



Año 24 No. 85

Enero - Marzo 2019

# Revista Venezolana de Gerencia



UNIVERSIDAD DEL ZULIA (LUZ)  
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales  
Centro de Estudios de la Empresa

ISSN 1315-9984

Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons  
Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 3.0 Unported.  
<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/deed.es> ES

# El fomento emprendedor desde la universidad mexicana

Mayer Granados Elizabeth Lizeth<sup>1</sup>  
Charles Coll Jorge Alberto<sup>2</sup>  
De la Garza Ramos, Maria Isabel<sup>3</sup>

## Resumen

Esta investigación tuvo como objetivo abordar mediante un análisis descriptivo el tema del emprendimiento y la manera en que éste se promueve desde las universidades mexicanas. A través de una técnica cualitativa se presenta el caso de la Universidad Autónoma de Tamaulipas y a partir de ello se encontró que son muchos los esfuerzos que la universidad mexicana está realizando para promover el espíritu emprendedor, haciéndolo desde dos aristas: ofreciendo programas de estudios de fomento emprendedor y la incubación de negocios, sin embargo, en México el fomento emprendedor desde las universidades no se ha desarrollado con la misma rapidez que en EE.UU., Canadá y/o países de otros continentes.

**Palabras clave:** Emprendimiento; fomento emprendedor; universidad.

---

Recibido: 25.07.18 Aceptado: 12.12.18

- <sup>1</sup> Profesora investigadora de la Universidad Autónoma de Tamaulipas y líder del Cuerpo Académico (CA) Cultura y Desarrollo de la Empresa, E-mail:elmayer@docentes.uat.edu.mx. ORCID: 0000-0002-8063-1157
- <sup>2</sup> Profesor investigador de la Universidad Autónoma de Tamaulipas y miembro del CA Cultura y Desarrollo de la Empresa, E-mail:jacoll@docentes.uat.edu.mx. ORCID: 0000-0003-2877-2937
- <sup>3</sup> Profesora investigadora de la Universidad Autónoma de Tamaulipas, Decana de la Facultad de Comercio y Administración de Tampico y miembro del CA Cultura y Desarrollo de la Empresa, E-mail:igarza@docentes.uat.edu.mx. ORCID: 0000-0003-0003-8757.

# *Entrepreneurship promotion from de Mexican University*

## **Abstract**

The objective of this research was to approach, through a descriptive analysis, the subject of entrepreneurship and the way in which it is promoted from Mexican universities. Through a qualitative technique the case of the Autonomous University of Tamaulipas is presented and from this it was found that there are many efforts that the Mexican university is making to promote the entrepreneurial spirit, doing it from two arists: offering programs of promotion studies entrepreneurship and business incubation, however, in Mexico the entrepreneurial promotion from universities has not developed as quickly as in the US, Canada and / or countries from other continents.

**Keywords:** Entrepreneurship; Entrepreneurial promotion; university.

## **1. Introducción**

El fomento emprendedor comenzó a extender su popularidad por todo el mundo cuando la escuela de negocios de Harvard introdujo el primer curso empresarial en 1947 y que posteriormente el tema del emprendimiento se popularizara entre la comunidad académica y científica (Robinson y Haynes, 1991; Finkle y Deeds, 2001; Katz, 2003). Hoy en día las universidades mexicanas buscan fomentar la creación de empresas por medio de una formación adecuada que permita el desarrollo de las habilidades emprendedoras. Adquirir una visión más emprendedora y cambiar los programas educativos se debe en parte, a la dificultad que afrontan los recién egresados de

las universidades para integrarse en el mercado laboral y encontrar un trabajo acorde a su perfil académico; el problemas de desempleo; los bajos salarios; la poca actividad emprendedora<sup>4</sup>; la informalidad en los negocios o la tasa de mortandad de los negocios establecidos, así como los cambios económicos que surgen a partir de los factores del entorno.

A partir de tales problemáticas, ha surgido el interés en el análisis y profundización del conocimiento del fomento emprendedor a través de dos temas fundamentales: El análisis de los programas de estudio (PE) enfocados a la formación emprendedora desde las universidades (Robinson y Sexton, 1994;

---

<sup>4</sup> De acuerdo con los estudios del Global Entrepreneurship Monitor (2006), la actividad emprendedora en México ocupa el lugar número 31 de una muestra de 42 países, situándose dentro de los 10 países con menor tasa de sobrevivencia de negocios establecidos.

Sexton, et al, 1997; Vesper y Gartner, 1997; Finkle y Deeds, 2001; Katz, 2003; Peterman y Kennedy, 2003); y el estudio sobre el papel que juegan las incubadoras de negocios universitarias (Mian, 1994, 1996; Grimaldi y Grandi, 2005; Markman et al, 2005). Cabe mencionar que ambos temas se han estudiado por separado y aún queda pendiente un estudio que combine ambos fenómenos de manera integradora.

Bajo éste contexto teórico, el objetivo de este trabajo de investigación es analizar cualitativamente a partir del estudio de caso, el fomento emprendedor desde la universidad mexicana, concretamente en la Universidad Autónoma de Tamaulipas.

## **2. ¿Cómo fomentar el emprendimiento desde las universidades?**

El interés sobre el fenómeno emprendedor ha ido creciendo a través del tiempo, hoy en día podemos encontrar investigaciones que miden el impacto que la formación emprendedora posee en el desarrollo regional, y analizan la situación actual de los países que han incluido programas que fomentan el emprendimiento (Carsrud, 1991; Iyigun y Owen, 1999; Klandt, 2004). Además, presentan modelos que miden la calidad de los programas ofrecidos por las distintas universidades del mundo (Vesper y Gartner, 1997); y examinan los diferentes programas de fomento emprendedor existentes (McMullan y Gillin, 1998; Brush et al, 2003; Ohland et al, 2004; Finkle et. al, 2006; Dean et. al, 2007).

Actualmente existe evidencia empírica que demuestra que la adquisición de conocimientos sobre

creación de empresas, puede ser un factor que influya en el desarrollo de habilidades emprendedoras. En este sentido se considera que la capacidad emprendedora puede ser alentada a través de la enseñanza (Aronsson, 2004; Kirby, 2004). De hecho, Galloway y Brown (2002), mediante un estudio empírico, observan que alumnos que optaron por al menos un curso sobre emprendimiento dieron muestra de iniciar un negocio en los años posteriores. Además, se ha demostrado que fomentar el emprendimiento desde las universidades desarrolla en los alumnos habilidades, conocimientos, intenciones y actitudes de emprender un nuevo negocio (Laukkanen, 2000; Mason, 2000). En general la evidencia empírica muestra que, después de obtener formación emprendedora, el alumno puede cambiar su percepción y disposición para emprender un nuevo negocio. Para desarrollar habilidades emprendedoras entre los alumnos algunos autores recomiendan ofrecer un programa de formación que incluya la elaboración de un plan de negocios donde cada participante desarrolle su propia idea, e identifique la factibilidad y la viabilidad del negocio (Cuadro 1).

Además de las características anteriores, el proceso de formación emprendedora debe establecer una conexión entre la universidad y la práctica empresarial (Carsrud, 1991; Sexton et al, 1997). En este sentido, el modelo del ciclo de aprendizaje que proponen Jones-Evans et al, (2000) muestra que el alumno observará y reaccionará ante la teoría aprendida y que, de forma activa, podrá conceptualizar y experimentar la apertura de nuevas empresas en la práctica. Por lo tanto, es necesario distinguir la formación y la

**Cuadro 1**  
**Proceso de formación empresarial**

<b>Entradas</b>	<b>Proceso de contenido</b>	<b>Proceso de enseñanza</b>	<b>Salidas</b>
<b>Conocimiento previo</b>	Definición de creación de empresas	Métodos didácticos	Intangibles
<b>Necesidades / Intereses</b>	Innovación	Lecturas, libros de texto	Confianza
<b>Motivación</b>	Desarrollo de nuevos productos	Clases, conferencias	Comunicación
<b>Habilidades</b>	Análisis del entorno	Seminarios, talleres	Toma de decisiones
<b>Experiencia de trabajo</b>	Investigación de mercados	Desarrollo de habilidades	Asumir riesgos
<b>Personalidad</b>	Producción	Estudios de caso	Tangibles
<b>Actitudes</b>	Administración de personal	Trabajo en equipo	Reportes
<b>Influencia de los padres</b>	Finanzas	Proyectos	Esquemas
<b>Autoestima</b>	Regulaciones gubernamentales	Métodos de descubrimiento	Presentaciones del proyecto
<b>Valores</b>	Aspectos legales	Lluvia de ideas	Prototipos de elaboración del producto
<b>Independencia</b>	Trabajo en equipo	Solución de problemas, planteamiento de carrera	Exhibición

Fuente: Hynes (1996).

práctica empresarial, dentro del proceso de formación para la creación de una empresa.

La formación, se refiere a la educación formal del alumno, la cual considera factores del conocimiento a través de las cátedras impartidas por la universidad y las lecturas guiadas. La práctica empresarial, se refiere al entrenamiento que recibe el alumno dentro y fuera del aula; éstas prácticas se relacionan con el desarrollo de habilidades emprendedoras, que se

fomentan con las prácticas profesionales, la demostración y la retroalimentación sobre las acciones realizadas (Hynes 1996).

Para diseñar un programa adecuado que considere el proceso de enseñanza-aprendizaje de Jones-Evans, et al, (2000) el primer paso en el proceso de formación empresarial consiste en conocer tanto el perfil y las expectativas del futuro empresario (McMullan y Vesper, 2000; Gendron, 2004), como las necesidades y problemas del entorno.

Posteriormente, se podrá optar por un modelo que se ajuste a las necesidades de la universidad y de sus estudiantes (Finkle y Deeds, 2001). En este sentido, el estudio de Kierulff (2005) determina las herramientas y conocimientos empresariales más importantes para los emprendedores. Este autor descubre que un programa de fomento emprendedor debe orientar sus esfuerzos en áreas de reconocimiento de oportunidades, preparación de planes de negocios, obtención de información, administración de empresas crecientes, desarrollo de habilidades de comunicación y reconocimiento de las habilidades del emprendedor. Asimismo, deben alentar la innovación (Robinson y Haynes, 1991; Jones y English, 2004).

De acuerdo con la Comisión Europea (2008), el objetivo de implementar programas de fomento emprendedor en las universidades consiste en desarrollar un perfil emprendedor entre los estudiantes mediante la concienciación y la motivación; acrecentando la capacidad emprendedora para identificar oportunidades; y a su vez, capacitar a los estudiantes con las habilidades que necesitan para iniciar un negocio.

### **3. Algunas precisiones metodológicas a considerar**

Para la realización de este trabajo de investigación se aplicó una metod-

ología cualitativa de estudio de caso con la finalidad de analizar el tema del fomento emprendedor a través del análisis de la formación emprendedora; y su percepción de la incubadora de negocios para la elaboración de proyectos empresariales desde la universidad mexicana. Posteriormente se analizó el caso específico de Tamaulipas.

En ese sentido, la metodología empleada se ha desarrollado en dos etapas: En la primera etapa, se ha realizado un estudio descriptivo sobre la formación emprendedora desde las universidades mexicanas. Se consideraron las cincuenta mejores universidades del país según el ranking de Ipsos<sup>5</sup>, que se hace a nivel nacional. Como medio de información secundaria se ha buscado, dentro de sus programas de estudio, la existencia de alguna asignatura que fomente el emprendimiento (desarrollo de habilidades empresariales, programa emprendedor, empresa familiar, creación de empresas). La segunda etapa, consistió en el análisis de un caso de estudio: el caso de Tamaulipas. Éste presenta en el análisis de los PE de fomento emprendedor y la percepción de figura de la incubadora de negocios universitaria de la Universidad Autónoma de Tamaulipas (UAT), con la cual, de acuerdo con Yin (2003), se han desarrollado tres pasos que integran la conceptualización y diseño del caso, la recolección y análisis de los datos, y el diagnóstico y las conclusiones (Cuadro 2).

---

<sup>5</sup> Realizado por Ipsos para la Guía Universitaria, que se publica anualmente.

## **Cuadro 2.** **Ficha técnica de la investigación**

<b>Ficha técnica</b>	
<b>Tipo de investigación</b>	Investigación cualitativa
<b>Tipo de estudio</b>	Estudio de caso
<b>Tipo</b>	Incrustado (más de una unidad de análisis)
<b>Área geográfica</b>	Tampico, Tamaulipas. México
<b>Población</b>	Facultad de Comercio y Administración de Tampico de la Universidad Autónoma de Tamaulipas
<b>Unidades de análisis</b>	UA1: PE de fomento emprendedor
	UA2: Profesores y alumnos
<b>Técnicas de recogida de datos</b>	Entrevistas semiestructuradas y datos secundarios.

Fuente: Elaboración propia.

Inicialmente, en la recogida de información se utilizaron fuentes de datos secundarias analizando las páginas web, las memorias y los documentos internos de la Universidad Autónoma de Tamaulipas. Posteriormente, como fuente de información principal para recoger datos sobre la formación emprendedora en las aulas y la percepción de la vinculación con la incubadora de negocios universitaria, se aplicó se realizaron entrevistas semiestructuradas a cada uno de los responsables de los PE de fomento emprendedor. Con el objeto de intentar minimizar algún posible sesgo producido en el proceso de recogida de datos y análisis de la información (Rialp, 1998; Yin, 2003), se realizaron entrevistas semiestructuradas y análisis de documentos (memorias de la universidad, páginas web y documentación oficial).

En cuanto a la formación emprendedora en México, hemos identificado las universidades que, dentro de su maya curricular ofrecen algún programa de estudio de fomento emprendedor. Para ello, previamente se analizaron los diferentes programas existentes (Brush et al, 2003; Finkle, et. al. 2006; Dean, et. al. 2007) y se identificó su contenido (Plaschka, y Welsch, 1990; DeTienne y Chandler, 2004).

Todo ello con la finalidad de conocer cuál es la participación de las universidades mexicanas en el ámbito de formar emprendedores. Al respecto se observó que en México más de la mitad de las universidades están desarrollando programas destinados a impulsar el emprendimiento. El cuadro 3, recoge las universidades mexicanas que tienen un programa de formación para la creación de empresas.

### Cuadro 3

## Universidades mexicanas que tienen PE de fomento emprendedor

Universidad	Tipo	Ubicación	PE
Universidad Nacional Autónoma de México	Pública	Estado de México	X
Instituto Tec. y de Estudios Superiores de Monterrey	Privada	Nuevo León	X
Instituto Politécnico Nacional	Pública	Distrito Federal	X
Universidad Iberoamericana	Privada	Estado de México	X
Instituto Tecnológico Autónomo de México	Privada	Estado de México	X
Universidad Anáhuac	Privada	Estado de México	X
Universidad del Valle de México	Privada	Estado de México	X
Universidad Autónoma Metropolitana	Pública	Distrito Federal	X
Universidad de Guadalajara	Pública	Guadalajara	X
Universidad Autónoma de Nuevo León	Pública	Nuevo León	X
Universidad de las Américas Puebla	Privada	Puebla	
Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de O.	Privada	Jalisco	X
Universidad la Salle	Privada	Distrito Federal	X
Universidad Autónoma de Guadalajara	Privada	Jalisco	X
El Colegio de México	Pública	Estado de México	-
Universidad de Monterrey	Privada	Nuevo León	-
Universidad Panamericana	Privada	Jalisco	X
Centro de Enseñanza Técnica y Superior	Privada	Baja California	-
Universidad Tecnológica de México	Privada	Distrito Federal	X
Universidad Autónoma de Baja California	Pública	Baja California	X
Universidad Latinoamericana	Privada	Morelos	-
Universidad Autónoma de Querétaro	Pública	Querétaro	-
Instituto Tecnológico de Nuevo León	Pública	Nuevo León	X
Centro de Investigación y Docencia Económicas	Pública	Distrito Federal	-
Universidad de Guanajuato	Pública	Guanajuato	X
Universidad Veracruzana	Pública	Veracruz	-
Universidad Univer	Privada	Morelos	-
Benemérita Universidad Autónoma de Puebla	Pública	Puebla	X
Universidad Autónoma de San Luis Potosí	Pública	San Luis Potosí	-
Universidad Autónoma de Yucatán	Pública	Yucatán	-
Universidad Autónoma de Morelos	Pública	Morelos	X
Universidad del Valle de Atemajac	Privada	Jalisco	-

### Cont... Cuadro 3

Universidad de Colima	Pública	Colima	X
Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo	Pública	Hidalgo	X
Universidad Politécnica de Victoria	Pública	Tamaulipas	X
Universidad de Sonora	Pública	Sonora	X
Universidad Autónoma de Tamaulipas	Pública	Tamaulipas	X
Universidad de Cristóbal Colón	Privada	Veracruz	X
Universidad Autónoma de Aguascalientes	Pública	Aguascalientes	X
Universidad del Golfo de México	Privada	Veracruz	X
Universidad Popular Autónoma del Edo. de Puebla	Privada	Puebla	X
Universidad de las Américas A.C.	Privada	Distrito Federal	X
Universidad Autónoma de Chihuahua	Pública	Chihuahua	X
Escuela Libre de Derecho	Privada	Distrito Federal	X
Universidad Xochicalco	Privada	Sonora	-
Instituto Tecnológico de Sonora	Pública	Sonora	X
Universidad de Concordia	Privada	Aguascalientes	X
Instituto Tecnológico de Querétaro	Pública	Querétaro	-
Escuela Bancaria y Comercial	Privada	Estado de México	X
Universidad Autónoma de Veracruz Villarrica	Privada	Veracruz	X

Nota. N=50. \*PE = Programa de Estudios de fomento el emprendedor. Los espacios con una raya significan que no se identificó programas de estudio de fomento emprendedor.

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo con los datos recogidos, más de la mitad de las universidades analizadas cuentan con PE destinado a fomentar el emprendimiento. De ellas, veinticinco son públicas y veinticinco privadas. No se han encontrado diferencias significativas entre los dos tipos de universidades ya que, como se puede observar en la tabla 1, el 53% de las universidades públicas ofrecen alguna asignatura

dirigida a emprendedores, porcentaje que no difiere mucho del obtenido por las universidades privadas (47%).

Sin embargo, al revisar el plan de estudios de cada una de las principales universidades mexicanas que cuentan con materias que versan sobre emprendimiento, se ha podido observar que existe una variedad de denominaciones para el PE destinado a la formación de emprendedores (tabla 2).

**Tabla 1**  
**Información sobre universidades que ofrecen PE que fomentan el emprendimiento**

<b>Datos</b>	<b>%</b>	<b>(n)</b>
Universidades consideradas	100	50
Universidad pública	50	25
Universidad privada	50	25
Universidades que cuentan con alguna asignatura que fomente la creación de empresas (n=50)	68	34
Universidades públicas que fomentan el emprendimiento a través de PE (n=34)	53	18
Universidades privadas que fomentan el emprendimiento través de PE (n=34)	47	16

Nota. Programas de estudio (PE).

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 2**  
**Nombre del PE que se imparte en las universidades**

<b>Asignatura</b>	<b>%</b>	<b>Universidades (n)</b>
Administración de Empresas Familiares	5,4%	2
Competitividad y Desarrollo de Emprendedores	2,7%	1
Creación de Empresas	5,4%	2
Cultura Empresarial	2,7%	1
Desarrollo de Habilidades Empresariales	2,7%	1
Desarrollo Emprendedores	40,5%	15
Desarrollo Empresarial	5,4%	2
Emprendedores	10,8%	4
Emprendedores y Sustentabilidad	2,7%	1
Formación de Emprendedores	2,7%	1
Innovación y Talento Emprendedor	2,7%	1
Plan de Negocios	2,7%	1
Programa Emprendedores	5,4%	2
Prospectiva para el Emprendimiento Empresarial	2,7%	1
Proyecto de Emprendedor	5,4%	2

Nota: Tres de las universidades imparten más de una asignatura. n=34.

Fuente: Elaboración propia en baso a la información secundaria de las universidades mexicanas.

Los PE que más se ofertan son: Desarrollo de Emprendedores (40,5%) y Emprendedores (10,8%). Mientras la primera se imparte en quince universidades distintas la segunda se imparte en cuatro. De las quince formas diferentes en las que se denomina a la asignatura, sólo dos universidades la designan como "Creación de Empresas". También se ha observado que algunas universidades cuentan con más de un PE de este tipo (y con distinto nombre) ofrecidas a nivel de estudios de licenciatura, sólo que en distintos semestres o distintas carreras, pudiendo ser consecutivas o no.

Para conocer cómo son los PE de formación emprendedora de las principales universidades de México, se ha revisado cada uno de ellos y se ha deducido que cada universidad cuenta con sus propios modelos de asignatura. No sólo se han detectado diferencias en el nombre, sino que también se han observado diferencias en cuanto a la obligatoriedad, número de créditos, contenido temático, semestre en que se imparte, etc. Esto permite confirmar la observación realizada por Fiet (2000), quien señala que no existe un PE de fomento emprendedor igual para todas las universidades.

Ya que esta investigación pretende efectuar el estudio de dos fenómenos (PE de fomento emprendedor e incubadora de negocios), se ha considerado adecuado presentar los resultados de las unidades de análisis de forma separada. Primero se mostrará el análisis de la formación emprendedora del caso analizado y después se presentará infor-

mación descriptiva sobre el programa de la incubadora de negocios universitaria.

### **3. Formación emprendedora: Resultado del caso de estudio**

El espíritu emprendedor y las capacidades empresariales pueden alentarse y adquirirse a través de la formación (Aronsson, 2004; Kirby, 2004). En base a esto, consideramos que es sumamente importante que las universidades adopten un programa de estudios enfocado al emprendimiento (Brockhaus, 1991; Sexton et al, 1997; Vesper y Gartner, 1997).

En el caso de la UAT se observó que la universidad ofrece PE con el propósito de ofrecer entre sus alumnos una formación emprendedora en cada una de las carreras profesionales del área de negocios. La primera asignatura que ofreció es la de "Emprendedores"; posteriormente, ofertó el PE denominado "Desarrollo de Habilidades Empresariales"<sup>6</sup>; y más recientemente, en el 2017 se incorporó la materia "Emprendedurismo y liderazgo laboral", éste último diseñado bajo el modelo de competencias. Dichos PE están dirigidos a los estudiantes de nivel licenciatura. Cabe mencionar que solo el PE de "Emprendedores" considera la presentación de un proyecto de empresa y la elaboración de un plan de negocio. Esto es contrario a lo que sugiere la literatura empresarial sobre la necesidad de incluir un proyecto de empresa, y enseñar al alumno a elaborar el plan de negocios en todas aquellas asignaturas

---

<sup>6</sup> La primera nace en 1990 con el nombre de "Programa Emprendedor" y es conocida a partir del 2004 con el nombre "Emprendedores". La segunda se comenzó a impartir en 2004, pero sólo se incluyó en el currículo de la licenciatura en Negocios Internacionales.

que estén orientadas a fomentar la actividad emprendedora (McMullan y Vesper, 2000; Gendron, 2004; Foo et al, 2005).

Al contrastar la información teórica sobre los principales componentes de un programa de formación emprendedora con el contenido del PE de emprendedores del caso analizado, se ha podido observar que se considera aspectos teóricos (Leitch y Harrison, 1999; Aronsson, 2004; Honig, 2004) y prácticos (Hynes, 1996; Jones-Evans et al, 2000). Asimismo, se ha observado que los PE de “Desarrollo de Habilidades Empresariales” y “Emprendedores” presentan algunas diferencias en el contenido, a pesar de considerarse como asignatu-

ras equivalentes<sup>7</sup>. Analizando detalladamente el programa de cada una de estas asignaturas, se ha encontrado inconsistencia en el contenido, el número de créditos y en los requerimientos de las asignaturas; además, el enfoque práctico difiere entre ellas. Como consecuencia de lo anterior, estas asignaturas no deberían considerarse como equivalentes, tampoco sustitutivas, sino más bien complementarias. Las características de las asignaturas que se ofrecen a través del programa se pueden ver en la cuadro 4. En ella se observan diferencias en las características de cada una de las carreras.

**Cuadro 4**  
**PE de formación emprendedora del caso**

<b>Carrera</b>	<b>PE</b>	<b>Período</b>	<b>Créditos</b>	<b>Tipo</b>
Licenciatura en Administración	Emprendedores	VIII semestre	5	Obligatoria
Licenciatura en Informática	Emprendedores	VIII semestre	6	Obligatoria
Licenciatura en Contador Público	Emprendedores	VIII semestre	6	Extracurricular obligatoria
Licenciatura en Negocios Internacionales	Desarrollo de Habilidades Empresariales	VII semestre	5	Obligatoria
Licenciatura en Negocios Internacionales	Emprendedurismo y liderazgo laboral	V semestre	5	Obligatoria

Fuente: Elaboración propia.

<sup>6</sup> Esto se debe a que la asignatura de Desarrollo de Habilidades Empresariales se diseñó con la finalidad de resolver la ausencia de una asignatura de fomento emprendedor, dentro del programa de la licenciatura de Negocios Internacionales.

El PE de la asignatura de “Desarrollo de Habilidades Empresariales” tiene un enfoque más empresarial porque, a pesar de que en su contenido incluye los pasos para la formación de una empresa, está dirigida al análisis de empresas orientadas a la internacionalización empresarial y no a la creación de nuevas empresas. Al contrario de las asignaturas “Emprendedores” y “Emprendedurismo y liderazgo laboral” que están orientadas a diseñar modelos de negocio y se les requiere desarrollar una idea de negocio innovadora.

La literatura existente indica que es común encontrar diferencias entre los PE de fomento emprendedor, ya que un programa de este tipo se debe adaptar a las necesidades de la universidad que lo está incluyendo, considerando las características de su entorno y la demanda de su segmento de mercado (Robinson y Haynes, 1991; Finkle y Deeds, 2001; Jones y English, 2004). Sin embargo, en el caso analizado, no sólo se encontraron diferencias entre el PE ofrecido y los programas de otras universidades mexicanas. También se han percibido diferencias entre dos asignaturas equivalentes. Esto indica un problema relacionado con el diseño del programa, lo cual, de acuerdo con Robinson y Haynes (1991), puede suceder en algunas universidades que se encuentren integrando programas de formación emprendedora. Estos mismos autores indican que los problemas originados por un diseño de programa emprendedor inadecuado, pueden tener un efecto negativo en el interés de los estudiantes hacia las asignaturas de fomento emprendedor.

Revisando el perfil de los profesores que imparten estos PE, se pudo observar que son profesores capacitados y con un perfil adecuado para las

materias destinadas a la formación y el fomento emprendedor. Aunque existen diferencias en el perfil de los profesores en cuanto al grado y tipo de estudio, la mayoría posee experiencia como empresarios y/o, según el caso, como evaluadores de proyectos empresariales. Además, en un esfuerzo por preparar en temas de emprendimiento a los profesores y a la comunidad académica de la UAT, en red con la Universidad de Zulia y la Red Emprendia, la UAT ofertó durante el 2017 el Diplomado en emprendimiento. Esto coincide con lo que sugiere la literatura que aborda el tema (Klofsten, 2000; Clark, 2003; Aronsson, 2004), la cual recomienda que los profesores encargados de enseñar las asignaturas de fomento emprendedor deben estar orientados de alguna manera a la creación de empresas.

Considerando estas características, se entrevistó a los profesores expertos en el tema, con la finalidad de triangular información y conocer su percepción del programa de fomento emprendedor que ofrece la universidad.

Como se mencionó previamente en la descripción de los PE de fomento emprendedor, los alumnos de la asignatura de “Emprendedores” y “Emprendedurismo y liderazgo laboral” desarrollan una idea de negocios a través de un proyecto de empresa, a diferencia de los alumnos de la asignatura de “Desarrollo de Habilidades Empresariales” que no realizan esta actividad. Este hecho se corrobora con la información obtenida de los profesores de dichas asignaturas, los cuales a través de una entrevista expresaron la necesidad que existe de realizar proyectos de empresa y planes de negocio en dichas asignaturas. Al respecto, el entrevistado UA<sub>1</sub>FCE1 manifestó:

*“Es necesario que el desarrollo de un proyecto de empresa también se*

*imparta en la asignatura de Desarrollo de Habilidades Empresariales; así el alumno podrá aplicar sus habilidades emprendedoras y llevarlas a la práctica”.*

Esta observación coincide con lo recomendado dentro de la documentación revisada, donde se indica que las asignaturas que tengan como objetivo fomentar la actividad emprendedora en los alumnos, deberán considerar la elaboración de un plan de negocios y el desarrollo de un proyecto de empresa (McMullan y Vesper, 2000; Gendron, 2004; Foo et al, 2005; Grimaldi y Grandi, 2005). Otro valor que no se debe olvidar en un programa de las asignaturas dedicadas a la formación para la creación de empresas, es el efecto que éstas tienen en las actitudes e intenciones de los estudiantes hacia esa actividad (Krueger y Brazeal, 1994; Carayannis et al, 2003; Peterman y Kennedy, 2003; Souitaris et al, 2007). En el caso analizado, los entrevistados coincidieron en la percepción de la existencia de cambios de actitudes en los alumnos al término del curso. Sin embargo, de ello aún no hay evidencia empírica.

También se ha observado que existe poca estimulación para animarles a emprender proyectos de negocios. A pesar de que de manera interna la universidad organiza ferias para el emprendedor, en la entrevista se habló sobre la poca participación de los alumnos en ferias nacionales, concursos u otras actividades empresariales fuera de la universidad. Esto se puede observar en el programa de las asignaturas, donde se corrobora que no contemplan la participación de los alumnos en talleres, foros o conferencias donde puedan presentar sus proyectos de empresa. Esta situación no coincide con lo recomendado en los artículos estudiados, la cual sugiere que dentro del

proceso de enseñanza se considere la participación en concursos, seminarios, talleres y conferencias sobre creación de empresas (Hynes, 1996; Klofsten, 2000; Laukkanen, 2003). Al respecto, los entrevistados UA<sub>1</sub>FCE4 y UA<sub>1</sub>FCE3 comentaron lo siguiente:

*“No existe la factibilidad de desarrollar proyectos de empresas grandes y no hay laboratorios donde se puedan realizar las prácticas de negocios”.*

*“Hace falta que la universidad organice concursos de proyectos empresariales innovadores, talleres para emprendedores, aumentar las visitas a empresas, y recibir a empresarios en las aulas. De esta manera se puede motivar e impulsar el emprendimiento entre los estudiantes”.*

En una línea complementaria, algunas investigaciones consideran que es indispensable la fase práctica dentro de un programa de fomento emprendedor (Leitch y Harrison, 1999; Honig, 2004), además de la participación activa de los alumnos en actividades emprendedoras que los acerquen a la realidad y les brinden experiencias que aportan conocimientos prácticos (Hynes, 1996; Jones-Evans et al, 2000). Específicamente, en el caso de la UAT se observó que existe la necesidad de un mayor apoyo para que los alumnos lleven a la realidad su idea de negocio. En este sentido, la UAT tiene una incubadora de negocios universitaria con la finalidad de ayudar a los estudiantes en la creación de empresas. Sin embargo, se advierte poca participación de los alumnos que han cursado las asignaturas de fomento emprendedor. Al respecto, los profesores UA<sub>1</sub>FCE1, UA<sub>1</sub>FCE2 y UA<sub>1</sub>FCE3 expresaron:

*“Puede haber alumnos con una idea de negocio viable, pero esto no les garantiza que la incubadora de negocios*

*universitaria vaya a apoyarla para su puesta en marcha, ya que existen muchas limitaciones para los alumnos que desean crear una empresa. Una de ellas es que se les requiere un capital inicial”.*

*“No se cuenta con suficientes recursos económicos o patrocinio para que los alumnos lleven a cabo sus proyectos de empresa fuera de la incubadora”.*

*“En la incubadora de negocios se le da prioridad a los proyectos para el desarrollo de empresas ya creadas, específicamente para su crecimiento, por lo que los trámites de los proyectos para la creación de una nueva empresa tienen un desarrollo lento”.*

La falta de información, la incertidumbre, la falta de recursos económicos, la dificultad para encontrar financiación, la burocracia en los trámites, la dificultad para acceder a instalaciones y la infraestructura inadecuada, entre otros, son factores que obstaculizan la creación de empresas, y que han sido detectados por varios autores en sus respectivas investigaciones (Young y Welsch 1993; Gnyawali y Fogel, 1994; Veciana, 1999). Los obstáculos encontrados en el caso de esta investigación coinciden parcialmente con los identificados en la literatura revisada.

Dada la importancia de contar con apoyos que faciliten la creación de empresas, y que se ha podido constatar que la universidad analizada cuenta con un programa de fomento emprendedor que contempla la impartición de asignaturas enfocadas a la creación de empresas y con incubadoras de negocios, se preguntó a los entrevistados si existe un vínculo entre las asignaturas de “Emprendedores” y de “Desarrollo de Habilidades Empresariales” con la incubadora de negocios universitaria. Con esta cuestión, queríamos corroborar

los datos anteriores con la finalidad de certificar lo que sugiere la literatura sobre el papel de la universidad para facilitar a los alumnos el acceso a la infraestructura, a los servicios de soporte, a las tutorías, al financiamiento, entre otros servicios (Gnyawali y Fogel, 1994; Grimaldi y Grandi, 2005).

Los entrevistados manifestaron que no hay una relación de forma directa entre las asignaturas del programa de formación para la creación de empresa y la incubadora de negocios universitaria. Los alumnos interesados (alumnos de la universidad y no específicamente de la asignatura de Emprendedores) pueden presentar su idea de negocio para ser evaluada y, si es viable y hay cupo, se acepta para la incubación. Esto coincide parcialmente con lo recomendado por los autores antes citados, debido a que el servicio de incubadora también está dirigido a los alumnos de la universidad, pero no existe un trabajo conjunto entre el programa de formación para la creación de empresas y la incubadora de negocios universitaria.

Finalmente, se determinó que el 83% de los docentes entrevistados comentaron que, a pesar de que la universidad cuenta con un programa de formación y fomento para la creación de empresas, hace falta información a los alumnos sobre los servicios que ofrece la universidad para apoyar la actividad emprendedora, ya que no todos conocen la existencia de la incubadora de negocios de la universidad. Al respecto, UA<sub>1</sub>FCE2 y UA<sub>1</sub>FCE4 puntualizaron:

*“Existe una falta de información hacia los alumnos sobre los servicios que ofrece la universidad para apoyar la creación de empresas, muchos alumnos no saben que existe la incubadora de negocios y otros no saben exactamente qué servicios ofrece o para qué sirve”.*

*“Una de las principales limitantes que tienen los alumnos para poner en marcha su idea de negocio es la poca viabilidad percibida de poder llevarla a cabo, aun existiendo una incubadora de negocios en su escuela. Y esto se puede deber en gran medida a que desconocen su existencia o que pueden acceder a ella”.*

## Conclusiones

El objetivo fundamental de este trabajo fue analizar cualitativamente a partir del estudio de caso, el fomento emprendedor desde la universidad mexicana. Con el propósito de conseguir una primera aproximación se analizó una muestra de las universidades mexicanas y a partir de ello, se pudo observar que en México el fomento emprendedor desde las universidades no se ha desarrollado con la misma rapidez que en EE.UU., Canadá y/o países de otros continentes. No obstante, en los últimos años se puede observar un mayor involucramiento de las universidades mexicanas.

En la actualidad se observa una mayor disposición de inculcar a los jóvenes el espíritu emprendedor, al respecto pudimos observar que cada vez son más las universidades mexicanas que adoptan y ofrecen dentro de su maya curricular PE enfocados a fomentar el emprendimiento (Brockhaus, 1991; Sexton et al, 1997; Vesper y Gartner, 1997).

Los estudios muestran que es posible un cambio de percepción y disposición de un individuo después de obtener formación emprendedora. Y aunque el análisis del desempeño de esos futuros emprendedores, en la práctica, es difícil de medir, se pueden establecer los siguientes requerimientos fundamen-

tales para que una universidad fomente el emprendimiento entre sus estudiantes:

1) Formar profesores y académicos en la creación de empresas. contar con apoyos que faciliten los procesos de emprendimiento (incubadora de negocios, programas de formación, currículos adecuados).

2) Contemplar para su funcionamiento el establecimiento de un modelo de formación emprendedora al cual ajustarse.

3) Analizar el desempeño de la universidad como generadora de profesionales dedicados a la investigación, el desarrollo de ideas innovadoras y a la creación de empresas.

Los resultados del análisis de caso demuestran que en la Universidad Autónoma de Tamaulipas se están realizando esfuerzos significativos en el fomento emprendedor. Sin embargo, se encuentran algunos aspectos que dificultan el desarrollo de la actividad emprendedora, entre ellos la falta de un modelo o esquema que considere integralmente un programa de formación emprendedora e incubación de negocios al que dar seguimiento.

A pesar que el objeto de este artículo es lograr un primer acercamiento al tema, hay que considerar sus limitaciones. Se trata de el cuestionamiento de la confiabilidad de los datos, ya que al tratarse del análisis de un único caso de estudio, los resultados no pueden generalizarse. Aunque, los datos obtenidos mediante las entrevistas tienden a ser percepciones de los entrevistados, se intentó agregar rigor metodológico mediante la triangulación de datos, considerando varias fuentes de información. Lo anterior, da pie a considerar ampliar el análisis y darle un tratamiento empírico cuantitativo, además de medir el impac-

to del fomento emprendedor en la actividad emprendedora de los estudiantes universitarios a través de creación de empresas y la generación de proyectos innovadores.

## Referencias bibliográficas

- Aronsson, Magnus (2004), Education Matters-But Does Entrepreneurship Education? An Interview with David Birch. **Academy of Management Learning & Education**, vol. 3, No. 3, EE.UU., Entrepreneurship and small Business Research Institute, pp. 289-193.
- Brockhaus Sr., Robert (1991), Entrepreneurship education and research outside North America. **Entrepreneurship: Theory & Practice**, vol. 15, EE.UU., Baylor University, pp.77-85.
- Brush, Candida G., Duhaime Irene M., Gartner William B., Stewart Alex, Katz Jerome A., Hitt Michael A., Alvarez Sharon A., Meyer G. Dale., & Venkataraman, S. (2003), Doctoral Education in the Field of Entrepreneurship. **Journal of Management**, vol. 29, No. 3, EE.UU., School of Management, Boston University, pp.309-331.
- Carsrud, Alan L. (1991), Entrepreneurship and Enterprise Formation: A Brief Perspective on the Infrastructure in Europe, **Entrepreneurship: Theory & Practice**, vol.15, EE.UU., University of California Los Angeles, pp.69-75.
- Clark, Burton (2003), Sustaining Change in Universities: Continuities in Case Studies and Concepts. **Tertiary Education and Management**, vol. 9, No.2,EE.UU., University of California,pp.99-116.
- Comisión Europea, EC (2018), Entrepreneurship and Small and medium-sized enterprises (SMEs), Documentorecuperado de [http://ec.europa.eu/index\\_es.htm](http://ec.europa.eu/index_es.htm) & [https://ec.europa.eu/growth/smes\\_es](https://ec.europa.eu/growth/smes_es).
- Dean, Michelle A., Shook Christopher L., & Payne Tyge (2007), The Past, Present, and Future of Entrepreneurship Research: Data Analytic Trends and Training. **Entrepreneurship Theory & Practice**, vol. 31, No. 4,EE.UU., San Diego State University, pp. 601-618.
- DeTienne Dawn R., & Chandler Gaylen N. (2004), Opportunity Identification and its Role in the Entrepreneurial Classroom: A Pedagogical Approach and Empirical Test. **Academy of Management Learning and Education**, vol. 3, No. 3, EE.UU., Utah State University, pp. 242-257.
- Fiet, James O. (2000), The Theoretical Side of Teaching Entrepreneurship. **Journal of Business Venturing**, vol.16, Suecia, Jonkoping International Business School, pp. 1-24.
- Finkle, Todd A., & Deeds, David (2001), Trends in the Market for Entrepreneurship Faculty, 1989-1998. **Journal of Business Venturing**, vol. 16, No. 6,EE.UU., Gonzaga University, pp. 613-630.
- Finkle, Todd A., Kuratko Donald F., & Goldsby Michael G. (2006), An Examination of Entrepreneurship Centers in the United States: A National Survey. **Journal of Small Business Management**, vol. 44, No. 2,EE.UU., Gonzaga University, pp. 184-206.
- Galloway, Laura, & Brown, Wendy (2002), Entrepreneurship Education at University: A Driver in the Creation of High Growth Firms? **Education and Training**, vol. 8, No. 9, Edinburg, Reino Unido, Heriot-Watt University, pp. 398-405.
- The Global Entrepreneurship Monitor

- GEM (2006), Global Report <https://www.gemconsortium.org/report>
- Gendron, George (2004), Practitioner's Perspectives on Entrepreneurship Education: An Interview with Steve Case, Matt Goldman, Tom Golisano, Geraldine Laybourne, Jeff Taylor & Alan Webber. **Academy of Management Learning and Education**, vol. 3, No. 3, EE.UU., Clark University, pp. 302-314.
- Gnyawali, Devi R. & Fogel, Daniel S. (1994) Environments for Entrepreneurship Development: Key Dimensions and Research Implications. **Entrepreneurship Theory and Practice**, vol. 18, EE.UU., University of Pittsburgh, pp. 43-62.
- Grimaldi, Rosa & Grandi, Alessandro (2005), Business Incubators and New Venture Creation: An Assessment of Incubating Models. **Technovation**, vol. 25, Italia, University of Bologna, pp. 111-121.
- Honig, Benson. (2004) Entrepreneurship Education: Toward a Model of Contingency-Based Business Planning. **Academy of Management Learning & Education**, vol. 3, No. 3, Canada, Wilfrid Laurier University, pp. 258-273.
- Hynes, Briga (1996), Entrepreneurship Education and Training, Introducing Entrepreneurship into Non-Business Disciplines. **Journal of European Industrial Training**, vol. 20, No. 8, Irlanda, University of Limerik, pp. 10-17.
- IPSOS (2006), Guía Universitaria: Ranking de las Mejores Universidades en México, <https://guiauniversitaria.mx/category/rankings/>
- Iyigun, Murat F., & Owen, Ann L. (1999), Entrepreneurs, Professionals, and Growth. **Journal of Economic Growth**, vol. 4, EE.UU., Hamilton College, pp. 213-232.
- Jones, Colin & English, Jack (2004), A Contemporary Approach to Entrepreneurship Education. **Education and Training**, vol. 8, No. 9, Australia, University of Tasmania, pp. 416-423.
- Jones-Evans, Dylan, Williams William, & Deacon, Jonathan (2000), Developing Entrepreneurial Graduates: An Action Learning Approach. **Education and Training**, vol. 4, No. 5, Reino Unido, University of Wales, pp. 282-288.
- Katz, Jerome A. (2003), The Chronology and Intellectual Trajectory of American Entrepreneurship Education: 1876-1999. **Journal of Business Venturing**, vol. 18, No. 2, United States, Saint Louis University, pp. 283-300.
- Kierulff, Herbert E. (2005), Entrepreneurship Education in Poland: Findings from the Field. **Human Factors and Ergonomics in Manufacturing**, vol. 15, No. 1, United States, Seattle Pacific University, pp. 93-98.
- Kirby, David (2004), Entrepreneurship Education: Can Business Schools Meet the Challenge? **Education and Training**, vol. 46, No. 8/9, Reino Unido, University of Surrey, pp. 510-519.
- Klandt, Heinz. (2004), Entrepreneurship Education and Research in German-Speaking Europe. **Academy of Management Learning and Education**, vol. 3, No. 3, Alemania, International University, Schloss Reichartshausen, pp. 293-301.
- Klofsten, Magnus (2000), Training Entrepreneurship at Universities: A Swedish Case. **Journal of European Industrial Training**, vol. 24, No. 6, Suecia, Linköping University, pp. 337-344.
- Krueger, Norris & Brazeal, Deborah

- (1994), Entrepreneurial Potential and Potential Entrepreneurs. **Entrepreneurship Theory and Practice**, vol. 18, No. 3, EE.UU., University of Phoenix, pp. 91-104.
- Laukkanen, Mauri (2000), Exploring Alternative Approaches in High-Level Entrepreneurship Education: Creating Micro Mechanisms for Endogenous Regional Growth. **Journal of Entrepreneurship and Regional Development**, vol. 12, Finlandia, University of Kuopio, pp. 25-47.
- Laukkanen, Mauri (2003), Exploring Academic Entrepreneurship: Drivers and Tensions of University-Based Business. **Journal of Small Business Enterprise Development**, vol. 10, No. 4, Finlandia, University of Kuopio, pp. 372-382.
- Leitch, Claire M., y Harrison, Richard T. (1999), A Process Model for Entrepreneurship Education and Development. International. **Journal of Entrepreneurial Behavior & Research**, vol. 5, No. 3, Reino Unido, University of Ulster at Jordanstown, pp. 83-109.
- Markman Gideon, Phan Phillip, Balkin David, & Gianodis, Peter (2005), Entrepreneurship and University-Based Technology Transfer. **Journal of Business Venturing**, vol. 20, EE.UU., University of Georgia, pp. 241-263.
- McMullan, Wallace E., & Gillin, Laurence M. (1998), Industrial Viewpoint - Entrepreneurship Education - Developing Technological Start-Up Entrepreneurs: A Case Study of a Graduate Entrepreneurship Programme at Swinburne University. **Technovation**, vol. 18, No. 4, Canada, The University of Calgary, pp. 275-286.
- McMullan, Wallace E., & Vesper, Karl (2000), Becoming an Entrepreneur: A Participants Perspective. **International Journal of Entrepreneurship and Innovation**, vol. 1, No.1, Canada, The University of Calgary, pp. 33-43.
- Mian, Sarfraz (1994), United-States University-Sponsored Technology Incubators - An Overview of Management, Policies and Performance. **Technovation**, vol. 14, No.8, EE.UU., State University of New York, pp. 515-528.
- Mian, Sarfraz (1996), Assessing Value-Added Contributions of University Technology Business Incubators to Tenant Firms. **Research Policy**, vol. 25, No. 3, EE.UU., State University of New York, pp. 325-335.
- Ohland, Mathew, Frillman Sharron, Zhang Guili, Brawner Catherine, & Miller, Thomas (2004). The Effect of an Entrepreneurship Program on GPA and Retention. **Journal of Engineering Education**, vol. 93, No. 4, EE.UU., Purdue University, pp. 293-301.
- Peterman, Nicole & Kennedy, Jessica (2003), Enterprise Education: Influencing Students Perceptions of Entrepreneurship. **Entrepreneurship Theory and Practice**, vol. 28, No. 2, Australia, Central Queensland University, pp. 129-144.
- Plaschka, Gerhard, & Welsch, Harold (1990). Emerging Structures in Entrepreneurship Education: Curricular Designs and Strategies. **Entrepreneurship: Theory & Practice**, vol.14, No.3, United States, Butter University, pp. 55-71.
- Rialp, Alex (1998). El Método del Caso como Técnica de Investigación y su Aplicación al Estudio de la Función Directiva, **paper presented at IV Taller de Metodología ACEDE**, La Rioja, España.
- Robinson, Peter & Haynes, Max (1991). Entrepreneurship Education in Amer-

- ica's Major Universities. **Entrepreneurship: Theory and Practice**, vol. 15, No. 3, Canada, University of Calgary, pp. 41-53.
- Robinson, Peter & Sexton, Edwin (1994). The Effect of Education and Experience on Self-Employment Success. **Journal of Business Venturing**, vol. 9, No. 2, Canada, The University of Calgary, pp. 141-156.
- Sexton, Donald, Upton Nancy, Wacholtz Larry, & McDougall, Patricia (1997). Learning Needs of Growth Oriented Entrepreneurs. **Journal of Business Venturing**, vol. 12, No. 1, EE.UU. Ewing Marion Kauffman Foundation USA, pp.1-8.
- Universidad Autónoma de Tamaulipas UAT (2017), Plan Institucional UAT 2016-2017: <http://www.uat.edu.mx/paginas/universidad/pdi.aspx>
- Veciana, José María (1999), Creación de Empresas como Programas de Investigación Científica. **Revista Económica Europea de Dirección y Creación de Empresas**, vol. 8, No. 3, España, Universidad Autónoma de Barcelona, pp. 11-36.
- Vesper, Karl & Gartner, William (1997). Measuring Progress in Entrepreneurship Education. **Journal of Business Venturing**, vol. 12, No. 5, EE.UU., University of Washington, pp. 403-421.
- Yin, Robert K. (2003), **Case Study Research, Design and Methods**. 3rd ed. Newbury Park: Sage Publications. P.181.
- Young, Earl & Welsch, Harold (1993). Major Elements in Entrepreneurial Development in Central Mexico. **Journal of Small Business Management**, vol. 31, No. 4, EE.UU., DePaul University, pp. 80-85.

- Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 3.0 Unported. [http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/deed.es\\_ES](http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/deed.es_ES)