

# Scientia et PRAXIS

Vol.01. No.02. Jul-Dic (2021): 83-103

<https://doi.org/10.55965/setp.1.02.a4>

eISSN: 2954-4041

## La Universidad de Guadalajara y la Sinergia de su Red en: CUCEA, CUCBA y CUSUR

## The University of Guadalajara and the Synergy of its Network in CUCEA, CUCBA, and CUSUR

Jovanna Nathalie Cervantes-Guzmán **ORCID** [0000-0002-0520-3822](https://orcid.org/0000-0002-0520-3822)

Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas.  
(UdeG-CUCEA) México.

e-mail: [jovanna.guzman@hdr.qut.edu.au](mailto:jovanna.guzman@hdr.qut.edu.au)

**Palabras Clave:** intención emprendedora, capacitación, educación y habilidades blandas.

**Keywords:** entrepreneurial attempt, training, education and soft skills.

**Recibido:** 15-Ago-2021; **Aceptado:** 12-Dic-2021

---

### RESUMEN

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

**Metodología.** Lo anterior, se realizará mediante la formación del trabajo multidisciplinario utilizando modelos de negocios adaptados a la enseñanza del emprendimiento.

**Hallazgos.** Evitar dejar a la deriva al talento formado en las universidades, que no encuentra un estímulo al conocimiento para lograr el desarrollo de su emprendimiento

**Originalidad.** Propiciar a partir de trabajos escolares negocios potenciales, mediante la asociación de diferentes carreras universitarias para generar y potencializar relaciones profesionales multidisciplinarias alumno-alumno.

## ABSTRACT

**Purpose.** University students must be trained with real cases to experience experiential learning, where they have substantial experience and learn from it, integrating training, education, and soft skills, to arm them with the necessary tools to develop an entrepreneurial intention.

**Methodology.** The mentioned above will be done through the formation of multidisciplinary work using business models adapted to the teaching of entrepreneurship.

**Findings.** Thus, managing to avoid leaving the talent trained in universities adrift, which does not find a stimulus to knowledge to achieve the development of their entrepreneurship.

**Originality.** The promotion from schoolwork to potential businesses by associating different university careers to generate and enhance student-student multidisciplinary professional relationships.

---

### 1. Introducción

De acuerdo con el INEGI de 3 millones de jóvenes desempleados entre 17 a 25 años, 1 de cada 3 poseen título universitario. La OCDE expone que los jóvenes que tienen más de 22 años tardaran más de 1 año en encontrar un trabajo relacionado con su carrera, y una vez que lo encuentran su salario será menor a lo que pagaban de colegiatura en su universidad. Esto es consecuencia de uno de los aspectos que tienen mayor grado de relevancia en su vida universitaria que es pasar los exámenes, es decir, estas cifras muestran que las universidades los entrenan a corto plazo en lugar de largo plazo, debiendo ser la escuela una preparación para el futuro. Esta formación debe estar integrada por la capacitación, educación y las habilidades blandas (Herrera, 2020).

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

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

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

### **1.1.Planteamiento del problema**

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

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

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

Es necesario aprender y practicar en un entorno enfocado al desarrollo del conocimiento y las capacidades como lo es la universidad, para que el día de mañana que los jóvenes se enfrenten al

“mundo real” sean capaces de sobrellevar los retos que se enfrenten con su emprendimiento, y no dejen que la falta de conocimientos, capacitaciones y habilidades sean una limitante para lograr sus metas.

## **1.2. Justificación**

Desaparece el INADEM, lo que ocasionó la fractura de una de las columnas vertebrales que incentivaba el emprendimiento en México. Esto provocó que las incubadoras y aceleradoras que contaban con su apoyo cerrarán. Esto obliga que los jóvenes busquen nuevas oportunidades de empleo que el plan del gobierno no incentiva la creación de empresas provocando una desaceleración en las mismas con menores oportunidades. Se deja a la deriva al talento formado en las universidades, que no encuentra un estímulo al conocimiento para lograr el crecimiento en el sector empresarial (Velázquez, 2019). Los alumnos que egresan encuentran dificultades por la falta de oportunidades para ser parte de la Población Económicamente Activa (PEA), además de los derivados de los problemas que enfrentan las PYMES en México por el bajo crecimiento, la poca estabilidad y el crédito limitado (Arana, 2018) que limita las opciones de empleo.

Por lo anterior, es necesario formar una intención emprendedora entre los alumnos, integrando la capacitación, educación y las habilidades blandas, para armarlos de las herramientas que les permitan enfrentar la falta de oportunidades laborales o las limitadas opciones de financiamiento para nuevos proyectos, entre otros. La formación del trabajo multidisciplinario genera mejores resultados, fortaleciendo cada área de un negocio y productos de mejor calidad con sustento. Esto se realizará mediante la formación del trabajo multidisciplinario que genera proyectos de negocios con mejor calidad. Evitando dejar a la deriva al talento formado en las universidades, que no encuentra un estímulo al conocimiento para lograr el desarrollo de su emprendimiento. Propiciándolo partir de trabajos escolares que pueden derivar en negocios potenciales, mediante la asociación de diferentes carreras para generar y potencializar relaciones profesionales multidisciplinarias alumno-alumno. Con ello incentivar la formación de la intención emprendedora en los jóvenes millenials universitarios mediante el desarrollo de la capacitación, la educación y las habilidades blandas.

## **1.3. Operacionalización de las Variables**

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

**Tabla 1:Operacionalización de las variables**

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

Fuente: Elaboración propia

## 2. Revisión de literatura

Se revisa el estado del arte, el cual describimos con las siguientes definiciones:

### 2.1.Emprendimiento

La esencia del emprendimiento de acuerdo con Nogales (2011) son los procesos de innovación, cooperación y desarrollo, su alcance dependerá de las habilidades de una sociedad para gestionar y transferir el conocimiento de forma estratégica para agregar un valor económico y social.

El emprendedor de acuerdo con Shumpeter (1942) citado por Sledzik, (2013), es el fundador de una nueva empresa, un innovador que rompe con la forma tradicional de hacer las cosas, debe de ser una persona con dotes de liderazgo y con un talento especial para identificar el mejor modo de actuar.

Los emprendedores son agentes de cambio, porque el emprendimiento implica iniciar un nuevo negocio, experimentar con nuevas técnicas, introducir nuevos productos y/o crear nuevos mercados (Wennekers, et al, 2002).

Las características del emprendedor son: determinación, perseverancia, capacidad para alcanzar las metas, iniciativa, persistencia en la solución de problemas, autoconfianza, altos niveles de energía, confiabilidad, tolerancia al cambio, y buscar retroalimentación (Rodríguez, 2011).

Los factores que influyen en el emprendedor, de acuerdo a Rodríguez (2011), son:

- Factores motivacionales. Necesidad de logro, reconocimiento, independencia y desarrollo personal.
- Características personales. Iniciativa personal, capacidad de decisión, orientación hacia la oportunidad y metas, tolerancia a la incertidumbre, perseverancia, constancia y responsabilidad personal.
- Características físicas. Energía y trabajo duro.
- Características intelectuales. Flexibilidad, creatividad, búsqueda de información, planificación sistemática de resultados, capacidad para solucionar problemas y planificación.

## **2.2.Millennials**

Los millennials son caracterizados por ser compradores responsables, debido a que prefieren comprar en menor cantidad dejando a un lado la ostentación de la marca, y la valoran más por la autenticidad y la calidad de los productos. Se enfocan en ser socialmente responsables y dar apoyo al medio ambiente. Como consecuencia le dan un mayor valor a las empresas que tienen como prioridad la importancia a sus políticas y la responsabilidad social corporativa y medio ambiente (Baéz, 2015).

Otra característica importante es que se encuentra a los millennials extremadamente sociales ya que un 88 % en Latinoamérica tiene perfiles en redes sociales. Convirtiéndola no son sólo un medio de comunicación sino una parte fundamental de su vida social. Debido a esto prefieren las redes sociales como medio para interactuar con las empresas, un 65% prefiere las redes sociales para ser

atendidos y se encuentran mucho más críticos y exigentes a la hora de calificar su experiencia (Dimock, 2018).

También se caracterizan por ser autosuficientes, independientes y autónomos, buscando sentirse siempre como protagonistas. Exigen nuevos valores como la transparencia y el compromiso social buscando que las empresas les permitan aportar sus ideas en la creación y el desarrollo de sus productos y/o servicios para así sentirse como parte de la marca (Dimock, 2018).

Uno de los puntos a favor en la generación millennials es la educación, ya que son definidos por ser la generación con la mejor educación, exponiendo a los millennials entre 25 a 29 años tienen una licenciatura que contribuye al 50% de toda la generación. Mientras que el 40% tiene un posgrado y los de 18 a 24 años deciden ir a la universidad para incrementar su preparación profesional. Debido a su enfoque en la preparación profesional y el alcance a estudios avanzados como posgrados, la generación millennial dejan a un lado el matrimonio convirtiéndose en la generación que solo vive con su pareja en lugar de comprometerse de forma legal o religiosa. Hoy en día solo el 26% de los millennials están casados comparado con el 36% de la generación X o el 48% de los baby booms. En otras generaciones se casaban a los 18 años, hoy en día los millennials lo han regenerado y la edad promedio al matrimonio es de los 24 a 30, y en algunas ocasiones con mayor edad (Stevenson, 2014).

Los Millennials son clientes que exigen una personalización, esperando que la empresa se adecue a ellos y no al revés. Es por esto que, para atender sus demandas, las compañías deben desarrollar un conocimiento sobre sus clientes incorporando información social sobre ellos para aportarles más valor y personificación. Con esto se trata de modificar el CRM tradicional hacia el CRM social tomando ventaja de la información digital que se comparte (Dimock, 2018). Esta generación se define por ser una generación que evoluciona de la mano de la tecnología. Esta generación a diferencia de otras generaciones tiene como prioridad en la vida, viajar y ser independientes dejando en segundo o tercer término el matrimonio. Una de las principales características de un millennial es la facilidad al acceso de internet y como este predomina en su vida (Barrios, 2015).

Los millennials son nativamente digitales y se desenvuelven de la mano de la tecnología (teléfono móvil, tableta, todo tipo de dispositivo portátil tecnológico), el estudio realizado por eMarketer reveló que el 96% de los jóvenes mexicanos (20 a 39 años) basan su comunicación en las redes sociales y un 95% en la mensajería instantánea (Barrios, 2015).

### 2.3. Emprendimiento en los millenials

Los atributos principales de los millenials como líderes en sus emprendimientos, de acuerdo a (Requena & Samos, 2017), son:

- Pasión por el trabajo y la empresa. Los millenials cuando encuentran un proyecto que los apasione, invertirán todo su tiempo y esfuerzo para asegurar el logro de los objetivos esperados.
- Equipos motivados e involucrados. Los equipos de trabajos son tomados en consideración para las decisiones para incentivar a que se sientan involucrados.
- Liderazgo innovador. Uso de herramientas efectivas para el logro de mejores resultados.
- Emprendimientos comprometidos con la sociedad. Buscan contribuir con el desarrollo de la sociedad a través de programas que apoyen a la comunidad.

### 2.4. Matriz Metodológica

Se plantea una matriz metodológica. Ver **Tabla 5**

**Tabla 5: Resumen de las variables independientes y dependiente**

Variable dependiente	Tesis	Variable independiente	Dimensiones	Tesis
Intención Emprendedora	(Oliveras, 2015)	Capacitación	Individuo	(Rado, 2018)
			Entorno	
			Proceso	
			Organización	
		Educación	Curso académico	(Vázquez, 2017)
			Metodología de enseñanza	
			Actividades complementarias	
			Cultura universitaria	
		Habilidades blandas	Iniciativa	(Ramos, 2017)
			Creatividad	
			Aprendizaje	

Fuente: Elaboración propia

### 3. Proyecto sinergia

El proyecto, se describe a través de una serie de Tablas y sus capturas. Ver **Tabla 6**

Tabla 6. Datos priniples de los vinculados

ANTECEDENTES DE VINCULACIÓN						
<b>Nombre de la Institución de Educación Superior:</b>	Universidad de Guadalajara					
<b>Número de RENIECYT</b>	1702512					
<b>Número de proyectos de investigación o desarrollo realizados en vínculo con empresas</b>	Desarrollo de proyectos	Transf. de tecnología	Incubación de empresas o proyectos	Servicios de consultoría	Capacitación o Educación continua	Prácticas, residencias, estadias, etc.
	17 proyectos			3 proyectos	80 alumnos obtuvieron capacitación	
<b>Número de investigadores o docentes involucrados en proyectos de vinculación con empresas</b>	Desarrollo de proyectos	Transf. de tecnología	Incubación de empresas o proyectos	Servicios de consultoría	Capacitación o Educación continua	Prácticas, residencias, estadias, etc.
	5 docentes		1 docente encargado de la aceleradora		4 docentes tomaron programas de capacitación	1 docente participe en un programa internacional de la Univ. De Oxford
<b>Número de alumnos contratados por la empresa en los proyectos</b>	Desarrollo de proyectos	Transf. de tecnología	Incubación de empresas o proyectos	Servicios de consultoría	Capacitación o Educación continua	Prácticas, residencias, estadias, etc.
	Propuesta a 6 alumnos					Propuesta a 6 alumnos para realizar prácticas profesionales
<b>Monto cobrado a las empresas involucradas en los proyectos</b>	Desarrollo de proyectos	Transf. de tecnología	Incubación de empresas o proyectos	Servicios de consultoría	Capacitación o Educación continua	
				Gratuita		
<b>Enlistar eventos de vinculación realizados</b>	<b>Nombre de evento</b>			<b>Fecha</b>	<b>A quién estaba dirigido</b>	
	Firma de convenio			29 / oct / 2020	Rectores, secretarios académicos, jefes de departamento, encargados de emprendimiento y profesores encargados, de los centros universitarios CUCEA, CUCBA y CUSUR que forma parte de la RED UDG	
	Vinculación con COCULA con los alumnos de CUCEA y CUCBA para la formación de un emprendimiento desde la visión de negocios			14 / dic /2020	Gobierno de COCULA con los centros universitarios CUCEA, CUCBA y CUSUR	
	The Santander X Entrepreneurship Educator's Programme (Dra. Jovanna Nathalie Cervantes Guzman)			Julio a Septiembre 2020	Oxentia ( Oxford Global Innovator Consultancy), Santander X, profesores encargados de emprendimiento de diversas universidades de LATAM, España y Reino Unido	

Fuente: Elaboración propia

Así también, se documentan los representantes de cada campus. Ver **Tabla 7**

**Tabla 7. Datos del proyecto**

<b>INFORMACIÓN ACERCA DEL PROYECTO PROPUESTO</b>	
<b>Título</b>	Sinergia CUCEA, CUCBA y CUSUR de la RED UDG
<b>Breve presentación</b>	Formación del trabajo multidisciplinario que generan proyectos de negocios con mejor calidad y potencialidad para su desarrollo en el mercado. Evitando dejar a la deriva al talento formado en las universidades, que no encuentra un estímulo al conocimiento para lograr el desarrollo de su emprendimiento. Propiciándolo a partir de trabajos escolares validados que pueden derivar en negocios potenciales, mediante la asociación de diferentes carreras para generar y potencializar relaciones profesionales multidisciplinarias. Generando una triple elipse de vinculación entre los jóvenes emprendedores Universidad de Guadalajara, con el área empresarial (que cuente con enfoque social), con el gobierno (incentivar el desarrollo de los municipios)
<b>Palabras clave</b>	Emprendimiento, Vinculación multidisciplinaria, Educación y Capacitación

Fuente: Elaboración propia

Son planteados criterios de evaluación de la vinculación educación-empresa, como los mostrados en la **Tabla 8**.

**Tabla 8. Criterios de Vinculación educación-empresa**

Se logra una vinculación de triple elipse: con academia (profesores y empresarios de la Universidad de Guadalajara), empresa (empresa con presencia nacional e internacional con un enfoque social) y gobierno (El gobierno de COCULA requiere apoyo para mitigar los efectos negativos económicos causados por la pandemia). Se forman productos alimenticios orgánicos validados y sustentados por los alumnos universitarios de la licenciatura de ciencia de los alimentos de CUCBA que incentivan el producto mexicano; los proyectos de negocios desarrollados por los alumnos de la licenciatura en mercadotecnia CUCEA apoyan tanto al desarrollo de los productos de la empresa como el sacar al mercado los productos de los alumnos de CUCBA, y ambos centros universitarios apoyan al municipio para incentivar su economía mediante el emprendimiento social. Y junto a los alumnos de la maestría de en derecho de CUSUR se protegen la propiedad intelectual de los productos de la UDG, como se establecen los contratos y acuerdos con las empresas y el gobierno.

Finalmente se logra la fórmula del emprendimiento de Stanford:

*Captación de ideas + Educación emprendedora + Propiedad intelectual = Incremento del número de Startups.*

Logrando su fin común que es incentivar la economía del país. Se realizó una consultoría gratuita a la empresa XICA de maíz ancestral, siendo una empresa que trabaja con los indígenas de Tuxpan

y la sierra de Mazatlán al sur de Jalisco, ellos trabajan la tierra de una manera tradicional y 100% natural sin químicos y fertilizantes.

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

El trabajo realizado les proporciono una nueva perspectiva de visión hacia sus productos para mejorar y/o cambiar las estrategias de comunicación, la validación del mercado, e introducirse en otros canales de comercialización adaptados a las necesidades actuales del mercado como lo es el e-commerce. Además, expresaron su intención de reclutar a los alumnos para la realización del servicio social y/o prácticas profesionales para la continuación de la experiencia formativa con posibilidad a ser contratados en un futuro por la empresa.

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

Fuente: Elaboración propia

Se relacionan cada uno de los líderes estudiantiles de cada campus. Ver **Tabla 9**

**Tabla 9. Nombre de los líderes involucrados en el proyecto y sus aportaciones**

Nombre	Organización	Aportación
Dra. Jovanna Nathalie Cervantes Guzmán	Universidad de Guadalajara (CUCEA)	Responsable de emprendimiento y mercadotecnia, encargada de generar la vinculación con los centros universitarios, encargada de la vinculación con los programas nacionales e internacionales de emprendimiento.
Dra. Araceli Hernandez Tinoco	Universidad de Guadalajara (CUCBA)	Encargada de vinculación con el área empresarial y con los gobiernos de los distintos municipios
Dra. Mónica Araceli Reyes Rodríguez	Universidad de Guadalajara (CUCBA)	Responsable de ciencia de los alimentos, y encargada de finanzas.
Dr. José Cruz Guzmán Díaz	Universidad de Guadalajara (CUSUR)	Responsable de la parte legal del proyecto y la propiedad intelectual

Mtro. Samuel Iván Cárdenas Rodríguez	Universidad de Guadalajara (CUCEA)	Director de LINE (Laboratorio de innovación y emprendimiento) del CUCEA, y director de CIADEyS (Centro de Innovación para el Aceleramiento al Desarrollo Económico y Social)
--------------------------------------	------------------------------------	--

Fuente: Elaboración propia

#### 4. **Carácter innovador**

Es descrito lo principal, mostrado en la **Tabla 10**.

##### **Tabla 10. Carácter innovador**

El carácter innovador es el uso de la tecnología para mejorar la calidad de la enseñanza y el aprendizaje ya que permite el adaptar conocimiento obtenido de programas internacionales virtuales para el proyecto, siendo adaptado del “Goldman and Sacks 10000 Women” mismo que la organización le dio el permiso a la Dra. Jovanna Nathalie Cervantes Guzmán exclusivamente para utilizar la estructura del proyecto de negocios con sus alumnos, esta se encuentra validada para el desarrollo de emprendedores en países en vías de desarrollo. También participo la Dra. Cervantes con el programa en Santander X Entrepreneurship Educator's (SEE) Programme by Santander and Oxentia (Oxford University Global Innovation Consultancy) en una de las 20 posiciones otorgadas a nivel de LATAM, España y Portugal para participar con el proyecto de sinergia, en donde nos apoyaron con una mayor estructuración para generar un mayor impacto en los jóvenes universitarios. Además, que el proyecto fue presentado por la Dra. Cervantes en un programa de emprendimiento e innovación desarrollado en Silicon Valley, presentando en la Universidad de Boston en 2019.

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

Fuente: Elaboración propia

#### 5. **Capacidad de transferencia**

Este atributo, se describe ampliamente como se observa en la **Tabla 11**.

**Tabla 11. Descripción de la capacidad de transferencia**

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

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

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

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

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

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

Como proyecto futuro, la sinergia será desarrollada a un mayor nivel, incrementando no solo redes universitarias de diferentes ciencias, sino también puede ser con otros centros universitarios públicos y privados, además de integrar a un mayor número de empresas para apoyarlas en su desarrollo, y con ello incentivar el emprendimiento en los jóvenes universitarios para apoyar al crecimiento del país. Como prueba de ello, actualmente se está en proceso de negociación con la Universidad de Chile, para la generación de una vinculación, la UdeG colaboro en una primera etapa con mentores para la asesoría de trabajos emprendedores desarrollados por los estudiantes universitarios, y la UC va a dar mentoría especial para el concurso de emprendimiento que se está organizando en la RED UdeG.

Fuente: Elaboración propia

#### 4. Sustentabilidad

Es de especial interés la inequidad de género a la cual se trata conforme a la **Tabla 12**

**Tabla 12. Impacto de género**

<b>Impacto genero la propuesta</b>
<p>Los estudiantes deben ser vistos como emprendedores para mejorar sus capacidades argumentativas, reflexivas e interpretativas. Siendo la realización de los modelos de negocios un proceso para guiarlo hacia la creación de un emprendimiento. Siendo las metodologías desarrolladas por los académicos universitarios enfocadas a conocer los problemas reales del mundo empresarial para la búsqueda de oportunidades potenciales y con ello tener proyección a nivel local, regional, nacional e internacional.</p> <p>Su enseñanza debe ser efectiva para crear una cultura emprendedora en los alumnos que genere la creación de empresas sólidas, evitando que el emprendimiento solo se enseñe para cumplir un requisito más en sus materias.</p> <p>Como resultado se percibió mejor desempeño de los alumnos de mercadotecnia, mayor motivación y mayor interés por ser parte del proyecto de comercialización del producto al final del estudio, para incentivar la intención emprendedora. En donde exponen los alumnos:</p> <p>“Me parece que es el complemento en conjunto de todos el aprendizaje adquirido, se trabaja más allá de la teoría, poniendo en práctica los conocimientos que sesión tras sesión vamos aprendiendo paso a paso de la mano de la maestra y su experiencia propia, pudimos darnos cuenta de cómo es empezar un negocio en la vida real, llevándolo a una simulación práctica de cómo deben prepararse estos proyectos y cómo deben ser presentados, para no cometer pequeños errores que pueden hacer que un proyecto se derrumbe por haber descuidado esos aspectos, y creo que en un futuro podemos trabajar juntos para que las ideas puedan salir al mercado”.</p> <p>Lo que permite la resolución de problemáticas sociales a través de la educación, principalmente con el proyecto “Sinergia” porque incentiva el emprendimiento lo que provoca que una menor deserción escolar ya que en muchas ocasiones deben salirse de la universidad para buscar un trabajo para poder ser el sustento económico en sus hogares, y el proyecto permite que trabajen y estudien al mismo tiempo, adaptándose a sus necesidades de horarios escolares, además que incentiva el desarrollo económico del país.</p> <p>Además de colaborar con el desarrollo del sector empresarial y el desarrollo de los municipios de Jalisco, que actualmente enfrentan dificultades económicas como consecuencia de los efectos negativos de la pandemia.</p>

Fuente: Elaboración propia

#### 5. Metodología

Basada en las necesidades del estudio basada en la información obtenida de archivos de investigación, la metodología empleada en el trabajo fue la siguiente:

- Investigación documental. La investigación es de tipo documental, en función de lo planteado por Pasteur (2013) utiliza documentos, recolecta información, analiza y presenta resultados. Se empleó en el estudio con la finalidad de recabar los documentos que pueden ser fundamentales para comprender y contextualizar el estudio.
- Investigación correlacional. Permite relacionar las variables del problema en un contexto particular (Baptista, et al, 2010). Una de sus principales características es que permite examinar la relación entre las variables buscando su asociación pero no es necesario encontrar sus relaciones causales (Bernal, 2010).
- Enfoque cuantitativo. Es definido por Tamayo (2010) como la medición de las variables y su relación mediante una verificación para comprobar la hipótesis y validar sus teorías, ofreciendo la posibilidad de tener un enfoque más amplio de las mujeres en países en vías de desarrollo.

## **6. Análisis de datos y resultados**

Se realizó con un total de 48 ítems, de dicho análisis se determina que el nivel de consistencia y fiabilidad. De los factores propuestos, se analizó el Alpha de Cronbach, el KMO y la Prueba de Bartlett en cada una de las dimensiones. Y para la comprobación de hipótesis se analizó la Regresión simple, regresión múltiple, y la prueba Kruskal Wallis.

Para el análisis de la estadística inferencial se utilizaron las ponderaciones para evaluar la fiabilidad por medio del Alpha de Cronbach. En términos de consistencia interna, existen diversos reportes sobre los valores aceptados de alfa que van de 0.70 a 0.90 (Dennick & Tavakol, 2011). Se calculó el coeficiente de Alpha de Cronbach. en la muestra que fue de 0.811 por tratarse de valores cercanos a la unidad es un instrumento de recolección de datos aceptable. (Ver tabla 7)

Además, se realizó la prueba de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) para el análisis de los componentes con rotación Varimax que entre más cerca de 1 tenga el valor obtenido implica que la relación entre las variables es alta (Benavente, et al, 2011). El valor de KMO es 0.798 el cual se considera notable. Asimismo, se efectuó la prueba de esfericidad de Bartlett, en donde, si es menor a 0.05 se acepta a hipótesis nula por lo que se puede aplicar el análisis factorial (íbid, 2011). Su significancia es de 0.000 por lo que se puede aplicar el análisis factorial. (Ver tabla 7)

Para la evaluación de la aplicabilidad del cuestionario se inicia con el análisis factorial con rotación varimax definida como la simplicidad de un factor por la varianza de los cuadrados de sus cargas

factoriales en las variables observables (Perez, et al, 2004), esto es para la interpretación de los factores de una manera más rápida, debido a que el examinar las características de las variables de un grupo asociado a un determinado factor permite encontrar los rasgos comunes que permiten la identificación del factor y proveer la denominación que responda a los rasgos comunes (Pérez, et al, 2004)

Posteriormente para la evaluación del modelo se empleó la regresión lineal, siendo definida por Pérez (2011) como la determinación explicativa del funcional que relaciona las variables. El  $r^2$  es un índice que describe si los datos se ajustan bien a una línea recta; Pearson r indica la fuerza y la dirección de la relación entre dos variables, varía entre -1 (una relación perfectamente negativa entre las dos variables) y 1 (una relación perfectamente positiva entre las dos variables), una relación negativa, indica que a medida que una variable aumenta y la otra disminuye. Su interpretación descriptiva de acuerdo a Guilford (1954) adaptada de acuerdo a Mejía (2009): (Ver **Tabla 13**)

**Tabla 13. Interpretación descriptiva r de Pearson**

Valor de	Rango	Interpretación descriptiva de la correlación.
r	<0.20	Leve casi insignificante
r	0.21 - 0.40	Baja. Definida pero baja
r	0.41 - 0.70	Moderada, sustancial
r	0.71 - 0.90	Marcada, alta
r	0.90 - 1.00	Altísima, muy significativa

Fuente: Guilford (1954). Adaptación Mejía (2009)

Además, se analizó el coeficiente Beta (estandarizados) el cual indica la jerarquía explicativa que posee las variables independientes a partir del peso explicativo en relación a la variable dependiente. Al tener una significancia menor a 0.05 se asume que el 95% de confianza de las variables independientes aportan significativamente al modelo. El coeficiente Beta (no estandarizado) indica por cada unidad que aumente la variable independiente cuanto incrementara la variable dependiente (Santana, s.f).

Finalmente, para analizar la relación entre las diferentes variables para la comprobación de la hipótesis se llevó a cabo un análisis no paramétrico mediante la prueba de Kruskal Wallis. Se utilizó para probar las hipótesis al exponer si existe diferencia entre las medianas, cuando el valor de la probabilidad asociada al estadístico se encuentra por encima del nivel de significancia del 5% o 0,05 se acepta la hipótesis nula cuando el valor teórico supera al estadístico. (Reidl, et al, 2010). (Ver **Tablas 14 -17**).

**Tabla 14. Análisis variables independientes**

<b>Dimensión</b>	<b>Alfa de Cronbach</b>	<b>KMO</b>	<b>Prueba de Barlett (Significancia)</b>
<b>General</b>	0.957	0804	0.000
<b>Capacitación</b>	0.931	0.844	0.000
<b>Educación</b>	0.838	0.843	0.000
<b>Habilidades Blandas</b>	0.937	0.840	0.000
<b>Intención emprendedora</b>	0.811	0.798	0.000

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 15. Regresión simple**

<b>Regresión simple</b>			
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
<b>Pruebas</b>	<b>Capacitación</b>	<b>Educación</b>	<b>Habilidades Blandas</b>
<b>Constante</b>	- 1.41	- 6.87	- 8.59
<b>B</b>	0.767***	0.802***	0.557***
<b>ANOVA (F)</b>	114.032***	143.755***	36.037***
<b>R2</b>	58.8%	64.2%	31.1%
<b>Pearson r</b>	0.767	0.802	0.557

Fuente: Elaboración propia

Predictores: (Constante), Capacitación<sub>a</sub>

Variable dependiente: IntenciónEmprendedora<sub>b</sub>

Variable dependiente: IntenciónEmprendedora<sub>a</sub>

Predictores: (Constante), Educación<sub>b</sub>

Predictores: (Constante), Habilidades blandas

Variable dependiente: IntenciónEmprendedora<sub>b</sub>

**Tabla 16. Regresión múltiple**

<b>Regresión múltiple</b>			
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
<b>Pruebas</b>	<b>Capacitación</b>	<b>Educación</b>	<b>Habilidades Blandas</b>
<b>Constante</b>	-1.04		
<b>B</b>	0.443***	0.545***	-0.085**
<b>ANOVA (F)</b>	70.038***		
<b>R2</b>	72.9%		
<b>Pearson r</b>	0.854		

<b>Kruskal Wallis</b>	15.5%	36.1%	69.1%

Fuente: Elaboración propia

Predictores: (Constante), Habilidades blandas, Educación, Capacitación<sup>a</sup>

Variable dependiente: Intención Emprendedora<sup>b</sup>

\* 0.10 <

\*\* 0.05 – 0.99

\*\*\* 0.000 – 0.05

° Comprobación de hipótesis mediante Kruskal Wallis

Los grados de libertad en la dimensión de capacitación fue 3,72, con una significancia asintótica mayor a 0.05 con un resultado de 0.155 por lo que existe homogeneidad.

Los grados de libertad en la dimensión de educación fue 2.038, con una significancia asintótica mayor a 0.05 con un resultado de 0.361 por lo que existe homogeneidad.

Los grados de libertad en la dimensión de habilidades blandas fue 0.739, con una significancia asintótica mayor a 0.05 con un resultado de 0.691 por lo que existe homogeneidad.

## 7. Conclusión e investigaciones futuras

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

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

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

“Me parece que es el complemento en conjunto de todos el aprendizaje adquirido, se trabaja más allá de la teoría, poniendo en práctica los conocimientos que sesión tras sesión vamos aprendiendo paso a paso de la mano de la maestra y su experiencia

propia, pudimos darnos cuenta de cómo es empezar un negocio en la vida real, llevándolo a una simulación práctica de cómo deben prepararse estos proyectos y cómo deben ser presentados, para no cometer pequeños errores que pueden hacer que un proyecto se derrumbe por haber descuidado esos aspectos, y creo que en un futuro podemos trabajar juntos para que las ideas puedan salir al mercado”.

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

1. Enseñanza
2. Capacitación
3. Habilidades blandas

Como proyecto futuro para la siguiente parte de la investigación, la sinergia será desarrollada a un mayor nivel, incrementando no solo redes universitarias de diferentes ciencias, sino también puede ser con otros centros universitarios públicos y privados, además de integrar a empresas para apoyarlas en su desarrollo, y con ello incentivar el emprendimiento en los jóvenes universitarios para apoyar al crecimiento del país aprovechando también el conocimiento tradicional (Mejía-Trejo, 2021).

## 8. Referencias

- Arana, D. (31 de enero del 2018). Pymes mexicanas, un panorama para el 2018. Forbes. Recuperado de <https://www.forbes.com.mx/pymes-mexicanas-un-panorama-para-2018/>
- Baéz, J. (February 8, 2015). Millenials vs generación z: ¿A cuál perteneces?. *Dinero en imagen*. Recovered from <https://www.dineroenimagen.com/2015-02-08/50588>
- Baron, A., y Shane, S. (2008). *Entrepreneurship, a process perspective*. (2nd ed.). London: South Western; [Thomson Learning distributor].
- Barney, J.B., (1991) “Firm Resources and Sustained Competitive Advantage”, *Journal of Management*, Vol. 17, No. 1, pp. 99-120.
- Barrios, I. (August 19, 2015). Nuevas miras hacia los millenials del lujo. *Forbes*. Recovered from <https://www.forbes.com.mx/forbes-life/nuevas-miras-hacia-los-millennials-del-lujo/>
- Bloomberg (1 de agosto 2016). Las mujeres solo necesitan la mitad que los hombres para emprender. *El Comercio*.
- Bygrave, W., & Miniti, M. (2000). The social dynamics of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 24(3), 25-36.
- Davenport, T. H. and Prusak, L., (1998) *Working knowledge: How organizations manage what they know*, Harvard Business School Press, Boston.

- Díaz, E. (2015). *Estilos de aprendizaje y emprendimiento en los estudiantes de Administración de Negocios Internacionales de la Universidad Mariana*. (Tesis de posgrado). Universidad Mariana.
- Dimock, M. (March 1, 2018). Defining generations: Where Millennials end and post-Millennials begin. *Pewresearch.org*. Recovered from <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2018/03/01/defining-generations-where-millennials-end-and-post-millennials-begin/>
- Dyer, W. G., & Handler, W. (1994). Entrepreneurship and Family Business: Exploring the Connections. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 19(1), 71–83. <https://doi.org/10.1177/104225879401900105>
- Fayolle, A.; Lassas-Clerc, N. (2006). Essay on the Nature of Entrepreneurship Education. En Fueglistaller, U.; Volery, T.; Weber, W.; (Eds) *Entrepreneurship in United Europe—Challenges and Opportunities—Conférence*. University of Sofia-Bulgaria.
- Funders and Founders (7 de noviembre 2016). Mil millones de emprendedores en el 2023. *Gestión*, p. 14.
- Gibb, A.A. (2005). Towards the Entrepreneurial University. Entrepreneurship Education as a lever for change. National Council for Graduate Entrepreneurship. *Policy Paper*, 3: 1-46.
- Harvard University. (2011). *Harvard University: Competency Dictionary*.
- Herrera, H. (12 de marzo del 2020). La educación como impulso de crecimiento (Audio podcast). Recuperado de <https://youtu.be/t9gE5PjD8Oc>
- Klein, P.G.; Bullock, J.B. (2006). Can Entrepreneurship Be Taught? *Journal of Agricultural and Applied Economics*, 38(2): 1-19.
- Lara, P. (2011). El empresario innovador. *Economía*, 21 -27
- Liñán, F., Urbano, D., & Guerrero, M. (2011). Regional variations in entrepreneurial cognitions: Start-up intentions of university students in Spain. *Entrepreneurship & Regional Development*, 23(3/4), 187-215. doi.org/10.1080/08985620903233929
- Marr, B. and Schiuma, G., (2001) Measuring and Managing Intellectual Capital and Knowledge Assets in New Economy Organisations, in *Handbook of Performance Measurement*, ed. M. Bourne, Gee, London.
- Mejía-Trejo, J. (2009). Técnicas Dependientes con SPSS. BUK.México <https://buk.com.mx/9786079878207/description>
- Mejía-Trejo, J. (2021). Protection of Traditional Knowledge and its Resulting Innovation. *Scientia et PRAXIS*, 1 (01): 1-8. <https://doi.org/10.55965/setp.1.01.a1>
- Nogales, R. (2011). La red europea de investigación EMES y su contribución la construcción de Europa mediante el estudio de la empresa social y del tercer sector. *Revista Española del Tercer Sector*, n° 17, enero – abril.
- Oliveras, G. (2015). *La educación emprendedora en la universidad: análisis y propuestas para la inserción de estas actividades a la curricula* (Tesis de doctorado). Universidad Nacional del Sur, Argentina.
- Pereira, M.L.N. (2009). Motivación: perspectivas teóricas y algunas consideraciones de su importancia en el ámbito educativo. *Revista Educación*, 33(2): 153-170.
- Rado, T. (2018) *Los estilos de aprendizaje y su influencia en el emprendimiento empresarial de los estudiantes del programa de estudios de contabilidad del Instituto de Educación Superior Tecnológico La Salle* (Tesis de maestría). Universidad Nacional de Educación, Perú.

- Ramos, A. (2017). *Los millenials y la cultura de innovación en las empresas de TI* (Tesis de maestría). Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores del Occidente, México.
- Requena, J; & Samos, V. (2017). *El perfil emprendedor de los estudiantes millenials de la universidad de Quintana Roo* (tesis de pregrado). Universidad de Quintana Roo, México.
- Sánchez, D. (2012). *Análisis del emprendedor y del emprendimiento de éxito en el Ecuador para incentivar la creación de una red de Inversionistas Angeles en Quito*. (Tesis de posgrado). Pontifica Universidad Católica del Ecuador, Quito, Ecuador.
- Sánchez, J. (2011). *Entrepreneurship : introduction, psiothema*. Universidad de Salamanca, ol. 23, No. 3, pp. 424-426,
- Saldarriaga, M., & Guzmán; M. (2018). Enseñanza del emprendimiento en la educación superior: ¿Metodología o modelo? *Revista EAN*, 85, 125-142. DOI: <https://doi.org/10.21158/01208160.n85.2018.2054>
- Śledzik, Karol. (2013). Schumpeter's View on Innovation and Entrepreneurship. SSRN Electronic Journal. 10.2139/ssrn.2257783.
- Spies Blair, B. (2011, junio 20). Does entrepreneurship education have value? Can entrepreneurship be taught? Recuperado de <http://www.babson.edu/news-events/babsonnews/Pages/110620-does-entrepreneurship-education-have-value-can-entrepreneurshipbe-taught.aspx>
- Stevenson, A. (August 5, 2015). Cramer: Cashing in on millennials behavior trends. *CNBC*. Retrieved from <https://www.cnbc.com/2015/08/05/cramer-cashing-in-on-millennial-behaviortrends.html>
- Thompson, E. R. (2009). Individual entrepreneurial intent: Construct clarification and development of an internationally reliable metric. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 669-694. doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00321.x
- Valerio, A; Parton, B; & Robb, A. (2013). *Framing the global landscape of entrepreneurship education and training programs*. Washington, D.C. : World Bank Group. <http://documents.worldbank.org/curated/en/808581468155708228/Framing-the-global-landscape-of-entrepreneurship-education-and-training-programs>
- Vázquez, J. (2017). *Factores que inciden en la intención del emprendimiento de universitarios adultos con experiencia laboral* (Tesis de maestria). Universidad San Ignacio de Loyola, Perú.
- Velázquez, F. (30 julio del 2019). *Emprender en México después del cierre de INADEM*. Entrepreneur. Recuperado de <https://www.entrepreneur.com/article/337435>
- Wennekers, S., Uhlaner, L., & Thurik, R. (2002). Entrepreneurship and its conditions: A macro perspective. *International Journal of Entrepreneurship Education* (IJEE), 1(1), 25–64.
- Wyoming Workforce Planning. (n.d.). *Wyoming Workforce Planning Competency Dictionary*. Retrieved April 1, 2020, from [http://wyomingworkforceplanning.state.wy.us/wyoming\\_competencies/wyoming\\_competencies\\_core\\_home.htm](http://wyomingworkforceplanning.state.wy.us/wyoming_competencies/wyoming_competencies_core_home.htm)

