

Capítulo 27. La relevancia del emprendimiento en la Universidad Autónoma de Nayarit y la Universidad de Pai-Chai.

Francisco Javier Ocegueda López

Edgar Dagoberto Aldana Ochoa

Sergio López Acosta

Alejandro Toledo Ortega

Universidad Autónoma de Nayarit

<https://doi.org/10.46990/iQuatro.2023.14.5.27>

Resumen

Los emprendedores son un activo valioso para cualquier país, deben prepararse y mejorarse sin obstáculos adicionales que superar. Las iniciativas empresariales tienen el potencial de diseñar la forma en que vivimos y trabajamos, además de crear empleos y contribuir a la economía del país. El objetivo es Explorar la situación de emprendimiento dentro de la Universidad Pai Chai (배재대학교) y de la Universidad Autónoma de Nayarit (UAN), problemas a los que se enfrentan los estudiantes dentro de la asignatura y fuera de ella. En donde se encontró que en la UAN se desarrolla más el espíritu emprendedor y en la Universidad de Pai Chai interesa más tener un trabajo en alguna organización de renombre que iniciar su propio negocio.

Palabras clave

Emprendimiento, Fomento empresarial, Universidad

Introducción

El emprendimiento en las universidades tiene que brindar entornos, culturas, prácticas y oportunidades que conduzcan a alentar el pensamiento empresarial de graduados y estudiantes, estos son lugares donde se integra el emprendimiento en la política y los arreglos institucionales del sistema educativo. La convergencia de tendencias demográficas, las economías basadas en el conocimiento y la innovación tecnológica se ha centrado cada vez más en la importancia y los efectos del emprendimiento. El espíritu empresarial es, por tanto, un motor de creación de empleo, cambios estructurales, económicos y de desarrollo, además, proporciona una vía para abordar los problemas socioeconómicos (Gibb, Haskins, & Robertson, 2013).

El emprendimiento tiene diferentes beneficios para los estudiantes. Es el proceso mediante el cual se equipa a los estudiantes para el mundo real que tiene muchas complejidades, incertidumbres y oportunidades. La movilidad global es compleja, por lo que los nuevos participantes requieren habilidades innovadoras y creativas para manejar diferentes desafíos que representa este sistema global (Naguib, 2013). Además, debido a la fluidez en la organización

cultural, el nuevo orden requiere una persona dinámica que pueda adaptarse a estos cambios.

El destino de los futuros graduados es abordar algunos de los desafíos más urgentes e importantes de la sociedad. Los emprendedores tienen el poder de desarrollar conjuntos de habilidades versátiles y negocios rentables que son cruciales para el progreso de la economía. Deben dedicarse más recursos a la formación de entornos empresariales dentro de la educación superior, entornos que fomentan las ideas progresistas y la innovación, que equipan a los estudiantes con los conocimientos prácticos y las habilidades que necesitan para impulsarse dentro del sector empresarial.

Por décadas, instituciones se han ido adaptando para reflejar los entornos cambiantes en los que operan y busca triunfar, en todo el mundo, la presión sobre las instituciones para que cambien está aumentando: globalización, movilidad social, desarrollos tecnológicos, Estados competidores, geopolítica, demografía y, por supuesto, presiones económicas sobre los gobiernos para reevaluar sus inversiones en servicios financiados por el estado han contribuido a un entorno altamente incierto e impredecible para la educación superior (Gibb et al., 2012).

Esta investigación pretende discutir cómo la capacidad organizacional, las personas y los incentivos pueden limitar o promover esta práctica; explicar cómo se puede integrar el emprendimiento en el aprendizaje y la enseñanza; discutir los requisitos clave para una universidad para calificar como camino para emprendedores; explicar que las asociaciones internas y externas son una necesidad mencionando cómo la internacionalización influye en una universidad emprendedora; y concluir el estudio con un comparativo con el sistema de emprendimiento de la UAN y de la universidad Pai Chai.

El objetivo es Explorar la situación de emprendimiento dentro de la Universidad Pai Chai y de la Universidad Autónoma de Nayarit, problemas a los que se enfrentan los estudiantes dentro de la asignatura y fuera de ella, analizando el fomento a la actividad empresarial en Corea Del Sur y México, relacionándolas entre sí (Emprendimiento Universitario – Fomento empresarial).

Revisión de la Literatura

El emprendimiento es una actividad que se esfuerza por adaptarse a la naturaleza cambiante del entorno humano, por lo tanto, es necesario garantizar que la capacidad humana refleje estos cambios proporcionando formación constante al personal, por otra parte, las universidades deberían instituir un sistema de incentivos a los miembros que participen en implementar una agenda emprendedora, que potencie la cultura emprendedora en la institución,

sin embargo, los comportamientos emprendedores se refuerzan recompensando y alentando las iniciativas emprendedoras, que pueden incluir la provisión de espacios de laboratorio para aquellos que deseen realizar actividades empresariales.

El concepto de universidad emprendedora no es nuevo, sin embargo, tiene muchos significados e identidades que incluyen, entre otros, nociones de empresa, innovación, comercialización, creación de nuevos emprendimientos, empleabilidad y otros, también puede reflejar liderazgo organizacional y estructuras de gobierno, puede verse como una respuesta organizacional a los desafíos y presiones externas (Gibb y Hannon, 2006).

Dentro de un contexto y entorno académico, el espíritu empresarial se puede percibir como el desarrollo de un conjunto de comportamientos, habilidades y actitudes individuales que se caracterizan por el emprendedor (Gibb y Hannon, 2006). Las mismas características pueden ser aplicadas al intraemprendedor, el emprendedor social, el tecnoemprendedor y a través de muchos otros contextos.

Las Instituciones de Educación Superior juegan un papel cada vez más activo en la solución de problemas de mercado y no-mercado poniendo en marcha diversos modelos de emprendimiento universitario en los cuales se involucran los académicos en el desarrollo comercial de sus invenciones (Mowery, 2005) y a través de las múltiples funciones de docencia, investigación, difusión de la cultura/conocimiento y de las actividades de emprendimiento en las universidades, las innovaciones contribuyen al crecimiento económico (Guerrero, 2015).

Las universidades emprendedoras contratan y retienen a personas con experiencia emprendedora, comportamientos y actitudes que fomentan una cultura emprendedora en las universidades (O'Connor, 2012). No obstante, esto no debe limitarse únicamente al personal interno, considerar puntos de vista externos le da a las instituciones una perspectiva que estimula a los stakeholders internos.

Finalmente, la universidad emprendedora otorga reconocimiento y estatus a otras partes interesadas que contribuyen al emprendimiento, esto significa que las partes interesadas externas deben ser valoradas porque brindan oportunidades, conocimientos y habilidades necesarias para el desarrollo, se utilizan diversas oportunidades y actividades para reconocer el valor de las partes externas interesadas, que incluyen el ofrecimiento de servicios e instalaciones, oportunidades de becas y recompensarlos por participar en actividades empresariales (O'Connor, 2012).

La universidad como camino hacia los emprendedores

La decisión de emprender es un proceso. Para que las instituciones de educación superior sean emprendedoras, deben facilitar a quienes aspiran a ser emprendedores, incluido el personal y los estudiantes (Byrnes et. al, 2010). Este proceso incluye tanto a las partes interesadas internas como externas a través de enfoque que es útil porque proporciona caminos para explotar la experiencia tanto interna como externa y oportunidades, esto se logra cuando las universidades sensibilizan sobre la importancia o el valor de generar habilidades emprendedoras entre estudiantes y personal, implica que las universidades brindan oportunidades e instalaciones para poder actuar sobre las ideas desarrolladas por los estudiantes y el personal, por lo tanto, desarrollar la conciencia del valor de tener la capacidad empresarial es una función esencial de estas instituciones que incluyen habilidades que apoyan el desarrollo de nuevas ideas, desarrollo profesional y empleabilidad.

Este proceso exige que las universidades fomenten comportamientos emprendedores y no obstante, es función de la universidad proporcionar plataformas en las que los estudiantes y el personal experimentan el espíritu empresarial que se realiza, incluye exponerlos a problemas de la vida real, permitiéndoles interactuar con emprendedores y capacitaciones, también puede incluir la integración de actividades empresariales en las estrategias educativas, esto prepara a los estudiantes para el mundo real del emprendimiento al traducir lo que aprenden a la práctica (Byrnes et. al, 2010)

La educación académica para el emprendimiento se produce a través de la implementación por parte de las universidades modernas de sus tres misiones principales: docencia, investigación y transferencia de conocimiento y tecnología. Las investigaciones más recientes muestran que la universidad emprendedora ya se ha definido no solo como una institución capaz de comercializar con éxito los resultados de su investigación y enseñar de manera eficiente a los estudiantes cómo iniciar y administrar sus propios negocios, sino también como la institución líder en educación en emprendedurismo (Bauboniené et. al, 2018).

También pueden utilizar recompensas e incentivos para apoyar la movilidad internacional (Guerrero & Urbano, 2012). El reclutamiento del personal emprendedor a nivel internacional mejora una perspectiva internacional, sin embargo, la contratación debe garantizar que se coincide con las necesidades de la universidad.

Universidad Autónoma De Nayarit

La Universidad Autónoma de Nayarit (UAN) es una institución de educación superior creada por decreto del congreso local, bajo la figura jurídica de organismos públicos descentralizados. Estas instituciones estatales desarrollan las funciones de docencia, generación y aplicación innovadora del conocimiento, así como de extensión y difusión de la cultura (SEP,

2015). En su Plan de Desarrollo Institucional (PDI) 2016–2022 estiman “La agenda de políticas públicas y educativas a nivel nacional e internacional, las cuales presentan escenarios que implican una serie de innovaciones en el quehacer educativo, además de un conjunto de necesidades de tipo social a las que las universidades deben de responder” (PDI-UAN, 2016).

En el apartado de Investigación se declara que esta actividad debe ser una prioridad pues: “Contribuye al desarrollo humano, social y económico de la región, permite la generación de conocimiento para comprender la realidad y dar solución a los problemas actuales, por ello es necesario desarrollar en la comunidad universitaria, habilidades de investigación e incorporarlas de manera formal en los “planes de estudios” (UAN, 2016) Y aunque esto no hace una referencia directa al emprendimiento, la investigación, la innovación; la primera es una actividad que en la práctica de una de ellas se generará inherentemente otra de ellas. Pues como se podrá apreciar más adelante muchos proyectos de investigación son una forma de emprendimiento en si misma o derivan en proyectos de en donde la innovación está presente y viceversa, muchos proyectos requieren de investigación para la materialización de sus fines. Otro de los apartados analizados es el de Extensión y Vinculación, en el mismo documento se plasma que “Es importante establecer lazos con la sociedad, que permitan contribuir a su desarrollo y bienestar con la finalidad de incidir en la solución de las problemáticas presentes y futuras del entorno”. Por su parte las líneas estratégicas 1 y 2 estipulan que: “Se debe consolidar el modelo educativo universitario, donde se rescata la construcción de propuestas curriculares de acuerdo con las necesidades sociales. Y establecer y operar nuevos modelos de formación, investigación y vinculación acordes a las nuevas necesidades profesionales y los problemas emergentes de la sociedad”. (UAN, 2016).

Las acciones por parte de los programas de licenciatura de la Universidad Autónoma de Nayarit que ayudan a fomentar y desarrollar la actividad emprendedora entre sus estudiantes se puede afirmar que un primer elemento y el más importante es que en los proyectos curriculares se estipule de manera formal la intencionalidad de promover y desarrollar conocimientos y habilidades para el emprendimiento, ya sea de forma directa o indirecta, lo cual se traduce en que los programas establezcan en su misión, visión, valores, perfil de egreso, matriz general de conocimientos teóricos y matriz general de conocimientos prácticos elementos vinculados al emprendimiento y enfocados a su desarrollo y práctica.

En un estudio previo realizado en la UAN por Ramírez (2017), se revisaron las acciones de los programas de licenciatura que han derivado en actividades de emprendimiento por parte de sus estudiantes se distinguen algunas claramente, una de ellas es la organización de ferias de proyectos emprendedores al interior de los programas académicos, esto es una

constante y una muy importante al menos dentro de 4 de los 6 programas seleccionados dentro de las 3 áreas más emprendedoras, quienes a su vez realizan la promoción de la participación de los estudiantes en eventos de emprendimiento al interior de la universidad, como el Foro de Emprendedores.

Universidad Pai Chai

La Universidad Pai Chai es una universidad privada y es una de las universidades modernas más antiguas de Corea del Sur, su campus está ubicado en Seo-Gu, en la ciudad metropolitana de Daejeon. La universidad ofrece la licenciatura de Negocios Internacionales y Comercio, una de las asignaturas que se imparten dentro de ésta, es la de emprendimiento, la cual tiene alta relevancia, ya que, cuenta con tecnología innovadora para realizar los proyectos de innovación e investigación. La investigación que se llevará a cabo, precisamente se basa en la exploración de este programa que ofrece la universidad Pai Chai, por el momento no se dispone de mucha información, puesto que, el motivo del desarrollo de este estudio, es justamente conocer y averiguar su método para emprender.

Metodología

De acuerdo a los procesos que requiere la validez de una investigación, se realizó una encuesta para desarrollar un proceso probatorio de las hipótesis y variables que se quieran analizar. Esto es una investigación de enfoque cuantitativo que nos dice Hernández, et al., (2010) donde se requiere de tener fases las cuales darán la información adecuada para determinar las conclusiones pertinentes. Para el desarrollo de la encuesta se adapto el instrumento que realizaron Tarapuez, et al, (2015) pues en su estudio permiten medir la intención empresarial que tiene los estudiantes en el último semestre de las Universidad de Quindío, Colombia. Esto utilizando la Teoría del Comportamiento Planeado de Ajzen.

En la Tabla 27.1, se muestran las variables que se validaron con autores y la opinion de 14 expertos donde se desarrollaron dimensiones las cuales depura los ítems donde se toma en cuenta cuales son los factores que influyen en la intención de creación de empresas en los estudiantes universitarios.

Tabla 27.1

Desarrollo de las dimensiones, preguntas y autores que desarrollaron la encuesta.

Dimensión	Variables	Autores
Aspectos familiares y personales	• Estado civil • Edad • Género • Campo de estudio • Nivel de estudios de los padres • Ocupación de los padres • Familiares empresarios • Experiencia Laboral • Amigos empresarios cercanos	Estado civil
Normas Sociales	• Empresa Vs Poder, Respeto y estatus social. • Admiración por los empresarios • Empresarios vs. Empleado	Hofstede (2001,1991,1980) Autio et al., (1997) Bengley et al., (1997) Solimano (2014) GEM Colombia (2013)
Imagen y valores del empresario	• Asociatividad • Optimismo y visión de largo plazo • Predisposición para asumir riesgos moderados • Creatividad e innovación • Capacidad de organización	Hofstede (2001,1991,1980) Gasse & Tremblay (2011) Autio et al., (1997) Solimano (2014) GEM Colombia (2013)
Creencias acerca de la creación de empresas	• Importancia del dinero • Participación en cursos y programas de asesoría empresarial • Materias de emprendimiento en la universidad • Papel de la familia • Dedicación de tiempo	Gasse & Tremblay (2011) Autio et al., (1997) Birdthistle (2008) Falloye et al., (2006) Boissin et al., (2009)
Motivaciones (actitudes positivas) y obstáculos para crear empresa (actitudes negativas)	• Autorrealización • Reto personal • Independencia • Plan de vida • Insuficiencia de apoyo • Falta de conocimiento en producción • Escaso Capital • Creencias religiosas • Baja autoconfianza • Obligaciones académicas • Falta de socios	Hofstede (2001,1991,1980) Gasse & Tremblay (2011) Solimano (2014) Urbano (2006) Birdthistle (2008) Obisabya, et al., (2010)

Recursos (locus de control)	•Sector económico de la empresa por crear •Plazo para crear la empresa •Identificación de oportunidades de negocio •Recursos para crear la empresa	Trerapuez (2008) Gasse & Tremblay (2011) Urbano (2006) Birdthistle (2008) Bhandari (2012) Bakotic, et al., (2010)
------------------------------------	---	--

Nota. Elaboración propia tomado del instrumento (Tarapuez, et al. 2015)

Tomando en cuenta que se requiere ver la percepción sobre la iniciativa de emprendimiento de los estudiantes de la UAN y la Universidad de Pai-Chai, se realizó la encuesta como lo muestra la Tabla 27.2. Esta encuesta se realizó en la plataforma Moodle para la UAN, esto en la semana de emprendimiento de la Dirección de Educación Virtual de dicha universidad en Junio del 2022 aprovechando la temática de dicho evento. Para recabar la información de Corea, se requirió el apoyo de una Alumna que realizó un intercambio académico y en donde se desarrolló la encuesta con la herramienta Formulario de Google.

Tabla 27.2

Número de alumnos que realizaron la encuesta.

	UAN	PAI CHAI
Alumnos	84	45
Edades	18-45	21-24 años

Nota. Elaboración propia

Resultados

Tabla 27.3

Ítems de la dimensión Normas Sociales

	Es mejor ser dueño de su propia empresa que empleado en una ajena.		En esta región se admira a quienes dirigen sus propias empresas.		Tener una empresa propia genera poder, respuesta y un estatus social alto.	
	UAN	Pai-Chai	UAN	Pai-Chai	UAN	Pai-Chai
Totalmente de acuerdo	63%	60%	42%	38%	16%	33%
De acuerdo	21%	7%	26%	42%	16%	40%
Neutro	16%	33%	21%	15%	47%	20%

En desacuerdo	0%	0%	5%	5%	16%	7%
Totalmente en desacuerdo	0%	0%	5%	0%	5%	0%

Nota. Elaboración propia

Tabla 4

Ítems de la dimensión Imagen y Valores

	Les gusta asociarse con otros empresarios e inversionistas		Son optimistas y tienen visión a largo plazo		Tienen gran capacidad de organización	
	UAN	Pai-Chai	UAN	Pai-Chai	UAN	Pai-Chai
Totalmente de acuerdo	21%	22%	53%	30%	32%	0%
De acuerdo	58%	51%	37%	37%	68%	47%
Neutro	21%	27%	11%	33%	0%	53%
En des-acuerdo	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Totalmente en desacuerdo	0%	0%	0%	0%	0%	0%

Nota. Elaboración propia

Tabla 27.5

Ítems de la dimensión Creencias

	La familia desempeña un papel positivo en la creación y desarrollo de la empresa.		Participar en cursos y programas de asesoría empresarial aumenta la intención de crear una empresa.		Las materias de emprendimiento de la universidad desarrollan mi intención de crear una empresa.		Ser empresario requiere más dedicación que si se decide ser empleado en una empresa	
	UAN	Pai-Chai	UAN	Pai-Chai	UAN	Pai-Chai	UAN	Pai-Chai
Totalmente de acuerdo	56%	20%	50%	20%	44%	20%	83%	80%
De acuerdo	39%	60%	28%	60%	50%	28%	11%	8%
Neutro	6%	0%	11%	0%	6%	0%	6%	0%
En desacuerdo	0%	0%	6%	0%	0%	0%	0%	0%
Totalmente en desacuerdo	0%	20%	6%	20%	0%	52%	0%	12%

Tabla 27.6
Ítems de la dimensión Creencias

	¿Alguna vez ha tenido usted la intención de crear una empresa o negocio propio?	
	UAN	Pai-Chai
Si, vagamente	31%	46%
Si, seriamente	50%	54%
Tengo ya empresa	19%	0

Tabla 27.7
Ítems de la dimensión Intención Motivadora

	Identificar y superar un reto personal		Lograr mi autorrealización y satisfacción personal		En su plan de vida no se visualiza como empleado en una empresa ya creada	
	UAN	Pai-Chai	UAN	Pai-Chai	UAN	Pai-Chai
Totalmente de acuerdo	63%	40%	69%	20%	31%	12%
De acuerdo	38%	20%	31%	6%	13%	48%
Neutro	0%	0%	0%	0%	56%	0%
En desacuerdo	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Totalmente en desacuerdo	0%	40%	0%	74%	0%	40%

Tabla 27.8
Ítems de la dimensión Intención Desmotivadora

	Escaso capital para iniciar la empresa.		Demasiadas obligaciones académicas en la universidad.		Mi carrera universitaria no es para crear empresa.		Algunas creencias religiosas castigan a los ricos y promueven la pobreza.	
	UAN	Pai-Chai	UAN	Pai-Chai	UAN	Pai-Chai	UAN	Pai-Chai
Totalmente de acuerdo	31%	40%	31%	45%	6%	34%	6%	15%
De acuerdo	50%	0	25%	0	31%	0	38%	0
Neutro	19%	33%	31%	31%	38%	26%	19%	40%
En desacuerdo	0%	0	13%	0	25%	0	38%	0
Totalmente en desacuerdo	0%	27%	0%	24%	0%	40%	0%	45%

Tabla 27.9*Ítems de la dimensión Intención Desmotivadora*

	Baja confianza en sus capacidades emprendedoras		No sé producir ni fabricar nada en particular.	
	UAN	Pai-Chai	UAN	Pai-Chai
Totalmente de acuerdo	6%	34%	6%	34%
De acuerdo	19%	0	25%	0%
Neutro	25%	33%	6%	33%
En desacuerdo	31%	0%	31%	0%
Totalmente en desacuerdo	19%	33%	31%	33%

Discusión

Datos del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2019 para México, muestran al país con un decrecimiento en la Tasa de Actividad Temprana Emprendedora (TEA), la cual pasa de 14.14% en 2017 a 12.98% en 2019, considerando que la media regional para América Latina y el Caribe fue de 24.07% en 2019. Sin embargo, sobre la Tasa de propiedad comercial establecida se nota un incremento de 1.40% en 2017 a 1.82% en 2019, con media regional de 8.53% en 2019. Y lo más relevante es la Tasa de Actividad de Empleado Empleado, que pasa de 1% en 2017 a disminuirse hasta 0.15% en 2019, con una media regional en 2019 de 1.32%. (Huerta & Zepeda, 2022).

De acuerdo con los factores relacionados con la imagen emprendedora, los estudiantes creen que conseguir un buen trabajo es mucho más importante que pensar en cómo iniciar su propio negocio. Esto en un estudio de Baubonienè et, al. (2018); a dos universidades en Corea del Sur y Lituania. Esto debilita las intenciones de los estudiantes de iniciar su propio negocio en un futuro cercano. Los encuestados de ambas universidades dieron respuestas más favorables a la afirmación de que un negocio es bueno cuando no hay posibilidad de encontrar un buen trabajo.

Conclusiones

De acuerdo a la información presentada se puede determinar que en los estudiantes de la Universidad Autónoma de Nayarit, tienen un deseo más amplio para emprender un negocio. Esto se adentra más a la información que tienen las dimensiones al estar de acuerdo en casi todos los aspectos para iniciar una entidad empresarial y desarrollar un proceso para el que quieran tener mayores herramientas para iniciar su idea.

Es importante determinar que el país de Corea de Sur se enfoca más a la transmisión del conocimiento con tecnología y simuladores de negocios; que con campamentos, ferias y desarrollo de negocios. Esto en el mismo estudio y las encuestas que aplicaron.

Referencias

- Byrnes, J., Paez, D., Blacker, J., Jackson, A., & Dwyer, C. (2010). The future of higher education in the knowledge-based economy: Developing innovative approaches to integrated articulation and credit transfer in Australia. *Proceedings of the International Higher Education Partnerships and Innovation (IHEPI) Conference Budapest: From Higher Education to Innovation: Management and Entrepreneurship in a Changing Market*, 91-101. Publikon Publishers/IDResearch Ltd
- Baubonienė, Ž.; Hahn, K. H.; Puksas, A.; Malinauskienė, E. 2018. Factors influencing student entrepreneurship intentions: the case of Lithuanian and South Korean universities, *Entrepreneurship and Sustainability Issues* 6(2): 854-871. [http://doi.org/10.9770/jesi.2018.6.2\(26\)](http://doi.org/10.9770/jesi.2018.6.2(26))
- De Jesús Espinoza N. G., Navarro Téllez M. C., López Acosta S., Ocegueda López F. J. “Red social universitaria para el fomento del emprendimiento de los estudiantes de la Universidad Autónoma de Nayarit: Un acercamiento al contexto universitario”, *Ide@s CONCYTEG*, ' 15(280) (2020, Diciembre), pp. 43-54.
- Gibb, A. A. & Hannon, P. D. (2006). Towards the Entrepreneurial University. *International Journal of Entrepreneurship Education*, Vol. 4, 73-110.
- Gibb, A. A. (2012). Exploring the Synergistic Potential in Entrepreneurial University Development: Towards the Building of a Strategic Framework. *Annals of Innovation & Entrepreneurship*, 3, 1-21.
- Gibb, A., Haskins, G., & Robertson, I. (2013). Leading the entrepreneurial university: Meeting the entrepreneurial development needs of higher education institutions. *Universities in Change*, 9-45. New York: Springer.
- Guerrero, M., & Urbano, D. (2012). The development of an entrepreneurial university. *The Journal of Technology Transfer*, 37(1), 43-74.
- Guerrero, M., J. Cunningham and D. Urbano (2015), “Economic impact of entrepreneurial universities’ activities: An exploratory study of the United Kingdom”, *Research Policy*, Vol. 44, pp. 748-764
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. d. (2010). Metodología de la Investigación. En R. Hernández Sampieri, C. Fernández Collado, & M. d. Baptista Lucio, *Metodología de la Investigación* (pág. 46). Ciudad de México: The McGraw-Hill.

- Huerta Lamas, P., & Zepeda Flores, M. (2022). Gestión y estructura: elementos para el análisis de la política institucional universitaria de fomento del emprendimiento en México, 2013-2018. *Revista iberoamericana de educación superior*, 13(37), 103-118. Epub 01 de agosto de 2022. <https://doi.org/10.22201/iisue.20072872e.2022.37.1306>
- Mowery, D. (2005), "The Bayh-Dole Act and high-Technology Entrepreneurship in U.S. Universities: Chicken, eggs, or something else", in Gary D. Libecap (Ed.), *University Entrepreneurship and Technology Transfer: Process, Design, and Intellectual Property*, Amsterdam: Elsevier, pp. 39-68.
- Naguib, M. (2013). A strategic analysis of the entrepreneurial university development. *European Journal of Innovation and Business*, 9, 16-22.
- O'Connor, A. (2012). A conceptual framework for entrepreneurship education policy: Meeting government and economic purposes. *Journal of Business Venturing*, 4(28), 546-563
- Ramírez V. J.M. (2017). 'La Universidad Autónoma de Nayarit y sus acciones en torno a la Formación para el Emprendimiento', Tesis para obtener el grado de Maestría en Educación. Universidad Autónoma de Nayarit.
- Secretaria de Educación Pública (2015) Instituciones de educación superior. recuperado de: <http://www.ses.sep.gob.mx/instituciones-de-educacion-superior>
- Tarapuez Chamorro, E., García González, M. D., & Castellano, N. (2015). ELEMENTOS PARA LA CONSTRUCCIÓN DE UN INSTRUMENTO QUE PERMITA MEDIR LA INTENCIÓN EMPRESARIAL EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE ÚLTIMO SEMESTRE. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas*, 209-227.
- Universidad Autónoma de Nayarit (2016). 'Acuerdo que contiene el Plan de Desarrollo Institucional 2016- 2022 de la Universidad Autónoma de Nayarit', *Gaceta Universitaria*. 20 de diciembre de 2016. [http://www.uan.edu.mx/d/a/sg/Legislacion/Plan de desarrollo institucional.pdf](http://www.uan.edu.mx/d/a/sg/Legislacion/Plan%20de%20desarrollo%20institucional.pdf)