

RESEÑA

DESARROLLO DE LA CAPACIDAD EMPRENDEDORA EN LA OFERTA EDUCATIVA A NIVEL SUPERIOR¹

Raymundo Soto Sánchez

Profesor investigador del Departamento de Administración DCSH, UAM-A

Introducción

Las universidades públicas asumen su responsabilidad social proporcionando a los alumnos educación de nivel licenciatura y posgrado de calidad y pertinencia con respecto a las necesidades que plantea la sociedad, formando a los jóvenes que aspiran a integrarse de manera productiva a la actividad económica, social, política y cultural del país.

Sin embargo, desde hace varios años los egresados universitarios han enfrentado graves dificultades para incorporarse al ámbito laboral. La falta de crecimiento económico ha provocado que las oportunidades de empleo sean cada vez más escasas, particularmente, para los egresados de licenciatura. Muchos profesionistas terminan ocupándose en actividades que no son afines a lo que estudiaron. Según datos del Observatorio La-

boral de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social, un poco más de 30% de quienes egresan de estudios profesionales realizan actividades que no son acordes con la educación que recibieron.

¿Qué debe hacer la universidad ante esta problemática? Si bien la situación de la economía y la creación de empleos no constituyen funciones directas de la universidad, su responsabilidad ante la sociedad sí le exige educar a los alumnos con las mejores competencias, es decir, con aquellos conocimientos, habilidades y actitudes que les faciliten y procuren su desarrollo personal y profesional en las mejores condiciones.

Para dicho propósito, resulta fundamental la revisión y actualización continuas de los planes y programas de estudio, y de los perfiles de egreso de cada una de las licenciaturas que constituyen la oferta educativa, de manera que eleven su

calidad y sean pertinentes con las necesidades del desarrollo económico y social, y con ello garanticen que los egresados, al finalizar sus estudios, cuenten con las capacidades necesarias para incorporarse a la actividad productiva y contribuyan al desarrollo social del país.

En el contexto descrito, la universidad no sólo debe formar a los jóvenes que ocuparán los empleos ya establecidos, sino también a quienes buscan investigar, innovar, crear y emprender sus propios proyectos para transformarlos en nuevas fuentes de empleo, mediante capacitación, asesoría, tutoría y el acompañamiento correspondiente; de manera que se fomenten y promuevan las iniciativas emprendedoras, sean de carácter productivo o social, y formen parte de la educación que reciben los alumnos a nivel universitario, como una de las opciones para apoyarlos en su inserción al mundo laboral, innovando procesos, productos o servicios de distinta índole que resuelven problemas o atienden necesidades de la sociedad.

Formar emprendedores no es nuevo. Desde la década de 1990, las instituciones de educación superior iniciaron la incorporación de la capacidad emprendedora en sus respectivos planes y programas de estudio e, incluso, en algunas de ellas se desarrollaron ofertas educativas específicas para la formación de emprendedores. Más aún, a inicios del año 2000 el gobierno mexicano diseñó e implementó políticas públicas encaminadas a fomentar y apoyar el desarrollo de programas de emprendedores y de creación y operación de incubadoras de negocios a escala nacional. El tema adquiere cada vez mayor importancia por el potencial que representa desarrollar en los alumnos la capacidad para investigar, identificar problemas e innovar soluciones que respondan a las necesidades de la sociedad mexicana.

En consecuencia, hoy en día, la universidad pública debe asumir el reto de *poner al día* los perfiles de egreso y los contenidos de los planes y programas de su oferta educativa, entre otras acciones, con la inclusión y desarrollo de las capacidades emprendedoras de sus alumnos, a fin

de que formen parte del proceso educativo que permita atender la demanda que en este sentido presenta la sociedad a la universidad pública.

Objetivos

En el proceso de revisión y actualización de los planes y programas de estudio resulta fundamental contar con información que oriente la definición de los contenidos que habrán de desarrollarse para la formación de los alumnos en esta área de gran relevancia social y económica: el emprendedurismo. En este contexto, el objetivo del presente trabajo es describir los principales resultados de la Encuesta y análisis de los factores que inciden en el espíritu emprendedor de los jóvenes mexicanos, que publicó el Instituto Mexicano de la Juventud (Imjuve)², conjuntamente con el Instituto Politécnico Nacional, y ubicar sus principales hallazgos en el marco de los procesos de revisión y actualización de los planes y programas de estudio a nivel licenciatura.

El objetivo principal de esa publicación es proporcionar información sobre la situación en la que se encuentra el espíritu emprendedor de los jóvenes mexicanos y, así, proponer el diseño de programas orientados a formar emprendedores jóvenes y brindar alternativas a este sector fundamental de la población que requiere de una respuesta a sus necesidades de empleo e ingreso.

Para ello, se realizó y aplicó la *Encuesta y análisis de los factores que inciden en el espíritu emprendedor de los jóvenes mexicanos* para cuatro estratos de la población de jóvenes entre 16 y 29 años: estudiantes, empresarios, ciudadanos y rurales, con la aplicación de 5 000 encuestas en 25 ciudades de la República mexicana.

Concepto de emprendedor

El significado del término emprendedor ha cambiado a lo largo del tiempo, desde aquella perspectiva que lo define como la *persona que enfrenta la incertidumbre*, hasta aquella que re-

salta las dimensiones personal, psicológica y sociológica, al precisar que el emprendedor es una persona que tiene iniciativa, organiza y reorganiza los mecanismos socioeconómicos para transformar los recursos y las situaciones en aspectos prácticos, y acepta el riesgo o fracaso. En una perspectiva más amplia, Vespers (2009) define al emprendedor desde diferentes perspectivas:

- a) La del economista, es decir, la persona que combina los factores de la producción (recursos, mano de obra, materiales y otros activos) para acrecentar su valor e introduce cambios, innovaciones, un nuevo orden.
- b) La del psicólogo, quien considera al emprendedor como una persona que se motiva por la necesidad de logro, experimentación y realización.
- c) La del empresario, que señala que el emprendedor es aquél que crea riqueza, encuentra mejores maneras de usar los recursos, reduce desperdicios y proporciona empleo.

Julien (2005), señala que el emprendedor potencial tiene tres tipos de influencia: la afectiva, que viene principalmente de la familia y los amigos; la simbólica, que se genera por la educación y el trabajo; y la sociológica, que se da por su vinculación gradual con el medio en que se desenvuelve. Para Filión (1991), el emprendedor es una persona que: *i)* crea una empresa; *ii)* desarrolla una red de relaciones interpersonales; y *iii)* establece un sistema de valores que se plasma en la cultura del emprendedor y, por lo tanto, de su empresa.

Características de los encuestados

Los resultados muestran que la edad promedio de los participantes fue de 19 a 21 años, con 32.5%; seguida del rango de 16 a 18 años, con 26.4%; el porcentaje menor lo ocupan los jóvenes entre 28 y 29 años, con 11.5%. Respecto al género de los participantes fue muy similar: 50.7% femenino y 49.3% masculino; en los da-

tos relativos a escolaridad, 50.7% de los jóvenes se ubican en el nivel medio superior y 33.2% cuentan con el nivel profesional. De los encuestados, 74.3% realizaron sus estudios en escuelas públicas y sólo 12.7% en privadas.

Emprendizaje

Los resultados de la Encuesta muestran que, en un porcentaje importante, los jóvenes tienen intenciones de emprender. Entre los factores que impulsan a los jóvenes para tomar esta decisión destacan, en orden de importancia, los personales (por ejemplo, mejorar el nivel de vida y generar su propio empleo) y la situación social (la falta de oportunidades de empleo, entre otras).

Entre los factores citados como inhibidores del espíritu emprendedor resaltan los económicos y gubernamentales, en los cuales, a su vez, se ubican, en primer lugar, los excesivos trámites gubernamentales y la dificultad para acceder al crédito; en segundo, destacan los factores personales, donde la respuesta *porque prefiero continuar mis estudios* es la que tiene mayor énfasis; y, en tercer lugar, se ubican los factores sociales entre los que predomina la inseguridad que lamentablemente se vive en el país.

En el tema de las actitudes y valores los jóvenes consideraron como los más importantes ser responsable, tener confianza en sí mismo, ser honesto, ser disciplinado y tener afán o espíritu de logro.

Los conocimientos y habilidades que los jóvenes calificaron de mayor importancia son: saber tomar decisiones, que se ubica delante de tener claros los objetivos, la capacidad para negociar y ser innovador y creativo.

Empresarios

De acuerdo con los datos obtenidos en la Encuesta, se observó que 62.3% de los jóvenes emprenden por necesidad, mientras que sólo 37.7% lo hacen por vocación empresarial. El tipo de sector en el que se ubican las empresas de los jóvenes encuestados corresponde, prin-

principalmente, al comercio, con 66.8%, servicios suma 26.3% y, únicamente, 4.3% pertenece al sector industrial y 2.6% al rural.

Con base en los procesos internos de las empresas, 83.9% de los jóvenes calificaron a las suyas como tradicionales; sólo 14.4% las considera como empresas de tecnología intermedia, y escaso 1.7% de ellos manifiestan el uso o aplicación de alta tecnología.

En cuanto a la problemática que enfrentan las empresas de los jóvenes, se detectaron principalmente como dificultades para operarlas aquellas relacionadas con los aspectos financieros, como liquidez y financiamiento (33.2%), y las relativas a comercialización y ventas (14.9%). Sólo 9.6% de los encuestados declararon no tener problemas en la operación de las empresas.

Programas de Gobierno

Se observa que únicamente 19.2% de los jóvenes empresarios señalan haber recibido apoyos de diferentes programas gubernamentales, donde destacan los que proporcionan los programas de la Secretaría de Economía (2.8%), la Secretaría de Desarrollo Social (1.9%) y el Instituto Mexicano de la Juventud (1.3%); las incubadoras de empresas, también han participado (1%).

Respecto a los programas de gobierno, 50.9% de los empresarios considera que tienen trámites excesivos y 32% que son insuficientes, sólo 17.1% los señalan como oportunos y suficientes.

De los apoyos gubernamentales que hubieran deseado recibir destaca, con 47.9%, el financiamiento; con 25.6%, la simplificación de trámites y con 18.1% la capacitación y asistencia técnica.

Desempleo juvenil

Para millones de jóvenes son pocas las oportunidades laborales disponibles, lo que inevitablemente significa que continúan dependiendo de sus familias durante un periodo de tiempo mayor del que ellos desearían. La incapacidad

de encontrar empleo provoca un sentimiento de exclusión e inutilidad entre ellos, y puede ser motivo potencial de que participen en actividades ilícitas. En el mundo, las tasas crecientes de desempleo han llegado a afectar a 88 millones de jóvenes (OIT, 2004).

A esta situación habría que agregar las dificultades asociadas con la transición entre el término de sus estudios y su ingreso al mercado laboral, su inexperiencia, así como los frecuentes cambios de empleo de quienes tratan de encontrar un trabajo decente y productivo.

Se puede constatar que de 2001 a 2004 el desempleo en los jóvenes entre 12 y 19 años aumentó 2.6%; en el grupo de 20 a 24 años el incremento fue de 1.8%; en cambio, para el grupo entre 25 y 34 años, fue de sólo 1.1%; esto significa que el crecimiento en las tasa de desempleo es inversamente proporcional a la edad de los jóvenes: a menor edad, la tasa es mayor.

Según datos de la Encuesta Nacional de la Juventud 2005 (Imjuve, 2005), existen 33.6 millones de jóvenes entre 12 y 29 años; 83% de los que actualmente trabajan lo hacen en áreas no relacionadas con su formación académica. Cerca de 16 millones de jóvenes tienen empleo; 71.8% trabajan sin un contrato y 34% no tienen beneficios adicionales al salario.

Los jóvenes buscadores de empleo representaban 23.7%. El trabajo que muchos pretendían encontrar era de medio tiempo o de tiempo parcial (48.3%). En relación con el tiempo que tardan en conseguir trabajo, 55.9% lo obtiene en un mes.

Bono Demográfico

Este concepto se refiere a los eventuales beneficios derivados de una ventana de oportunidad, que permanecerá transitoriamente abierta durante las próximas décadas, cuando concurrirán las condiciones demográficas más propicias para el desarrollo socioeconómico. Para conocer mejor la naturaleza de este eventual bono se utiliza la razón de dependencia, es decir, el cociente que resulta de dividir el conjunto de niños y ado-

lescentes (0 a 14 años) y de adultos mayores (65 años o más) entre la población en edades laborales (15 a 64 años) (Conapo, 2006)³.

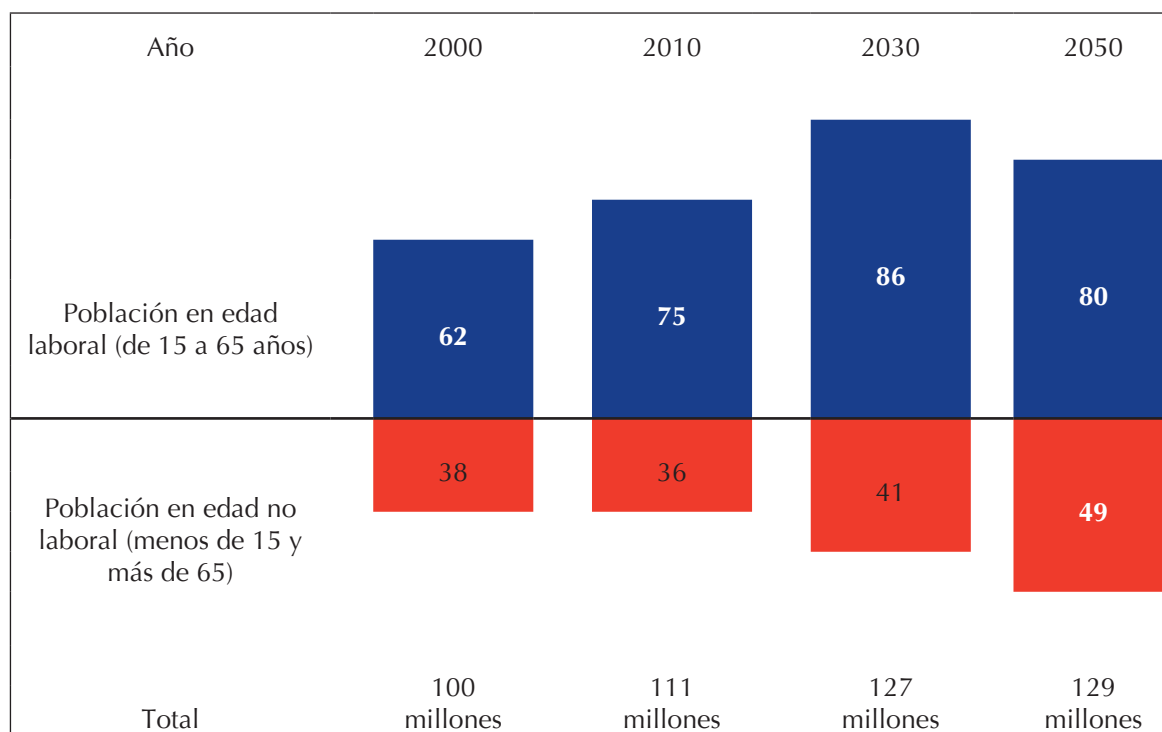
La conjunción de las tendencias opuestas en niños, jóvenes y adultos mayores, y el considerable crecimiento de la población en edades laborales, propician que el mínimo histórico del indicador se ubique entre 2012 y 2033, pero sobre todo, que esa ventana de oportunidad se extienda por un periodo relativamente largo de 45 años (de 2004 a 2048), durante el cual la razón de dependencia se encuentra por debajo de 60 por ciento.

La concentración de la población en edad de trabajar aumentará de 63.5% en 2005 a 66% en 2010 y a 68.7% en 2020, para descender a 67.4% en 2030 y a 61.9% en 2050. La concentración del grupo de mayor edad se incrementa-

rá de 5.2% en 2005 a 5.9%, 8.1%, 11.8% y 21.2% en los años 2010, 2020, 2030 y 2050, respectivamente. El bono demográfico en la próxima década podría convertirse en un importante factor para el desarrollo del país si se logran crear los empleos necesarios, propiciar una mayor capacidad de ahorro en los hogares y un despliegue de estrategias más eficaces, tanto en la formación y utilización de los recursos humanos disponibles como en la acumulación y movilización de activos.

Para el año 2030, habrá en México el mayor número de personas en edad laboral (de 15 a 65 años), es decir, 86 millones (figura 1); sin embargo, la ventana de oportunidad empezará a cerrarse después de ese año; el eficaz aprovechamiento de ésta podría contribuir a impulsar un círculo virtuoso con más empleos, ahorro e inversión.

Figura 1
Bono demográfico.
Proyección de personas en edad laboral (15 a 65 años) hasta el año 2050



Fuente: Proyecciones de la población en México del Consejo Nacional de Población 2005-2050. 2006, México.

Para efectos de este estudio, el bono demográfico que corresponde a la población de 15 a 29 años concluyó en 2010, contando con un poco más de 31 millones de jóvenes que requerirán políticas públicas que propicien su incorporación a la vida productiva de México⁴. Después de esta fecha iniciará el decremento de la población de hasta 29 años.

Los jóvenes sin un aceptable ingreso no pueden mantenerse de manera independiente, por tanto, lo más probable es que permanezcan en el hogar paterno mucho más tiempo de lo que normalmente puede permitirse en la familia mexicana, lo cual disminuye las posibilidades de la familia para salir de la pobreza; algunas veces reduce las oportunidades de educación de los miembros más jóvenes. No es sólo la familia actual la que se ve condenada a la trampa de la pobreza, sino también la siguiente generación.

Principales resultados y hallazgos relacionados con los factores que inciden en la capacidad emprendedora

a) Características de los jóvenes encuestados

La Encuesta y análisis de los factores que inciden en el espíritu emprendedor, se aplicó a la población comprendida entre 16 y 29 años de los estratos siguientes: empresarios, ciudadanos, estudiantes, rurales: En cuanto a la edad, el porcentaje más alto (32.5%) fue para los jóvenes entre 19 y 21 años. Correspondió al género masculino 49.3% y 50.7% al género femenino. Jóvenes con nivel de estudios de preparatoria-bachillerato, fueron 39.9% de los cuales 74.3% estudió en escuela pública y 12.7% en escuela privada, mientras que 13% en ambas. Del total de jóvenes encuestados 39.4% fueron estudiantes, 21.9% estudian y trabajan, y 13.2% son empleados u obreros.

Respecto a los ingresos mensuales, 28.8% de los jóvenes respondieron que se ubicaban en el rango de 1,501 a 3,000 pesos; 29% recibían menos de 1 500 pesos, mientras que 13.7% se ubicó en el rango comprendido entre 3 001 y 4 500 pesos. Acerca de la actividad económica de la familia de los encuestados, 40.8% fueron em-

pleados, 23.4% tenían una empresa o negocio, y 15.3% eran autoempleados.

Del total de las respuestas obtenidas, 31.7% de los jóvenes informaron no tener antecedentes familiares empresariales.

b) Expectativas para emprender la empresa o negocio

De los jóvenes mexicanos encuestados, 66.1% reflejó una clara intención de establecer una empresa, como una expectativa a futuro. Para el estrato de ciudadanos, el sexo masculino manifestó estar más interesado que el femenino (42.7% frente a 35%); respecto a los estudiantes sucedió algo similar: 40.3% del género masculino mostró deseo por emprender, frente a 34.5% del género femenino.

Referente al nivel de estudios, 50% de los jóvenes con formación profesional (licenciatura y posgrado), y 50.1% de los jóvenes de nivel superior, manifestaron estar muy interesados en crear su empresa o negocio.

En lo que respecta a la influencia del tipo de escuela donde se forman los jóvenes, se concluyó que el tipo de institución si influye, ya que los que estudiaron en escuelas privadas manifestaron, relativamente, mayor grado de interés en relación con los jóvenes de escuelas públicas.

c) Factores que motivaron la decisión de emprender

De los factores de índole personal, familiar o social que impulsan a los jóvenes hacia la vida emprendedora, la mayor parte de las veces la decisión es personal, y junto con la situación social serían los factores predominantes; asimismo, mejorar el nivel de vida y la falta de oportunidades de empleo motivarían a los jóvenes a emprender. En cuanto al aspecto familiar, lo más importante fue la necesidad de apoyar el gasto familiar.

Respecto a los factores escolares, los jóvenes —especialmente el estrato de los estudiantes— manifestaron que las materias o programas em-

prendedores fueron influencia positiva para establecer una empresa.

Para los jóvenes rurales los apoyos que ofrece el gobierno son muy importantes, no tanto así en lo que respecta a los estudiantes ciudadanos y empresarios. Por sobre todas las consideraciones anteriores, los jóvenes señalaron que establecer una empresa es una decisión personal, especialmente para mejorar su nivel de vida.

d) Factores que inhiben la decisión de emprender

Entre los factores sociales que los cuatro estratos de jóvenes destacaron como inhibidores del espíritu emprendedor se encuentra la inseguridad.

En cuanto a los factores escolares que inhiben el ánimo emprendedor, en el caso de los estudiantes, le asignaron el mismo grado de importancia a no haber recibido información en la escuela y a que no les gustaban las materias relacionadas con el tema de negocios; los jóvenes rurales dieron importancia a que no les gustaban las materias relacionadas con el tema de negocios ni que los maestros los orientaban a la búsqueda de empleo.

Los cuatro estratos coinciden, sin diferencia significativa, en señalar entre los elementos inhibidores a los factores económicos y gubernamentales. No se observó relación alguna entre el nivel de ingreso familiar y la decisión de emprender a pesar de que si impulsa a los jóvenes la necesidad de ganar su sustento.

e) Características para emprender

Los conocimientos y habilidades que los jóvenes consideraron más importantes, fueron jerarquizados de la siguiente manera: saber tomar decisiones, tener claros los objetivos, tener la capacidad para negociar, ser innovador y creativo, conocer tecnologías de la información y ser visionario. También, gusto por formar y guiar equipos de trabajo.

Se concluyó que 62.3% de los jóvenes emprende por necesidad, mientras que únicamente 37.7% lo hace por vocación empresarial. El nivel de estudios se concretó principalmente en

profesional, con 34.7% y con 32.7% en preparatoria o bachillerato.

Del total de las respuestas de empresarios donde revelan la forma en que se capacitaron en temas empresariales, 18.3% lo hizo en administración, 17.5% en temas técnicos, 14.5% en áreas de mercado, 10.3% en planes de negocio, y 32.6% declaró no haberse capacitado.

f) Características de la empresa

Respecto a la manera en que iniciaron su empresa, 46.2% indicó que fue con la familia, 39.7% que lo hizo en forma individual y un escaso 14.1% señaló que con socios. El tipo de sector en el que se ubicaron las empresas fue: 66.8% en el área de comercio, 26.3% en servicios, únicamente 4.3% correspondió al sector industrial y un escaso 2.6% al sector rural. Se observó que es muy baja la aplicación, implementación o desarrollo de tecnología en las empresas creadas por los jóvenes, predominan las empresas tradicionales, con 83.9%; sólo 14.4% las consideró como empresas de tecnología intermedia y un mínimo 1.7% manifestó el uso de alta tecnología.

g) Programas de gobierno

Se observa que sólo 19.2% de los encuestados señala haber recibido apoyo de diferentes programas gubernamentales, 50.9% expresó que los trámites son excesivos; 32% los calificó como insuficientes y sólo 17.1% los consideraron oportunos y suficientes.

Conclusión

La Encuesta reseñada nos recuerda que las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipyme) son la columna vertebral del desarrollo económico de los países por su contribución al empleo y su aportación al producto interno bruto (PIB). En el caso de México, participan con 72% de los empleos formales, generan 52% del PIB y, según registros del INEGI, en 2006 había en nuestro país 4 290 108 empresas, de las cuales 99.8% son Mipyme.

Las personas con habilidades emprendedoras han demostrado que la creación de micro y pequeñas empresas ha sido una opción para generar empleos, obtener alternativas de desarrollo y mejorar la calidad de vida de los emprendedores y sus familias, la falta de empleo y oportunidades en las sociedades modernas hace que el emprendimiento se vea como una alternativa para dar solución a los problemas económicos y sociales.

México cuenta en la actualidad con 106 millones de habitantes. Para el año 2030, según proyecciones del Consejo Nacional de Población, se espera que se alcancen los 127 millones o más. El número de empleos que nuestra economía debiera generar para satisfacer la demanda tendría que alcanzar, sostenidamente y al menos hasta el 2022, la cantidad de un millón de empleos por año.

No cabe duda de que la evolución económica por debajo de la tasa del incremento demográfico, del desempleo y de la inequitativa distribución de la riqueza, tiene como resultado el crecimiento de la pobreza.

Es necesario crear en la sociedad una cultura emprendedora que aliente el establecimiento de nuevas empresas que no caigan en un nivel de sobrevivencia, sino que aporten un mayor valor agregado, con potencial de crecimiento. Para que esto sea posible se deben establecer políticas de formación y apoyo emprendedor para personas que enfrentan la disyuntiva entre trabajar y crear una empresa.

En este marco, es indudable la necesidad de que en el ámbito educativo se desarrollen programas de formación emprendedora, mediante procesos de enseñanza aprendizaje que alienten la creatividad y la innovación como elementos fundamentales para la creación de nuevas empresas, así como el fomento del espíritu emprendedor a través de la instrucción académica y el aprendizaje. En este sentido, el reto de la universidad pública es revisar y actualizar sus perfiles de egreso y los contenidos de los planes y programas de estudio de su oferta educativa para incorporar cursos de formación de emprendedores.

Es común observar que las estructuras burocráticas de las instituciones públicas limiten seriamente el acceso a programas y recursos orientados a la creación de empresas y una vinculación empresarial efectiva, por lo que se deben crear mecanismos administrativos más flexibles y redes de colaboración, con la participación de los actores locales y regionales, como son los centros de investigación, bancos, consultores, especialistas en temas legales, de propiedad industrial y de empresarios.

Aun cuando se han realizado esfuerzos importantes por simplificar los trámites para instalar una empresa, mediante la creación, por diversas instancias, del Sistema de Apertura Rápida de Empresas (SARE), éstos aún son complejos para los emprendedores.

Notas

¹ Reflexión sobre la Encuesta y análisis de los factores que inciden en el espíritu emprendedor de los jóvenes mexicanos. Publicada por el INJUVE e IPN en 2008.

² Instituto Mexicano de la Juventud-CIEJ, *Encuesta Nacional de la Juventud*, 2005, México.

El Instituto Mexicano de la Juventud (Imjuve) tiene como objeto definir e instrumentar una política nacional de juventud que permita incorporar plenamente al desarrollo del país a las y los jóvenes entre 12 y 29 años de edad, al proporcionar los elementos que propicien su desarrollo integral a través de programas de orientación y apoyo, para facilitar su inclusión a la vida productiva de la nación.

³ Consejo Nacional de Población (Conapo) 2006, *Proyecciones de la Población de México 2005-2050*, Partida Bush V. noviembre, pp. 11, 22 y 29.

⁴ Organización Internacional del Trabajo, (2004) *Tendencias mundiales del empleo juvenil*, Informe preparado para el día Internacional de la Juventud, agosto, p. 10.

Bibliografía

- Instituto Mexicano de la Juventud (Imjuve) (2008), *Emprendedurismo. Encuesta y Análisis*, México.
- Filion, L.F., "Vision and relations. Elements for an entrepreneurial metamodel", en *International Small Business Journal*, vol 9, núm. 2, pp. 26-40.
- Julien, P.A., 2005, *Emprendimiento regional y economía del conocimiento. Una metáfora de las novelas policíacas*, Sello Editorial Javeriano, Cali, Colombia, pp. 109 a 122.
- Vespers, Karl (2009), *New Venture Experience* Ed. Vector Books. Citado por Julien, P. A. (2005), *Emprendimiento Regional y Economía del Conocimiento*. Sello Editorial Javeriano, Cali, Colombia, pp. 109-112.

Aún tenemos números anteriores



Librería EON

Méx. D.F. Tel. 5604-1204
7263
Col. Xoco, CP 03330

FES Acatlán

Av. Alcantares y San Juan Totaltepec s/n
Sta Cruz Acatlan Naucalpan
CP 53150

UAM-Azcapotzalco

Av. San Pablo núm. 180
Col. Reynosa Tamaulipas

UAM-Iztapalapa

Av. Michoacán y la Purísima s/n
Col. Vicentina

Casa de la primera imprenta

Lic. Primo Verdad #10
Esq. con Moneda Tel. 5522-1635
Col. Centro

ENAH

Periférico Sur y Zapote s/n
Col. Isidro Fabela CP 14030
Tel. 5606-0487/0197/0758

Librería EON

Carretera Ajusco

UAM-Xochimilco

Calzada del Hueso núm. 1100
Col. Villa Quietud

Librería del Pórtico

Eje Central núm. 24, Col. Centro

Casa del tiempo

Pedro Antonio de los Santos núm. 84
Col. San Miguel Chapultepec