
archivos analíticos de políticas educativas

Revista académica evaluada por pares, independiente,
de acceso abierto y multilingüe



Arizona State University

Volumen 30 Número 148

4 de octubre 2022

ISSN 1068-2341

Enseñanza del Emprendimiento: Entre la Política y la Praxis Educativa

Javier Damián

Universidad del Papaloapan, campus Tuxtepec
México

Citación: Damián, J. (2022). Enseñanza del emprendimiento: Entre la política y la praxis educativa. *Archivos Analíticos de Políticas Educativas*, 30(148). <https://doi.org/10.14507/epaa.30.7078>

Resumen: En México a finales del siglo XX se incluyó el tema del emprendimiento en la educación superior pública, como una política educativa derivada de las recomendaciones de organismos internacionales. El objetivo de la investigación es mostrar cómo se asume la enseñanza del emprendimiento en una pequeña universidad establecida en un contexto con fuertes rezagos económicos y educativos, para describir su correspondencia con las políticas educativas al respecto. Mediante una investigación cualitativa participaron todos los egresados de la cohorte 2015-2020 de un programa de pregrado relacionado con los negocios, quienes proporcionaron información mediante relatos de vida narrando las actividades de emprendimiento realizadas durante los cinco años de formación universitaria. Se encontraron debilidades institucionales, principalmente, el trabajo de los profesores que limitan el alcance de los objetivos de la enseñanza del emprendimiento, además se identifica una brecha importante entre lo que dictan las políticas educativas que debe caracterizar este tipo de enseñanza con lo que realmente sucede en la praxis.

Palabras-clave: educación en emprendimiento; universidad; egresados; emprendedores

Teaching entrepreneurship: Between politics and educational practice

Abstract: In Mexico at the end of the 20th century, the concept of entrepreneurship was included in public higher education as an educational policy derived from the recommendations of international organizations. The objective of this research is to show how the teaching of

entrepreneurship is assumed in a small university established in a context with strong economic and educational lags, and to describe its correspondence with educational policies in this regard. This study is qualitative, based on information provided by the graduates of the 2015-2020 cohort of an undergraduate program related to business, including their life stories and narratives entrepreneurial activities carried out during the five years of university training. Institutional weaknesses were found; mainly, the teachers' work that limited the scope of the objectives of the teaching of entrepreneurship. The study also identifies an important gap between what this type of teaching should look like, according to the prescribed educational policies, and what really happens in praxis.

Keywords: entrepreneurship education; university; graduates; entrepreneurs

Ensinar empreendedorismo: Entre a política e a práxis educacional

Resumo: No México, no final do século XX, o tema do empreendedorismo foi incluído no ensino superior público, como política educacional derivada das recomendações de organismos internacionais. O objetivo da pesquisa é mostrar como o ensino do empreendedorismo é assumido em uma pequena universidade estabelecida em um contexto com fortes defasagens econômicas e educacionais, descrever sua correspondência com as políticas educacionais nesse sentido. Por meio de uma pesquisa qualitativa, participaram todos os egressos da coorte 2015-2020 de um curso de graduação relacionado a negócios, que forneceram informações por meio de histórias de vida narrando as atividades empreendedoras realizadas durante os cinco anos de formação universitária. Constataram-se fragilidades institucionais, principalmente, na atuação dos professores que limitam o alcance dos objetivos do ensino do empreendedorismo, além disso, identifica-se uma importante lacuna entre o que ditam as políticas educacionais que devem caracterizar esse tipo de ensino com o que realmente acontece na práxis.

Palavras-chave: educação empreendedora; universidade; graduados; empreendedores

Enseñanza del Emprendimiento: Entre la Política y la Praxis Educativa

Las universidades públicas de América latina a finales del siglo XX empezaron a incluir en el currículo el tema del emprendimiento, lo anterior derivado de la crisis económica y social traducidos en una baja generación de fuentes de empleo y un incremento notable en las tasas de desempleo. En este contexto diversos organismos internacionales consideraron al emprendimiento como un importante mecanismo para que los egresados universitarios desarrollaran competencias para enfrentar dichas problemáticas mediante generar emprendimientos que los autoempleara y a la vez generaran fuentes de empleo para otros (Sofoluwe et al., 2013). Derivado de las recomendaciones de diversos organismos internacionales, en México el sistema educativo público de nivel medio superior y superior estableció políticas educativas para impulsar la Educación en Emprendimiento (EE), actualmente la mayoría de las carreras universitarias incluyen asignaturas específicas del tema en su plan de estudios, dando origen a una nueva tarea de la universidad pública denominada la tercera misión, misma que se agrega a las dos funciones sustantivas: docencia e investigación y, que exige que las universidades en su forma y estructura tradicional, se transformen en universidades emprendedoras.

Por lo tanto, la política educativa actual exige a las Instituciones de Educación Superior (IES) públicas llevar a cabo la EE, sin embargo, varios estudios muestran las dificultades y limitantes que enfrentan la mayoría de las IES públicas para cumplir con esta nueva tarea, mismas que van desde la falta de preparación de los docentes para desarrollar los temas de emprendimiento, débil sistema organizativo administrativo, carencia de infraestructura y la falta de integración de la universidad al

ecosistema emprendedor del país (Damián, 2020) y, en consecuencia la enseñanza de emprendimiento es un tema emergente en el campo de la investigación tanto empresarial como educativa (Kumar & Kumar, 2015).

En el caso que nos ocupa, la pregunta eje de la investigación fue: ¿la enseñanza del emprendimiento en contextos universitarios precarios es acorde con los objetivos de la política educativa sobre emprendimiento? Se intenta responder a la pregunta en el contexto de operación de la Licenciatura en Ciencias Empresariales y de los docentes que atienden las asignaturas específicas o relacionadas con el emprendimiento. La carrera se cursa en 10 semestres y consta de 51 asignaturas, los estudiantes efectúan dos periodos de prácticas en las empresas al término del sexto y octavo semestre; en el curso propedéutico los aspirantes cursan la asignatura “Taller de Emprendedores” con una duración de 80 horas, con la finalidad de que conozcan que el tema de emprendimiento estará presente durante su formación universitaria; las asignaturas sobre emprendimiento en el plan de estudios son tres: desarrollo y evaluación de proyectos de inversión, seminario de simulación empresarial I y II, pero en el año 2018 se realizó un rediseño curricular y las asignaturas sobre emprendimiento son cuatro: Emprendedurismo, cultura empresarial, emprendimiento de negocios y, desarrollo y evaluación de proyectos de inversión. Los diez profesores encargados de estas asignaturas son de tiempo completo, tienen maestría en áreas de negocios y algunos estudios de doctorado, ninguno tiene negocio propio, tampoco dirige una empresa de terceros ni efectúa trabajos de asesoría o consultoría empresarial. En este contexto el objetivo principal de la investigación es describir desde la opinión de los estudiantes, la forma en la cual los profesores de una pequeña universidad pública establecida en uno de los estados más pobres del país, enseñan emprendimiento y evaluar su correspondencia con los objetivos de la política educativa sobre la enseñanza del emprendimiento.

La Educación en Emprendimiento y su Importancia

La EE empezó en 1938 en la Universidad de Kobe en Japón y para 1947 se introdujo el primer curso en la Harvard Business School (Samwel, 2010). No existe un consenso sobre una definición única de EE, para algunos son las actividades para que los alumnos desarrollen habilidades y la mentalidad para convertir ideas creativas en acción empresarial, es una competencia clave que contribuye para que logren su desarrollo personal, ciudadanía activa, inclusión social y la empleabilidad y, que por lo tanto debe ser incorporada a lo largo del proceso de enseñanza aprendizaje en todas las disciplinas y en la formación formal, informal y no formal, de tal manera que contribuya a la formación empresarial con o sin fines de lucro (EC, 2016). Para Neck, Brush & Greene (2014), es un método mediante el cual los estudiantes practican la creación, búsqueda y actuación de oportunidades de creación de valor. Para Penaluna (2018), la EE persigue desarrollar las competencias emprendedoras de los estudiantes para que identifiquen oportunidades de negocios y generen empresas propias o desarrollen y hagan crecer a una ya existente; en tanto para otros es:

... el enfoque educativo que posibilita el crecimiento del potencial emprendedor de los estudiantes y contribuye al crecimiento integral, principalmente de las dimensiones intelectual, societaria y moral de la persona, y no se limita al crecimiento socioeconómico y laboral. Favorece, en primer lugar, el crecimiento de la inteligencia a través del desarrollo de la creatividad y de la innovación, anclado en el carácter irrepetible del ser humano y de su libertad; en segundo lugar, el crecimiento social, que promueve la relacionalidad más allá de la reciprocidad, busca el bien común y no solo el bienestar económico, y favorece el desarrollo de virtudes sociales como la solidaridad y la cooperación; y para finalizar, el crecimiento moral, que supone el desarrollo de la libertad e implica el crecimiento de la autonomía y el liderazgo. (Azqueta, 2019, p. 517)

Por trabajar en el tema por más de una década, consideramos que la EE es el conjunto de actividades y estrategias didácticas y pedagógicas presentes en la acción educativa dirigida y planeada, cuyo propósito es desarrollar competencias específicas y transversales en los estudiantes para que identifiquen oportunidades de negocios a partir de los recursos locales, convirtiéndolos en productos o servicios que satisfagan necesidades de la sociedad mediante la creación de empresas lucrativas o sociales. La EE es una competencia clave que implica conocimientos, habilidades y actitudes, en forma imbricada, dando origen a tres grupos de subcompetencias (Bacigalupo et al., 2018): 1) Ideas y oportunidades (creatividad, visión, ética y pensamiento sostenible, valorar ideas, detectar oportunidades); 2) Recursos (motivación y perseverancia, movilización de recursos, educación financiera y económica, movilizar a otros, autoconciencia y autoeficacia) y; 3) Praxis (planificación y gestión, trabajar con otros, aprender de la experiencia, tomar la iniciativa, afrontar la incertidumbre y el riesgo).

El *National Centre for Entrepreneurship in Education* (NCEE, 2018), menciona que las IES deben diseñar estrategias vinculándose con organizaciones, comunidades y grupos culturalmente diversos o vulnerables a través de las actividades emprendedoras de los estudiantes. Es decir, ir más allá de los conocimientos teóricos para desarrollar capacidades, actitudes y comportamientos emprendedores en los estudiantes (EC, 2011). En pocas palabras la EE es desarrollar una cultura y competencias por, para y sobre el espíritu empresarial, mismas que exigen que el estudiante deje de ser un receptor pasivo. Por lo anterior surgen dos preguntas: ¿pueden los estudiantes aplicar sus ideas de emprendimiento durante su formación universitaria? y ¿cómo asumen los profesores la enseñanza del emprendimiento?, en los siguientes apartados discutimos teóricamente ambas interrogantes.

Enseñanza del Emprendimiento: Elementos y Características

La EE implica desarrollar competencias específicas y transversales sobre emprendimiento y exige que el profesor seleccione el enfoque pedagógico y las técnicas didácticas que mediante el “saber hacer”, permitan alcanzar sus objetivos propuestos (Gibb & Price, 2014). Queda fuera el esquema donde el alumno cursa y concluye con éxito la asignatura de emprendimiento mediante una evaluación sumativa, consistente en la entrega de un plan de negocios donde concretizan los niveles de apropiación de conocimientos y resultados de aprendizaje, enriquecidas por otras asignaturas convencionales como mercadotecnia, finanzas, operaciones, liderazgo, comunicación, entre otras (Gibb & Price, 2014). De allí que, desde el diseño curricular para la EE, un elemento clave es considerar los métodos de enseñanza aprendizaje más adecuados, su forma de organizarlos y la lógica para desarrollar los temas (Esmi et al., 2015).

Neck & Greene (2011), afirman que los profesores de emprendimiento deben hacer uso de recursos internos y externos para obtener resultados eficaces; Ebersberger, Pirhofer & Wieser (2016), mencionan que internamente puede emplear el Aprendizaje Basado en Problemas (ABP), es decir, los alumnos deben aprender emprendimiento haciéndolo, mediante analizar problemas y ejemplos de la vida real, uso de estudios de caso, juegos de rol, simulaciones e interacción y; externamente hacer uso de las redes de vinculación y colaboración entre la universidad y los agentes públicos y privados involucrados con el emprendimiento, es decir, se requiere el uso de enfoques basados en la experiencia pues Mason & Arshed (2013), reportaron que mediante ésta las actividades de emprendimiento tienen más probabilidades de ser aplicados en forma real.

Al respecto Baume (2009), habla de un nuevo enfoque para la EE en cinco dimensiones del aprendizaje: 1) comportamientos, habilidades y atributos empresariales, incluida la inteligencia emocional; 2) preparación para el “modo de vida” del empresario; valores empresariales y formas de hacer las cosas, sentirlas, organizarlas, comunicar cosas y aprender cosas de forma experimental; 3) comportamiento y gestión empresarial en diferentes contextos, no sólo en el empresarial; 4) recogida

de ideas, captación y realización de oportunidades y; 5) gestión empresarial, holística y estratégica (*know how*) y, gestionar y aprender de las relaciones (*know who*). Para obtener los mejores resultados Gibb & Price (2014), mencionan que es necesario que los profesores entiendan los resultados que se deben alcanzar y vigilar que los temas de las asignaturas de emprendimiento hagan posible alcanzarlos (Tabla 1).

Tabla 1

Resultados Esperados de la EE y Aspectos a Vigilar para Alcanzarlos

Resultado 1: Comportamiento, actitud y desarrollo de habilidades empresariales
Desarrollar la búsqueda de oportunidades, toma de iniciativa, compromiso para hacer las cosas, autonomía, toma de decisiones bajo riesgo, capacidad para crear redes, pensamiento estratégico, capacidad de negociación, capacidad de venta/persuasión y orientación al logro.
Resultado 2: Crear empatía con el mundo de la vida empresarial
Experimentar o "sentir" el mundo de los negocios, vivir con incertidumbre y complejidad, trabajar bajo presión, afrontar la soledad y la gestión holística, experimentar el estar sin vender-sin ingresos y sin efectivo-sin ingresos, establecer relaciones de confianza y, aprender haciendo (copiar, inventar, resolver problemas).
Resultado 3: Valores empresariales clave
Inculcar los valores empresariales clave como el sentido de independencia, autodidactismo, orientación a las tareas, creer que las recompensas llegan con el propio esfuerzo y el trabajo duro, hacer que las cosas sucedan, en los acuerdos informales, el valor del conocimiento y la confianza, la libertad de acción, el individuo y la comunidad.
Resultado 4: Motivación para la carrera empresarial
Comprender los beneficios de una carrera empresarial en relación con el ser empleado, tener "héroes" empresariales como amigos e imágenes de personas emprendedoras.
Resultado 5: Comprensión de los procesos de entrada y tareas de la empresa
Conducir a través del proceso total de creación de una empresa, desde la idea hasta la supervivencia, así como la comprensión de los retos que surgen en cada etapa y la forma de manejarlos.
Resultado 6: Competencias genéricas de emprendimiento
Crear la capacidad de encontrar una idea y valorarla, ver los problemas como oportunidades, identificar a las personas clave en las que hay que influir en cualquier desarrollo, crear el "saber quién", aprender de las relaciones, evaluar las necesidades de desarrollo de la empresa, saber dónde buscar las respuestas; desarrollar autoconocimiento emocional, gestionar las emociones, manejar las relaciones y; verse a sí mismo y a la empresa a través de los ojos de los clientes.
Resultado 7: Claves mínimas para los emprendimientos
Ver los productos y servicios como combinaciones de beneficios, desarrollar un paquete total de servicios, fijar el precio del producto o servicio, identificar a los clientes, evaluar y aprender de la competencia, controlar el entorno con recursos limitados, elegir estrategias de ventas adecuada y gestionarla, establecer normas para el rendimiento de las operaciones y gestionarla, financiar adecuadamente a la empresa a partir de diferentes fuentes, desarrollar un plan de negocio como instrumento racional; adquirir un sistema adecuado para gestionar la tesorería, los egresos, ingresos, beneficios y costes; seleccionar un buen contable y; gestionar los requisitos legales.
Resultado 8: Gestión de las relaciones
Identificar agentes clave que influyen en cualquier empresa, comprender las necesidades de todas las partes interesadas en la fase de inicio y de supervivencia, aprender de ellos y cuál es la mejor manera de construir y gestionar la relación.

Fuente: tomado y adaptado de Gibb & Price (2014).

De igual forma Esmi, Marzoughi & Torkzadeh (2015), proponen organizar los métodos de enseñanza para el emprendimiento en tres grupos: 1) Métodos directos (invitar a empresarios, discursos-seminarios oficiales, observación y grabación de vídeos, actividades extraescolares, clases especializadas, prácticas en pequeñas empresas, entre otros); 2) Métodos interactivos (aprendizaje orientado al proceso, aprender de los errores, entrevistas a empresarios, discusión en grupo, creación de redes, debates, aprendizaje basado en problemas, aprendizaje práctico) y; 3) Métodos práctico-operativos (juegos de rol, talleres de formación, visitas a instalaciones, prácticas en clase, proyectos de investigación, prácticas, planificación empresarial, proyectos de inversión y experiencia práctica).

Al respecto la European Commission (CE, 2014), dice que la enseñanza emprendedora: 1) implica más que teorías, persigue desarrollar actitudes, aptitudes y conocimientos que permitan al estudiante identificar una oportunidad de negocios y concretarla; 2) los profesores no pueden enseñar emprendimiento si no lo son; 3) requiere de métodos activos para fomentar la creatividad y la innovación; 4) se desarrolla mediante experiencias prácticas de aprendizaje de la vida real; 5) promoverse más allá de las universidades, en las empresas y en la comunidad y; 6) profesores e IES deben trabajar en cooperación y asociación con las empresas y otros agentes involucrados en el tema. Altan (2015), recomienda que en la enseñanza se utilicen enfoques y equipos interdisciplinarios para desarrollar y explotar las ideas empresariales, mezclando estudiantes del área de negocios con estudiantes de otras facultades que tengan diferentes formaciones.

El Profesor de Emprendimiento: Sus Características

La enseñanza del emprendimiento presenta muchas exigencias, principalmente en los profesores y sus actitudes hacia el emprendimiento (Kumar & Kumar, 2015; Pesonen & Remes, 2012). Al respecto Eva (2019), menciona que un profesor de emprendimiento es entusiasta, rompe los viejos patrones y es una fuerza para el cambio; actúa como guía otorgando a los alumnos la libertad necesaria para desarrollar sus habilidades emprendedoras; plantea preguntas creativas para ayudar a los alumnos a desarrollar habilidades empresariales necesarias como identificar posibilidades en lugar de problemas y aprender a utilizar sus conocimientos fuera del aula. La European Commission (EC, 2011) señala que las cualidades del profesor de emprendimiento son de dos tipos: características personales y actividades clave; ambas cualidades son apoyadas por la formación del profesor, la escuela y la comunidad. En algunos países se ha cuidado mucho el perfil de los docentes que enseñan emprendimiento, Penaluna (2018) afirma que en Europa los atributos y tareas de estos profesores son regulados por los Estándares Ocupacionales Nacionales del *Small Firms' Enterprise Development Initiative* por el *Institute of Enterprise and Entrepreneurs* (IEE, 2016).

Dentro de los atributos principales están el ser un profesor innovador en sus enfoques de enseñanza utilizando diferentes pedagogías, actividades, tareas de aprendizaje y evaluaciones para motivar a los estudiantes en la actividad emprendedora; implicar a los egresados emprendedores para mejorar la experiencia de los nuevos estudiantes destacando el impacto que han logrado; trabajar con empresarios, organizaciones y otros agentes para enriquecer su enseñanza y; capacitar a los estudiantes para que relacionen el aprendizaje en emprendimiento con sus aspiraciones personales, profesionales y laborales.

Las tareas específicas más relevantes del profesor de emprendimiento son el sugerir rutas para emprendimientos, según las habilidades empresariales de los estudiantes indicarles en qué sector industrial o qué tipo de empresa es más conveniente iniciar un negocio; construir y desarrollar la experiencia de aprendizaje más allá de los muros de la universidad y de la evaluación interna, lo que implica que los estudiantes participen en concursos externos de emprendimiento o se unan a una incubadora de negocios y; debe influir en la institución y en la comunidad escolar compartiendo su

experiencia y animando a otros a desarrollar una cultura emprendedora. Otros estudios muestran que deben promover entre los estudiantes el trabajo de los emprendedores locales, a fin de servir como historias inspiradoras y modelos de conducta para aumentar su compromiso emprendedor (NCEE, 2018).

Algunos países antes de introducir la EE en las carreras universitarias, ya contaba con profesores experimentados en emprendimiento (Fejes et al., 2019), sin embargo, en la mayoría de los casos subsiste el reto de lograr que el conjunto de profesores obtenga las competencias para desarrollar eficazmente los temas de forma teórica y práctica (Wan & Mohammed, 2017). Por lo anterior resulta primordial estudiar el papel de los profesores al abordar el emprendimiento pues diversos estudios indican la importancia de la relación de éstos con sus alumnos, su forma de pensar la enseñanza y el aprendizaje y, los conocimientos que poseen sobre emprendimiento (Eva, 2019).

Metodología

Diseño de investigación: La investigación es descriptiva, exploratoria y se decidió abordarla desde el enfoque cualitativo pues de acuerdo con Katayama (2014, p. 43), éste es el “procedimiento metodológico que utiliza palabras, textos, discursos, dibujos, gráficos e imágenes...para estudiar diferentes objetos para comprender la vida social del sujeto a través de los significados desarrollados por éste”. De esta manera se da cuenta de las características del proceso de enseñanza del emprendimiento a partir de las actividades efectuadas por los estudiantes durante un periodo de cinco años. Se ubica en el método biográfico narrativo, empleando la técnica de relatos de vida (Reséndiz, 2018), pues está permite captar la totalidad de la experiencia biográfica que tuvieron los estudiantes en el contexto escolar, los cambios en su vida durante su permanencia en la universidad; sus ambigüedades, dudas y contradicciones, así como su visión subjetiva que permitieron interpretar las actividades de la enseñanza del emprendimiento cuando fueron estudiantes.

Participantes: todos los egresados de la Licenciatura en Ciencias Empresariales, cohorte 2015-2020 (11 mujeres y 6 hombres), de una pequeña universidad pública en el estado de Oaxaca, quienes estuvieron dispuestos a compartir sus “relatos de prácticas en situación” (Bertaux, 2005), y proporcionar información sobre los tipos de saberes teóricos y prácticos sobre emprendimiento, construidos y vividos durante su formación universitaria, en contextos específicos y relatados desde su imaginario. Por la naturaleza cualitativa de la investigación y por llevarse a cabo en un contexto muy particular, en la Tabla 2 se proporciona información adicional de los egresados que participaron en el estudio con la finalidad de que los lectores puedan contextualizar los resultados obtenidos. Se observa que cuatro estudiantes durante su formación universitaria elaboraron y comercializaron algún tipo de producto, uno de manera individual y tres en un equipo de trabajo y, sólo dos estudiantes provenían de familias cuyos padres eran propietarios de negocios.

A dos años de su egreso, sólo cuatro de los 17 egresados han generado su fuente de empleo mediante sus propios negocios, de éstos, uno cuando fue estudiante elaboró y comercializó un producto mediante un equipo de trabajo, aunque el emprendimiento actual es de otra naturaleza. El resto de los egresados prefiere tener un empleo como auxiliar administrativo en empresas ubicadas fuera del Estado de Oaxaca y, en otros casos, no obstante, estar desempleados no han decidido emprender como una forma de generar ingresos para su sostenimiento.

Tabla 2*Datos de los Egresados Participantes en el Estudio*

Participante	ZP	AE	SLA	Empresa y Ubicación
Alberto	Rural e indígena	Ninguna.	Aux. administrativo (Almacén de materiales)	Planta CommScope, Ciudad Juárez, Chihuahua
Brenda	Rural e indígena	Ninguna	No trabaja	Desempleada ayudando en labores del hogar en comunidad de origen. Oaxaca
Carlos*	Urbana	Elaboración y comercialización de pulseras	Aux. de Calidad	Littelfuse de México. Piedras Negras, Coahuila
Cupertino*	Urbana	Elaboración y comercialización de mermeladas	Gerente de tienda	Grupo Coppel, Tienda María Lombardo. Oaxaca
Silvia	Rural	Ninguna	Negocio propio **	Establecimiento de venta de ropa de marca SHEIN. San Juan Bautista Tuxtepec, Oaxaca
Edgar*	Urbana	Elaboración y comercialización de mermeladas	Negocio propio **	Diario/periódico online Cuenca al día. San Juan Bautista Tuxtepec, Oaxaca
Edna	Rural	Ninguna	No trabaja	Decidió cursar la Ingeniería en agronomía en un campus del Tecnológico Nacional de México. San Juan Bautista Tuxtepec, Oaxaca
Erasmus	Rural e indígena	Ninguna	Negocio propio **	Establecimiento de bebidas (Bar la Rancho). Santa María Jacatepec, Oaxaca
Esmeralda	Urbana		Negocio propio **	Establecimiento de cosméticos y bisutería. Villa Azueta, Veracruz
Guadalupe	Urbana	Ninguna	Aux. administrativo (Rec. Hum.)	FD Berries S.A. de C.V. Gómez Farías, Jalisco
Hortensia*	Urbana	Elaboración y comercialización de mermeladas	No trabaja	Labores del hogar. San Juan Bautista Tuxtepec, Oaxaca
Juana	Urbana	Ninguna	Aux. administrativo	Centro de Atención a Clientes de Telcel. San Juan Bautista Tuxtepec
Kerem	Urbana	Ninguna	Aux. administrativo	Salón de belleza. San Juan Bautista Tuxtepec, Oaxaca

Participante	ZP	AE	SLA	Empresa y Ubicación
Deysi	Urbana	Ninguna	No trabaja	Actualmente se encuentra desempleada
Mariela	Urbana	Ninguna	Aux. administrativo (Rec. Hum.)	Empresa financiera CrediApoyo. San Juan Bautista Tuxtepec, Oaxaca
Paulino	Rural e indígena	Ninguna	Aux. administrativo (Rec. Hum.)	Tienda Suburbia. Ciudad de México
Yadhira	Rural	Ningún	Aux. administrativo (almacén de prod. terminados)	TresMontes Lucchetti. Acatlán de Juárez. Jalisco

Notas: ZP: Zona de procedencia; AE: Antecedentes de emprendimiento; SLA: Situación laboral actual. * Egresados que elaboraron y comercializaron algún producto durante la formación universitaria; ** Egresados que han generado un emprendimiento formal.

Fuente: elaboración propia.

Categorías de análisis: Al ser una investigación cualitativa se siguió un modelo de investigación flexible, comenzando con interrogantes formuladas de manera sencilla, pues el propósito no fue evaluar hipótesis o teorías preconcebidas (Taylor et al., 2015). Por ser exploratoria, se indaga sobre un tema en el cual las variables y la base teórica no están bien definidas (Creswell, 1994) lo que limita el utilizar hipótesis o variables (Gibbs, 2018; Niño, 2011). Bajo estos principios la investigación inició con tres categorías de análisis 1) educación en emprendimiento, recalando su importancia para desarrollar competencias y habilidades sobre el tema en los estudiantes universitarios, 2) enseñanza del emprendimiento, describiendo los elementos que están implicados y las características deseables en esta actividad y, 3) el profesor de emprendimiento, en particular sus características, atributos y actividades específicas. Estas categorías iniciales se establecieron a partir de un tema general, no se partió de una teoría preestablecida sino más bien se buscaron datos que fuesen relevantes teóricamente para generar conocimiento sobre la problemática estudiada (Escudero y Cortez, 2018) y, fueron acotadas con la problemática estudiada, el objetivo y las preguntas de investigación y después, con el contraste de la información obtenida, fue posible identificar otros elementos temáticos o áreas de indagación (Hernández y Mendoza, 2018; Izcarra, 2014).

Recolección de datos: las fuentes de información fueron secundarias, mediante documentos obtenidos sin la interacción cara a cara entre el investigador y los egresados, para ello se solicitó a todos los egresados de la cohorte que escribieran relatos de manera libre, sobre las diversas actividades escolares relacionados con el emprendimiento que fueron llevadas a cabo durante su estancia de cinco años en la universidad y, que enfatizaran en la medida de lo posible, en las actividades más relevantes y significativas para ellos durante ese periodo. Adicionalmente, la información fue complementada con algunas entrevistas informales y fotografías que mostraban actividades de emprendimiento desarrolladas por los egresados cuando fueron estudiantes.

Análisis e interpretación de datos: por el tipo de investigación y método empleado, los resultados no se obtuvieron por procedimientos estadísticos u otro tipo de cuantificación (Díaz y Luna, 2014), pues perseguimos obtener información para comprender el sentido que les asignan los individuos a sus conductas. Para esta actividad se aplicó la técnica de análisis de contenido en tres etapas: 1) lectura inicial de los relatos de los egresados, para reducir y simplificar los datos eliminando la información con escaso valor según el criterio de relevancia interpretativa (Tójar,

2006) y, seleccionar sólo la pertinente que guardaba relación con la problemática estudiada y con los conceptos presentados en el marco teórico, todo lo anterior permitió identificar en los relatos las líneas temáticas nucleares; 2) lectura y análisis textual minucioso de los documentos y de las líneas temática nucleares que hizo posible identificar seis categorías de análisis finales y; 3) se efectuó la interpretación en sentido manifiesto utilizando los contenidos explícitos de los relatos, es decir, tal como el egresado informó puntualmente sobre sí mismo, sus actividades y el entorno escolar donde se llevaron a cabo. Se realizó también en sentido latente pues a lo largo del proceso de análisis e interpretación se procuró comparar lo descrito por los egresados con lo que los especialistas y teóricos dicen que debe caracterizar una buena enseñanza de EE y, de esta manera identificar la existencia de vacíos entre la praxis de la enseñanza del emprendimiento con lo que marcan las políticas educativas sobre el tema.

Resultados y Discusión

Los resultados están organizados según las cinco categorías finales surgidas del análisis de contenido y procurando un orden cronológico: desde que los egresados decidieron cursar esa carrera, el curso propedéutico, la formación universitaria y sus reflexiones como egresados sobre la utilidad de la enseñanza en emprendimiento. Lo anterior debido a que Kohler (2007) dice que el análisis de las narrativas permite ver como las personas le dan orden y sentido a los sucesos, acciones y experiencias vividas y; según Rosenwald y Ochberg (1992), nos permiten percatarnos como cuentan los individuos sus historias, lo que enfatizan, su postura como protagonistas de cierta acción, posibilitando dar cuenta de los momentos significativos en un lapso de tiempo.

Razones para Elegir la Licenciatura en Ciencias Empresariales

Esta primera categoría describe las diversas causas que motivaron a los egresados para elegir cursar este programa de licenciatura del área de negocios, información que resulta de importancia pues se afirma que un factor para que la EE sea efectiva es la disposición de los estudiantes para desarrollar competencias emprendedoras, por eso Toledano (2006) menciona que antes de desarrollar programas de emprendimiento se debe indagar lo anterior. Al respecto, todos los egresados mencionaron dos motivos principales para elegir cursar esta carrera: 1) recibirían una formación multidisciplinaria, brindándoles mayores oportunidades laborales y 2) que los prepararía para ser emprendedores (Tabla 3). Además, los egresados antes de matricularse tenían expectativas acerca de la enseñanza de emprendimiento que les ofrecía la carrera, mostrando una disposición favorable hacia estos cursos, lo que pudo contribuir a su buen desempeño y perseverancia durante su formación universitaria y, facilitar a los profesores el trabajo de los temas de emprendimiento.

Tabla 3

Razones para Cursar la Carrera de Ciencias Empresariales

Razones para Cursar la Carrera de Ciencias Empresariales
1. Es una carrera multidisciplinaria, brinda las herramientas para emprender una idea de negocio que contribuya al desarrollo económico de la región, prepara con capacidades intelectuales para el mejor desempeño en la vida laboral y para el autoempleo (Alberto).
2. ... primero, identifique que era una carrera multidisciplinaria, que ofrece aprendizaje integral en todas las ramas económicas-administrativas, a diferencia de las demás en una sola área del conocimiento y, otra razón fue porque te brinda todas las herramientas para poder emprender, como una alternativa para el desarrollo profesional y económico del estudiante [mediante]

 Razones para Cursar la Carrera de Ciencias Empresariales

- poner su propia empresa y decida tener independencia económica y contribuya al desarrollo económico de donde uno radica (José).
3. Te permite desempeñarte en diferentes áreas de una empresa y adquieres conocimientos para crear tu propia empresa y conocer sobre las operaciones que se realizan en cada una de las áreas que la componen (Esmeralda).
 4. Adquirir conocimientos de emprendimiento, concretar ideas de emprendimiento y adquirir experiencia en la elaboración de proyectos empresariales (Guadalupe).
 5. Es una carrera que no solo te prepara para ser un buen empleado, está diseñada para que seas un emprendedor y generes tu propio negocio (Libni).
-

Fuente: elaboración propia

El Emprendimiento durante la Etapa de Aspirante

Esta categoría describe las actividades relacionadas con el emprendimiento que desarrollaron los egresados durante el curso propedéutico. Por políticas de la IES, todos los aspirantes a la carrera de Ciencias Empresariales deben acreditar un curso propedéutico de ocho semanas lectivas (agosto y septiembre), que incluye la asignatura “Taller de emprendimiento”, que sienta las bases del tema y pone de manifiesto que su formación universitaria incluirá el emprendimiento tal como lo recomiendan Esmi, Marzoughi & Torkzadeh (2015).

Al respecto, pocos egresados refieren en sus historias los proyectos de emprendimiento desarrollados en esta etapa, indicativo del escaso nivel de influencia en su imaginario, mencionaron que los proyectos se quedaron en ideas, sin seguimiento por parte de los profesores: “se llevó a cabo una idea de negocio para la elaboración de cocadas y de gelatina de mosaico con presentaciones innovadoras y formas de corazones y, con sabores de frutas exóticas de la región, dirigido a personas diabéticas pues la concentración de azúcares sería mínima” (Alberto), por su parte Libni recuerda que “en el curso propedéutico se elaboraron bolsas y carteras bordadas para mujer elaboradas a mano”. Todos los proyectos solo fueron ideas de negocios plasmadas en un documento escrito tal como lo recordó Brenda: “mi equipo elaboró cinturones y carteras tejidas, aunque únicamente se quedó en la elaboración de un escrito, me brindó la oportunidad de adentrarme a lo que es la carrera y tener una visión más amplia sobre el emprendimiento”.

La contribución de esta asignatura en la formación de competencias emprendedora fue escasa pues no se dio continuidad a las ideas de emprendimiento cuando los aspirantes se matricularon, no existió articulación con otras asignaturas relacionadas con el tema, su única función fue llenar un espacio de tiempo en el horario escolar, con resultados nulos al no concretar ideas en emprendimientos reales. Por lo tanto, es necesario que los profesores entiendan a plenitud los resultados que se deben alcanzar a corto, mediano y largo plazo, vigilando los contenidos temáticos de las asignaturas de emprendimiento y dar seguimiento a los resultados (Gibb & Price, 2014).

El Emprendimiento durante la Formación Universitaria

Esta tercera categoría describe las narrativas de los egresados sobre las diversas actividades sobre emprendimiento llevadas a cabo en los cinco años de la carrera; presenta cuatro subcategorías referidas al tipo o naturaleza de las actividades efectuadas: prácticas y proyectos en empresas, actividades de emprendimiento, actividades para identificar oportunidades de negocios y, participación en eventos.

Prácticas y Proyectos en Empresas Reales

Este tipo de prácticas se llevaron a cabo en tres dimensiones: asignaturas cursadas, estancias profesionales y prácticas extraescolares.

Prácticas Derivadas de Asignaturas Cursadas. La Tabla 4 muestra que los egresados solo recuerdan seis de 50 asignaturas (12%), evidenciando un escaso trabajo de los profesores pues en la gran mayoría de las asignaturas el tema de emprendimiento puede trabajarse de manera específica o transversal. Las asignaturas más aludidas fueron dos: Auditoría administrativa, donde recuerdan que efectuaron proyectos para evaluar la situación de las organizaciones mediante diagnósticos administrativos, identificar fortalezas y debilidades en diversas áreas y emitir propuesta de solución a las problemáticas encontradas y; en segundo lugar, Administración, desarrollo y capacitación de personal, donde mencionaron que detectaron necesidades de capacitación en las empresas y diseñaron y ejecutaron un plan de capacitación. Las asignaturas anteriores no están directamente relacionadas con el emprendimiento, sin embargo, los egresados consideran que abonaron para desarrollar competencias emprendedoras y, aquellas acordes al emprendimiento: Estudio de mercados y Estrategia publicitaria y promocional, fueron escasamente mencionadas.

Tabla 4

Asignaturas y Actividades Relacionadas con el Emprendimiento

Auditoría Administrativa
<ol style="list-style-type: none"> 1. ... en Nissan, para conocer y determinar los tiempos perdidos durante el proceso de mantenimiento de las unidades siniestradas, ya que, de acuerdo a los indicadores establecidos por México, Nissan Tuxtepec estaba por debajo del tiempo estándar (José). 2. Un diagnóstico administrativo en Aldea Verde (Carlos). 3. ... identificar fortalezas y debilidades de la Escuela de Estilismo IBE (Imagen, Belleza y Estilo), se hizo un estudio de satisfacción al cliente y percepción de su marca (Edgar). ... en el Hotel Mesón de la Chinantla, conocer la situación de la empresa y... al finalizar se realizó una presentación dónde se explicaron los problemas encontrados en la empresa y las propuestas de solución (Libni).
Administración, Desarrollo y Capacitación de Personal
<ol style="list-style-type: none"> 1. ... en la empresa de Súper Papelería del Ahorro, en donde detectamos necesidades de capacitación de esa empresa y después impartir una capacitación al personal (José). 2. ... dimos una capacitación en la empresa Pinturas de la Cuenca, a sus empleados sobre atención al cliente y ventas (Edgar). 3. En la Tienda de autoservicio Súper D´Bodega se realizó un diagnóstico de necesidades de capacitación para determinar en qué área era necesario ejecutar una capacitación al personal (Esmeralda).
Macroeconomía
<ol style="list-style-type: none"> 1. La creación de un portafolio de negocios y buscar canales de distribución de un productor de miel de Valle Nacional para impulsar el desarrollo de su pequeño negocio (Edgar). 2. ... en microempresa de miel “Los Velasco”, para identificar el mercado meta a nivel internacional y elaborar un portafolio de negocios a los Apicultores de Valle Nacional (Guadalupe).
Estrategia Publicitaria y Promocional
<ol style="list-style-type: none"> 1. Elaborar donas hechas de harina integral como proyecto en la asignatura (Edna).
Estudio de Mercados

-
1. ... elaboración de helados endulzados con Stevia, para aplicar los conocimientos de la materia en una idea de negocio (Erasmus).
 2. Artículos para el hogar (cortinas, cojines) en colaboración con las artesanas de San Felipe Usila (Guadalupe).
-

Presupuestos

1. ... elaboración de raspados con extractos de plantas medicinales (Erasmus).
 2. La elaboración de presupuestos para una empresa de Pulseras, [donde] aprendimos la importancia del control de los costos e ingresos (Guadalupe).
-

Fuente: elaboración propia.

Los proyectos gestados en las seis asignaturas mencionadas son escasos y, un rasgo característico fue el ser un producto de una sola asignatura, evidenciándose la falta de coordinación entre los profesores para gestar proyectos de mayor alcance donde los estudiantes pusieran en práctica los conocimientos de distintas asignaturas y dar continuidad a los mismos. La enseñanza de emprendimiento en esta carrera, se caracteriza por qué escasamente los profesores vigilan la forma en la cual las asignaturas contribuyen al desarrollo de competencias de emprendimiento tal como lo recomiendan Gibb & Price (2014).

Estancias Profesionales. Estas actividades persiguen que los estudiantes permanezcan cierto periodo de tiempo en las empresas para aplicar los conocimientos teóricos, comprender la dinámica de las organizaciones, el funcionamiento del mercado de trabajo y desarrollar habilidades para el emprendimiento (Ganapathy & Sundaram, 2020), de allí que sean esenciales para desarrollar competencias genéricas y específicas para los negocios en el futuro emprendedor (Ismail, 2018). La tabla 5 muestra el escaso vínculo entre la IES y las organizaciones establecidas en la zona, pues los egresados sólo recuerdan siete organizaciones (cinco privadas y dos públicas), de tamaño pequeño a mediano, donde fungieron como auxiliares o ayudantes en departamentos de niveles medios (Almacén, Recursos Humanos, Postventa, Ingresos), realizando funciones administrativas de carácter general, lo que resultó una limitante para desarrollar competencias y habilidades emprendedoras de mayor importancia. Se coincide con Damián (2018), en el sentido de que existe una política educativa bien definida al respecto, pero en la praxis existen limitantes para llevarla a cabo, pues en la zona donde se ubica la IES existe un tejido empresarial conformado por micro y pequeñas empresas que no permiten que los estudiantes desarrollen en mayor medida habilidades de emprendimiento.

Tabla 5

Empresas donde Realizaron Estancias Profesionales y Actividades Realizadas

Compañía Mexicana de Traslado de Valores (COMETRA)
1. ... me asignaron al Departamento de Almacén para auxiliar al encargado haciendo inventarios, registros en la plataforma de SAP para las órdenes de salidas y entradas de materiales y, en el Área de Mantenimiento realizando informes de los vehículos que entraban para el mantenimiento, llevar un control detallado de todas las órdenes de mantenimiento y que correspondieran con los datos de históricos del sistema (José).
2. ... en el área de recursos humanos, adquiriendo conocimientos sobre el proceso de reclutamiento y selección del personal, la contratación del mismo, cursos de capacitación al personal de nuevo ingreso y, asimismo, capacitación de reforzamiento al personal con determinada antigüedad y control de nóminas (Esmeralda)

Compañía Mexicana de Traslado de Valores (COMETRA)	
Agencia Nissan Tuxtepec	
1.	... realicé auditorías internas de certificación integral [para] preparar a todas las áreas de la empresa, obteniendo un buen desempeño pues tuve la oportunidad de generar un nuevo proceso de auditorías internas dando una aportación a la empresa; [también] realicé análisis financieros al departamento de carrocería y pintura, generando tabuladores de costo de mano de obra y de trabajos realizados por el departamento para detectar la rentabilidad y proponer estrategias que ayudaran a ser más rentables y más productivos (José).
2.	... apoyando al Administrador de Procesos de Calidad a realizar dos auditorías internas de certificación de calidad. En mi segundo periodo estuve apoyando al gerente del área de postventa en realizar un análisis financiero del departamento de Carrocería y Pintura para determinar si tal departamento representaba beneficios económicos a la empresa o era más un gasto y otorgar recomendaciones de mejora (Hortensia).
Hotel Mesón de la Chinantla	
1.	... en el área de contabilidad y mi función era capturar los ingresos del Restaurante Astorga y realizar conciliaciones bancarias y checar las nóminas de los empleados y ayudar a la contadora (Erasmus)
Hotel Best Western Plus	
1.	... en las áreas de recepción, almacén, contabilidad y ventas; desarrollando actividades como emisión de facturas por conceptos de restaurante y hospedaje, control de check list y check out, uso de sistemas de facturación y de control de hospedaje, control contable de los ingresos y egresos del hotel, control de inventarios, comparación de ventas, promoción de los servicios, entre otros (Esmeralda).
Cerveza Artesanal Caballero Imperial	
1.	... realizando actividades básicamente administrativas (Mariela).
Organismos públicos	
1.	... en el Ayuntamiento Jacatepec en el área de obras públicas y desarrollo agropecuario, mis funciones era ayudar en lo que ocupaban (Erasmus).
2.	... en la Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural (SADER) donde la principal tarea fue administrativa, ayudaba con la captura, organización, control y manejo de papeles (Mariela).

Fuente: elaboración propia

Prácticas Extraescolares. Estas actividades son importantes para desarrollar competencias emprendedoras, por tanto, deben incluirse en los métodos de enseñanza (Esmi et al., 2015). Se encontró que los profesores hacen escaso uso de éstas pues solo dos egresados mencionaron que efectuaron visitas individuales a empresas: “práctica en Mexicana de Abarrotes y en Matusa [ferretería] para observar cómo era su proceso de recepción de materiales y los equipos que utilizaban para el manejo y distribución de los materiales” (Alberto). No obstante que las visitas a empresas son una excelente estrategia de enseñanza para el emprendimiento (Arasti et al., 2012), los relatos dan evidencia que los profesores no le otorgan la importancia debida.

En cuanto a otro tipo de actividades extraescolares un egresado refirió: “desarrollé una actividad extra escolar, trabajamos con niños de nivel secundaria sobre temas de emprendimiento y desarrollo de un pequeño negocio” (Edgar); agregando que recibió una invitación de unos profesores que impartían un taller de emprendimiento infantil en una casa hogar; entonces, lejos de reconocer el aporte de las actividades extra escolares como lo mencionan Sharif, Jamshidian, Rahimi

& Naderi (2011), éstas no forman parte de los métodos de enseñanza de los profesores, resultando necesario fomentar su uso.

Innovación y Creatividad en las Actividades de Emprendimiento en la Formación Universitaria

Las actividades de emprendimiento fueron clasificadas de acuerdo a su naturaleza y grado de innovación y creatividad, pues como afirman Radovic & Nikitovic (2020), se espera que como producto de los conocimientos adquiridos durante su formación universitaria y por su experiencia, los estudiantes propongan ideas de negocios originales, innovadores y con creatividad o, muestren un valor agregado a los ya existentes.

En un primer grupo están las actividades sobre la elaboración y comercialización de productos alimenticios: “La creación y comercialización de raspados hechos de frutas naturales de la región, sin conservadores, para poner en prácticas nuestras habilidades en ventas, mejorar algunas cuestiones personales que nos impiden relacionarnos con el medio universitario y la sociedad, ya que a partir de ello se crearon vínculos con [productores] y comerciantes de la región” (Alberto), en tanto otra egresada añade que “...el lanzamiento de raspados con propiedades de plantas benéficas, nos permitió conocer todas las variables que se deben considerar al realizar el presupuesto sobre un proyecto y la toma de decisiones al momento de adquirir un financiamiento” (Esmeralda). Otros egresados recuerdan que elaboraron otros tipos de productos alimenticios: “elaboración y venta de Mermeladas Artesanales, hemos tenido oportunidad de comercializarla en pequeña escala y por medio de pedidos” (Hortensia), en tanto, en el mismo rubro alguien recordó la actividad de “elaborar donas hechas de harina integral para una mejor salud y evitar el sobrepeso, nos ayudó a reforzar nuestro talento mercadológico y publicitario” (Edna).

En las actividades de elaboración y comercialización de productos no alimenticios, Carlos recordó: “la comercialización de productos de interiores para el hogar promoviendo la cultura”, otra egresada que participó en la misma actividad agregó: “fue la venta de artículos de interiores para el hogar (cortinas, cojines, tapetes, entre otros) en colaboración con las artesanas de San Felipe Usila, un producto para promover la cultura, con un empaque y precio justo” (Guadalupe) y refiere que también elaboraron “Pulseras, [donde] aprendimos la importancia del control de los costos e ingresos en una empresa” y las vendieron en un evento en la ciudad de México llamado Horror Fest. En cuanto a actividades de oferta de servicios, un egresado relata que fue el “lanzamiento de un cine móvil [en comunidades rurales], que permitió conocer el proceso para llevarlo a cabo, definir el perfil del cliente, estimación de ingresos, características del producto y la aceptación en la población” (Esmeralda). Un egresado de forma personal llevó a cabo actividades para generar ingresos para su manutención: “vender productos o servicios digitales; emprendí un pequeño negocio de consultoría atendiendo a tres clientes: Imagen, Belleza y Estilo (IBE), Periódico el Informador de la Cuenca y Veterinaria Prana” (Edgar).

Los relatos anteriores muestran que las actividades de emprendimiento fueron altamente tradicionales, con escasos o bajos grados de creatividad e innovación, centradas en la producción y venta de alimentos sencillos generalmente preocupados con favorecer a los productores locales de las materias primas y en la salud de sus consumidores. La enseñanza del emprendimiento en esta carrera se caracteriza por no fomentar la creatividad y el pensamiento lógico para gestar actividades emprendedoras reales (Radovic & Nikitovic, 2020), pues muy pocos egresados de las cohortes anteriores han decidido por el emprendimiento como plan de vida. Por lo anterior, es necesario que los profesores reconozcan que la creatividad juega un papel importante en el proceso empresarial y que las personas con un mayor nivel de disposición creativa pueden mantener una mayor confianza en sí mismas y una actitud positiva en el proceso empresarial (Anjum et al., 2021).

Actividades para Detectar Oportunidades de Negocios

Identificar oportunidades para generar ideas de negocios es básico en la educación empresarial, por lo cual se debe vigilar que los estudiantes desarrollen dicha competencia (Karimi, et al., 2014). Las actividades para desarrollar esta competencia son insuficientes pues escasamente los egresados refieren que visitaron a productores locales para determinar cómo aprovechar los recursos disponibles: “Visitas a productores de miel, jengibre y textiles de comunidades de la Región del Papaloapan, para conocer el proceso de elaboración y detectar posibilidades de comercializar esos productos en su presentación original [o en] otra” (Brenda). Otros consideran que esta capacidad se fomentó mediante algunas asignaturas: “en Estudio de mercados, en una clase se detectaron las oportunidades de negocio” (Libni) o bien mediante la “realización de proyectos de inversión durante la carrera” (Erasmus), en tanto otros recuerdan que fue mediante “viajes de estudios, conferencias en congresos como y [eventos] del IODEM” (Alberto).

Los egresados recuerdan serias debilidades en la forma de desarrollar la capacidad de identificar oportunidades de negocios, pues dicen que: “la mayoría de los proyectos [fueron] poco innovadores pues se buscaba principalmente el entregar el trabajo para aprobar la materia” (Esmeralda), o bien que fueron “proyectos de inversión ficticios para cuestiones académicas” (Alberto), otros recuerdan que ellos no lo hicieron nunca y que solo colaboraban en proyectos ya existentes tal como lo refiere Guadalupe: “nada de identificar oportunidades, en ocasiones los proyectos se desarrollan en base a estudios de algunos profesores investigadores”, otros de manera tajante mencionan que los profesores nunca les proporcionaron técnicas específicas para identificar oportunidades teniéndolo que hacer solos sin directrices al respecto: “...[en] los proyectos que realizamos en las materias que cursamos en los diferentes semestres siento que nosotros de manera independiente detectamos alguna oportunidad de negocio en nuestro entorno” (Mariela).

La enseñanza en emprendimiento que se imparte en esta IES se caracteriza por no tomar en cuenta que reconocer y convertir una oportunidad en un emprendimiento real, es una capacidad que define a un emprendedor, es decir, los profesores no están al tanto de los factores que impulsan esta capacidad como el conocimiento previo, las capacidades cognitivas y creativas de los estudiantes en aspectos tales como conocimientos previos de los problemas de los clientes, formas de servir al mercado y la tecnología, así como la habilidad para la búsqueda y escaneo de información en la web para descubrir oportunidades de negocios tal como lo recomiendan Abu & Azmi (2017). Ningún egresado mencionó alguna técnica específica empleada por los profesores, lo que hace suponer que éstos desconocen o poco saben de la existencia de técnicas para dicho propósito (Nab, 2015).

Participación en Eventos y Congresos

Otro recurso que usaron los profesores para enseñar emprendimiento fue la organización de un solo evento interno de carácter anual y de asistencia obligatoria para los estudiantes: Las Jornadas de Ciencias Empresariales, donde se invita a empresarios locales y, donde desde su opinión obtuvieron los siguientes beneficios: “... participaba toda la carrera y se invitaba a empresarios, conferencistas y exalumnos para que nos platicaran sus experiencias en el ámbito emprendedor, lo que nos retroalimentaba y nos impulsaba para darnos cuenta que cualquier idea por más pequeña que sea puede materializarse” (Brenda); sin embargo, la forma de participación fue altamente pasiva pues agregaron: “... pero no participé como tal, sino que fui público, y se obtuvo un panorama más amplio sobre el tema del emprendimiento” (Paulino).

Los estudiantes tenían la obligación de asistir a dicho evento, limitándose a escuchar la información, por lo cual hay que cuestionar el impacto de este evento en la formación de emprendedores. Un egresado recuerda que expuso su ideas de negocio en este evento: “...llegaban empresarios a compartir sus experiencias cuando iniciaron sus negocios y la presentación de nuestras ideas de negocio en la Universidad” (Libni), pero escasamente fueron más allá de la exposición de la idea de negocios pues solo una egresada presentó un producto: “... también, se realizó un proyecto

y hubo una exposición donde se explicaba a los asistentes nuestro producto y se llegó a vender solamente en el evento” (Mariela). Se encontró un escaso uso de eventos internos para impulsar el emprendimiento, todo indica que quien dirige la carrera y los profesores no están potencializando esta importante herramienta pues Byabashaija & Katono (2011), aseguran que la participación de los empresarios locales en los eventos universitarios es bastante instructiva para impulsar el emprendimiento entre los estudiantes. Se hace un mayor uso de eventos externos organizados por organismos públicos y privados relacionados con el emprendimiento, entre los que aludieron por lo menos a siete:

Semana Nacional del Emprendedor (Ciudad de México): evento de emprendimiento organizado por la Secretaría de Economía a través del entonces Instituto Nacional del Emprendedor, donde los egresados mencionaron que los beneficios que recibieron fueron “la vinculación con empresarios a nivel nacional, conocer en las conferencias magistrales formas de financiamiento más detallado, cualidades y características de un emprendedor, como perder el miedo al iniciar un negocio, como sobrevivir en un mundo tan competitivo, generar innovación constante, etc.” (Alberto), o bien conocer sobre programas de financiamiento y la forma de obtenerlos: “... , encargados de programas de gobierno quienes exponían los requisitos para ser beneficiario de los mismos, emprendedores que narraban sus anécdotas al incursionar en el emprendimiento y algunos organismos e instituciones relacionadas a impulsar el emprendimiento en México” (Esmeralda).

Rumbo emprendedor (Ciudad de Oaxaca): evento impulsado por el Instituto Oaxaqueño del Emprendedor y de la Competitividad (IODEMC), donde los egresados mencionaron que pudieron “... conocer cómo operan las empresas, cómo funcionan las franquicias” (Edna), o bien para “... escuchar la experiencia de emprendedores del estado que nos compartieron su proceso, dificultades y puntos clave para emprender” (Yadhira).

Conectando Emprendedores en Oaxaca (Ciudad de Oaxaca): evento organizado por Fomento Social y Ecológico Citibanamex y el IODEMC, donde un egresado dijo. “Me di cuenta que existen alternativas de financiamiento para ideas de negocios, además de que expandió mi perspectiva del emprendimiento” (Edgar), en tanto otro mencionó que fue “... para conocer como hicieron los empresarios para poder llegar hasta donde han llegado” (Edna).

Premio a la Juventud Tuxtepecana (Ciudad de Tuxtepec): evento impulsado por IES e instituciones civiles del municipio para reconocer el talento emprendedor en los estudiantes universitarios, donde los egresados consideraron que pusieron a prueba sus capacidades: “... , nos ayudó a ver nuestras capacidades, que tanto hemos aprendido a lo largo de la carrera y conocer el objetivo de cada una de las materias, ya que aunque pensamos que no todas las llevamos a la práctica, de manera directa o indirecta nos ayudan en las ideas de negocio” (Silvia) y, para otros representó la oportunidad de obtener recursos como capital semilla para iniciar un emprendimiento real: “un concurso municipal donde, de ganar el concurso [con proyecto emprendedor] obtener \$50,000.00 para llevar a cabo el emprendimiento” (Cupertino).

En menor medida se mencionaron tres eventos externos más: 1) Encuentro de emprendedores (Miahuatlán, Oaxaca), organizado por la Universidad de la Sierra Sur, en el cual una egresada recuerda: “conviví con otros jóvenes que cursan la misma carrera y conocí su visión en cuanto al desarrollo de proyectos aprovechando los recursos de su región” (Brenda); 2) Encuentro Participación de la Mujer en la Ciencia (Ciudad de Guanajuato), donde un egresado dijo: “conocí chavos de mi edad compartiendo sus ideas o proyectos que habían realizado e investigaciones hechas por catedráticos expertos en el tema” (Alberto) y; 3) Emprende Oaxaca (Ciudad de Oaxaca), organizado por el IODEMC, donde dijeron que se presentaron “conferencias y presentación de personajes importantes como Marcus Dantus y Tania Ross que nos hablaban sobre como permanecer en el mercado y arriesgarnos a lo desconocido ya que si no lo hacemos el querer emprender no valdrá la pena” (Alberto).

Llama la atención que en los eventos externos los egresados solo asistieron pero nunca expusieron alguna idea de negocios o algún prototipo de un producto, además, la asistencia no fue obligatoria pues la universidad no cubrió gastos de traslado, hospedaje y alimentación para los estudiantes; así, estos eventos externos presentan limitantes pues solo aquellos estudiantes que poseen recursos monetarios pueden viajar para beneficiarse de estas experiencias, por lo cual es necesario atender esta situación pues diversos estudios refieren la importancia de que los estudiantes asistan a eventos donde participe la comunidad empresarial para que conozcan quién es quién en los negocios locales, establezcan contactos, resuelvan ciertas dudas y fortalezcan su motivación para emprender (Liñán et al., 2011).

El Trabajo de los Profesores que Enseñan Emprendimiento

Esta cuarta categoría describe las características principales de la forma de desarrollar los contenidos de emprendimiento por parte de los profesores. Las narrativas de los egresados muestran un trabajo altamente tradicional que no abonan para la enseñanza eficaz del emprendimiento, distando de lo que proponen Gibb & Price (2014); la enseñanza se ejecuta en tres etapas: enseñanza de teorías, supervisión de avances y la evaluación final. Se privilegian contenidos altamente teóricos, solicitando a los estudiantes los apliquen en algún proyecto de negocios: “enseñan toda la parte teórica que debe contener el proyecto y explican la estructura lógica que se debe seguir, posterior[mente] los estudiantes visualizan alguna idea de negocio y el profesor los asesora sobre la viabilidad, [después] los estudiantes desarrollan el proyecto y el profesor evalúa si se consideraron todos los criterios vistos en clases para su desarrollo” (Brenda). Una vez que los estudiantes identifican y definen una idea de negocios, el profesor espera que la desarrollen según los criterios establecidos en la teoría y efectúan un seguimiento al mismo: “...el profesor nos daba toda la información teórica sobre cómo realizarlo y nosotros como alumnos pensábamos en el proyecto que queremos realizar y mientras se desarrollaba van surgiendo dudas el cual el profesor resolvía” (Mariela).

Se supervisan avances de las etapas y una evaluación sumativa donde los estudiantes entregan un proyecto de emprendimiento concluido: “... nos encargan un proyecto para el final de semestre en donde concentraremos todo lo aprendido en el trayecto del semestre con valor del 100 %” (Hortensia), la forma de entrega es impresa y solo en ocasiones hacen una presentación oral: “los proyectos, se evalúan al final del semestre con el concentrado de las actividades y resultados, y/o exposiciones finales” (Guadalupe), además la estructura de los proyectos deben ajustarse a los criterios de los profesores, sin cabida a la innovación o creatividad: “los profesores pretenden que contengan todo o la mayor parte del contenido desarrollado en clase. La forma de evaluar algunas veces es subjetivamente, sin reconocer a los trabajos mejor desarrollados y llevados a cabo en tiempo y forma; ello puede generar inconformidad en el resto del alumnado” (Esmeralda). La enseñanza se centra en mostrar teóricamente la estructura de un proyecto de emprendimiento, privilegiando la elaboración de un plan de negocios que sirve para evaluar el grado de desarrollo de capacidades de emprendimiento (Kumar & Kumar, 2015). Se observa cómo lo mencionan Pesonen & Remes (2012), que los profesores son una limitante pues no muestran evidencias de su interés por mejorar o estar en constante búsqueda de mejores prácticas de enseñanza sobre emprendimiento.

Beneficios Obtenidos de la Enseñanza del Emprendimiento

Esta última categoría da cuenta a partir del imaginario de los egresados sobre los beneficios que la enseñanza del emprendimiento les ha reportado en al menos cuatro formas; algunos consideran que les brinda las herramientas para enfrentar el problema del desempleo o las bajas tasas de inserción laboral al concluir la carrera: “esto ayuda a que una vez egresados de la carrera tenga[mos] un negocio al cual dedicarnos, ya que la falta de empleos en nuestro país es muy alta y,

con ello contribuir a la generación de empleos” (Brenda), o bien que “el emprendimiento en los jóvenes es muy beneficioso ya que es una fuente por el cual se adquiere y se aplican muchos conocimientos, además de ser de mucho apoyo para jóvenes que no tienen oportunidad de tener un trabajo” (Edna). En el plano personal otros consideran que los preparó en la cultura para el éxito y afrontar sin temor los fracasos al llevar a cabo emprendimientos reales: “al iniciar un nuevo negocio si fracasamos somos dinámicos, en el aspecto de que somos más creativos, tenemos más fuerza de voluntad, somos más arriesgados y tenemos muchas ideas locas en las cuales incursionar, no tenemos resistencia a los cambios” (Alberto), en sintonía con lo anterior otra egresada dijo que les fue útil para “ser más creativos y tener menos temor para arriesgarse a emprender algún negocio” (Esmeralda), otra egresada de manera amplia afirma que “nos permite crear soluciones novedosas y creativas a problemas que se presentan, nos ayuda a abrir las expectativas y perder el miedo al fracaso y a lo nuevo, mayor tolerancia y expectativas del entorno” (Silvia), en resumen otro egresado dijo que: “te hace más responsable al hacerte cargo de tus propias acciones” (Carlos).

Varios egresados consideran que tiene impacto de mayor alcance beneficiando a la sociedad en general: “preparar ciudadanos auto empleadores y empleadores para el mejoramiento de las condiciones en la sociedad” (Alberto), y que es de gran ayuda para detonar la economía local puesto que mediante esta “desde jóvenes vamos a crear el propio autoempleo y generar también empleos contribuyendo a la generación de riqueza del país y llevando a cabo el desarrollo económico local” (José). Otros consideran que les brinda la oportunidad de tener independencia y dedicarse a alguna actividad de su agrado: “obtener mejores ingresos comparado con un empleo, ser tu propio jefe y, existen apoyos de muchas dependencias de gobierno por ser joven” (Erasmus), otro egresado comentó: “para poder generar un ingreso a base de sus ideas, ayudarse a sí mismo a no entrar a laborar en un trabajo que no les gusta y no tener un jefe sino serlo” (Paulino) y, para otros también evita tomar la decisión de migrar en busca de espacios laborales “podemos ser creadores de nuestra propia fuente de ingresos y evitar la necesidad de migrar a otras ciudades o estados para buscar trabajo ya que la oferta laboral es escasa en nuestra ciudad de origen” (Hortensia).

Llegados a este punto y con los resultados obtenidos, es posible tener una aproximación de las características que presenta la enseñanza del emprendimiento en una IES pública pequeña establecida en contextos socioeconómicos con serias limitantes y, cuyos resultados pueden servir como punto de partida para indagar lo que ocurre en otras IES públicas del estado de Oaxaca que operan en las mismas condiciones. El siguiente apartado presenta las conclusiones más relevantes que se han obtenido y que dan cuenta de lo que es la educación en emprendimiento en la práctica en una IES en particular, con lo que debería ser, según la política educativa al respecto.

Conclusiones

La política educativa de impulsar el emprendimiento en la educación superior pública en México presenta serias limitantes y desafíos, en particular en la universidad que se tomó como caso de estudio ubicada en contextos socioeconómicos precarios. Todo indica que dicha política solo ha consistido en asignar esta nueva misión a la IES, pero en la práctica no se le ha dotado de los recursos humanos, técnicos e infraestructura para llevarla a cabo. El estudio muestra en el caso particular, que la enseñanza del emprendimiento está altamente condicionada por la forma de trabajo de los profesores quienes, escasamente aprovechan los recursos para enseñar sobre el tema limitándose a la enseñanza teórica para luego encargar a los estudiantes algunos proyectos y visitas a empresas pequeñas establecidas en la ciudad, aunado a la asistencia en algunas ocasiones de los estudiantes a eventos sobre emprendimiento donde escasamente participan exponiendo alguna idea de negocios o un prototipo de algún producto.

Según los relatos de los egresados, durante los cinco años de permanencia en la universidad los profesores no proporcionaron evidencias de una preocupación constante para buscar métodos diferentes, creativos e innovadores, que fueran más allá de la enseñanza teórica, pues ésta se centra en enseñar solo la estructura de un proyecto de emprendimiento con su respectivo plan de negocios, descuidando otros aspectos importantes como son el desarrollo de habilidades blandas o transversales que resultan de gran importancia para el futuro emprendedor. Se concluye que el gran reto en esta universidad en particular, es que el profesor de emprendimiento logre que los estudiantes experimenten y vivan el concepto de emprender en lugar de limitarse a aprender sobre él en el sentido convencional, situación que requiere que utilicen pedagogías que fomenten el aprendizaje práctico, el intercambio, la experimentación, la dramatización y el juego de roles, la asunción de riesgos y la comisión de errores, la resolución creativa de problemas, la retroalimentación a través de la interacción social y con el mundo exterior, pues todos éstos resultan ser esenciales para fomentar y desarrollar las capacidades emprendedoras de los estudiantes.

No obstante que los egresados atribuyen varias ventajas a la enseñanza del emprendimiento que recibieron, a dos años de su egreso tan solo cuatro de ellos han tomado la decisión de convertirse en emprendedores, por lo cual habría que poner en tela de juicio el impacto de dicha formación en el corto y mediano plazo, como una opción profesional. Queda claro en este estudio en particular, la existencia de una gran brecha entre lo que dictan las políticas educativas de lo que debe caracterizar a la enseñanza del emprendimiento con lo que realmente acontece al interior de las aulas y espacios universitarios; así, derivado de los resultados encontrados quedan sobre la mesa del debate tres interrogantes importantes que necesitan respuesta mediante investigaciones futuras: ¿cómo entienden los profesores de esta carrera de la IES la educación en emprendimiento? ¿cómo la valoran y cómo se desarrolla en ellos esta competencia profesional? y ¿cuán dispuestos están a adoptar nuevos métodos pedagógicos para la enseñanza del emprendimiento?, la respuesta a las interrogantes anteriores permitirá dar cuenta de manera más profunda sobre otras variables que influyen para que esta IES cumpla los objetivos de las políticas educativas sobre del tema del emprendimiento.

Referencias

- Abu, M. & Azmi, A. (2017). *Improving entrepreneurial opportunity recognition through Web content analytics*. The 2nd International Conference on Applied Science and Technology. <https://doi.org/10.1063/1.5005348>
- Altan, M. (2015). Entrepreneurial teaching & entrepreneurial teachers. *Journal for Educators, Teachers and Trainers*, 6(2), 35–50.
- Anjum, T., Farrukh, M., Heidler, P., & Díaz, J. (2021). Entrepreneurial intention: Creativity, entrepreneurship and university support. *Journal of Open Innovation; Technology, Market, and Complexity*, 7(11), 1-13. <https://doi.org/10.3390/joitmc7010011>
- Arasti, Z., Kiani, M., & Imanipour, N. (2012). A study of teaching methods in entrepreneurship education for graduate. *Higher Education Studies*, 2(1), 2-10. <http://dx.doi.org/10.5539/hes.v2n1p2>
- Azqueta, A., & Naval, C. (2019). Educación para el emprendimiento: una propuesta para el desarrollo humano. *Revista Española de Pedagogía*, 77(274), 517-533. <https://doi.org/10.22550/REP77-3-2019-03>
- Bacigalupo, M., O’Keeffe, W., McCallum, E., McMullan, L., Weicht, R., & Price, A. (2018). *EntreComp into action*. Publication Office of the European Union.
- Baume, D. (2009). *Writing and using good learning outcomes*. Leeds Metropolitan University.

- Byabashaija, W. & Katono, I. (2011). The impact of college entrepreneurial education on entrepreneurial attitudes and intention to start a business in Uganda. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 16(1), 127-144. <http://doi.org/10.1142/S1084946711001768>
- Bertaux, D. (2005). *Los relatos de vida: Perspectiva etnosociológica*. Bellaterra.
- Comunidad Europea (CE). (2014). *Educación en emprendimiento. Guía del educador*. CE.
- Creswell, J. (2009). *Research design. Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage.
- Damián, J. (2020). El emprendimiento en el contexto de la universidad no emprendedora: la voz de los estudiantes. *Innovación Educativa*, 20(84), 9-32.
- Damián, J. (2018). Las empresas y su aporte en el desarrollo de competencias laborales en estudiantes universitarios. En L. De la Cueva & M. Valencia (Coord.), *Educación y empleo: Retos compartidos para crecimiento y desarrollo de las economías* (pp. 34-59). Red Durango de Investigadores Educativos.
- Díaz, A., & Luna, A. (Coords.) (2016). *Metodología de la investigación educativa. Aproximaciones para comprender sus estrategias*. Ediciones Díaz de Santos-Universidad Autónoma de Tlaxcala.
- Ebersberger, B., Pirhofer, Ch., & Wieser, D. (2016). *Teaching toolkit for entrepreneurship education*. ERASMUS/European Union.
- Escudero, C., & Cortez, L. (2018). *Técnicas y métodos cualitativos para la investigación científica*. Universidad Técnica de Machala.
- Esmi, K., Marzoughi, R., & Torkzadeh, J. (2015). Teaching learning methods of an entrepreneurship curriculum. *Journal of Advances in Medical Education & Professionalism*, 3(4), 172-177.
- European Commission (EC). (2011). *Entrepreneurship education: Enabling teachers as a critical success*. Author.
- European Commission/EACEA/Eurydice. (2016). *Entrepreneurship education at school in Europe. Eurydice Report*. Publications Office of the European Union. <https://doi.org/10.2797/301610>
- Eva, L. (2019). An entrepreneurial attitude: Implications for teachers' leadership skills? *Leadership and Policy in Schools*, 19(4), 2-16. <https://doi.org/10.1080/15700763.2019.1668021>
- Fejes, A., Nylund, M., & Wallina, J. (2019). How do teachers interpret and transform entrepreneurship education? *Journal of Curriculum Studies*, 51(4), 554-566. <https://doi.org/10.1080/0022>
- Ganapathy, S., & Sundaram, E. (2020). Perception of internship training program to promote entrepreneurship on engineering graduates. *CLIO An Annual Interdisciplinary Journal of History*, 6(7), 38-52.
- Gibbs, G. (2018). *Analyzing qualitative data*. Sage Publications. <https://dx.doi.org/10.4135/9781849208574>
- Gibb, A., & Price, A. (2014). *A compendium of pedagogies for teaching entrepreneurship*. National Center on Education and the Economy.
- Hernández, R., & Mendoza, Ch. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw Hill Interamericana.
- Institute of Enterprise and Entrepreneurs (IEE). (2016). *National occupational standards for enterprise*. <https://campus.ioee.uk/national-enterprise-standards/>
- Ismail, Z. (2018). *Benefits of internships for interns and host organisations. Helpdesk Report K4D*. University of Birmingham. <https://opendocs.ids.ac.uk/opendocs/handle/20.500.12413/13848>
- Izcarra, S. (2014). *Manual de investigación cualitativa*. Editorial Fontamara.
- Karimi, S., Biemans, H., Lans, T., Aazami, M., & Mulder, M. (2014). Fostering students' competence in identifying business opportunities in entrepreneurship education. *Innovations in Education and Teaching International*, s/n, 1-17. <http://dx.doi.org/10.1080/14703297.2014.993419>
- Katayama, R. (2014). *Introducción a la investigación cualitativa. Fundamentos, métodos, estrategias y técnicas*. Universidad Inca Garcilaso de la Vega.
- Kohler, C. (2007). *Narrative methods for the human sciences*. Sage Publications.

- Kumar, M., & Kumar, S. (2015). Entrepreneurship education: Concept, characteristics and implications for teacher education. *Shaikshik Parisamvad An International Journal of Education*, 5(1), 21-35.
- Liñán, F., Rodríguez, J., & Rueda, J. (2011). Factors effecting entrepreneurial levels: A role for Education. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(2), 195-218. <http://doi.org/10.1007/s11365-010-0154-z>
- Mason, C., & Arshed, N. (2013). Teaching entrepreneurship to university students through experiential learning. A case study. *Industry & Higher Education*, 27(6), 449-463. <http://doi.org/10.5367/ihe.2013.0180>
- Nab, J. (2015). *Teaching science students to identify entrepreneurial opportunities*. Ipskamp Drukkers, Enschede.
- National Centre for Entrepreneurship in Education (NCEE) (2018). *Inspiring entrepreneurship in education. Enterprise and entrepreneurship in higher education 2018*. NCEE.
- Neck, H., & Greene, P. (2011). Entrepreneurship education: Known worlds and new frontiers. *Journal of Small Business Management*, 49(1), 55-70.
- Neck, H., Greene, P., & Brush, C. (2014). *Teaching entrepreneurship: A practice-based approach*. Edward Elga.
- Niño, V. (2011). *Metodología de la investigación. Diseño y ejecución*. Ediciones de la U.
- Penaluna, A. (2018). *Enterprise and entrepreneurship education: Guidance for UK higher education providers*. https://www.qaa.ac.uk/docs/qaa/enhancement-and-development/enterprise-and-entrepreneurship-education-2018.pdf?sfvrsn=15f1f981_8
- Pesonen, A., & Remes, L. (2012). Evaluation of entrepreneurial development coaching: Changing the teachers' thinking and action on entrepreneurship. *Annals of Innovation & Entrepreneurship*, 3(1), 1-13. <https://doi.org/10.3402/aie.v3i0.17292>
- Radovic, M. & Nikitovic, Z. (2020). Learner creativity among entrepreneurship students in higher education through e-learning. *International Journal of Entrepreneurship*, 24(5), 1-7.
- Reséndiz, R. (2018). Biografía: Proceso y nudos teórico - metodológicos. En M. Tarrés (Coord.), *Observar, escuchar y comprender sobre la tradición cualitativa en la investigación social* (pp. 127-158). El Colegio de México-FLACSO.
- Rosenwald, G., & Ochberg, R. (1992). *Storied lives. The cultural politics of self-understanding*. Yale University Press
- Samwel, E. (2010). Entrepreneurship education: A review of its objectives, teaching methods, and impact indicators. *Education + Training*, 52(1), 20-47. <https://doi.org/10.1108/00400911011017663>
- Sharif, M., Jamshidian, A., Rahimi, H., & Naderi, N. (2011). The análisis of entrepreneurship curriculum status in Iranian higher education. *Journal of Entrepreneurship Development*, 11(3), 87-106.
- Sofoluwe, O., Shokunbi, O., Raimi, L., & Ajewole, T. (2013). Entrepreneurship education as a strategy for boosting human capital development and employability in Nigeria: Issues, prospects, challenges and solutions. *Journal of Business Administration and Education*, 3(1), 25-50.
- Taylor, S., Bogdan, R., & DeVault, M. (2015). *Introduction to qualitative research methods: A guidebook and resource*. Wiley.
- Tójar, J. (2006). *Investigación cualitativa: Comprender y actuar*. Editorial la Muralla S. A.
- Toledano, N. (2006). Las perspectivas empresariales de los estudiantes universitarios: un estudio empírico. *Revista de educación*, (341), 803-825.
- Wan, W., & Mohammed, S. (2017). What would the required entrepreneurial competencias for entrepreneurship lectures in higher learning institutions? *Saudi Journal of Business and*

Management Studies, 2(8), 787-794. <https://www.saudijournals.com/media/articles/SJBMS-28787-794.pdf>

Sobre el Autor

Javier Damián Simón

Universidad del Papaloapan, Campus Tuxtepec
damian_ce@hotmail.com; jdamian@unpa.edu.mx

Doctor en Enseñanza Superior por el Centro de Investigación y Docencia en Humanidades del Estado de Morelos (CIDHEM), Máster en Ciencias de la Educación por el Instituto de Estudios Universitarios A. C. (IEU), Máster en Administración por la Universidad Autónoma de Guerrero (UAGro), Especialista en Investigación Educativa por el Tecnológico Nacional de México, Campus Centro Interdisciplinario de Investigación y Docencia en Educación Técnica (CIIDET-Querétaro) y Licenciado en Contaduría por el Tecnológico Nacional de México, Campus Acapulco. Profesor investigador de la Universidad del Papaloapan, Campus Tuxtepec, adscrito al Departamento de Ciencias Empresariales (México). Miembro del Sistema Nacional de Investigadores Nivel I, del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACyT). Líneas de investigación de interés: 1) Estudiantes y egresados universitarios y 2) Educación en Emprendimiento.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2140-7622>

archivos analíticos de políticas educativas

Volumen 30 Número 148

4 de octubre 2022

ISSN 1068-2341



Los/as lectores/as pueden copiar, mostrar, distribuir, y adaptar este artículo, siempre y cuando se de crédito y atribución al autor/es y a Archivos Analíticos de Políticas Educativas, los cambios se identifican y la misma licencia se aplica al trabajo derivada. Más detalles de la licencia de Creative Commons se encuentran en <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>. Cualquier otro uso debe ser aprobado en conjunto por el autor/es, o AAPE/EPAA. La sección en español para Sud América de AAPE/EPAA es publicada por el *Mary Lou Fulton Teachers College, Arizona State University* y la *Universidad de San Andrés* de Argentina. Los artículos que aparecen en AAPE son indexados en CIRC (Clasificación Integrada de Revistas Científicas, España) DIALNET (España), [Directory of Open Access Journals](#), EBSCO Education Research Complete, ERIC, Education Full Text (H.W. Wilson), PubMed, QUALIS A1 (Brazil), Redalyc, SCImago Journal Rank, SCOPUS, SOCOLAR (China).

Sobre le Consejo Editorial: <https://epaa.asu.edu/index.php/epaa/about/editorialTeam>

Por errores y sugerencias contacte a Fischman@asu.edu

Síguenos en EPAA's Facebook comunidad at <https://www.facebook.com/EPAAAPE> y en **Twitter feed** @epaa_aape.
