado por alumnos de la carrera de Ciencia de los Alimentos del Centro Universitario de Ciencias Biológicas y Agropecuarias (CUCBA). Fortaleciendo los vínculos universitarios de la academia con el entorno económico y social. Además de la transferencia de conocimiento al sector empresarial para brindarles nuevas perspectivas de desarrollo y al gobierno para la reactivación de los municipios.

Los proyectos de negocios tuvieron como base la estructura del programa de “Goldman and Sachs 10,000 Women”. Su trabajo se encontró constituido por un proyecto de negocios integrado por el know how de los fundamentos para introducir y comercializar el producto a nivel nacional e internacional.

Participaron 82 alumnos de la licenciatura de mercadotecnia con 17 productos desarrollados por la licenciatura de ingeniería de alimentos, que participaron en el proyecto de sinergia, dirigidos por la Dra. Jovanna Nathalie Cervantes Guzmán, siendo ella emprendedora ganadora a nivel internacional, en sus clases de promoción y publicidad, y producto – precio en la Universidad de Guadalajara. Los alumnos de mercadotecnia resolvieron las complicaciones que se fueron presentando, consultando, re diseñando y trabajando con los productos de los alumnos de ciencias de los alimentos.

La finalidad del proyecto se enfoca en iniciar con la formación de la intención emprendedora para formar empresas, mediante la intervencionalidad de los estudiantes de diferentes disciplinas y el apoyo para el desarrollo de las empresas y los gobiernos municipales.

La globalización y existencia de nuevos mercados requiere de proyectos, productos y servicios adecuadamente fundamentados para poder comercializar, ofrecer y compartir en los sistemas de e commerce y redes digitales del mercado local y global además requieren ser desarrollados y validados por profesionistas que cubran los requerimientos del mercado meta.

Ejerciendo en la universidad y los docentes una función de generación, difusión y transferencia de: capacitación, educación y formación de habilidades blandas. Que se convierta en un actor fundamental en la nueva economía, para generar una ventaja competitiva que permita la diferenciación y el reconocimiento de los emprendimientos desarrollados por los alumnos para generar sostenibilidad en el contexto económico y ambiental, provocando así un mayor crecimiento del entorno local, regional y nacional.

Como proyecto futuro, la sinergia será desarrollada a un mayor nivel, incrementando no solo redes universitarias de diferentes ciencias, sino también puede ser con otros centros universitarios públicos y privados, además de integrar a un mayor número de empresas para apoyarlas en su desarrollo, y con ello incentivar el emprendimiento en los jóvenes universitarios para apoyar al crecimiento del país.

Como prueba de ello, actualmente se está en proceso de negociación con la Universidad de Chile, para la generación de una vinculación, la UdeG colaboro en una primera etapa con mentores para la asesoría de trabajos emprendedores desarrollados por los estudiantes universitarios, y la UC va a dar mentoría especial para el concurso de emprendimiento que se está organizando en la RED UdeG.

Fuente: Elaboración propia

6. RESULTADOS OBTENIDOS

Los estudiantes deben ser vistos como emprendedores para mejorar sus capacidades argumentativas, reflexivas e interpretativas. Siendo la realización de los modelos de negocios un proceso para guiarlo hacia la creación de un emprendimiento. Siendo las metodologías desarrolladas por los académicos universitarios enfocadas a conocer los problemas reales del mundo empresarial para la búsqueda de oportunidades potenciales y con ello tener proyección a nivel local, regional, nacional e internacional.

Su enseñanza debe ser efectiva para crear una cultura emprendedora en los alumnos que genere la creación de empresas sólidas, evitando que el emprendimiento solo se enseñe para cumplir un requisito más en sus materias.

Como resultado se percibió mejor desempeño de los alumnos de mercadotecnia, mayor motivación y mayor interés por ser parte del proyecto de comercialización del producto al final del estudio, para incentivar la intención emprendedora. En donde exponen los alumnos:

“Me parece que es el complemento en conjunto de todos el aprendizaje adquirido, se trabaja más allá de la teoría, poniendo en práctica los conocimientos que sesión tras sesión vamos aprendiendo paso a paso de la mano de la maestra y su experiencia propia, pudimos darnos cuenta de cómo es empezar un negocio en la vida real, llevándolo a una simulación práctica de cómo deben prepararse estos proyectos y cómo deben ser presentados, para no cometer pequeños errores que pueden hacer que un proyecto se derrumbe por haber descuidado esos aspectos, y creo que en un futuro podemos trabajar juntos para que las ideas puedan salir al mercado”.

Los estudiantes perciben con mayor grado de relevancia de acuerdo con al cuantitativo inferencial:

1. Enseñanza
2. Capacitación
3. Habilidades blandas

Como proyecto futuro para la siguiente parte de la investigación, la sinergia será desarrollada a un mayor nivel, incrementando no solo redes universitarias de diferentes ciencias, sino también puede ser con otros centros universitarios públicos y privados, además de integrar a empresas para apoyarlas en su desarrollo, y con ello incentivar el emprendimiento en los jóvenes universitarios para apoyar al crecimiento del país.

7. REFERENCIAS

Arana, D. (31 de enero del 2018). Pymes mexicanas, un panorama para el 2018. Forbes.

Recuperado de <https://www.forbes.com.mx/pymes-mexicanas-un-panorama-para-2018/>

Baéz, J. (February 8, 2015). Millenials vs generación z: ¿A cuál perteneces?. *Dinero en imagen*.

Recovered from <https://www.dineroenimagen.com/2015-02-08/50588>

- Baron, A., y Shane, S. (2008). *Entrepreneurship, a process perspective*. (2nd ed.). London: South-Western; [Thomson Learning distributor].
- Barney, J.B., (1991) "Firm Resources and Sustained Competitive Advantage", *Journal of Management*, Vol. 17, No. 1, pp. 99-120.
- Barrios, I. (August 19, 2015). Nuevas miras hacia los millenials del lujo. *Forbes*. Recovered from <https://www.forbes.com.mx/forbes-life/nuevas-miras-hacia-los-millennials-del-lujo/>
- Bloomberg (1 de agosto 2016). Las mujeres solo necesitan la mitad que los hombres para emprender. *El Comercio*.
- Bygrave, W., & Miniti, M. (2000). The social dynamics of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 24(3), 25-36.
- Davenport, T. H. and Prusak, L., (1998) *Working knowledge: How organizations manage what they know*, Harvard Business School Press, Boston.
- Díaz, E. (2015). *Estilos de aprendizaje y emprendimiento en los estudiantes de Administración de Negocios Internacionales de la Universidad Mariana*. (Tesis de posgrado). Universidad Mariana.
- Dimock, M. (March 1, 2018). Defining generations: Where Millennials end and post-Millennials begin. *Pewresearch.org*. Recovered from <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2018/03/01/defining-generations-where-millennials-end-and-post-millennials-begin/>
- Dyer, W. G., & Handler, W. (1994). Entrepreneurship and Family Business: Exploring the Connections. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 19(1), 71-83. <https://doi.org/10.1177/104225879401900105>
- Fayolle, A.; Lassas-Clerc, N. (2006). Essay on the Nature of Entrepreneurship Education. En Fueglistaller, U.; Volery, T.; Weber, W.; (Eds) *Entrepreneurship in United Europe- Challenges and Opportunities-Conferérence*. University of Sofia-Bulgaria.
- Funders and Founders (7 de noviembre 2016). Mil millones de emprendedores en el 2023. *Gestión*, p. 14.
- Gibb, A.A. (2005). Towards the Entrepreneurial University. Entrepreneurship Education as a lever for change. National Council for Graduate Entrepreneurship. *Policy Paper*, 3: 1-46.
- Harvard University. (2011). *Harvard University: Competency Dictionary*.
- Herrera, H. (12 de marzo del 2020). La educación como impulso de crecimiento (Audio podcast). Recuperado de <https://youtu.be/t9gE5PjD8Oc>

- Klein, P.G.; Bullock, J.B. (2006). Can Entrepreneurship Be Taught? *Journal of Agricultural and Applied Economics*, 38(2): 1-19.
- Lara, P. (2011). El empresario innovador. *Economía*, 21 -27
- Liñán, F., Urbano, D., & Guerrero, M. (2011). Regional variations in entrepreneurial cognitions: Start-up intentions of university students in Spain. *Entrepreneurship & Regional Development*, 23(3/4), 187-215. doi.org/10.1080/08985620903233929
- Marr, B. and Schiuma, G., (2001) Measuring and Managing Intellectual Capital and Knowledge Assets in New Economy Organisations, in Handbook of Performance Measurement, ed. M. Bourne, Gee, London.
- Nogales, R. (2011). La red europea de investigación EMES y su contribución a la construcción de Europa mediante el estudio de la empresa social y del tercer sector. *Revista Española del Tercer Sector*, n° 17, enero – abril.
- Oliveras, G. (2015). *La educación emprendedora en la universidad: análisis y propuestas para la inserción de estas actividades a la curricula* (Tesis de doctorado). Universidad Nacional del Sur, Argentina.
- Pereira, M.L.N. (2009). Motivación: perspectivas teóricas y algunas consideraciones de su importancia en el ámbito educativo. *Revista Educación*, 33(2): 153-170.
- Rado, T. (2018) *Los estilos de aprendizaje y su influencia en el emprendimiento empresarial de los estudiantes del programa de estudios de contabilidad del Instituto de Educación Superior Tecnológico La Salle* (Tesis de maestría). Universidad Nacional de Educación, Perú.
- Ramos, A. (2017). *Los millenials y la cultura de innovación en las empresas de TI* (Tesis de maestría). Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores del Occidente, México.
- Requena, J; & Samos, V. (2017). *El perfil emprendedor de los estudiantes millenials de la universidad de Quintana Roo* (tesis de pregrado). Universidad de Quintana Roo, México.
- Sánchez, D. (2012). *Análisis del emprendedor y del emprendimiento de éxito en el Ecuador para incentivar la creación de una red de Inversionistas Angeles en Quito*. (Tesis de posgrado). Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Quito, Ecuador.
- Sánchez, J. (2011). *Entrepreneurship : introduction, psicothema*. Universidad de Salamanca, ol. 23, No. 3, pp. 424-426.

- Saldarriaga, M., & Guzmán; M. (2018). Enseñanza del emprendimiento en la educación superior: ¿Metodología o modelo? *Revista EAN*, 85, 125-142. DOI: <https://doi.org/10.21158/01208160.n85.2018.2054>
- Śledzik, Karol. (2013). Schumpeter's View on Innovation and Entrepreneurship. SSRN Electronic Journal. 10.2139/ssrn.2257783.
- Spies Blair, B. (2011, junio 20). Does entrepreneurship education have value? Can entrepreneurship be taught? Recuperado de <http://www.babson.edu/news-events/babsonnews/Pages/110620-does-entrepreneurship-education-have-value-can-entrepreneurshipbe-taught.aspx>
- Stevenson, A. (August 5, 2015). Cramer: Cashing in on millennials behavior trends. *CNBC*. Retrieved from <https://www.cnbc.com/2015/08/05/cramer-cashing-in-on-millennial-behavior-trends.html>
- Thompson, E. R. (2009). Individual entrepreneurial intent: Construct clarification and development of an internationally reliable metric. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 669-694. doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00321.x
- Valerio, A; Parton, B; & Robb, A. (2013). *Framing the global landscape of entrepreneurship education and training programs*. Washington, D.C.: World Bank Group. <http://documents.worldbank.org/curated/en/808581468155708228/Framing-the-global-landscape-of-entrepreneurship-education-and-training-programs>
- Vázquez, J. (2017). *Factores que inciden en la intención del emprendimiento de universitarios adultos con experiencia laboral* (Tesis de maestría). Universidad San Ignacio de Loyola, Perú.
- Velázquez, F. (30 julio del 2019). *Emprender en México después del cierre de INADEM*. Entrepreneur. Recuperado de <https://www.entrepreneur.com/article/337435>
- Wennekers, S., Uhlaner, L., & Thurik, R. (2002). Entrepreneurship and its conditions: A macro perspective. *International Journal of Entrepreneurship Education* (IJEE), 1(1), 25–64.
- Wyoming Workforce Planning. (n.d.). *Wyoming Workforce Planning Competency Dictionary*. Retrieved April 1, 2020, from http://wyomingworkforceplanning.state.wy.us/wyoming_competencies/wyoming_competencies_core_home.htm