



Caracterización de la formación emprendedora de los programas académicos en humanidades en instituciones de educación superior en México

Characterization of the entrepreneurship education in humanities in higher education institutions in Mexico

Efraín Alfredo Barragán-Perea^a

ebarragan@uach.mx, <https://orcid.org/0000-0002-9045-5425>

Paola Margarita Chaparro-Medina^b

pchaparro@uach.mx, <https://orcid.org/0000-0002-7270-9903>

Aixel Cordero-Hidalgo^{c*}

*Autor de correspondencia: acordero@uach.mx, <https://orcid.org/0000-0001-9927-0972>

^{abc} Universidad Autónoma de Chihuahua, Facultad de Filosofía y Letras, Chihuahua, México

INFORMACIÓN DEL ARTÍCULO

RESUMEN

Presentado:

13/01/2023

Aceptado:

02/03/2023

Disponible online:

12/03/2023

CÓDIGO JEL:

I21, J24, L26

La sociedad moderna es cada vez más consciente que la innovación y el emprendimiento juegan un papel trascendental para lograr una economía sostenible que asegure el bienestar social y la empleabilidad de los jóvenes, de ahí la importancia de su impulso a través del currículo universitario. Por lo tanto, resulta de gran interés determinar el impacto que las universidades y sus modelos educativos están teniendo en la formación de nuevos emprendedores, ya que podrían no estar abordando las competencias necesarias para ello. En este sentido, la presente investigación tuvo como objetivo caracterizar la formación emprendedora de los programas académicos en humanidades de las instituciones de educación superior integrantes de la Red Nacional de Escuelas y Facultades de Filosofía, Letras y Humanidades en México, así como las competencias necesarias para que sus egresados estén en posibilidad de realizar la actividad emprendedora. Para el diseño metodológico se utilizó el método descriptivo con un enfoque cuantitativo. Se realizó un censo de las instituciones integrantes y se analizaron los perfiles de egreso, mapas curriculares, objetivos de las asignaturas y la fundamentación de los 239 programas académicos encontrados correspondientes a las 36 universidades integrantes, bajo la hipótesis que la formación emprendedora permanece ausente, lo que dificulta el emprendimiento. Se encontró un escaso desarrollo de competencias académicas que favorezcan la adquisición de conocimientos y capacidades para el emprendimiento de sus egresados.

Palabras clave: Emprendimiento, Educación Emprendedora, Universidad Emprendedora, Competencias para el Emprendimiento, Educación Superior.

Como citar: Barragán-Perea, E. A., Chaparro-Medina, P. M., & Cordero-Hidalgo, A. (2023). Caracterización de la formación emprendedora de los programas académicos en humanidades en instituciones de educación superior en México. *Economía & Negocios*, 5(1), 101-117.
<https://www.doi.org/10.33326/27086062.2023.1.1626>



ABSTRACT

Modern society is increasingly aware that innovation and entrepreneurship play a transcendental role in achieving a sustainable economy that ensures the social well-being and employability of young people, hence the importance of promoting them through the university curriculum. For this reason, it is of great interest to determine the impact that universities and their educational models are having on entrepreneur training, since they may not be addressing the necessary skills. In this sense, the current study sought to characterize the entrepreneurial training of academic programs in the humanities at higher education institutions in Mexico that are members of the National Network of Schools and Faculties of Philosophy, Letters, and Humanities, as well as the necessary competencies for graduates to engage in entrepreneurial activity. For the methodological design, we used a descriptive method with a quantitative approach. We carried out a census of the member institutions to analyze the graduation profiles, curricular maps, subject objectives, and foundations of the 239 academic programs corresponding to the 36 member universities under the hypothesis that entrepreneurial training remains absent, which makes entrepreneurship difficult. We found a scarce development of academic competencies that favor the acquisition of knowledge and capacities for the entrepreneurship of its graduates.

Keywords: Entrepreneurship, Entrepreneurship Education, Entrepreneurial University, Educational Skills for Entrepreneurship, Higher Education.

INTRODUCCIÓN

El emprendimiento nace con el inicio de la humanidad y su principal característica es la de ser el detonador de los grandes avances de la sociedad, de la mano de la necesidad del hombre por asumir riesgos que lleven a generar oportunidades de crecimiento y desarrollo que le puedan brindar una mejor calidad de vida.

El concepto de emprendimiento puede tener múltiples significados. Timmons (1989) lo describe como una forma de pensar, razonar y actuar que impulsa las oportunidades, con un enfoque holístico y un liderazgo equilibrado. Por su parte, Burger-Helmchen (2012) lo lleva al ámbito profesional, y lo define como el comportamiento individual que tiende al desafío de seguir una carrera independiente en el futuro, creando nuevas condiciones y mejorando las realidades existentes.

Otros enfoques provenientes de la economía, los estudios en administración y la psicología empresarial, coinciden en que un buen emprendedor debe ser una persona con la capacidad para pensar de forma creativa e innovadora, con habilidades gerenciales y orientada a resultados, además de ser capaz para afrontar riesgos (Cantón Castillo et al., 2014).

En este sentido, diversos investigadores y organismos internacionales (Hanushek y Woessmann, 2020; OCDE, 2019) han señalado que la formación integral de recursos humanos a través de la educación superior es la base para impulsar el crecimiento económico de las naciones, ya que permite incrementar la productividad de las empresas, mejorar la innovación mediante la creación de nuevos conocimientos sobre nuevas tecnologías, procesos y productos, además de facilitar la difusión del conocimiento, lo que se traduce en la generación de empleos y el desarrollo

de las regiones. Lo anterior implica estudiar de cerca a quienes buscan tomar el riesgo de ser emprendedores, al ser precisamente estos quienes forman la base de la pirámide empresarial.

De esta manera, resulta de gran interés determinar el impacto que las universidades y sus modelos educativos están teniendo en la generación de nuevos emprendedores, ya que podrían no estar abordando las competencias necesarias para su formación (Hernández y Sánchez, 2017), lo que se suma, en el caso de las instituciones de las humanidades, a la falsa percepción de su carácter aparentemente poco útil para atender las demandas del mercado (Castro et al., 2020) y por considerar que la mayoría de sus egresados tiene en la docencia su única salida laboral (Heuguerot, 2017).

Lo anterior obliga a las instituciones de educación superior a reconocer la importancia de evaluar los avances y retrocesos de sus modelos educativos actuales, orientados a fomentar la cultura empresarial, buscando integrar el emprendimiento a través de enfoques innovadores para la enseñanza y el aprendizaje, facilitando a sus alumnos el desarrollo de competencias transversales como una parte esencial de sus programas académicos, y asimismo estén en posibilidad de vincularse con asociaciones, redes y organizaciones públicas y privadas, de manera que se establezcan lazos con quienes generan el desarrollo y el crecimiento del sistema nacional de innovación (Contreras-Velásquez et al., 2017).

Como resultado, a las funciones universitarias sustantivas de docencia e investigación, se adiciona la actividad de transferencia de conocimiento y emprendimiento, que incluye una amplia y fuerte vinculación con el tejido industrial, empresarial y social, logrando que las universidades adopten el papel de promotoras del desarrollo económico de las distintas regiones del país (Osorio et al., 2012).

Revisión de la Literatura

La Necesidad de una Formación Emprendedora

La sociedad moderna es cada vez más consciente de que la innovación y el emprendimiento forman parte importante para lograr una economía moderna y sostenible que asegure el bienestar social, de ahí la importancia de su impulso a través del currículo universitario, de manera que sirva de herramienta para fomentar la empleabilidad de los jóvenes y su competitividad en los mercados globales (Mayer Granados et al., 2020).

Algunos de los problemas a los que se enfrentan los egresados de la educación superior son, por una parte, la desconexión que existe entre la academia y los sectores productivos del país, lo que trae como consecuencia fenómenos como el desempleo y el subempleo (De Domingo Soler et al., 2020). Es así que los jóvenes con estudios superiores no necesariamente están más protegidos de dichos fenómenos que aquellos que no cuentan con un título universitario, por lo que sus perspectivas laborales no son optimistas (García Hernández et al., 2020).

Con relación a lo anterior, Canales García et al. (2017) encontraron que la actividad emprendedora en los jóvenes surge principalmente como una forma de sobrevivencia, más que como una inquietud por explorar el mundo de los negocios, lo que evidencia no solo la falta de oportunidades laborales, sino también la falta de una formación emprendedora adecuada a las necesidades del mercado.

Competencias Necesarias para el Emprendimiento desde las Humanidades

Boyatzis (1991) define el término “competencias de los emprendedores” como el conjunto de características directamente relacionadas con un buen desempeño en un determinado puesto de trabajo. Por su parte, Cantón Castillo et al. (2014) explican que las competencias para el desempeño de una profesión son aquellas habilidades y actitudes requeridas para diferentes trabajos y en diferentes contextos; conocimientos adquiridos a partir de la experiencia y demostrados en el desarrollo funcional, eficiente y eficaz de las actividades de las personas (Echeverría Samanes, 2002). Asimismo, Martínez y Carmona (2009) afirman que las competencias emprendedoras son aquellas que permiten desarrollar un proyecto emprendedor con el fin de generar crecimiento económico y cohesión social, configurándose de esta forma como un proyecto social integrado.

De esta forma, tras el estudio de los planteamientos expuestos por varios autores sobre las competencias necesarias para el desempeño de la actividad emprendedora desde las humanidades, se plantea el siguiente catálogo:

Trabajo en Equipo. Elemento esencial cuando el proyecto involucra varios emprendedores con diferentes ideas y puntos de vista en la búsqueda de un objetivo común (De Bruin et al., 2017). Este no solo es importante en la etapa de creación de la empresa, sino que adquiere mayor relevancia en la etapa de operación, donde la motivación y confianza que se transmite al equipo de trabajo se vuelve fundamental para traducir las ideas en realidades (Jones y George, 1998).

Capacidad de Análisis y Uso de Información. Es importante para reconocer las oportunidades de negocio que surgen de un proceso de análisis y uso de información. Esta capacidad se adquiere a través de la formación académica, pero también puede desarrollarse de manera empírica por aquellos emprendedores con la habilidad para adquirir nueva información que les permita sortear obstáculos hacia un posicionamiento y éxito empresarial con bases más sólidas (Sánchez García et al., 2017; Pico Versoza, 2017; García Aretio, 2019).

Comunicación Efectiva. Estrategia valiosa para la generación de confianza, así como para la comunicación de la visión de la empresa al equipo de trabajo una vez que el proyecto está en condiciones de ser implementado (Rozo-Sánchez et al., 2020).

Capacidad para Establecer Redes de Emprendimiento. Formadas por personas que desean iniciar un negocio y deciden unirse para compartir experiencias, conocimientos y recursos tangibles e intangibles (Godínez Enciso y Canales García, 2021), además de información valiosa para la solución de problemas diversos y la generación de oportunidades de negocio (Herrera Echeverri, 2009; Carvajal-Henao et al., 2020).

Autoconfianza. Se caracteriza por la total dedicación para perseguir el éxito, reduciendo el estigma social asociado al fracaso (González-García et al., 2021). Gómez-Araujo et al. (2015) la describen como un factor crítico en el proceso de toma de decisiones emprendedoras, el cual tiene un efecto positivo debido al aprovechamiento de oportunidades de negocio; y negativo, en virtud de la sobrevaloración de las propias capacidades al momento de evaluar la decisión de iniciar cualquier emprendimiento.

Conocimientos Adquiridos a través de la Formación Profesional. Si bien las universidades juegan un papel importante en la formación de los estudiantes y el fomento al

desarrollo empresarial, no hay claridad sobre la relación que guarda dicha formación con las intenciones de emprendimiento y el éxito asociado a este (Novella et al., 2018), por lo que aun cuando algunos tomaron la decisión de emprender antes de ingresar a la universidad, en otros casos es el paso por la educación superior y la situación del mercado laboral lo que detona esa intención (Castelao Naval et al., 2015). De ese modo, la formación, la motivación de los profesores, las prácticas profesionales en las empresas, la internacionalización de los estudiantes y los recursos que fomentan el emprendimiento, son factores que influyen en la intención emprendedora de los alumnos (Osorio et al., 2012).

Liderazgo. Esta habilidad es clave en las organizaciones. Los distintos tipos de liderazgo van desde el transaccional (propio de ambientes estables con mayor posibilidad de predicción), hasta el transformacional (donde la inestabilidad y la incertidumbre son habituales) (Contreras Torres y Barbosa Ramírez, 2013). Posiblemente este último sea el más conveniente para el emprendimiento, pues su impacto dentro de la organización es más positivo, ya que el líder transformacional es visionario, carismático e inspirador, lo cual fomenta el compromiso de los miembros del equipo de trabajo (Monje Amor et al., 2020).

Idiomas. El aprendizaje de idiomas adquiere gran relevancia cuando la organización busca trascender el contexto local hacia la internacionalización, por lo que aspectos como la conectividad, el establecimiento de redes de contactos y el comercio electrónico demandan el dominio de un segundo idioma como base para la vinculación de la organización con el entorno (Diego-Mantecón et al., 2021; Feijó-Cuenca y Feijó-Cuenca, 2020).

Capacidad para Innovar. La innovación es la herramienta clave de los empresarios y el medio por el cual las demandas sociales se convierten en oportunidades (Ahmed et al., 2012). Para Tushman y Nadler (1996) es la creación de cualquier bien, servicio o proceso, que va desde la generación de una idea hasta la comercialización exitosa de la misma. El común denominador de dichos enfoques es la capacidad para innovar, adaptarse al cambio y a los diferentes entornos, y tomar la decisión de materializar nuevas ideas.

Las competencias propuestas son necesarias para la realización y desarrollo de las personas, así como para la ciudadanía activa, la inclusión social y el empleo (Diego-Mantecón et al., 2021).

Adicionalmente a los puntos expuestos en este catálogo, el Observatorio Laboral (2022) resalta la necesidad de incorporar como parte de la formación para el emprendimiento algunos conocimientos y habilidades de corte administrativo, como: mercadotecnia, administración, contabilidad y comunicación. En principio, podría parecer que estas disciplinas propias de las áreas económico-administrativas son algo ajeno a las humanidades, sin embargo, son complementarias e indispensables en las organizaciones modernas.

El principal aporte de las humanidades a la actividad emprendedora radica en el fortalecimiento de la capacidad crítica y creativa de sus egresados, en las habilidades para el análisis y la interrelación sobre distintos temas, en el fomento del debate y la exploración e indagación de ideas para la mejor comprensión de entornos complejos; aportaciones importantes para los futuros emprendedores, ya que les permite salir al mundo mejor capacitados, habiendo adquirido un conocimiento adecuado de la historia, la cultura, la religión, las expresiones literarias y artísticas, y la forma en la que se estructuran las sociedades de los diferentes países, lo que representa una

ventaja competitiva para la creación de negocios con futuro y resistentes a las crisis (Sánchez et al., 2016).

MATERIAL Y MÉTODOS

El objetivo del estudio fue caracterizar la formación emprendedora de los programas académicos en humanidades en las instituciones de educación superior integrantes de la Red Nacional de Escuelas y Facultades de Filosofía, Letras y Humanidades en México, así como las competencias necesarias para que sus egresados estén en posibilidad de realizar la actividad emprendedora.

Para ello, se realizó un censo de las instituciones integrantes de la Red, con el fin de analizar la totalidad de los 239 programas académicos encontrados (a través de sus perfiles de egreso, mapas curriculares, objetivos de las asignaturas y la fundamentación de las carreras), correspondientes a las 50 Facultades del área de las humanidades (denominadas también: Departamentos, Divisiones, Escuelas, Unidades Académicas, Áreas, Institutos o Centros) de las 36 universidades integrantes, mediante el análisis de la información disponible en sus sitios web institucionales.

Asimismo, se examinaron cada una de las asignaturas de los planes de estudio con el propósito de identificar la presencia de contenidos educativos de corte administrativo, específicamente de las áreas de Mercadotecnia, Administración, Economía y Comunicación, así como del idioma inglés, mismos que se consideran importantes para coexistir en las organizaciones modernas y necesarios para el emprendimiento.

El estudio se realizó a través del método descriptivo con un enfoque cuantitativo. El análisis se llevó a cabo durante los meses de octubre y noviembre de 2022, y se complementó mediante una revisión de tipo documental de la literatura científica acerca del tema, con base en los artículos originales más importantes y significativos de acuerdo al criterio de los autores, publicados en bases de datos científicas (SciELO, Redalyc, Dialnet, ScienceDirect, WoS y Scopus) mayormente entre los años 2017 y 2022, en idioma español e inglés. Se partió de la hipótesis que la formación emprendedora permanece ausente en dichos programas, lo que dificulta el emprendimiento de los egresados de las humanidades.

RESULTADOS

Resultados del Análisis de la Presencia de la Formación Emprendedora en los Programas Académicos en Humanidades

Después del análisis de los 239 programas académicos de las instituciones integrantes de la Red de Humanidades, se encontró que escasamente en 33 de ellos (13.80 %) se recibe formación y capacitación para el emprendimiento como parte de alguna competencia académica (Tabla 1).

En cuanto a la geografía de las instituciones humanísticas impulsoras del emprendimiento, 18 de ellas (54.54 %) se encuentran en el norte del país, 5 (15.15 %) en el centro y 10 (30.31 %) en el sur.

Tabla 1

Programas académicos donde se recibe alguna formación para el emprendimiento

Universidad	Facultad	Programas Académicos
Universidad Autónoma de Nuevo León	Facultad de Filosofía y Letras	<ul style="list-style-type: none">• Educación• Edición y Gestión de la Cultura• Filosofía• Gestión de la Información y Recursos Digitales• Historia• Letras Hispánicas• Lingüística Aplicada a Enseñanza• Sociología
Universidad Autónoma de Tamaulipas	Unidad Académica de Ciencias Jurídicas y Sociales	<ul style="list-style-type: none">• Ciencias de la Comunicación• Gestión y Desarrollo Turístico• Economía y Finanzas• Derecho
Universidad Autónoma de Campeche	Facultad de Humanidades	<ul style="list-style-type: none">• Historia• Literatura• Psicología
Universidad Autónoma del Carmen	Facultad de Ciencias Educativas	<ul style="list-style-type: none">• Educación• Lengua Inglesa• Comunicación y Gestión Cultural
Universidad Autónoma de Aguascalientes	Centro de Ciencias Sociales y Humanidades	<ul style="list-style-type: none">• Comunicación Corporativa Estratégica• Comunicación e Información
Universidad Autónoma de Baja California	Facultad de Idiomas	<ul style="list-style-type: none">• Traducción

		<ul style="list-style-type: none"> • Enseñanza de Lenguas
	Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales	<ul style="list-style-type: none"> • Ciencias de la Comunicación
Universidad Autónoma de Querétaro	Facultad de Filosofía	<ul style="list-style-type: none"> • Gastronomía • Desarrollo Humano para la Sustentabilidad
Universidad Autónoma de Yucatán	Facultad de Ciencias Antropológicas	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación Social • Literatura Latinoamericana
Universidad Juárez Autónoma de Tabasco	División Académica de Educación y Artes	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación • Gestión y Promoción de la Cultura
Universidad Autónoma del Estado de México	Facultad de Humanidades	<ul style="list-style-type: none"> • Ciencias de la Información Documental
Universidad Autónoma de Chihuahua	Facultad de Filosofía y Letras	<ul style="list-style-type: none"> • Ciencias de la Información
Universidad Autónoma de Sinaloa	Facultad de Filosofía y Letras	<ul style="list-style-type: none"> • Periodismo
Universidad Juárez del Estado de Durango	Escuela de Lenguas	<ul style="list-style-type: none"> • Docencia de Lengua Inglesa

Nota. Elaboración propia con base en la información de los sitios web de las instituciones integrantes de la Red de Humanidades.

El resultado del análisis de los perfiles de egreso, mapas curriculares, objetivos de las asignaturas y la fundamentación de las carreras, arrojó que en solo 20 de los 239 programas académicos (8.36 %) existe evidencia que apunte a que sus egresados tendrán la formación mínima necesaria para llevar a cabo la actividad emprendedora.

Finalmente, con relación a la inclusión de asignaturas de corte administrativo en los programas académicos analizados, únicamente en el 6.69 % de ellos se imparte la materia de Mercadotecnia, en el 4.60 % la de Economía, en el 11.71 % la de Administración o Contabilidad, y en el 20.50 % alguna materia relacionada con Comunicación. En el caso del estudio del idioma inglés, solo se imparte en el 40.16 % de los programas.

DISCUSIÓN

La escasa presencia de la formación y capacitación para el emprendimiento, como parte de las competencias educativas en los programas académicos de las instituciones integrantes de la Red de Humanidades, podría significar que la mayoría de los egresados que hasta ahora tomaron el camino del emprendimiento lo hicieron sin la formación necesaria, de forma empírica, o bien recibieron capacitación fuera de la institución (Pico Versoza, 2017).

Con relación a lo anterior, las principales causas del fracaso de los emprendedores en México son: la nula formación para el emprendimiento (Borrayo Rodríguez et al., 2019), la carencia de habilidades de administración y la falta de claridad en la definición de responsabilidades entre los socios (De la Garza et al., 2019), la falta de información acerca de las fuentes de financiamiento disponibles (Canales et al., 2017), así como el desconocimiento de las necesidades del mercado al que buscan atender (ASEM, 2020).

Por otra parte, la ubicación geográfica de las instituciones humanísticas impulsoras del emprendimiento, que sitúa a más de la mitad de las mismas en el norte del país y a casi un tercio en el sur, no corresponde con lo encontrado por García-Macías et al. (2018), donde se encontró que las regiones de México donde más se favorece el emprendimiento son:

1. La Ciudad de México: por ser el nodo empresarial más importante del país y en donde se toman importantes decisiones de índole política, financiera, cultural, académica y social.
2. El Estado de México: por ser una zona aledaña a la Ciudad de México y en donde existe gran impulso de infraestructura y de políticas públicas.
3. Jalisco, estado con gran desarrollo económico y empuje empresarial.
4. Veracruz: al ser el puerto de mayor movimiento del país y uno de los estados con mayor concentración de población.
5. Chiapas, Guanajuato, Puebla y Yucatán: estados que cuentan con recursos naturales de gran valor.

Sin embargo, en solo dos de dichas regiones (Yucatán y el Estado de México) existen instituciones educativas pertenecientes a la Red de Humanidades que aborden el emprendimiento de forma curricular, por lo que se deduce que el grueso de las que sí lo hacen corresponden a otras áreas del conocimiento.

Entre las instituciones de la Red con mayor apoyo al emprendimiento destacan: la Universidad Autónoma de Nuevo León, con 8 programas; la Universidad Autónoma de Tamaulipas, con 4 programas; la Universidad Autónoma de Campeche y Universidad Autónoma del Carmen, con 3 programas cada una.

En el caso de la Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL), en el año 2017 se creó un Hub de Emprendimiento, el cual tiene como objetivo la innovación y el emprendimiento de su comunidad universitaria, para lo cual involucra tanto a alumnos como a egresados, profesores e investigadores (Dirección de Emprendimiento y Desarrollo Empresarial, s. f.).

Por otro lado, la Universidad Autónoma de Tamaulipas (UAT) ha trabajado en la promoción del espíritu emprendedor mediante la oferta de programas de estudio para tal fin, así

como a través de la incubación de negocios, lo que se puede comprobar en los mapas curriculares de sus carreras humanísticas (Mayer Granados et al., 2019). Además, la institución implementó en el año 2020 la Feria Virtual de Emprendimiento, con el propósito de promover en sus estudiantes y egresados el desarrollo de ecosistemas emprendedores, brindándoles la oportunidad de interactuar, compartir ideas y realizar alianzas, además de obtener opciones de financiamiento para sus proyectos de negocios (Facultad de Derecho y Ciencias Sociales, 2020).

Por su parte, la Universidad Autónoma de Campeche (UAC) creó el Centro de Incubación de Empresas y Emprendedores (CIDEE), con la intención de fomentar la cultura emprendedora en la comunidad universitaria, así como de la sociedad campechana en general, realizando actividades de orientación y apoyo para la creación de nuevas empresas, partiendo de la idea de un negocio o producto con potencial comercial (Centro de Incubación de Empresas y Emprendedores, s. f.).

Asimismo, la Universidad Autónoma del Carmen (UNACAR) ha implementado, como parte de sus competencias genéricas, las asignaturas de “Emprendedores” y “Taller Emprendedor”, con el fin de que sus egresados puedan crear por cuenta propia espacios que generen bienes o servicios en el ámbito de la educación y la cultura (Facultad de Ciencias Educativas, s. f.).

En contraste con lo anterior, en un estudio realizado por San Martín (2014) se estableció que solo tres universidades mexicanas son verdaderas impulsoras del emprendimiento: el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey y la Universidad de las Américas de Puebla (ambas del sector privado), al igual que la Universidad Autónoma de Nuevo León (del sector público), al resto de las universidades las considera como no emprendedoras, a pesar de incluir en sus programas académicos asignaturas dedicadas al emprendimiento.

Del mismo modo, Coveñas Castillo et al. (2019) y Saldaña Contreras et al. (2018) aseguran que la capacidad para emprender no es el resultado de la simple inclusión de algunas asignaturas sobre emprendimiento en los planes de estudio, por lo que es necesario crear a la par la infraestructura y el soporte necesario para dicha actividad, a través de la implementación de incubadoras universitarias de negocios como apoyo a estudiantes y profesores, a fin de lograr concretar sus proyectos, las cuales deberán contar con instalaciones, capital humano y metodologías de trabajo para el impulso de la cultura emprendedora.

Igualmente, las prácticas profesionales que los estudiantes realizan en las empresas vinculadas a su universidad juegan un papel importante para el desarrollo de habilidades emprendedoras, lo que hace necesario promoverlas de manera más efectiva (Guerra-Báez, 2019).

Finalmente, el análisis de los perfiles de egreso, mapas curriculares, objetivos de las asignaturas y la fundamentación de las carreras de las instituciones integrantes de la Red muestra poca evidencia para pensar en una formación suficiente para llevar a cabo la actividad emprendedora.

La mínima presencia de asignaturas de corte administrativo (Mercadotecnia, Economía, Administración, Contabilidad o Comunicación) y del aprendizaje del idioma inglés en la formación de estudiantes, se considera una debilidad importante, en tanto que dichas asignaturas favorecen el desarrollo de competencias y acciones que facilitan la cultura emprendedora de los egresados (Duval-Couetil et al., 2014).

La vinculación de estudiantes y profesores con los sectores privado, social y público, así como con los entornos nacionales e internacionales, se vuelve una necesidad fundamental para contribuir a la atención de las necesidades económicas y sociales (Osorio et al., 2012).

Lo anterior plantea la urgencia de un escenario donde la universidad, el gobierno y la iniciativa privada lleven a cabo un análisis de las estrategias necesarias para producir, usar y transferir conocimiento y tecnología a la sociedad (Leydesdorff y Meyer, 2007).

CONCLUSIONES

Con base en la teoría investigada, a fin de determinar la presencia de la formación emprendedora en los programas académicos de las instituciones integrantes de la Red de Humanidades en México, se planteó como hipótesis que la formación emprendedora permanece ausente en dichos programas, dificultando el emprendimiento de los egresados de las humanidades, por lo cual se concluye lo siguiente:

- El emprendimiento es generador de desarrollo económico y una importante opción para el crecimiento profesional de los egresados de las humanidades.
- Las universidades juegan un papel importante en la formación de los futuros profesionistas a través del desarrollo de competencias y habilidades para generar actividades de emprendimiento.
- Existe una escasa presencia de la formación emprendedora en los programas académicos de las instituciones humanísticas de educación superior, lo que implica la necesidad de enriquecer las competencias existentes con habilidades para el emprendimiento como parte importante de sus mapas curriculares o planes de estudio, con el objetivo de crear nuevas opciones de incorporación al sector productivo.
- Mediante el progreso hacia modelos de enseñanza orientados al emprendimiento, los estudiantes encontrarán espacios adecuados para el desarrollo de ideas, de la mano de profesores calificados, lo cual adquiere mayor congruencia entre lo que la sociedad espera de las instituciones humanísticas y lo que estas realizan.
- Los retos del emprendimiento desde las humanidades son diversos, además de la formación en las aulas y la experiencia que da la vinculación con las empresas de los distintos sectores, se requiere que el egresado tenga una clara visión y un firme compromiso para afrontar los obstáculos propios de este desafío.
- El emprendedor humanista requiere no solo adquirir conocimientos sobre mercadotecnia, administración, contabilidad, comunicación o el idioma inglés; sino también trabajar en la parte emocional para afrontar sus miedos y prejuicios, volverse un excelente vendedor y negociador, y desarrollar su liderazgo e intuición empresarial. Algunas de estas cualidades forman parte de su perfil humanístico, otras, tendrá que adquirirlas como parte de su formación complementaria.
- Pasar de la universidad tradicional a la universidad emprendedora requiere de grandes esfuerzos tanto a nivel personal como de trabajo en equipo, pero también de

financiamiento para capacitar o contratar personal docente adecuado, así como adquirir e instalar infraestructura diversa, lo que se dificulta en las universidades públicas, que generalmente cuentan con recursos limitados.

- Ante los cambios radicales que estamos viviendo en lo social y lo económico, la educación universitaria necesita estar en constante evolución, promoviendo aprendizajes valiosos para la vida presente y futura, para profesiones que aún no existen, con herramientas que no se han desarrollado, para dar respuesta a problemáticas que aún no están planteadas.

Se expone la necesidad de realizar futuras investigaciones sobre el emprendimiento desde las humanidades, con el fin de proponer nuevas estrategias para atender nuevas necesidades.

CONTRIBUCIÓN DE LOS AUTORES

Efraín Alfredo Barragán-Perea; Aixchel Cordero-Hidalgo y Paola Margarita Chaparro-Medina: Conceptualización, curación de datos, análisis formal, investigación, metodología, administración del proyecto, recursos, software, supervisión, validación, visualización, redacción: borrador original y redacción: revisión y edición.

FUENTE DE FINANCIAMIENTO

Se utilizaron recursos propios para llevar a cabo el presente estudio.

CONFLICTOS DE INTERÉS

Los autores expresan que no existen conflictos de interés.

AGRADECIMIENTOS

No aplica

PROCESO DE REVISIÓN

Este estudio ha sido revisado por pares externos en modalidad de doble ciego.

DECLARACIÓN DE DISPONIBILIDAD DE DATOS

Los datos se encuentran alojados junto a los demás archivos de este artículo, también se pueden pedir al autor de correspondencia.

REFERENCIAS

- Ahmed, P. K., Shepherd, C. D., Ramos, L. y Ramos, C. (2012). *Administración de la innovación*. Pearson Educación, México.
- Asociación de Emprendedores de México (ASEM) (2020). *Radiografía del emprendimiento en México 2020* (Infografía). <https://asem.mx/investigacion/>
- Borrayo Rodríguez, C., Valdez Zepeda, A. y Delgado Melgarejo, B. (2019). Cultura emprendedora en jóvenes universitarios de Guadalajara, México. *Revista de Ciencias Sociales*, 25(3), 72-87. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7026735>
- Boyatzis, R. E. (1991). *The competent manager: A model for effective performance*. John Wiley & Sons.

- Burger-Helmchen, T. (Ed.). (2012). *Entrepreneurship-Born, Made and Educated*. IntechOpen. <https://doi.org/10.5772/2649>
- Canales García, R., Román Sánchez, Y. y Ovando Aldana, W. (2017). Emprendimiento de la población joven en México. Una perspectiva crítica. *Entreciencias: Diálogos en la Sociedad del Conocimiento*, 5(12). <http://dx.doi.org/10.21933/J.EDSC.2017.12.211>
- Cantón Castillo, L. C. G., García Lira, A. y Iuit González, M. C. (2014). El Enfoque de Competencias para formar Emprendedores: Evaluación del modelo de la Universidad Autónoma de Yucatán, México. *Tec Empresarial*, 8(2), 29-40. <https://doi.org/10.18845/te.v8i2.1987>
- Carvajal-Henao, M. E., Ramírez-Carvajal, D. y Toro-Cardona, A. (2020). Estructura Conceptual del Emprendimiento y Capital Social. *Revista de Ingenierías Interfaces*, 3(2), 1-19. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8661422>
- Castelao Naval, M. O., González Pascual, J. L., Jordán Ramos, A. y Ruiz Pomada, A. (2015). Universidad y emprendimiento: Intención emprendedora en estudiantes de universidades privadas madrileñas. *Revista de Investigación en Educación*, 13(2), 187-205. <http://hdl.handle.net/11268/4770>
- Castro Inostroza, A., Iturbe Sarunic, C., Jiménez Villarroel, R. y Silva Hormázabal, M. (2020). ¿Educación STEM o en Humanidades? Una reflexión en torno a la formación integral del ciudadano del siglo XXI. *Utopía y Praxis Latinoamericana*, 25(9), 177-196. <https://doi.org/10.5281/zenodo.4110904>
- Centro de Incubación de Empresas y Emprendedores (s. f.). Universidad Autónoma de Campeche. <https://vinculacion.uacam.mx/view/paginas/14>
- Contreras Torres, F. y Barbosa Ramírez, D. H. (2013). Del liderazgo transaccional al liderazgo transformacional: implicaciones para el cambio organizacional. *Revista Virtual Universidad Católica Del Norte*, (39), 152-164. <https://repository.urosario.edu.co/items/2be9094c-5200-4391-aa4e-ae49f80c3f8f>
- Contreras-Velásquez, J. C., Wilches-Duran, S. Y., Graterol-Rivas, M. E. y Bautista-Sandoval, M. J. (2017). Educación Superior y la Formación en Emprendimiento Interdisciplinario: Un Caso de Estudio. *Formación Universitaria*, 10(3), 11-20. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062017000300003>
- Coveñas Castillo, S. C., Gómez Martínez, A., López Mejía, M. R. y Gómez Jacinto, L. G. (2019). Prácticas de las incubadoras universitarias dentro ecosistema emprendedor en la ciudad de Puebla. *Horizontes de la Contaduría en las Ciencias Sociales*, (11), 152-172. <https://doi.org/10.25009/hccs.v0i11.17>
- De Bruin, A., Shaw, E. y Lewis, K. V. (2017). The collaborative dynamic in social entrepreneurship. *Entrepreneurship & Regional Development*, 29(7-8), 575-585. <https://doi.org/10.1080/08985626.2017.1328902>

- De Domingo Soler, C., Naveda Jácome, M., Rodríguez Proaño, M. A. y Muñoz Pumagualle, M. G. (2020). Juventud, academia y empleo. Análisis de una desconexión. *Podium*, (37), 129-146. <https://doi.org/10.31095/podium.2020.37.9>
- De la Garza Carranza, M. T., Zavala Berbena, M. A., López-Lemus, J. A. y López de Alba, P. L. (2019). Inventario de las causas del fracaso en emprendedores sociales en México (CAFES-M). *Revista Perspectivas*, (43), 107-134. http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1994-37332019000100005&lng=es&tlng=es
- Diego-Mantecón, J. M., Fernández-Blanco, T., Ortiz-Laso, Z. y Lavicza, Z. (2021). Proyectos STEAM con formato KIKS para el desarrollo de competencias clave. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, 29(66), 33-43. <https://doi.org/10.3916/C66-2021-03>
- Dirección de Emprendimiento y Desarrollo Empresarial (s. f.). *Misión, visión y funciones*. Universidad Autónoma de Nuevo León. <http://hub.uanl.mx/>
- Duval-Couetil, N., Gotch, C. M. y Yi, S. (2014). The characteristics and motivations of contemporary entrepreneurship students. *Journal of Education for Business*, 89(8), 441-449. <https://doi.org/10.1080/08832323.2014.933156>
- Echeverría Samanes, B. (2002). Gestión de la competencia de acción profesional. *Revista de Investigación Educativa*, 20(1), 7-43. <https://revistas.um.es/rie/article/view/97411>
- Facultad de Ciencias Educativas (s. f.). *Mapa Curricular* (PDF). Universidad Autónoma del Carmen. http://www.unacar.mx/f_educativas/lic_educacion.html
- Facultad de Derecho y Ciencias Sociales (2020). *Realiza UAT Feria Virtual de Emprendimiento 2020*. Universidad Autónoma de Tamaulipas. <https://fadycs.uat.edu.mx/20293.html>
- Feijó-Cuenca, T. E. y Feijó-Cuenca, N. P. (2020). Influencia del idioma inglés en el entorno empresarial, comercial y de negocios: Artículo de investigación. *Revista científica multidisciplinaria arbitrada Yachasun*, 4(7), 396-408. <https://doi.org/10.46296/yc.v4i7.0056>
- García Aretio, L. (2019). Necesidad de una educación digital en un mundo digital. *RIED. Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 22(2), 9-22. <https://doi.org/10.5944/ried.22.2.23911>
- García Hernández, Y., García-Rojas, J., Ramírez-Sabino, A. y Amador-Martínez, M. (2020). Formación académica e iniciativa emprendedora de los estudiantes de educación superior tecnológica. *Podium*, (38), 123-138. <https://doi.org/10.31095/podium.2020.38.8>
- García-Macías, M. A., Zerón-Félix, M. y Sánchez-Tovar, Y. (2018). Factores de entorno determinantes del emprendimiento en México. *Entramado*, 14(1), 88-103. <https://doi.org/10.18041/entramado.2018v14n1.2712>

- Godínez Enciso, J. A. y Canales García, R. A. (2021). Desarrollo y emprendimiento universitario: la relevancia de las interrelaciones, una aproximación empírica. *Revista Gestión y Estrategia*, (54), 53-69. <https://doi.org/10.24275/uam/azc/dcsh/gye/2018n54/Godinez>
- Gómez-Araujo, E., Lafuente, E., Vaillant, Y. y Gómez Núñez, L. M. (2015). El impacto diferenciado de la autoconfianza, los modelos de referencia y el miedo al fracaso sobre los jóvenes emprendedores. *Innovar*, 25(57), 157-174. <http://dx.doi.org/10.15446/innovar.v25n57.50358>
- González-García, G., Becerril, M. L. y Fonseca, A. (2021). Fomento a la cultura empresarial a partir del perfil emprendedor en universitarios. México, Brasil y Colombia 2017. *RILCO DS: Revista de Desarrollo sustentable, Negocios, Emprendimiento y Educación*, (15). <https://www.eumed.net/es/revistas/rilcoDS/15-enero21/cultura-empresarial-emprendedor>
- Guerra-Báez, S. P. (2019). Una revisión panorámica al entrenamiento de las habilidades blandas en estudiantes universitarios. *Psicología Escolar e Educativa*, 23. <https://doi.org/10.1590/2175-35392019016464>
- Hanushek, E. A. & Woessmann, L. (2020). Education, knowledge capital, and economic growth. En S. Bradley y C. Green (Ed.), *The Economics of Education* (2ª ed., pp. 171-182). Academic Press. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-815391-8.00014-8>
- Hernández, C.A. y Sánchez, S. (2017). La educación empresarial: un acercamiento desde los estudiantes universitarios en dos instituciones de educación superior. *Innovación Educativa*, 17(75), 81-102. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-26732017000300081
- Herrera Echeverri, H. (2009). Investigación sobre redes sociales y emprendimiento: revisión de la literatura y agenda futura. *Innovar*, 19(33), 19-33. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-50512009000100003&lng=en&tlng=es
- Heuguerot, C. (2017). *Primeros datos sobre la inserción laboral y la subjetividad de los egresados de la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. (FHCE) de la Universidad de la República*. En IX Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología XXIV Jornadas de Investigación XIII Encuentro de Investigadores en Psicología del MERCOSUR. Universidad de Buenos Aires, Argentina. <https://www.academica.org/000-067/34>
- Jones, G. R. y George, J. M. (1998). The experience and evolution of trust: Implications for cooperation and teamwork. *The Academy of Management Review*, 23(3), 531-546. <https://doi.org/10.2307/259293>
- Leydesdorff, L. y Meyer, M. (2007). The scientometrics of a Triple Helix of university-industry-government relations (Introduction to the topical issue). *Scientometrics*, 70(2), 207-222. <https://doi.org/10.1007/s11192-007-0200-y>
- Martínez, F. M. y Carmona, G. (2009). Aproximación al concepto de "competencias emprendedoras": Valor social e implicaciones educativas. *REICE. Revista Iberoamericana*

- sobre *Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*, 7(3), 82-98.
<http://hdl.handle.net/10486/661237>
- Mayer Granados, E. L., Blanco Jiménez, F. J., Alonso Neira, M. A. y Charles Coll, J. A. (2020). Emprendimiento y crecimiento económico: El sistema mexicano de incubadoras de negocios. *Revista de Ciencias Sociales*, 26(1), 107-127.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7384409>
- Mayer Granados, E. L., Charles Coll, J. A. y De la Garza Ramos, M. I. (2019). El fomento emprendedor desde la universidad mexicana. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(85).
<https://www.redalyc.org/journal/290/29058864003/29058864003.pdf>
- Monje Amor, A., Abeal Vázquez, J. P. y Faíña, J. A. (2020). Transformational leadership and work engagement: Exploring the mediating role of structural empowerment. *European Management Journal*, 38(1), 169-178. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2019.06.007>
- Novella, R., Repetto, A., Robino, C. y Rucci, G. (Eds.). (2018). *Millennials en América Latina y el Caribe: ¿trabajar o estudiar?* Inter-American Development Bank.
<http://dx.doi.org/10.18235/0001410>
- Observatorio Laboral (3 de noviembre de 2022). *¿Qué carrera estudiar para tener éxito como emprendedor?* <https://www.observatoriolaboral.gob.mx/static/preparate-empleo/Emprendedores.html>
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) (2019). *Educación superior en México: Resultados y relevancia para el mercado laboral*. OCDE Publishing.
<https://doi.org/10.1787/a93ed2b7-es>
- Osorio, H., Parra, R. y Tarapuez, E. (2012). Burton Clark y su concepción acerca de la universidad emprendedora. *Tendencias*, 13(2), 103-118.
<https://revistas.udenar.edu.co/index.php/rtend/article/view/474>
- Pico Versoza, L. M. (2017). El emprendimiento por necesidad, una ventana hacia el desarrollo de oportunidades de negocios. *INNOVA Research Journal*, 2(1), 131-136.
<https://doi.org/10.33890/innova.v2.n1.2017.133>
- Rozo-Sánchez, A., Flórez-Garay, A. y Gutiérrez-Suárez, C. (2020). Liderazgo organizacional como elemento clave para la dirección estratégica. *AiBi Revista de investigación, administración e ingeniería*, 7(2), 62-67. <https://doi.org/10.15649/2346030X.543>
- Saldaña Contreras, Y., Ruiz Díaz, F. M., Gaona Tamez, L. L., Nahuat Arreguín, J. J. y Muñoz Peña, K. A. (2018). Diseño de Incubadoras de Negocios en Instituciones de Educación Superior: Guía Para Su Creación. *Revista Global de Negocios*, 6(6) 37-49.
<https://ssrn.com/abstract=3242370>
- San Martín, J. M. (2014). Educación y centros de investigación en innovación y emprendimiento. En L. A. Lagunes, F. R. E. Solano, M. Herrera, J. M. San Martín y L. A. González (coords.). *Innovación y emprendimiento a la luz del contexto latinoamericano. Guía de mejores prácticas para el impulso de la actividad emprendedora basada en la innovación* (pp. 55-

65). Consejo Latinoamericano de Escuelas de Administración - CLADEA. https://www.academia.edu/36494024/INNOVACION_Y_EMPRENDIMIENTO_A_LA_LUZ_DEL_CONTEXTO_LATINOAMERICANO

Sánchez García, J. C., Ward, A., Hernández, B. y Florez, J. L. (2017). Educación emprendedora: Estado del arte. *Propósitos y Representaciones*, 5(2), 401-473. <https://doi.org/10.20511/pyr2017.v5n2.190>

Sánchez, S., Hernández, C. A. y Jiménez, M. (2016). Análisis de la percepción sobre iniciativa empresarial y el espíritu emprendedor en estudiantes de un tecnológico federal. *Acta Universitaria*, 26(6), 70-82. <https://doi.org/10.15174/au.2016.1016>

Timmons, J. A. (1989). *The Entrepreneurial Mind*. Brick House Publishing Co.

Tushman, M. y Nadler, D. (1996). Organizing for Innovation. *California Management Review*, 28(3), 74-92. <https://doi.org/10.2307/41165203>

Copyright (c) 2023 Efraín Alfredo Barragán-Perea, Paola Margarita Chaparro-Medina y Aixchel Cordero-Hidalgo