

Emprendimientos universitarios: del trabajo escolar a la realidad laboral

Dra. en A. Sonia Edith Mejía Castillo

Universidad Autónoma del Estado de México

semejiac@uaemex.mx

Mtra. En G. Ed. Marcel Albarrán Albarrán

Universidad Autónoma del Estado de México

malbarrana@uaemex.mx

Dr. En A. Edel Cruz

Universidad Autónoma del Estado de México

ecruzg@uaemex.mx

RESUMEN

El emprendimiento es reconocido como uno de los principales motores del desarrollo de las economías de los países. Por ello, mediante el establecimiento de diversas acciones, los gobiernos han buscado potenciar el crecimiento de la actividad emprendedora como una alternativa de inserción laboral, que contribuya a solucionar la demanda de empleo, mejorar la productividad, promover la innovación y, por supuesto, impactar en la economía. Desde la última década, los jóvenes universitarios han tenido la incertidumbre de obtener un trabajo formal con un salario competitivo, razón por la cual el emprendimiento se ha disparado significativamente. Ante esta situación, es necesario desarrollar mecanismos que promuevan el autoempleo y el emprendimiento como formas de inserción en el mercado laboral. Ante este marco, la presente investigación buscó identificar aquellos factores que favorecen un desarrollo positivo y aquellos que generan obstáculos o son factores negativos de un proyecto de emprendimiento dentro de la formación universitaria. La investigación se llevó a cabo bajo un enfoque cualitativo, donde se entrevistaron 8 emprendedores propietarios de organizaciones gastronómicas que tienen al menos 5 años de antigüedad y que continúan operando en la zona de Toluca- Metepec y que son resultado de proyectos de emprendimientos escolares. Se identificaron diversos factores positivos y negativos que inciden en el desarrollo de los emprendimientos universitarios, dando pie a continuar indagando sobre la naturaleza de estos proyectos a fin de acotar más certeramente las características de aquellos proyectos que trascienden más allá de las aulas.

Palabras clave: emprendimiento, estudiantes, universidad, trabajo escolar, proyecto universitario.

University entrepreneurship: from schoolwork to the workplace

ABSTRACT

Entrepreneurship is recognized as one of the main drivers of the development of countries' economies. Therefore, through the establishment of various actions, governments have sought to promote the growth of entrepreneurial activity as an alternative for labor market insertion, which contributes to solving the demand for employment, improving productivity, promoting innovation and, of course, having an impact on the economy. Since the last decade, young university students have had the uncertainty of obtaining a formal job with a competitive salary, which is why entrepreneurship has increased significantly. Given this situation, it is necessary to develop mechanisms that promote self-employment and entrepreneurship as forms of insertion in the labor market. Within this framework, the present research sought to identify those factors that favor a positive development and those that generate obstacles or are negative factors of an entrepreneurship project within university education. Several positive and negative factors that influence the development of university enterprises were identified, giving rise to further research on the nature of these projects in order to more accurately delimit the characteristics of those projects that transcend beyond the classroom.

Keywords: entrepreneurship, students, university, schoolwork, university project.

INTRODUCCIÓN

Desde la última década, los jóvenes universitarios han tenido la incertidumbre de obtener un trabajo formal con un salario competitivo, razón por la cual el emprendimiento se ha disparado significativamente. Ante esta situación, diversos autores enfatizan la necesidad de desarrollar mecanismos que promuevan el autoempleo y el emprendimiento como formas de inserción en el mercado laboral (Moriano, 2006). Ante este marco, se plantean que la capacitación y la inversión en sectores cruciales, serán componentes para promover el emprendimiento, la creatividad y la innovación siendo así que las actitudes, el comportamiento y las habilidades empresariales se consideran como elementos clave en la formación educativa (Buman, 2019).

Por lo anterior, actualmente es normal que todo plan curricular en educación superior incluya educación sobre emprendimiento, situación que incluso se presenta en la educación media superior y en algunos casos, en la educación básica (Gutama, 2019), (Tuatul, 2019).

Deriva de todo lo mencionado anteriormente, esta investigación pretende identificar factores positivos y negativos que han incidido en el desarrollo de un emprendimiento gestado en las aulas y que ha logrado convertirse en una empresa con permanencia en el mercado y rentabilidad sostenida.

Antecedentes sobre el emprendimiento desde la perspectiva universitaria en la industria turística-gastronómica.

Autores como Callejón (2009), Zapata (2018), Gutama (2019), Lederman (2014) y Amorós, Etchebarne, & Felzensztein (2012) nos hablan de experiencias sobre emprendimientos exitosos y sus peculiaridades dentro del entorno de la industria turística-gastronómica.

Actualmente las universidades están siendo consideradas como fuentes de recursos como patentes o investigaciones, donde son contratadas o generan alianzas estratégicas con la iniciativa privada para darle forma a estas innovaciones. (Etzkowitz, 2013) Así mismo, la idea de una Universidad emprendedora implica el impulso a la creación de nuevas empresas por parte de profesores, técnicos o estudiantes teniendo la capacidad de innovar, reconocer y crear oportunidades, trabajar en equipo, asumir riesgos y responder a los desafíos como Guerrero-Cano, Kirby, & Urbano (2006) lo mencionan.

Una Universidad emprendedora se vuelve globalizada, tecnológica, innovadora y competitiva, las actividades tradicionales se redefinen y amplían a medida que la universidad amplía su papel en la innovación. Asimismo, la docencia se amplía a través de estudiantes que ponen a prueba sus conocimientos en situaciones del mundo real y actúan como intermediarios para la conexión entre la universidad y otros ámbitos. (Etzkowitz et al., 2000).

Hoy en día, las Universidades juegan un papel esencial para el desarrollo económico en diferentes países (Farsi, Imanipour, & Salamzadeh, 2012). Sin embargo, algunos críticos argumentan que las universidades deberían limitarse a las relaciones tradicionales como la consulta y que la difusión de investigaciones a través de publicaciones científicas se considera como el rol más apropiado para la institución que se dedica al bien público (Etzkowitz et al., 2000).

Entonces, las universidades requieren ser estratégicas para que los conocimientos sean realmente utilizados. Según Etzkowitz (2017), las universidades deberán considerar 5 elementos clave: organización de la investigación grupal; creación de una base de investigación con potencial comercial; desarrollo de mecanismos para desarrollar propiedad intelectual protegida; capacidad para organizar empresas dentro

de la universidad con seguimiento y la integración de elementos académicos y empresariales en centros universitarios de investigación.

Actualmente, dependiendo del país, factores culturales, políticas públicas y vocaciones de desarrollo nacionales y regionales, las universidades se encuentran en diferentes etapas. Algunas se enfocan a la docencia y la investigación, otras se encuentran en proceso de transformación, así como las hay ya establecidas como Universidades emprendedoras.

Es así que en las Universidades que se imparten programas relacionadas al turismo, se busca fomentar una mentalidad emprendedora en los jóvenes que incluya creatividad, innovación y asumir riesgos, así como la capacidad de explorar y adaptarse a nuevas oportunidades y transformar ideas, oportunidades e invenciones en valor económico y social, respondiendo a factores sociales y culturales que son cambiantes en el tiempo y a los cuales deben saber adaptarse continuamente esta industria Hall & Williams (2008), Gibb (2005), Zehrer & Mössenlechner (2008), Ndou, V, Mele, G & Del Vecchio, P. (2019), Ahmad, S. Z. (2015) y Daniel et al. (2017). Estos estudios destacan la relevancia de la EE para estudiantes de turismo y concluye que los estudiantes tienen un gran interés en matricularse en cursos de educación empresarial como una alternativa.

Emprendimiento Universitario

El emprendimiento juega un papel importante como parte de las competencias requeridas por las personas en el mundo empresarial en el siglo XXI dotando a los individuos de habilidades apropiadas para hacer frente a la incertidumbre del mercado laboral ya que un emprendedor puede crear innovación en condiciones de riesgo e incertidumbre. Dicha acepción es respaldada por diversos autores como: Rodríguez (2010), Joseph Schumpeter (1994), Narvaez (2012) y Block (2018).

En el caso de la discusión sobre el emprendimiento en la industria educativo fue importante identificar las perspectivas desarrolladas por los autores siguientes: Alcaráz (2011) Gray y Cyr (1994) Hiam y Olander (1996) Longenecker, Moore y Petty (1994).

Es sabido que el conocimiento tiene un impacto directo en el crecimiento económico, y las universidades pueden impulsar objetivos que estimulen dichas economías basadas en el conocimiento (Audretsch, Keilbach, & Lehmann, 2006). En 1961, Schumpeter considera a la universidad como un lugar propicio para la generación y sostén de personas capacitadas y para la modificación de un sistema productivo con una base transformadora, así como una acción esencial para el desarrollo de las economías de los países.

Ahora bien, el hablar de emprendimiento desde una visión universitaria, en términos generales, requiere de desarrollar un marco conceptual del propio concepto y la cultura emprendedora en la institución, propiciando la formación de valores, virtudes y actitudes en el emprendedor identificando los factores que favorecen al nacimiento de un espíritu emprendedor e Incorporando el emprendimiento en los proyectos curriculares como eje transversal, priorizando la formación de una cultura emprendedora y propiciando espacios de vinculación entre los sectores productivos y educativos con la finalidad de crear espacios que incentiven el espíritu emprendedor. (Narvaez 2012)

Considerando que el emprendimiento puede ser transmitido en un aula, como un cúmulo de conocimientos teóricos (Kurato, 2005) las Universidades juegan un papel muy importante para desarrollar en los estudiantes el espíritu emprendedor.

Al Fortalecer la cultura emprendedora deberá desarrollarse mediante estrategias de educación emprendedora impartida en las universidades que estimulen la conciencia empresarial de los estudiantes (Manero y Egido, 2014). Incrementar las capacidades emprendedoras en los jóvenes permitirá superar la desaceleración económica y reactivar la economía en el país (Failure Institute, 2018).

En los últimos años, los programas educativos han sido rediseñados para incluir dentro de sus asignaturas y contenidos el desarrollo de capacidades y conocimientos para el emprendimiento. (Failure Institute, 2018) Es entonces que las universidades pueden fungir como bases seguras para los emprendedores, donde se les enseñe a identificar los retos y oportunidades al iniciar un negocio.

Sin embargo, no todo estará resuelto para los jóvenes emprendedores ya que muchos de ellos, no ponen suficiente interés y empeño en emprender, generando falta de información sobre los requerimientos legales y financieros para abrir un negocio o pese a que cuenten con experiencia laboral, ésta no corresponde al emprendimiento que quieren desarrollar o su deseo de emprender solamente es la respuesta por sentirse limitados dentro de estructuras corporativas. (Manero, P. V., & Egido, M. P. 2014)

Emprendimiento universitario en el ámbito gastronómico

La gastronomía en México se ha consolidado como un importante campo para el desarrollo y se ha colocado a la vanguardia a nivel internacional. (López Ojeda, A; Pérez Camacho, C; Guzmán Hernández, C; & Hernández López, R. 2017) Por lo anterior, es de suma importancia que el espíritu de emprendimiento sea fortalecido en los estudiantes que cursan programas educativos relacionados a la gastronomía.

La enseñanza aprendizaje de conocimientos sobre la industria gastronómica es un área donde el desarrollo, la innovación y la gestión se expresa en términos aplicados, donde es común encontrar que la teoría dista de la realidad en la industria (Airey & Tribe, 2000) es entonces que cobra mayor importancia el identificar

cuáles son las variables o factores que puedan contribuir a que los estudiantes en gastronomía reduzcan la posibilidad de fracaso de sus proyectos ya que el objetivo de la educación de emprendimiento es el de preparar a los estudiantes para aplicar y desarrollar competencias que les permitan iniciar y sobre todo, sostener sus propios negocios.

Reconociendo la importancia del emprendimiento en el desarrollo económico en México, las universidades tienen un papel insustituible en la creación de la cultura de emprendimiento y constantemente realizan esfuerzos para enseñar el espíritu emprendedor, buscando crear egresados con carácter y motivación, a fin de poder compartirles cómo desarrollar nuevos negocios. Así mismo, se busca que la educación de emprendimiento, en particular en el campo de la gastronomía, ponga énfasis no solo en el desarrollo de conocimientos sino también en el desarrollo de actitudes indispensables para emprender como lo es la pasión, el compromiso y la voluntad de iniciar un negocio propio. (Titin, 2020)

En entonces que las universidades son campos fértiles para la enseñanza de emprendimiento en gastronomía. En las instituciones, los estudiantes pueden utilizar las instalaciones del campus como punto de partida para iniciar su proyecto ya que normalmente van a contar con la guía de docentes experimentados y comprometidos que les apoyan en el desarrollo del proyecto, potencializando las competencias del joven, enseñándole a calcular los riesgos que todo emprendimiento conlleva. (W. N. A. Ibrahim, A. R. Bakar, S. Asimiran, S. Mohamed, and N. S. Zakaria, 2015)

METODOLOGÍA

Desde la última década, los jóvenes universitarios han tenido la incertidumbre de obtener un trabajo formal con un salario competitivo, razón por la cual el emprendimiento se ha disparado significativamente. Asimismo, la situación de pandemia que atravesó el mundo incrementó la tasa de desempleo a nivel mundial hasta en un 14,6%, según la Organización Internacional del Trabajo (OIT), una cifra muy superior a la de años anteriores con cifras de un solo dígito. Ante esta situación, diversos autores enfatizan la necesidad de desarrollar mecanismos que promuevan el autoempleo y el emprendimiento como formas de inserción en el mercado laboral (Morian, Palací & Morales, 2006).

Ante este marco, autores como Kantis (2004) y Tibana (2009) plantean que la capacitación y la inversión en sectores cruciales, serán componentes para promover el emprendimiento, la creatividad y la innovación. Los emprendedores deben ser tercos para defender sus creencias y, al mismo tiempo, convencer a otras personas de que tienen sentido y que vale la pena trabajar para ellos (Recalde, Villota y Flores, 2016: 569-570).

Esta investigación consideró como población finita de 8 casos de estudio que son 8 organizaciones gastronómicas que operan actualmente en la ciudad de Toluca y que son resultado de emprendimientos escolares.

EMPRENDIMIENTO
La Bottichela,
True Coffee,
Café A donde sea
Doux amor repostería
Café Martinica
Taller MX
Bigú, cake shop
Mas Eventos

Así mismo se determinó que la muestra será de expertos. Se entrevistó a los emprendedores de las organizaciones mencionadas con anterioridad los cuales son dueños de estos negocios que tienen al menos 5 años operando en el mercado, quienes también son egresados de la Licenciatura en Gastronomía de la UAEMex.

Como técnica de levantamiento de datos se trabajó con entrevistas a profundidad. Una entrevista es una herramienta útil y eficiente en las investigaciones cualitativas ya que permite captar las experiencias individuales de los sujetos en cuestión exhibiendo una conversación que responde al por qué o cómo suceden ciertos sucesos. (Troncoso-Pantoja, 2017)

Se aplicó una entrevista semiestructurada que es una entrevista que permite flexibilidad ya que se comienza con un guion de preguntas que se pueden ir adaptando conforme suceda la conversación. (Troncoso-Pantoja, 2017)

Se realizaron las entrevistas en cada uno de los espacios o negocios mencionados, previa cita con los emprendedores donde se les explicará la razón de la entrevista y las metas del estudio, informando, cómo se utilizará la información obtenida que a voluntad estarán otorgando, haciendo énfasis en que no se mencionarán datos personales.

Posteriormente, utilizando del programa de codificación MAXQDA, se establecieron grupos de significado del tema o códigos. Con los códigos obtenidos, se trabajaron las descripciones textuales para generar la estructura esencial dando pie a los resultados de la investigación.

RESULTADOS

De acuerdo con la información obtenida en las entrevistas, los factores más mencionados como positivos para emprender en un negocio gastronómico fueron, en primer lugar, el trabajo en equipo, factor mencionado por el 62.5 % de los entrevistados donde refieren que el emprendimiento regularmente resulta mejor cuando se lleva a cabo en conjunto y no de manera individual.

En segundo lugar, el 50% de los entrevistados refirieron que la persistencia, la paciencia, el conocimiento del mercado y la experiencia previa ya sea en empresas o negocios familiares o emprendimiento anteriores, son factores que permiten un mejor desarrollo de la cultura emprendedora.

Factores como la confianza en el proyecto por parte de los emprendedores, es el tercer factor que incide en el desarrollo positivo de los emprendimientos. Como cuarto lugar, los entrevistado consideraron que factores como benchmarking efectivo, ingresar a modelos de incubadoras y contar con fuentes de financiamiento y capital suficiente, así como ser propietario de equipo o instalaciones necesarias para el proyecto, facilitan el emprendimiento.

Finalmente, en un quinto lugar, la creatividad, la proactividad, el liderazgo, la calidad en insumos, las tendencias de decoración, la estrategia de precio o la diversificación de productos, son factores que los entrevistados no consideran esenciales para el emprendimiento.

Por otro lado, de acuerdo con la información obtenida en las entrevistas realizadas, los factores mencionados como negativos para emprender en un negocio gastronómico ponen en primer lugar, todo aquello que tiene que ver con la gestión de los recursos humanos, desde la descripción de perfil y puesto, el reclutamiento, selección, contratación, desarrollo y capacitación así como todo o relacionado a las prestaciones, derechos y obligaciones que los patrones y empleados deben observar bajo la Ley Federal de Trabajo. Así mismo, el 75% de los entrevistados también mencionan que las estrategias de mercadotecnia tradicional y digital son factores que, si no se tienen bien entendidos y trabajados, impactan de manera importante al proyecto. Por otro lado, el 62.5% de los entrevistados señalan a los conocimientos financieros como uno de los factores que pueden hacer la diferencia en los emprendimientos ya que la falta de conocimiento sobre la figura empresarial conveniente ante las autoridades fiscales y el manejo del emprendimiento bajo estas obligaciones pueden hacer la diferencia en lograr permanecer o no en el mercado, al igual que la buena administración del dinero desde el control de las compras, el control de desperdicios, la reinversión oportuna de utilidades, el manejo adecuado de la deuda entre otros, afectan en gran medida al proyecto.

También, factores como competencia desleal y de baja calidad con precios muy castigados, la falta de planeación, presupuesto y estrategia a mediano plazo, el cumplimiento de normatividades municipales, la falta de conocimiento especializado, el poco seguimiento al proyecto y la situación derivada de la pandemia por COVID, son otros de los factores que afectan al emprendimiento.

Por lo anterior, se pueden identificar que los principales retos del emprendedor de los negocios gastronómicos son:

- Gestión y administración de recursos humanos
- Estrategia de mercado y administración de elementos de mercadotecnia de manera oportuna y adecuada
- Capacitación sobre trámites ante instancias y organismos gubernamentales como el SAT así como lo necesario para la correcta constitución de la empresa
- Capacitación sobre el adecuado manejo del recurso monetario desde el inicio del proyecto, identificando las mejores opciones de financiamiento, la mejor estrategia de presupuesto y control del dinero y la correcta reinversión de utilidades para continuar el emprendimiento.

Con estos resultados, se puede confrontar que los estudiantes universitarios como lo menciona Alcaráz (2011) si ha estado dispuestos a tomar el riesgo y a asumir sus propias ganancias y pérdidas y asumen la innovación y adaptabilidad como una parte importante en el proceso de emprendimiento.

Así mismo, se comprueba que los proyectos emprendedores gestados en las universidades son ensayos para los estudiantes, donde pueden identificar retos y oportunidades en un ambiente seguro y sin riesgos y donde se les permite errar y retomar el camino a fin de sortear las barreras del emprendimiento

CONCLUSIONES

A través de una entrevista semiestructurada a profundidad se identificaron como factores positivos para el desarrollo de un emprendimiento, temas como el trabajo en equipo, la persistencia, la paciencia, el conocimiento del mercado y la experiencia previa ya sea en empresas o negocios familiares o emprendimiento anteriores, confianza en el proyecto, un benchmarking efectivo, ingresar a modelos de incubadoras y contar con fuentes de financiamiento y capital suficiente, así como ser propietario de equipo o instalaciones necesarias para el proyecto, facilitan el emprendimiento.

Por otro lado, los factores mencionados como negativos son lo relacionado con la gestión de los recursos humanos, la falta estrategias de mercadotecnia digital, pocos conocimientos financieros, falta de

conocimiento sobre la figura empresarial conveniente ante las autoridades fiscales, una mala administración del dinero, competencia desleal y de baja calidad con precios muy castigados, la falta de planeación, presupuesto y estrategia a mediano plazo, el cumplimiento de normatividades municipales, la falta de conocimiento especializado, el poco seguimiento al proyecto y la situación derivada de la pandemia por COVID.

Con base en los resultados de las se proponen 3 alternativas innovadoras y que pueden fortalecer al gastrónomo que pretende iniciar un proyecto de emprendimiento:

- Propuesta 1. Revisión de unidades de aprendizaje referentes al emprendimiento en el plan de estudios de la licenciatura en gastronomía de la UAEMex
- Propuesta 2. Fortalecimiento de actividades y eventos encaminados a fortalecer la cultura emprendedora (conferencias, seminarios, pláticas).
- Propuesta 3. Diplomado en desarrollo de negocios y emprendimiento.

REFERENCIAS

- A Bauman and C. Lucy, (2019). 'Enhancing entrepreneurial education: Developing competencies for success', *Int. J. Manag. Educ.*, p. 100293
- Ahmad, S. Z. (2015). Entrepreneurship education in tourism and hospitality programs. *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 27(1), 20e29
- Airey, David & Tribe, John. (2001). *In search of hospitality: Education for hospitality*. 1° ed, Routledge
- Alcaraz, Rodríguez, R. (2011). *El emprendedor de éxito*. (4th ed.). México: McGrawHill/Interamericana Editores, S.A. de C.V
- Amorós, J.E., Etchebarne, M.S., Felzensztein, C. (2012) *Emprendimiento internacional en Latinoamérica, desafíos para el desarrollo* Esic Market N° 143, págs. 513-530
- Beers, Cees. (2008). Entrepreneurship and Economic Growth by David Audretsch, Max Keilbach and Erik Lehmann. *Development and Change - DEVELOP CHANGE*. 39. 177-179. 10.1111/j.1467-7660.2008.00473_4. x.
- Callejon, M. (2009) *La economía emprendedora de David Audretsch*, Investigaciones regionales, no. 15 p.p 47-54
- Chamorro, E, Zapata Erazo, J y Agreda, E. (2008) *Knight y sus aportes a la teoría del emprendedor*, Estudios Gerenciales, Volume 24, Issue 106, Pages 83-98,

- Clark, B. (1998). *Creating Entrepreneurial Universities: Organizational Pathways of Transformation*. New York: Elsevier Science IAU Press.
- Centobelli, P., Cerchione, R., & Esposito, E. (2019). Exploration and exploitation in the development of more entrepreneurial universities: A twisting learning path model of ambidexterity. *Technological Forecasting and Social Change*, 141, 172-194.
- Contreras-Cueva, A y Macías-Álvarez, P (2022) Percepción de los estudiantes de turismo de la Universidad de Guadalajara (México) sobre la intención emprendedora, *El Ágora U.S.B.*, vol. 22, núm. 1, pp. 242-262, 2022, Universidad de San Buenaventura
- D. Block, (2018) 'What would Karl say? The entrepreneur as ideal (and cool) citizen in 21st century societies', *Lang. Sci.*, vol. 70, pp. 16-25.
- Daniel, A. D., Costa, R. A., Pita, M., & Costa, C. (2017). Tourism Education: What about entrepreneurial skills? *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 30, 65-72.
- Divisikera, S., Nguyen, V. (2018). Determinants of innovation in tourism evidence from Australia. *Tourism Management*, 67, 157-167
- Etzkowitz, H. (2013). Anatomy of the entrepreneurial university. *Social Science Information*, 52(3), 486-511.
- Etzkowitz, H., Webster, A., Gebhardt, C., & Terra, B. R. C. (2000). The future of the university and the university of the future: evolution of ivory tower to entrepreneurial paradigm. *Research policy*, 29(2), 313-330.
- Etzkowitz, H., & Zhou, C. (2017). *The triple helix: University-industry-government innovation and entrepreneurship*. Routledge.
- Farsi, J. Y., Imanipour, N., & Salamzadeh, A. (2012). Entrepreneurial university conceptualization: case of developing countries. *Global Business and Management Research: An International Journal*, 4(2), 193-204.
- Failure institute (2018), *Strengthening Entrepreneurship in Mexico: An Analysis of Failure Among Student Entrepreneurs, Mexico* <https://thefailureinstitute.com/wp-content/uploads/2018/10/Fracaso-del-emprendimiento-universitario-2018-simple-page.pdf>
- Fernández-Nogueira, D., Arruti, A., Markuerkiaga, L., & Sáenz, N. (2018). The entrepreneurial university: A selection of good practices. *Journal of Entrepreneurship Education*, 21(3).
- Gibb, A (2005) *Towards the entrepreneurial University. Entrepreneurship education as a level for change*. Nacional Council for Graduated Entrepreneurship
- Gray, D. Y Cyr, D. (1994): "Como evaluar su potencial emprendedor", Ed. Vergara. España.

- Guerrero-Cano, M., Kirby, D., & Urbano, D. (2006). A literature review on entrepreneurial universities: an institutional approach. Presented at the 3rd Conference of Pre-communications to Congresses. Business Economic Departmente, Autonomous University of Barcelona. Barcelona.
- Gutama, M.G & Jimenez P.S, (2019) El emprendimiento y su evolución como una alternativa laboral en el contexto latinoamericano: una revisión de literatura, UNIVERSIDAD DE CUENCA Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas Carrera de Administración de Empresas
- Hall, M. C., & Williams, A. (2008). Tourism and innovation. Routledge.
- Hausmann, R & Rodrik, D (2003), Economic development as self-discovery, Journal of Development Economics, 2003, vol. 72, issue 2, 603-633
- Henrekson, Magnus, Entrepreneurship and Institutions (June 25, 2007). IFN Working Paper No. 707
- Hiam Alexander y Karen Ola nder (1991), Guía del emprendedor, Ed. Prentice may, México, pp. 23-45, 338
- Ibrahim, W, Bakar, A, Asimiran, S, Mohamed, S, and Zakaria, N. (2015) "Impact of Entrepreneurship Education on the Entrepreneurial Intentions of Students in Technical and Vocational Education and Training Institutions (TVET) in Malaysia," Int. Educ. Stud., vol. 8, no. 12.
- Kirzner, Israel (1997). Entrepreneurial discovery and the competitive market process: an Austrian approach. Journal of economic literature Vol XXXV pp60-85
- Kuratko, Donald F. (2005), The Emergence of Entrepreneurship Education: Development, Trends, and Challenges. Entrepreneurship Theory and Practice, Vol. 29, No. 5, United States, Wiley-BlackWell, pp 577-598.
- Lederman, Daniel, Julián Messina, Samuel Pienknagura y Jamele Rigolini. (2014). El emprendimiento en América Latina: muchas empresas y poca innovación – Resumen. Washington, DC: Banco Mundial. Licencia: Creative Commons Attribution CC BY 3.0
- López Ojeda, Andrés; Pérez Camacho, Carmen; Guzmán Hernández, Celia; Hernández López, Ricardo, (2017) Caracterización de las principales tendencias de la gastronomía mexicana en el marco de nuevos escenarios sociales Teoría y Praxis, núm. 21, enero-abril, pp. 91-113
- Manero, P. V., & Egido, M. P. (2014). The Concept of Entrepreneur in Education: A Pedagogical Analysis. Procedia - Social and Behavioral Sciences
- Muller, E. y Peres, R. (2019). The effects of social network structure on innovation performance: A review and directions for research. International Journal of Research in Marketing, 36, 3-19
- Moriano, J.A., Palací, J.F. y Morales, J.F. (2006). Adaptation and validation in Spain of the entrepreneurial self-efficacy scale. Journal of Social Psychology, 21(1), 51-64

- Narváez, Milton José. (2012) "Dimensiones del emprendedurismo desde una visión universitaria". Innovación. Revista semestral de Ingeniería e Innovación de la Facultad de Ingeniería, Universidad Don Bosco. Junio - Noviembre, Año 2, No. 4. pp. 1-7
- Ndou, V, Mele, G & Del Vecchio, P. (2019) Entrepreneurship education in tourism: An investigation among European Universities, *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education* 25
- Rodríguez, A. (2010). New perspectives for understanding business entrepreneurship. *Pensamiento y Gestión* (26), 94-119,.
- Rothaermel, F. T., Agung, S. D., & Jiang, L. (2007). University entrepreneurship: a taxonomy of the literature. *Industrial and corporate change*, 16(4), 691-791.
- Titin Hera Widi Handayani, Sutriyati Purwanti, Dewi Eka Murniati, and Safitri Yosita Ratri (2020) Strategy for developing interest of entrepreneurship through a culinary business management course, *Journal Pendidikan Teknologi dan Kejuruan*, Vol. 26, No. 2, 162-172
- Troncoso-Pantoja, C y Amaya-Placencia, A (2017) "Entrevista: guía práctica para la recolección de datos cualitativos en investigación de salud", *Rev. Fac. Med.* Vol. 65 329-32. doi: <http://dx.doi.org/10.15446/revfacmed.v65n2.60235>.
- Tuatul. Mahfud, Pardjono, and B. Lastariwati, (2019) 'Chef's competency as a key element in food tourism success: A literature review', *Geoj. Tour. Geosites*, vol. 26, no. 3, pp. 1057-1071
- Zapata, G, Fernández, S. Neira, I (2018) "El emprendimiento tecnológico en Suramérica: una aproximación a los determinantes individuales", *Perfiles Latinoamericanos*. Flasco. Julio - diciembre
- Zehrer, A & Mössenlechner, C. (2008) Industry Relations and Curricula Design in Austrian Tourism Master Programs: A Comparative Analysis, *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 8:1, 73-9