



EVALUACIÓN DE LA COMPETENCIA DE EMPRENDIMIENTO EN UNA LICENCIATURA CON ENFOQUE SOCIOFORMATIVO

Sonia Verónica Mortis Lozoya
Instituto Tecnológico de Sonora
smortis@itson.edu.mx

Diana Elizabeth Pablos Collantes
Instituto Tecnológico de Sonora
diana.pablos@itson.edu.mx

Angélica Crespo Cabuto
Instituto Tecnológico de Sonora
angelica.crespo@itson.edu.mx

Área temática: 11. Educación superior y ciencia, tecnología e innovación

Línea temática: 14. Educación superior, ciencia, tecnología e innovación: procesos de transformación y mecanismos de adaptación en el marco de la pandemia y post-pandemia

Tipo de ponencia: Reporte parciales o final de investigación



Resumen

El emprendimiento es una de las competencias que ha cobrado gran relevancia a nivel mundial, ya que todo profesionista debe de ser capaz de emprender; sobre todo en un programa educativo por competencias y con enfoque socioformativo, debido a que su propósito es la formación integral del estudiante, mediante experiencias basadas en la realidad de su contexto. Por lo tanto, el objetivo de esta investigación cuantitativa, fue describir los resultados obtenidos por los estudiantes del cuarto semestre de una licenciatura en educación en la evaluación de la competencia de Emprendimiento a partir de la exposición de proyectos emprendedores efectuadas durante el 2020, 2021 y 2022, evaluados por expertos externos a la academia del semestre. Se obtuvieron de muy buenos a excelentes resultados en la evaluación de la competencia en los tres años, ya que el promedio menor es de 3.5 y el mayor fue de 4.7, en una escala del 1 al 5. Los ítems mejor evaluados fueron: “la información está escrita de manera formal, coherente y clara”, “la página Web proyecta una imagen profesional” y “se promociona el servicio educativo que brindan”. Los resultados más bajos fueron: “se describe el servicio que se ofrece de manera específica y caracterizando cada uno de los elementos que lo diferencia” y “la presentación del servicio educativo es creativa, atrayendo visualmente al espectador”. Se sugiere continuar con el desarrollo de esta competencia en los semestres más avanzados, para afianzarla y que egresen profesionistas capaces de emprender e innovar en educación.

Palabras clave: Competencias, Competencias genéricas, Emprendedores, Evaluación, Currículo Socioformativo

Introducción

La innovación y emprendimiento ha cobrado gran relevancia a nivel mundial en las últimas décadas, por lo tanto, algunas universidades han incluido la competencia de emprendimiento como parte de las competencias que todo profesionista debe desarrollar. Según el Índice Global de Emprendimiento, los países de Europa, Norteamérica y Asia son los más desarrollados en esta materia (Consejo Nacional de Competitividad, 2017). Sin embargo, México cuenta con un 60% de índice de facilidad para hacer negocios (Banco Mundial, 2019) y en Sonora existen más de 90,642 unidades económicas según registros del censo económico de 2014; Zea-Fernández; 2020).

En cuanto a la innovación educativa, Arcos (2022) considera que las tendencias innovadoras en el uso de las tecnologías serán las aulas colaborativas, la personalización del aprendizaje, la integración de las tecnologías emergentes y la educación híbrida. Asimismo, en los informes Horizon las tendencias indican que el uso de las tecnologías en el proceso de enseñanza-aprendizaje será un elemento permanente en la práctica educativa (Brown et al., 2020). Vega et al. (2021) proponen un modelo de competencias docentes para Ambientes Virtuales de Aprendizaje (AVA) donde indican que para lograr la calidad educativa se requiere que los docentes dominen el desarrollo de ambientes virtuales y el enfoque centrado en el estudiante y proponen competencias docentes integradas en cuatro dimensiones: pedagógica, profesional, digital y de investigación.

La universidad se ha comprometido a favorecer el progreso individual y social, donde el emprendimiento es una pieza clave y fundamental para el mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades (Duran et al., 2016). Para lograr el desarrollo de la competencia de emprendimiento en forma transversal, los enfoques curriculares deben permitir que el estudiante atienda problemas reales, donde aplique las competencias específicas adquiridas en su formación, trabajar de forma colaborativa, ética y responsable; además, incentivar el espíritu emprendedor, generar relaciones y redes del orden empresarial que le den la oportunidad de autoemplearse (Contreras et al., 2017; Vásquez, 2018).

En este sentido, la socioformación es un enfoque curricular actual, cuyo propósito es la formación integral del estudiante, mediante experiencias basadas en la realidad de su contexto, para favorecer el desarrollo personal y social de los estudiantes. Para lograrlo, los procesos de formación deben promover el desarrollo de principios de gestión del conocimiento, trabajo colaborativo, proyecto ético de vida, metacognición y emprendimiento; mediante proyectos integradores, que favorezcan la vinculación y lograr un aprendizaje significativo (Zapata, 2015; Tobón, 2017). Como ya se indicó, el emprendimiento es uno de los ejes de desarrollo del enfoque curricular socioformativo, ya que debe estimular al estudiante para asumir riesgos y tomar decisiones, incitar el desarrollo del pensamiento divergente para la resolución de problemas, así como las habilidades de autoaprendizaje (Fleith, 2019; González & Triviño, 2018, Velasco et al., 2019).

Bajo este escenario, las universidades buscan mejorar la calidad de la educación superior y también es una de los propósitos del Instituto Tecnológico de Sonora (ITSON), en el 2016

realiza un rediseño curricular en todos los programas educativos de licenciatura y define a las competencias genéricas como aquellas relacionadas con las capacidades personales, atributos, acciones y actitudes de gran amplitud que pueden transferirse a distintos campos profesionales. De esta manera, se integran competencias genéricas denominadas sello, es decir, aquellas que forman parte de todos los Programas Educativos de ITSON las cuales son: Integridad personal, Compromiso social, Emprendimiento, Calidad profesional, entre otras (ITSON, 2016a).

En el caso específico del Programa Educativo (PE) de Licenciado en Ciencias de la Educación (LCE), adoptó el enfoque socioformativo como un proceso de innovación curricular que busca fortalecer saberes propios del profesional de la educación, mediante las competencias específicas de Gestión Educativa, Docencia y Ambientes Virtuales de Aprendizaje (AVA) (ITSON, 2016b). En tal sentido, las competencias genéricas establecidas PE de LCE plan 2016 son: Persona íntegra, Compromiso social, Comunicación efectiva, Emprendimiento, Ética profesional y Responsabilidad social.

Durante el cuarto semestre del plan de estudios del PE de LCE se busca desarrollar la competencia específica de AVA y la competencia genérica de Emprendimiento. La competencia de Emprendimiento pretende “fomentar en los estudiantes la iniciativa para desarrollar, diseñar y aplicar acciones y proyectos innovadores orientados a crear oportunidades y resolver problemas en el ámbito educativo”, es decir, en este semestre, mediante el desarrollo de un proyecto integrador donde el estudiante identifica una oportunidad de negocio en el ámbito educativo. Las evidencias de desempeño son presentadas durante un evento denominado: Expo Emprendedor Educativo: AVA y evaluadas por jueces quienes son profesores investigadores expertos en Emprendimiento y Marketing, así como en el uso de las tecnologías para el aprendizaje y ambientes virtuales, siendo todos ellos externos a la academia de profesores del semestre.

Ahora bien, debido a la urgente necesidad de aislamiento social a partir del confinamiento ocasionado por la pandemia provocada por el virus SARS-CoV-2, causante del COVID-19, se deriva un cambio significativo en la educación y los procesos de enseñanza-aprendizaje en la mayoría de los países del mundo, que migra a la modalidad virtual (San Juan, et al., 2020). Lo anterior implicó un cambio en las estrategias de difusión de las evidencias derivadas del proyecto integrador del cuarto semestre; por lo tanto, a partir del año 2020 se utilizó la pizarra digital Padlet que permite trabajar de manera colaborativa en la elaboración de tableros de información. Mediante esta pizarra se comparten, con la comunidad académica, los enlaces a las páginas Web con los datos de las empresas educativas desarrolladas por los equipos de estudiantes, permitiendo realizar las evaluaciones de manera remota.

Por lo tanto, el objetivo de esta investigación fue describir los resultados obtenidos por los estudiantes del cuarto semestre de LCE en la evaluación de la competencia de Emprendimiento por expertos, durante las tres últimas Expo Emprendedor Educativo: AVA, efectuadas durante el 2020, 2021 y 2022.

Desarrollo

Fundamentación teórica

El emprendimiento, es considerado como una competencia que debe desarrollarse en las universidades como parte de la formación integral, ya que le permite al estudiante ser creativo, innovador, a través de la planificación y gestión de proyectos, que considera no solo la necesidad del contexto, sino que favorezca el pensamiento estratégico, la responsabilidad social y el compromiso por mejorar las condiciones de vida y el crecimiento social (Fleith, 2019; Hidalgo et al., 2018). Aunado a lo anterior, desde el enfoque socioformativo, el emprendimiento se caracteriza por el desarrollo de propuestas que atienden problemas sociales, en los cuales se concretizan ideas, movilizandando saberes y recursos de forma ética (Tobón, 2017).

Diversos autores, establecen que, para desarrollar el emprendimiento los estudiantes deben desarrollar diversas competencias, tal es el caso de Sánchez y Hernández (2016) quienes indican que las competencias del emprendedor se clasifican en dos tipos: a) personales, tales como la creatividad, autonomía, tenacidad, responsabilidad y capacidad para asumir riesgos; y b) sociales, en las cuales se favorece el liderazgo, trabajo en equipo y la solidaridad. Por su parte, Velasco et al. (2019) indican que deben desarrollar las siguientes: a) valores, para tener compromiso con la realidad social, empatía y ética; b) cualidades interpersonales, como la iniciativa, proactividad, autoconfianza y flexibilidad; c) capacidades, en las cuales se considera el liderazgo, trabajo en equipo y la comunicación; y d) apelación a la acción, para poder innovar, generar ideas y construir las propuestas.

Método de investigación

En esta investigación con enfoque cuantitativo y alcance descriptivo, participaron todos los estudiantes inscritos en el cuarto semestre de LCE de las cohortes 2018-2022, 2019-2023 y 2020-2022; es decir, los alumnos participantes en la tercera (2020), cuarta (2021) y quinta (2022) Expo Emprendedor-Educativa: AVA.

Participantes

La población estuvo conformada por los 196 alumnos inscritos en las asignaturas de recursos educativos, tecnología educativa, estrategias didácticas en línea, marketing educativo, emprendimiento y tecnología instruccional; de los cuáles 150 (76.5%) fueron mujeres y 46 (23.5%) hombres, integrados en 69 equipos. Los participantes se distribuyeron de la siguiente forma: a) tercera expo (2020), 67 estudiantes en 20 equipos, de los cuáles el 75% (n=50) fueron mujeres, y el 25% (n=17) hombres; b) cuarta expo (2021), 71 alumnos en 29 equipos, el 77% (n=55) del sexo femenino y el 23% (n=16) masculino; y c) quinta expo (2022), 58 participantes, 78% (n=45) mujeres y el 22% (n=13) hombres, en 20 equipos.

El jurado de Emprendimiento y Marketing estuvo conformado por 6 evaluadores externos expertos, conformado por 4 mujeres y 2 hombres de los cuáles tres mujeres y un hombre son los que se repiten en los eventos de los tres años. En el año 2020 estuvo conformado por 4 evaluadores, 3 mujeres y un hombre; el 2021 se conformó por 5 evaluadores, cuatro mujeres y un hombre; y en el 2022 el jurado se conformó de 4 evaluadores, dos hombres y dos mujeres.

Instrumentos

Para la evaluación de las competencias se elaboró un cuestionario con 9 ítems tipo Likert con 5 opciones de respuesta: 1) Deficiente, 2) Regular, 3) Bueno, 4) Muy bueno y 5) Excelente, que medían la idea de negocio, imagen corporativa y originalidad de la página Web; además de un ítem tipo ensayo donde los evaluadores plasmaron sus comentarios generales. Para asegurar la calidad en la información obtenida se siguió un procedimiento de validación de contenido con el cual se buscó garantizar la utilidad y relevancia de cada uno de los ítems que componen el instrumento, para lo cual se solicitó a cinco profesores expertos en las áreas de emprendimiento y marketing que revisaran de los ítems, sirviendo sus recomendaciones para eliminar preguntas o realizar las adecuaciones necesarias.

Procedimiento

Para desarrollar la evaluación se desarrollan las siguientes fases:

Integración de portafolios: se realizó al cierre del semestre y durante la Expo Emprendedor Educativo, con la finalidad de integrar las propuestas formativas de los estudiantes que forman una idea de negocio en el área educativa, la cual además de presentar con detalle el emprendimiento realizado por los estudiantes, ejemplifica uno de los servicios que se ofrece como parte de los productos o servicios de la nueva empresa, en la cual se evidencian los productos generados tales como los recursos didácticos (vídeo tutoriales, vídeo educativos, presentaciones multimedia, ejercicios interactivos, evaluaciones digitales), y el sitio web con la imagen corporativa, para este fin se seleccionó la herramienta Wix. Estos productos se difundieron mediante la pizarra digital Padlet.

Evaluación de la propuesta: se notificó a los jueces los equipos asignados para evaluar, así como el tiempo para realizarlo (tres días hábiles) y se les envía a través de Formulario de Google el instrumento de evaluación.

Integración y análisis de resultados: se llevaron a cabo los análisis estadísticos descriptivos para la obtención de resultados que den cuenta del logro de la competencia en los estudiantes, para ello se diseñó una base de datos en el programa SPSS ver. 23, dando como resultado la determinación de los equipos que destacan logrando las tres mayores puntuaciones en la competencia de Emprendimiento para determinar los tres equipos de estudiantes ganadores de la Expo Emprendedor Educativo: AVA, en su edición virtual en el año 2020, 2021 y 2022.

Resultados

A continuación, se detallan los resultados obtenidos a partir del análisis realizado después de las evaluaciones de los 69 proyectos que participaron en la competencia de Emprendimiento y Marketing educativo en los tres eventos efectuados del año 2020 al 2022. Se obtuvieron de muy buenos a excelentes resultados en la evaluación de emprendimiento y marketing en los tres años, ya que el promedio menor es de 3.5 y el mayor fue de 4.7, en una escala del 1 al 5. Siendo la evaluación más alta la del ítem “la información está escrita de manera formal, coherente y clara” con una media de 4.7 en el 2020 y 4.6 en el año 2021. Siguiendo el ítem “la página Web proyecta una imagen profesional” con una media de 4.5 en el 2021, 4.3 en el 2020 y 3.9 en el 2022 (el más alto de ese año), y le sigue “se promociona el servicio educativo que brindan” con el mismo puntaje (4.5 en el 2020, 4.3 en el 2021 y 3.8 en el 2022).

Además, los ítems con los resultados más bajos fueron: “se incluye una tarjeta de presentación digital, atractiva, legible y con información del contacto” con una media de 3.5 (2022), 4.2 (2020) y 4 (2021); “se describe el servicio que se ofrece de manera específica y caracterizando cada uno de los elementos que lo diferencia” con un promedio de 3.6 (2022), 4.1 (2020) y 4.2 (2021); y “la presentación del servicio educativo es creativa, atrayendo visualmente al espectador” con una media de 3.6 (2022) y 4.2 (2020 y 21). Asimismo, los promedios de los dos primeros años fueron muy buenos con una media 4.3, y el tercer año cayó en un rango de bueno a muy bueno, ya obtuvo una media de 3.7 en el 2022 que es el año en que se obtuvieron los promedios más bajos en todos los ítems (ver tabla 1).

Tabla 1 Promedios obtenidos en los ítems de la escala de Emprendimiento y Marketing

	media		
	2020	2021	2022
Se promociona el servicio educativo que brindan.	4.5	4.3	3.8
Se incluye una tarjeta de presentación digital, atractiva, legible y con información del contacto.	4.2	4	3.5
La información está escrita de manera formal, coherente y clara.	4.7	4.6	3.7
Se explican los beneficios de los servicios que ofrecen, mediante su idea de negocio.	4.3	4.4	3.8
Se describe el servicio que se ofrece de manera específica (producto estrella) y caracterizando cada uno de los elementos que lo diferencia (características del producto innovador).	4.1	4.2	3.6
Total	4.3	4.3	3.7

Con respecto a la pregunta tipo ensayo, los comentarios de los evaluadores en el 2020 fueron muy positivos, ya que los evaluadores anotan en cinco de los proyectos de los estudiantes comentario del tipo: “muy buen producto” (en dos de ellos), “proyecto muy completo”, “excelente idea de servicio” y “excelente trabajo”. Este mismo resultado favorable se obtuvo en

el 2021, en donde se desarrollaron 21 proyectos, de los cuales un 57% obtuvieron comentarios bastante positivos respecto al trabajo realizado por los estudiantes, entre ellos se identifican: “excelente trabajo” (en tres proyectos), “muy buen trabajo”, “buen trabajo”, “muchas felicidades, se nota el esfuerzo y dedicación en su proyecto”, así como otros evaluadores que no realizaron comentarios, por lo que se infiere que el proyecto cumplió con lo esperado (en seis proyectos).

En contraste un 29% de los proyectos participantes, obtuvieron comentarios en donde se sugieren áreas importantes de mejora respecto al trabajo realizado. Entre las sugerencias se encuentran: “falta clarificar los servicios que ofrece y qué beneficios tienen”, “no están claros los servicios que ofrecen, ni los costos”, “considero que les faltó más creatividad.

Por su parte, en la presentación de proyectos del 2022, se registraron observaciones a 12 proyectos, de los cuales un 8% recibió comentarios favorables al señalar al proyecto como “muy buen trabajo, felicidades”, sin embargo, un 66% de los proyectos evaluados resultaron con observaciones mayores, recibiendo comentarios referentes a la claridad con la que se presenta la información, la necesidad de realizar una mejor segmentación del mercado al cual se dirigen las ideas de negocio, una necesidad de ofrecer mayor claridad en el servicio que se ofrece. En los comentarios se observan sugerencias tales como: “falta claridad sobre lo qué es la empresa, los beneficios de llevar el curso, sugiero hacerlo más llamativo en la vista”, “se puede clarificar quienes son los usuarios potenciales de este servicio o producto. Describir a quién va dirigido”, “se puede incluir un mayor número de servicios relacionados con el tema de la lectura. También sería importante segmentar a quién va dirigido, por ejemplo, a niños de primaria o secundaria o a profesionistas que les interese mejorar su lectura y redacción o estudiantes que requieran apoyo con su tesis. Cabría bien en esta empresa un curso de lectura rápida o incluso ortografía”, “este tipo de servicios tienen mucha competencia, por eso sería importante segmentar, es decir, hacer explícito a quien va dirigido, quizás cursos dirigidos más a alumnos de secundaria o preparatoria, o por ejemplo cursos de motivación para vendedores, aunque este mercado ya está muy competido”, “se recomienda una mejor prestación del servicio que ofrecen, por ejemplo, informar los beneficios del curso, impacto para la sociedad, describir en sí que es lo que quieren lograr con dar a conocer su servicio y descripción del mismo”, “se podría incluir información sobre los servicios que se ofertan, así como agregar requerimientos, alguna promoción, un atractivo para la generación y atracción de la demanda del servicio.

Y un 25% resultó con observaciones menores de mejora, indicando aspectos tales como “denle colores más llamativos”, “en cuanto al servicio que ofrecen: herramientas, materiales y en sí los ejercicios que han utilizado me parecen atractivas, al igual que sus presentaciones traen buen contenido y llaman la atención. En relación al tipo de imagen de la empresa que se ha utilizado, me hubiese gustado que la marca, hubiera visto un imago tipo; es decir una imagen con el nombre de la empresa (Digitools company), ya que sólo trae el slogan. Faltaría activar vínculos para cotizar, ir a un formulario u a otra página”, y “hay espacios vacíos que pudiesen insertar beneficios y un poco de historia, filosofía de la empresa”.

Conclusiones

Uno de los retos de directivos y docentes de las instituciones de educación superior, para enfrentar los cambios del entorno y promover innovaciones educativas, es formar profesionistas capaces de desarrollar proyectos para mejorar las condiciones de su vida en todas las áreas (personal, profesional, social, entre otras); para lo cual, el abordaje de proyectos integradores durante la formación académica profesional representa una importante ventaja para que el estudiante tenga acceso a espacios que les permitan pensar, repensar, resolver, crear e innovar en conjunto para dar respuesta a necesidades reales del contexto social (Estrada, 2016). Es así que, en lugar de prepararlos para vivir en sociedad y conseguir un empleo, es deseable que sean capaces de generar autoempleo y contribuir con la mejora de la sociedad (Tobón, 2017).

De acuerdo con Sánchez (2021), el emprendimiento representa uno de los motores más importantes de crecimiento económico en el país, de acuerdo con la OCDE (2023) México presentó una tasa del 31.8% de autoempleo durante el 2021, por lo que el desarrollo de dicha competencia representa una de los intereses principales de las universidades. Es por ello, que el PE de LCE, ha integrado la competencia genérica de emprendimiento en su plan de estudios, como parte de la formación integral de los estudiantes.

Como se pudo identificar, los principales resultados muestran que los estudiantes han logrado establecer la información de sus proyectos de manera formal, coherente y clara; así mismo, proyectan una imagen profesional en sus sitios Web. Lo cual refuerza lo establecido por diversos autores, quienes establecen que la habilidad de comunicación, es de suma importancia para el desarrollo de las ideas emprendedoras, mediante las cuales se aumenta la posibilidad de transferir el conocimiento para crear oportunidades reales de autoempleo (Sánchez et al., 2016; Velasco et al., 2019).

Asimismo, la experiencia obtenida durante el proceso formativo para el logro de la competencia de emprendimiento contribuye al desarrollo del pensamiento divergente para la resolución de problemas y promover autoaprendizaje en los estudiantes; además, de que aprenden a tomar decisiones en forma colaborativa, a negociar y resolver conflicto que surgen durante el trabajo en equipo (Fleith et al. 2019; Velasco et al., 2019). Sin embargo, es importante resaltar que se observó una disminución en el porcentaje de proyectos con mejores comentarios en los últimos dos eventos, donde más la mitad de los proyectos resultaron con observaciones mayores, por diferentes causas: falta de claridad en la información, entre otras.

Estos resultados pueden deberse al impacto del confinamiento derivado de la pandemia por COVID-19 en el ámbito social y económico, entre ellos la pobreza, la desigualdad, el desempleo, aumento de enfermedades físicas (cansancio, dolores de espalda, vista cansada por tanto dispositivos electrónicos utilizados, ente otros) y psicológicas: ansiedad, terror, depresión, fobias, entre otros. Es decir, estos problemas también afectaron a los profesores, pero sobre todo a estudiantes de todos los niveles educativos que a medida que aumentaban los días de confinamiento, más problemas de salud enfrentaban (Sánchez et al., 2016).

La recomendación para revertir esta situación es: fomentar las habilidades de comunicación, además de promover más fuertemente las habilidades de liderazgo, innovación y creatividad (Contreras et al. 2019; Fleith et al. 2019; Velasco et al., 2019). Por lo tanto, es imprescindible seguir promoviendo estrategias y acciones para el desarrollo de la competencia de emprendimiento en los demás semestres del PE de LCE, no solamente en el cuarto semestre, ya que acorde a las tendencias actuales, existe la necesidad de que los estudiantes transfieran el conocimiento en propuestas que gesten negocios y oportunidades de autoemplearse, y además, les permitan atender problemas sociales de su contexto y contribuir al crecimiento de su comunidad (Brown et al., 2020; Duran et al, 2016; Fleith, 2019; González & Triviño, 2018).

Referencias

- Arcos, A. (2022). *Las cinco tendencias educativas que marcarán este 2022*. <https://www.magisnet.com/2022/01/las-cinco-tendencias-educativas-que-marcaran-este-2022/>
- Banco Mundial. (2019). Índice de facilidad para hacer negocios. Banco Mundial. <https://bit.ly/2OU1dwr>
- Brown, M., McCormack, M., Reeves, J., Brooks, C., Grajek, S., Alexander, B., Bali, M., Bulger, S., Dark, S., Engelbert, N., Gannon, K., Gauthier, A., Gibson, D., Gibson, R., Lundin, B., Veletsianos, G. & Weber, N. (2020). 2020 EDUCAUSE Horizon Report, Teaching and Learning Edition. EDUCAUSE.
- Contreras, J., Wilches, S., Graterol, M., & Bautista, M. (2017). Educación Superior y la Formación en Emprendimiento Interdisciplinario: *Un Caso de Estudio. Formación universitaria, 10*(3), 11-20. <https://doi.org/10.4067/S0718-50062017000300003>
- Consejo Nacional de Competitividad. (2017). Índice Global de Emprendimiento de 2017. República Dominicana. <https://bit.ly/3x2ZxBN>
- Duran, S., Fuenmayor, A., Cárdenas, S., & Hernández, R. (2016). Emprendimiento como proceso de responsabilidad social en instituciones de educación superior en Colombia y Venezuela. *Desarrollo Gerencial, 8*(2), 58-75. <https://doi.org/10.17081/dege.8.2.2560>
- Estrada, A. (2016). Emprendizaje a través de aprendizaje basado en proyectos. *Revista Iberoamericana de Producción Académica y Gestión Educativa, (04)*. <https://www.pag.org.mx/index.php/PAG/article/view/588/625>
- Fleith, D. S. (2019). The role of creativity in graduate education according to students and professors. *Estudios de Psicología (Campinas), 36*. <http://dx.doi.org/10.1590/1982-0275201936e180045>
- González, S. & Triviño, M. (2018). Las estrategias didácticas en la práctica docente universitaria. *Revista de currículum y formación del profesorado, 22*(2), 371-388. <https://doi.org/10.30827/profesorado.v22i2.7728>
- Hidalgo, M.F., Hidalgo, M. R., Cerda, M. E., Chango, J.L., Guilcapi, F.E., & Martínez, F.X. (2018). Competencias emprendedoras en las universidades. *Revista órbita Pedagógica, 5*(1). <https://acortar.link/p9R6IU>

- Instituto Tecnológico de Sonora. (2016a). *Rediseño curricular 2016*. Instituto Tecnológico de Sonora. <https://bit.ly/3gH5ixd>
- Instituto Tecnológico de Sonora. (2016b). *Plan de estudios de la Licenciatura en Ciencias de la Educación*. Instituto Tecnológico de Sonora. <https://bit.ly/2ZMJFE6>
- OCDE. (2023). Tasa de trabajo por cuenta propia. Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico. <https://data.oecd.org/emp/self-employment-rate.htm>
- San Juan, M. A., García, R. D., & Mur, N. (2020). Experiencias y alternativas académicas de la Universidad de Ciencias Médicas de Cienfuegos durante la COVID-19. *MediSur*, 18(3), 410-415. <https://www.redalyc.org/jatsRepo/1800/180063437012/index.html>
- Sánchez, J.C., & Hernández, B.R. (2016). Influencia del programa emprendedor universitario (PREU) para la mejora de la actitud emprendedora. *Pampa, Revista Universitaria de Estudios Territoriales*, 13, 55-75. <https://doi.org/10.14409/pampa.v0i13.5906>
- Sánchez, M. L. (2021). El impacto del covid-19 en el emprendimiento en México, Chile, Colombia y Brasil. 25 Congreso Internacional de Ciencias Administrativas. México. <https://investigacion.fca.unam.mx/docs/memorias/2021/7.04.pdf>
- Tobón, S. (2017). *Essential axes of knowledge society and socioformation*. Kresearch, Mount Dora. <https://doi.org/10.24944/isbn.978-1-945721-18-2>
- Vásquez, C. (2018). Educación para el emprendimiento en la universidad. Estudios de la gestión. *Revista Internacional De administración*, (2), 121-147. <https://doi.org/10.32719/25506641.2017.2.5>
- Vega, C. A., Sánchez, M., Rosano, G., & Amador, S. E. (2021). Competencias docentes, una innovación en ambientes virtuales de aprendizaje en educación superior. *Apertura*, 13(2), 6-21. <https://doi.org/10.32870/Ap.v13n2.2061>
- Velasco, L. C., Estrada, L. I., Pabón, M. & Tójar, J. C. (2019). Evaluar y promover las competencias para el emprendimiento social en las asignaturas universitarias. *Revista de Estudios Cooperativos*, (131), 199-223. <http://dx.doi.org/10.5209/REVE.63561>
- Zapata, J. (2015). El modelo y enfoque de formación por competencias en la Educación Superior: apuntes sobre sus fortalezas y debilidades. *Revista Academia y Virtualidad*, 8(2), 24-33. <https://doi.org/10.18359/ravi.1420>
- Zea-Fernández, R. D., Benjumea-Arias, M. L., & Valencia-Arias, A. (2020). Metodología para la identificación de las capacidades dinámicas para el emprendimiento en Instituciones de Educación Superior. *Ingeniare. Revista chilena de ingeniería*, 28(1), 106-119. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-33052020000100106>