

**EL FOMENTO A LA CULTURA EMPRENDEDORA MEDIANTE PRÁCTICAS  
MULTIDISCIPLINARIAS.**

**TEMÁTICA: EL PROCESO DE EDUCACIÓN EN LA ESCUELA**

**INSTITUCIÓN DE PROCEDENCIA:**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE TIJUANA**

**MÉXICO**

**AUTORES:**

**M. M. SANTIAGO GONZÁLEZ VELÁSQUEZ (UTT)**

**(664) 969 4700 EXT. 4756**

**[santiago.gonzalez@uttijuana.edu.mx](mailto:santiago.gonzalez@uttijuana.edu.mx)**

**M.A. NORMA LETICIA VIZCARRA VIZCARRA (UTT)**

**(664) 969 4700 EXT. 4760**

**[vizcarranorma@hotmail.com](mailto:vizcarranorma@hotmail.com)**

**[nleticia.vizcarra@uttijuana.edu.mx](mailto:nleticia.vizcarra@uttijuana.edu.mx)**

**CP. DORA ROCÍO GUERRERO MUÑOZ (UTT)**

**(664) 969 4700 EXT. 4757**

**[rocio.guerrero@uttijuana.edu.mx](mailto:rocio.guerrero@uttijuana.edu.mx)**

**KM. 10 CARRETERA LIBRE TIJUANA-TECATE**

**EL REFUGIO QUINTAS CAMPESTRE**

**TIJUANA B.C.**

**C.P. 22685**

Santiago González Velásquez, Maestría en Mercadotecnia por CETYS universidad, profesor de tiempo completo.

Norma Leticia Vizcarra Vizcarra: Maestría en Administración por la Universidad Autónoma de Guadalajara, Maestra de tiempo completo y presidenta del Cuerpo Académico de Mercadotecnia.

Dora Rocío Guerrero Muñoz: Contador Público por la Universidad Autónoma de Baja California. Profesora de Tiempo completo.

**Contenido:**

<b>I. Resumen.....</b>	<b>1</b>
<b>II. Introducción.....</b>	<b>2</b>
<b>III. Objetivos.....</b>	<b>4</b>
<b>IV. Marco Teórico .....</b>	<b>4</b>
<b>V. Aspectos Metodológicos.....</b>	<b>6</b>
<b>a) Diseño de la investigación</b>	
<b>b) Tipo de estudio</b>	
<b>c) Hipótesis</b>	
<b>d) Método de investigación</b>	
<b>e) Fuentes y técnicas de recolección de datos</b>	
<b>VI. Resultados .....</b>	<b>8</b>
<b>VII. Conclusiones.....</b>	<b>13</b>
<b>VIII. Anexos.....</b>	<b>15</b>
<b>IX. Bibliografía .....</b>	<b>18</b>

## **I. Resumen:**

El presente trabajo tiene como finalidad identificar las variables que fomentan la cultura emprendedora y creatividad en el alumno que cursa la carrera de: Desarrollo de Negocios (área mercadotecnia). Esto mediante el análisis del plan de estudios, prácticas multidisciplinarias y el impacto que estas generan en la incubación de proyectos. Se identifica la conveniencia del autoempleo en el desarrollo de una cultura emprendedora que ofrezca al estudiante la posibilidad de materializar un proyecto estudiantil aprovechando los espacios que otorga el Centro Incubador de Empresas y Negocios de la Universidad Tecnológica de Tijuana (CIENUTT).

Palabra clave: creatividad, cultura emprendedora, proceso educativo, incubación.

## **Abstract:**

*This work aims to identify the variables that promote an entrepreneurial culture and creativity in the student studies the career of: Business Development (Marketing Area). This by analyzing the curriculum, multidisciplinary practices and the impact they generate on the incubation of projects. It identifies the desirability of self-employment in developing an entrepreneurial culture that offers students the opportunity to realize a student project using those spaces that gives the Incubator Center of Business and Technology University of Tijuana (CIENUTT)*

*Keyword: creativity, entrepreneurial culture, educational process, incubation.*

## **II. Introducción**

La visión globalizada y la competitividad de las compañías son temas actuales, si una empresa nueva desea sobrevivir en el mundo versátil y determinado por la tecnología e información, debe adaptarse a estos cambios, pues de otro modo desaparecerá.

Para las empresas de nueva creación resulta complicado entrar fácilmente al mercado tan competido en donde las compañías que ya tienen experiencia y llevan muchos años en el medio; son las que tienen ventajas competitivas sobre las demás, pues desarrollan procesos o productos creativos e innovadores que son fácilmente comerciables entre sus clientes.

Si la entrada al medio de los negocios es complicado, ¿qué alternativas pueden tener las empresas recién creadas para operar de manera favorable?, ¿cuáles son los factores ambientales que deben analizar?, ¿con qué recursos deben contar para hacerle frente a esta encarnizada competencia? Las respuestas parecen sencillas; sin embargo, las compañías necesitan de mucho esfuerzo para lograr establecer, posicionar y mantener a sus productos dentro de la competencia. También se requiere de personas emprendedoras capaces de dirigir las actividades de las corporaciones hacia metas bien definidas.

Los emprendedores de los últimos años son personas sin miedo al cambio, y dispuestos a alcanzar los objetivos de una manera u otra, desarrollan habilidades y generan ideas o productos creativos e innovadores, con la finalidad de instituir una ventaja competitiva para su empresa. (Justin C. Longenecker, 2007) ¿Dónde se forman estos emprendedores?

Las universidades son el lugar donde los emprendedores pueden iniciar a desarrollar sus habilidades. El sector educativo en específico las Universidades Tecnológicas integran dentro de sus planes educativos, áreas especializadas en el emprendedurismo, la administración y el liderazgo, creando en los estudiantes, un pensamiento creativo, crítico y combativo para enfrentar retos y solucionar problemas en las empresas. Estas áreas son analizadas al detalle en los resultados de la investigación.

Dichas áreas son fortalecidas con actividades realizadas por las instituciones de educación superior como medio para fomentar el espíritu emprendedor, dichas actividades son los Concursos de Proyectos de Negocios, o los Concursos de Creatividad en donde los estudiantes presentan ante diversos públicos, el resultado de la conjunción de sus materias relacionadas con el emprendedurismo, y muestran sus trabajos creativos e innovadores esperando sean tomados en cuenta para colocarse en los mercados.

Además existen otras actividades que se han integrado a los planes de estudio con la finalidad de incorporar estos trabajos en el área productiva, tales como: la vinculación de los proyectos con el sector empresarial, la colocación de los alumnos en estadías en las empresas, y la creación de incubadoras de negocios en los centros de estudio superior que ayudan a relacionar a los alumnos con el sector productivo.

Los Concursos de Proyectos de Negocios y los Concursos de Creatividad, las estadías en empresas y las incubadoras son una plataforma de impulso a la creación de empresas nuevas, facilitando al alumno emprendedor no sólo del espacio para exponer sus ideas, sino también de la vinculación empresarial y la asesoría necesaria para la evaluación de la viabilidad de los proyectos, el desarrollo de habilidades y herramientas para lograr una empresa exitosa.

Estos elementos determinan que las universidades están cumpliendo con lo requerido por las empresas, pues al generar estos espacios para la creatividad, cumplen con lo que señala Manuel Bermejo, ayudando a completar “el círculo emprendedor que se pone en acción cuando concurren: emprendedores entusiastas y preparados, ideas innovadoras, capital y proveedores de servicios” (Bermejo, 2003) logrando también integrar a estos alumnos emprendedores que tienen una visión empresarial dentro de la clase creativa.

El estudio realizado se fundamentó en un análisis de variables determinantes en el proceso de educación como son: los programas de estudio dentro del proceso educativo como generadores del pensamiento emprendedor creativo e innovador, la vinculación del sector empresarial con los proyectos de negocios realizados por los alumnos. Para esto se tomó como base el desarrollo de proyectos que en forma colegiada e interdisciplinaria se llevan a cabo en la ejecución del plan de estudios del Técnico Superior en Desarrollo de Negocios Área Mercadotecnia (TSU en DNAM) de la Universidad Tecnológica de Tijuana (UTT) , la oportunidad de ingresarlos en un proceso de análisis por parte del Centro de Incubación de Empresas y Negocios dentro de esta universidad (CIENUTT) o fuera de ella en incubadoras externas como los programas de EmpreSer y el impacto que estos han tenido en la creación de empresas nuevas y la generación de empleos.

### **III. Objetivos**

Objetivo general:

Comprender la importancia que tiene en los alumnos, la creación de prácticas emprendedoras ligadas con los planes de estudio del TSU en DNAM para fomentar el emprendedurismo en los estudiantes.

Objetivos específicos:

- Saber el impacto que causan las actividades desarrolladas por la universidad para fomentar el emprendedurismo.
- Estudiar las aportaciones que ofrece el modelo educativo integrador de las UT a los alumnos de TSU en DNAM.
- Conocer los diseños creativos de los alumnos de TSU en DNAM al desarrollar proyectos emprendedores.

### **IV. Marco Teórico**

La innovación es el proceso en el cual a partir de una idea, invención o reconocimiento de una necesidad se desarrolla un producto, técnica o servicio útil hasta que sea comercialmente aceptado. (Escorsa Castells, 1997). Este concepto permite determinar que innovar es el proceso para desarrollar algo nuevo a través de un estudio metódico de alguna necesidad o un deseo, individual, grupal u organizacional para alcanzar un objetivo económico y poder venderlo en un mercado específico.

La innovación es un elemento clave para la competitividad en las empresas, las compañías deben innovar; es decir tener destreza y disposición para enfrentarse al mercado con productos creativos y distintos que le den valor agregado a los consumidores. La innovación y la competitividad van de la mano, aunque no siempre una empresa competitiva es innovadora, sólo basta con la mejora continua de los procesos para enfrentar los retos de la competencia.

*La mayoría de las innovaciones, y en especial las que tienen éxito resultan de la búsqueda consciente e intencionada de oportunidades de innovar, que tan sólo se hallan en unas cuantas situaciones. Hay cuatro áreas de innovación posible dentro de una empresa o sector: a) acontecimientos*

*inesperados, b) incongruencias, c) necesidades del proceso, d) cambios en los sectores y en el mercado. Hay tres fuentes de innovación posibles adicionales fuera de la empresa, en su entorno social e intelectual: a) cambios demográficos, b) cambios de percepción, c) nuevos conocimientos. (Drucker., 2005)*

Estas fuentes de innovación son considerados por las empresas para extraer de ellas la información necesaria y desarrollar productos nuevos y competitivos, capaces de satisfacer esas necesidades o deseos de los clientes.

La creatividad como fuente de innovación significa incluir elementos o ideas que no existían anteriormente para solucionar algún problema, este proceso comienza como un pensamiento o plan de cualquier persona y termina de forma racional. El proceso creativo se ha estado implementando de forma más recurrente en las empresas. Esta herramienta provee de una ventaja competitiva a estas organizaciones por lo que deben identificar y seleccionar de forma sistemática las ideas creativas que surgen dentro y fuera de su entorno, para aprovecharlas de la mejor manera posible y tener una ventaja competitiva en este mundo globalizado y competido. (Escorsa Castells, 1997)

La gestión de la creatividad se ha desarrollado en los últimos años debido a que los cambios frecuentes en los mercados son determinantes para que las empresas fomenten la investigación y desarrollo de productos. La visión global y competitiva también ha generado una nueva clase de emprendedores que no temen a estos cambios; por el contrario, los afrontan y desarrollan habilidades que pueden superar cualquier movimiento que se genere en el medio empresarial.

El emprendedurismo es un factor clave para el desarrollo económico organizacional y nacional, es generadora por si sola del desarrollo creativo y es una actividad indispensable que debe tratarse en las aulas de las universidades fomentando el pensamiento innovador en los alumnos.

Frecuentemente se critican los estudios de dirección de empresas por no imbuir a los alumnos de la creatividad necesaria para el liderazgo y el pensamiento estratégico eficaces. (Lester, 2005) La respuesta habitual a esta crítica es que la creatividad no se puede enseñar. Los directores creativos nacen, no se hacen. Aunque otros autores como Sir James Dewar, físico y

químico inglés afirman que la creatividad funciona como la mente, pues cuando una persona es de mente abierta puede ser creativo, el dice: “la mente es como un paracaídas, solo funciona cuando se abre”. La creatividad es un recurso ilimitado, cualquier persona tiene un potencial creativo y que se puede utilizar para fines muy valiosos.

De acuerdo con cifras de universidades y el sector empresarial, al menos el 50% de los egresados de educación superior está convencido de que no encontrará pronto trabajo y de esos el 1% tiene el objetivo de convertirse en empresario. En ciertas universidades, como la UNAM, el IPN y el ITESM, los planes de estudios de todas las carreras incorporan cursos de emprendedurismo, el management, liderazgo, trabajo en equipo y solución de problemas. (Soyentrepreneur.com, 2008)

La Universidad Tecnológica de Tijuana ha logrado desde su origen un impacto en la región por la pertinencia de sus programas académicos sobre las necesidades de las empresas y organizaciones de Baja California y la región. De esta manera no sólo ha satisfecho la demanda de personal calificado, sino que ha cristalizado proyectos por medio de convocatorias internas, municipales, estatales y federales para la gestión de recursos para su aplicación en el desarrollo de proyectos de desarrollo tecnológico e innovación. (UTT profesionales que resuelven, 2011)

Por lo anterior, la Universidad Tecnológica de Tijuana a través de la carrera de Técnico Superior Universitario en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia dentro de su plan de estudios instruye a los alumnos con los conocimientos y herramientas necesarios para el desarrollo de habilidades y destrezas en la elaboración de proyectos creativos. Estos elementos fomentan el espíritu emprendedor e innovador de los estudiantes, ayudando a potencializar los recursos de la universidad y de los alumnos.

## **V. Aspectos Metodológicos**

### **a) Diseño de la Investigación**

El trabajo de investigación que se realiza, es un diseño no experimental transeccional, pues no existe un manejo deliberado de variables, debido a que se concreta al estudio de un fenómeno en su ambiente natural y en un momento único como lo es el resultado del modelo educativo que ofrece la Universidad Tecnológica de Tijuana en la carrera de Técnico Superior Universitario en Desarrollo de Negocios Área Mercadotecnia.



Participa del enfoque mixto; es decir, del cuantitativo al hacer una revisión de las fuentes secundarias de datos al analizar los registros del CIENUTT, en base a proyectos incubados que han tenido éxito, de la información por parte de la Universidad sobre los proyectos que se han presentado en los concursos de Creatividad y de Proyectos de Negocios y que están en proceso de incubación interno (CIENUTT) o externo (EmpreSer). Y del cualitativo mediante entrevistas a profundidad a 9 alumnos participantes de los concursos de creatividad y de proyectos de negocios que ganaron los 3 primeros lugares en cada uno de los concursos: seis de ellos de los alumnos TSU en DNAM ganadores del concurso de Proyectos de Negocios, y a tres alumnos que ganaron el 5to Concurso de Creatividad un alumno de la carrera TSU en Tecnología Ambiental, uno al alumno de la carrera TSU en Mecatrónica, y un alumno TSU en DNAM. Se realizó también una sesión de grupo con 4 incubandos de la carrera de TSU en DNAM, que compartieron su experiencia como emprendedores, buscando identificar variables importantes para desarrollar el presente trabajo. La elección de todos ellos fue en base a un muestreo no probabilístico de conveniencia, es decir, se obtuvo información de los estudiantes que participan en proyectos de incubación del CIENUTT y que estuvieron disponibles de acuerdo al criterio y momento determinados por uno de los investigadores.

#### b) Tipo de Estudio

La tonalidad del nivel con que se aborda el tema de investigación es del tipo exploratorio, debido a que no se ha localizado ninguna otra experiencia de investigación semejante publicada en la ciudad de Tijuana, por lo que se encamina a asentar precedentes para la propia UTT y para las otras instituciones de educación superior y del sector empresarial.

También se considera del tipo descriptivo, al hacer un análisis de las actividades y casos de éxito desarrollados a raíz del desarrollo de concursos de Creatividad y de Proyectos de Negocios de la UTT.

#### c) Hipótesis

- Los Concursos de Creatividad y de Proyectos de Negocios en las instituciones de educación, fomentan el desarrollo de habilidades creativas en los alumnos universitarios.
- El plan de estudios de la UTT facilita a los alumnos emprendedores a desarrollar e implementar los proyectos de negocios en la ciudad de Tijuana.

#### d) Método de Investigación

El método de investigación que se sigue es el de análisis debido a que se fragmenta una realidad en partes para obtener un mejor conocimiento del tema, buscando encontrar

evidencias para comprobar las hipótesis. A la vez se sigue el método inductivo ya que se consideran situaciones particulares para interpretar la realidad general del área dónde se aplica el modelo de la UTT.

e) Fuentes y técnicas de recopilación de datos.

Las fuentes más apropiadas para verificar la hipótesis y lograr los objetivos propuestos son las secundarias, que consiste en un análisis de las actividades de la Secretaría de Vinculación de la UTT, principalmente los datos de estudiantes y proyectos que participan en los Concursos de Creatividad y de Proyectos de Negocios y que el CIENUTT recibe para su incubación.

También se acudieron a las fuentes primarias mediante la realización de entrevistas a profundidad y una sesión de grupo con los alumnos ganadores de los 2 concursos: el Concurso de Proyectos de Negocios que realizó la Dirección de la carrera de Desarrollo de Negocios Área Mercadotecnia, y del 5TO Concurso De Creatividad UTT, siguiendo una guía de preguntas abiertas, por lo que la técnica fue una entrevista no estructurada, buscando obtener un panorama que permitiera determinar las percepciones que los estudiantes tienen con respecto al desarrollo de las habilidades creativas e innovadoras para la creación de empresas nuevas y la filosofía emprendedora con el fin de explorar y aportar datos relevantes obtenidos de este trabajo.

## **VI. Resultados**

El desempleo es inminente y una realidad sentida entre la población de edad productiva. Esto lo han publicado los medios masivos de comunicación y ratificado los organismos de investigación mediante cifras oficiales proporcionadas por el Instituto Nacional de Estadística Geográfica e Informática (INEGI).

Se analizó la tendencia que indica la tasa de desempleo en base a datos del INEGI que interpreta Villagomez 2011 (Villagomez A. , 2011), mediante un planteamiento desestacionalizado en donde se aprecia mes por mes el comportamiento de acuerdo a la actividad económica, Gráfica 1,<sup>1</sup>

---

Villagomez, A. (27 de 05 de 2011). Tintero económico diario. Recuperado el 28 de 05 de 2011, de <http://www.tintero-economico.blogspot.com/2011/05/el-mercado-laboral-en-mexico-no-muestra.html>

Gráfico 1: Análisis desestacionalizado de tasa de desocupación



En esta, se aprecia un estancamiento en el mercado laboral mexicano de dos años en el comparativo 2009-2011, lo que marca la tendencia actual de desempleo.

Destaca también el comentario que los aumentos reportados por parte del IMSS, pueden ser resultado del reacomodo entre el componente informal y el formal de este mercado.

La generación de empleos y creación de empresas, son temas que preocupa tanto a las instituciones educativas como al gobierno y al sector empresarial. En este estudio, se considera de suma importancia el factor incubación ya que según reporte emitido por Winred, en México las empresas nacientes que fracasan durante los dos primeros años es de un 75%, reduciéndose a un 25% aproximadamente las que sobreviven y no menos de 90% cierran antes de los cinco años. (Soriano, 2005)

Por lo tanto se consultaron las aportaciones teóricas para crear empresas o negocios y sus matices, las cuales se conjugan en tres aspectos en que los autores de proyectos coinciden:

- El estudio de mercado: identifica los gustos y preferencias o bien las necesidades insatisfechas de los futuros consumidores.

- El estudio técnico: se enfoca en la capacidad de integrar los recursos para producir el bien o servicio (el recurso financiero, la maquinaria, los insumos y el recurso humano) asegurándose que no existan limitantes para llevar a cabo el negocio.
- El estudio económico: concentra la información generada en los estudios anteriores, en donde serán fundamentadas las bases para la elaboración de estados financieros. Al realizar la evaluación económica y social, se determina la posibilidad de éxito para las empresas.

Las metodologías ofrecen la seguridad de estructurar un negocio con mayor precisión para garantizar la funcionalidad. En el modelo de incubación de negocios que la Universidad Tecnológica de Tijuana maneja, semejante al de las otras universidades tecnológicas en México, presenta el siguiente proceso:

- 1.- Convocatoria y selección de ideas de negocios
- 2.- Pre incubación
- 3.- Incubación
- 4.- Post-Incubación

Con este modelo se pretende estimular la creación de unidades que desarrollen los productos y servicios que la sociedad requiere, retomando las particularidades del área de influencia donde se ubican, teniendo una derrama de empleos y autoempleos a partir de lo que la universidad genera con este modelo.

El programa de estudios del TSU en DNAM, (Anexo 1) nos muestra las áreas específicas de formación para el estudiante, las cuales están delimitadas en 4 áreas específicas: la formación científica, la formación tecnológica, la lengua y las habilidades gerenciales.

La formación científica está constituida por las asignaturas de Matemáticas y Estadística para los negocios, complementadas con la materia de Administración, necesaria para la optimización de los recursos en las empresas. Es necesario indicar que el proceso administrativo es la herramienta que toda empresa o negocio debe implementar para maximizar sus utilidades. Es en el área tecnológica donde se encuentran las disciplinas específicas para el desarrollo de proyectos, las asignaturas iniciales como Fundamentos de Mercadotecnia, Entorno de la empresa, Calidad, Informática para los negocios, Estudio del consumidor, Compras, Presupuestos, Gestión de ventas, Investigación de mercados, Finanzas, Administración de almacén y Comunicación integral de mercado son indispensables para iniciar con la formulación de los Proyectos de Negocios; estas disciplinas se complementan con la materia de Mercadotecnia Estratégica culminando los primeros tres cuatrimestres de la carrera.

Las materias de Mezcla de Mercadotecnia y Planeación Estratégica de la Mercadotecnia, de cuarto y quinto cuatrimestre respectivamente, son el eje rector de este nivel de estudios, complementándose con las materias de Producción publicitaria, Plan de negocios, Plan de exportación, Comercio electrónico, Comercio internacional y Relaciones Humanas, de tal forma que con los conocimientos adquiridos, el alumno culmina mediante la integración de un producto innovador. Es necesario precisar que las asignaturas de la formación tecnológica, ayudan a los estudiantes a desarrollar las habilidades creativas y aunado a esto, la educación basada en competencias, genera una interacción más audaz y competitiva en los alumnos.

Las actividades de tercero y en quinto cuatrimestre son correlacionadas y dirigidas por las materias llamadas Integradora I e Integradora II que como su nombre indica, integra las disciplinas de estos cuatrimestres en proyectos creativos e innovadores que pueden en un futuro incubarse y convertirse en nuevas empresas.

Todo este proceso está auxiliado por el área de Lenguas y Habilidades Gerenciales durante toda la carrera con materias de Idiomas y Formación sociocultural para complementar de manera holística la formación de los estudiantes.

Al finalizar el quinto cuatrimestre, los alumnos están preparados para participar en los concursos de: Proyectos de Negocios que organiza la dirección de la carrera de DNAM, así como el Concurso de Creatividad organizado por el CIENUTT. Este mismo centro le ofrece a los universitarios la posibilidad de realizar sus estadías con la incubación de sus proyectos. De esta manera el plan de estudios que se lleva dentro de la carrera de TSU en DNAM fomenta en el egresado el aprender a emprender su propio negocio.

Tabla 1: Empresas y empleos generados por el CIENUTT 2008-2009

Ejercicios Anteriores	Empresas Creadas	Generación de Empleos
Fondo PyME 2007	7 nuevas empresas	14 nuevos empleos
Fondo PyME 2008	7 nuevas empresas	15 nuevos empleos
Fondo PyME 2009	12 nuevas empresas	98 nuevos empleos

El CIANUT ha logrado apoyar en la creación de **38 empresas generadoras de 127 empleos** del 2007-2009, triplicando su productividad en el último año.

Tabla 2: Total de las empresas incubadas en el CIENUTT 2008-2009

Año	Empresas incubadas	TSU EN COMERCIALIZACION	OTRAS CARRERAS	EXTERNOS
2007	7	4	1	2
		57%	14%	29%
2008	7	4	2	1
		57%	29%	14%
2009	12	6	2	4
		50%	17%	33%

Como se puede apreciar, el plan de estudios de los TSU en DNAM y el proceso creativo-emprendedor tienen un impacto positivo. Esto se refleja con un 57% de participación sobre el total de empresas incubadas en el CIANUTT durante los dos primeros años y del 50% en el segundo.

El Concurso de Proyectos de Negocios, se lleva a cabo antes del concurso interno de Creatividad, en el se escogen a los tres primeros lugares para que representen a la carrera. En este año participaron 19 proyectos involucrando a todos los alumnos del 5to cuatrimestre de TSU en DNAM. Los proyectos ganadores fueron:

- 1er lugar. Apple Pie. Es un pay de manzana bajo en grasa y en azúcares, creado por alumnos de 5C. Este proyecto se encuentra actualmente en incubación. Dos de los miembros de este trabajo realizan la estadía empresarial en CIENUTT revisando el Plan de Negocios de este proyecto.
- 2do lugar. Cilantros. Restaurant de comida saludable, creado por alumnos de 5A.
- 3er lugar. EcoDesign. Diseño e camisetas con artículos reciclados, presentado por alumnos de 5B.
- 3er lugar. El huerto. Cultivo de lechugas a base de hidroponía, por alumnos de 5C. estos dos proyectos empataron en 3er lugar.

El 5to Concurso de Creatividad, participaron un total de 97 proyectos, 34 de Instituciones de Educación Media Superior y 63 de alumnos de la UTT. La lista de ganadores se encuentra en el Anexo 2.

Los resultados obtenidos en la sesión de grupo llevada a cabo con 4 incubandos de la carrera de TSU en DNAM, fueron positivos en cuanto a las características de emprendedurismo adquiridas en la carrera y la aplicación de estas en el CIENUTT. El grado de oportunidad que les brindo la elaboración de proyectos, fue determinante en su decisión de emprender un negocio.

En las entrevistas a profundidad llevadas realizadas se detectó lo siguiente:

- Los estudiantes de la Carrera de TSU en DNAM, manifiestan una ventaja diferencial al haber adquirido aptitudes emprendedoras reforzándolas mediante su proceso de incubación. Lo aprendido durante la carrera les ha sido de gran beneficio, sintiéndose un poco dispersos aun en el área financiera.
- El estudiante de otras carrera, consideró la incubación de empresas como una oportunidad que brinda la institución para auto emplearse ya que de otra forma difícilmente hubieran tomado la decisión de hacerlo. Debido esto a la falta de conocimientos en las diferentes áreas de asesoría y al capital requerido.
- Para los incubandos externos, es una forma de resolver su situación económica a futuro y para los estudiantes de otras instituciones educativas, el retomar un proyecto escolar de éxito en el que tienen la confianza de que será un camino viable para desarrollarse como empresarios.

## **VII. Conclusiones:**

De acuerdo a los resultados obtenidos del presente estudio, se comprobó que el modelo de incubación empresarial es una opción viable de autoempleo para los egresados universitarios. Se demostró que el modelo del CIENUTT fortalece las aptitudes emprendedoras del incubando, evidenciando un impacto positivo en la economía de la región al considerar la generación de empleos como un indicador de progreso.

Se comprobó también, que el proceso educativo que se lleva dentro del plan de estudios del TSU en DNAM influye en la decisión del estudiante a emprender.

Este modelo educativo de TSU en DNAM proporciona ventajas competitivas a los alumnos, pues ayuda a desarrollar habilidades creativas e innovadoras a través de la creación de proyectos de negocios.

Se observó que la coordinación de actividades universitarias como los Concursos de Proyectos o de Creatividad, ayudan a fomentar el espíritu emprendedor de los alumnos.

De acuerdo al estudio realizado, se recomienda el modelo de incubación de empresas dentro de las universidades, sugiriendo a la vez se incluyan en el programa de estudios materias que

apoyen el espíritu emprendedor del estudiante. Al igual se exhorta a los maestros a que realicen en forma colegiada proyectos emprendedores que concentren el trabajo interdisciplinario entre las asignaturas llevadas durante un periodo determinado.



VIII. Anexos.

ANEXO 1

Programa de Asignaturas

TSU Desarrollo de Negocios Área Mercadotecnia.

ÁREA / CUATRIMESTRE	1°	2°	3°	4°	5°	6°
FORMACIÓN CIENTÍFICA	MATEMÁTICAS	ESTADÍSTICA PARA NEGOCIOS				ESTADIA EN EL SECTOR PRODUCTIVO
	ADMINISTRACIÓN					
FORMACIÓN TECNOLÓGICA	ENTORNO DE LA EMPRESA	ESTUDIO DEL CONSUMIDOR	MERCADOTECNIA ESTRATÉGICA	PLAN DE NEGOCIOS	PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE MERCADOTECNIA	
	FUNDAMENTOS DE MERCADOTECNIA	INFORMÁTICA PARA NEGOCIOS II	ESTRATEGIA DE VENTAS	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS II	PLAN DE EXPORTACIÓN	
		COMPRAS	ADMINISTRACIÓN DE ALMACEN	MEZCLA DE MERCADOTECNIA	COMERCIO ELECTRÓNICO	
	INFORMÁTICA PARA NEGOCIOS I	PRESUPUESTOS	FINANZAS	PRODUCCIÓN PUBLICITARIA I	PRODUCCIÓN PUBLICITARIA	
	CALIDAD	GESTIÓN DE VENTAS	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	COMERCIO INTERNACIONAL	RELACIONES HUMANAS	
			COMUNICACIÓN INTEGRAL DE MERCADO			
			INTEGRADORA I		INTEGRADORA II	
LENGUAS	IDIOMA EXTRANJERO I	IDIOMA EXTRANJERO II	IDIOMA EXTRANJERO III	IDIOMA EXTRANJERO IV	IDIOMA EXTRANJERO V	
	EXPRESIÓN ORAL Y ESCRITA I				EXPRESIÓN ORAL Y ESCRITA II	
HABILIDADES GERENCIALES	FORMACIÓN SOCIOCULTURAL I	FORMACIÓN SOCIOCULTURAL II	FORMACIÓN SOCIOCULTURAL III	FORMACIÓN SOCIOCULTURAL IV		

ANEXO 2.

**GANADORES 5to. CONCURSO DE CREATIVIDAD**  
**Pase directo a la Evaluación del Comité Técnico del Centro Incubador de Empresas de**  
**la UTT (CIENUTT)**

**Categoría: Tecnología Aplicada**

Lugar	Representante	Proyecto	Carrera
1	Marisol Sánchez Marmolejo	DIRA	TA
2	Hancel de la Torre	HerbaPhonic	Mecatrónica
3	Alma Karina Sánchez Pérez	Cilantros Restaurante	DN
4	Manuel Anguino Martínez	Golden Green	CADA
5	Norberto Zampoitecalt García	Aero-car	TA
6	Conrado Martínez Sánchez	Ecodesing	DN
7	Daniel Hernández Gazca	Media Center	Mecatrónica
8	Irving Alvares Torres	Sistema Didáctico de Redes de Control	Mecatrónica
9	Blanca Isabel Armenta B	CUVE	TA
10	José Carlos Álvarez Mojica	Brazo Robótico Electro-Neumático	Mecatrónica
11	Cesar Vásquez García	C-Kitas	Procesos Agroindustriales
12	David De La Mora Ortega	Vida Sana	DN
13	Víctor Jiménez Govea	La Ledzone	MI
14	Venus Flores Salas	Generador Magnético	MI
15	Miguel Ángel Alvares	El Huerto	DN

**Categoría: Instituciones de Educación Media Superior**

Lugar	Representante	Proyecto	Institución
1	Juan Ortega Leyva	PROBIO	Instituto Tijuana
2	Luna Vázquez Hortensia	ECOMUS	CBTIS 116
3	Michel Alejandra Cunannan Barraza	DMT	Cecyte El Niño
4	Dan E. Zúñiga Rodríguez	Máquina para el diseño de placas	Cetis 58
5	Julio Cesar Guevara Ríos	Renovación del sistema de riego	Cetis 58

## **IX. Bibliografía.**

Bermejo, M. (2003). *Crea tu propia empresa*.

Drucker., P. F. (2005). *Harvard Business Review Creatividad e innovación*. Barcelona, España.: DEUSTO.

Escorsa Castells, P. (1997). *Tecnología e innovación en la empresa. dirección y gestión*. España: UPC.

INEGI. (12 de 2009). *Indicadores estratégicos del INEGI*. Recuperado el 2009, de [http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/sistemas/enoe/ind\\_trim/default.asp](http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/sistemas/enoe/ind_trim/default.asp)

Justin C. Longenecker, C. W. (2007). *Administración de pequeñas empresas: enfoque emprendedor*. Cengage Learning Editores.

Lester, R. K. (2005). *Harvard Business Review Creatividad e innovación*. Barcelona, España: DEUSTO.

Soriano, C. L. (24 de 11 de 2005). *Winred.com Ideas y negocios en red*. Recuperado el 18 de 05 de 2011, de <http://winred.com/emprender/el-80-de-las-pymes-fracasa-antes-de-los-cinco-anos-y-el-90-no-llega-a-los-diez-anos-por-que/gmx-niv110-con2970.htm>

*Soyentrepreneur.com*. (19 de Mayo de 2008). Recuperado el 11 de 05 de 2011, de <http://www.soyentrepreneur.com/home/index.php?p=nota&idNota=6202>

*UTT profesionales que resuelven*. (16 de 05 de 2011). Recuperado el 16 de 05 de 2011, de <http://www.uttijuana.edu.mx/vinculacion/relaciones-empresariales/alianzas-estrategicas.html>

Villagomez, A. (27 de 05 de 2011). *Tintero económico diario*. Recuperado el 28 de 05 de 2011, de <http://www.tinteroeconomico.blogspot.com/2011/05/el-mercado-laboral-en-mexico-no-muestra.html>