

COMPONENTES SOCIOECONÓMICOS QUE INCIDEN EN EL DESEO DE CREAR UNA EMPRESA EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS: CENTRO UNIVERSITARIO UAEMÉX TEMASCALTEPEC

Dra. Marcela Jaramillo Jaramillo

Centro Universitario UAEM Temascaltepec
lc_marce@yahoo.com.mx

Dr. Manuel Antonio Pérez Chávez

Centro Universitario UAEM Temascaltepec
maperezch@yahoo.com.mx

Mtro. Francisco Jaimes Millán

Centro Universitario UAEM Temascaltepec
fra_jami@hotmail.com

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Marcela Jaramillo Jaramillo, Manuel Antonio Pérez Chávez y Francisco Jaimes Millán (2020): "Componentes socioeconómicos que inciden en el deseo de crear una empresa en estudiantes universitarios: Centro Universitario UAEMÉX TEMASCALTEPEC", Revista de Desarrollo Sustentable, Negocios, Emprendimiento y Educación RILCO DS, n. 8 (junio 2020). En línea:

<https://www.eumed.net/rev/rilcoDS/08/componentes-socioeconomicos.html>
<http://hdl.handle.net/20.500.11763/rilcoDS08componentes-socioeconomicos>

Resumen

Desde la perspectiva del espíritu emprendedor de los estudiantes de nivel superior con sustento en los factores socioeconómicos, el impacto que se espera es de tipo actitudinal, esto es, saber si su disposición a realizar actividades con enfoque proactivo se incrementa o se debilitan, y con ello tomar o planificar acciones que permitan fortalecer competencias o superar deficiencias. Bajo este enfoque se dice que las personas se convierten en empresarios solo si las recompensas esperadas son superiores a los salarios asociados a un empleo. El objetivo del presente trabajo es analizar los componentes socioeconómicos que inciden en el deseo de estudiantes universitarios para crear una empresa, dicho estudio se realizará en el Centro Universitario UAEMéx. Temascaltepec y Unidad Académica Tejupilco. Para obtener la información se aplicará un cuestionario con preguntas a escala Likert, a estudiantes de las licenciaturas de Ingeniero Agrónomo Zootecnista, Contaduría, Informática Administrativa, Turismo, Derecho, Administración y Psicología. La información obtenida se procesará en un programa estadístico y los resultados se obtendrán a través de un ANOVA y la regresión logit. Cabe mencionar que existe escasa literatura en el estudio de componentes socioeconómicos, por lo cual, el estudio viene a ampliar la investigación en este rubro. En este primer momento dado que el trabajo deriva de un proyecto de investigación, y todavía no se concluye, el análisis cuantitativo será de carácter descriptivo. Los resultados revelan el deseo de los estudiantes de ser emprendedores, así el análisis descriptivo muestra que existen restricciones para emprender, pero influyen más las razones para ello.

Palabras clave: Emprendimiento, estudiantes, factores, socioeconómicos

Abstract

From the perspective of the entrepreneurial spirit of higher level students with support in socioeconomic factors, the expected impact is attitudinal, that is, knowing if their willingness to carry out activities with a proactive approach increases or weakens, and with This is to take or plan actions that strengthen competencies or overcome deficiencies. Under this approach it is said that people become entrepreneurs only if the expected rewards are higher than the salaries associated with a job. The objective of the present work is to analyze the socioeconomic components that affect the desire of university students to create a company; this study will be carried out in the UAEMéx University Center Temascaltepec and Tejupilco Academic Unit. To obtain the information, a questionnaire will be applied with Likert-scale questions to students of the Bachelor's degree in Agricultural Engineering, Accounting, Administrative Computing, Tourism, Law, Administration and Psychology. The information obtained will be processed in a statistical program and the results will be obtained through an ANOVA and logit regression. It is worth mentioning that there is scarce literature in the study of socioeconomic components, for which, the study comes to expand the research in this area. In this first moment given that the work derives from a research project, and it still has not been concluded, the quantitative analysis will be of a descriptive nature. The results reveal the desire of the students to be entrepreneurs, so the descriptive analysis shows that there are restrictions to undertake, but they influence the reasons for it.

Keywords: Entrepreneurship, students, factors, socioeconomic

1. Introducción

Se retoma el enfoque microeconómico al mencionar que los emprendedores evaluarán la posibilidad de convertirse en empleados, aunque no sea acorde a su formación, o poner en marcha una empresa en la que, además de practicar sus conocimientos adquiridos, le permita obtener ingresos superiores a los que obtendría como asalariado. Las variables que se incorporan para medir la influencia o no en la intención emprendedora son tendencia a la inversión, hábitos de ahorro y nivel de ingresos.

Por ello, el presente trabajo tiene carácter exploratorio, con el objetivo de conocer el comportamiento emprendedor hacia la creación de empresas con énfasis en identificar factores socioeconómicos que inciden en la intención emprendedora de estudiantes.

Desde la perspectiva del espíritu emprendedor de los estudiantes con sustento en los factores socioeconómicos, el impacto que se espera es de tipo actitudinal, esto es, saber si su disposición a realizar actividades con enfoque proactivo se incrementa o se debilitan, y con ello tomar o planificar acciones que permitan fortalecer competencias o superar deficiencias.

Este proyecto es un paso más en el análisis de factores socioeconómicos poco trabajados en la literatura existente, además de profundizar en el estudio de estos en los estudiantes que imparten clase en las licenciaturas del Centro Universitario UAEM Temascaltepec y la Unidad Académica Tejupilco.

El trabajo después de la introducción está constituido por el sustento teórico, metodología, resultados, conclusiones y las referencias bibliográficas.

2. Sustento teórico

Al hablar de espíritu emprendedor o al ímpetu de iniciar algo y de las acciones que se realizan para generar empleos, en sentido empresarial, es hablar de emprendimiento. Esta palabra es relativamente nueva: apareció en la Real Academia Española en su Diccionario de la Lengua Española, en su vigésima tercera edición, en 2013, con los significados de "Acción y efecto de emprender (acometer una obra)" y "cualidad de emprendedor", definiendo el término emprender

como acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro.

Hasta antes de 2013, los términos que se le habían apropiado a esta actividad era emprendedurismo, emprendurismo o emprendeduría, dependiendo las perspectivas de diferentes autores, aunque actualmente se le sigue escuchando de esta manera, en conferencias, en medios de comunicación locales, entre otros medios.

Esto da muestra que el término emprendedor ha cobrado mayor auge en las últimas dos décadas, en las que se han realizado diversas investigaciones acerca del tema, en varias regiones del mundo (Mollo, 2008); sin embargo, se le ha clasificado desde diferentes enfoques.

Actualmente las instituciones, las universidades y algunos otros agentes sociales implicados en los procesos de creación de empresas, viven una preocupación importante respecto a la búsqueda de alternativas que propicien el autoempleo, y es que esto depende, en gran medida, del espíritu emprendedor que posean las personas dentro de una sociedad y donde la educación que ofrecen las instituciones educativas juega un papel muy importante.

Uno de los incentivos para que los alumnos universitarios se involucren en actividades empresariales se vincula con las condiciones que ofrece el mercado laboral. Si ellos evalúan que el mercado no ofrece empleos acordes a su formación universitaria, y que desempeñándose por cuenta propia obtendrán un retorno superior al esperado bajo relación de dependencia, se verán inducidos a pensar en la creación de una empresa propia como opción de carrera (Henrekson & Rosenberg, 2000, (Lisseras, Gennero, & Graña, 2003).

Ante éste panorama, el consejo Europeo de Lisboa, de marzo de 2000, definió la educación en el espíritu emprendedor como el motor necesario para una cultura empresarial más dinámica y el Consejo de Ministro de Educación de la UE, de febrero de 2001, señaló entre los objetivos futuros de los sistemas educativos el desarrollo del espíritu de empresa. Sin embargo, la revisión intermedia de la estrategia de Lisboa, realizada en marzo de 2005, ha puesto de manifiesto que Europa está muy lejos de los objetivos planteados.

Mientras tanto, a nivel nacional, en el actual plan de fomento empresarial se recoge el desarrollo del espíritu emprendedor en la sociedad como uno de sus objetivos que va en la línea con los objetivos de Lisboa, dirigido especialmente a los jóvenes y colectivos potencialmente emprendedores.

Por ello, dado que la propensión de los estudiantes universitarios a crear una empresa como salida profesional no es alta, las universidades van incorporando, de forma creciente en sus planes de estudio, la oferta de cursos sobre la materia en emprendimiento, como lo afirma Mollo (2008).

Pero la universidad es cada vez más consciente de que puede y debe adoptar un papel más activo en la generación del espíritu emprendedor en sus estudiantes, y que su actuación no debe limitarse solamente a la formación académica. Por lo que entre los nuevos objetivos de la educación superior debe estar el desarrollo de capacidades orientadas al logro de competencias necesarias para promover, a lo largo de la vida, la creatividad, la flexibilidad, la capacidad de adaptación y la habilidad de aprender a aprender y aprender a emprender.

En el ámbito académico, el emprendimiento ha sido calificado como un campo emergente, como una disciplina en etapa de construcción. El sistema educativo puede contribuir a estimular la creación de la cultura emprendedora, iniciando desde la escuela e incluyendo a la comunidad investigadora. La importancia radica en que el espacio universitario se le considera como generador de desarrollo cultural, científico y técnico y, por tanto, de desarrollo social (De la Torre Cruz, y otros, 2015).

El rol del sistema educativo en la formación de personas con capacidades emprendedoras es una cuestión muy relevante: la educación puede contribuir a ampliar las bases de capital humano emprendedor (Kantis, Federico, & Ibarra, 2014).

Los alumnos universitarios afirman que para que el emprendimiento sea algo natural, una opción igual de válida que cualquier otra, la formación ha de estar presente en el sistema educativo formal; esto se conseguirá a través de unidades de aprendizaje relacionadas con idiomas, legislación, económicas-financieras, tecnología-informática, habilidades sociales (liderazgo, trabajo en equipo) y de gestión-administración (De la Torre Cruz, y otros, 2015).

Así pues, una de las dificultades que se perciben al crear una empresa, consiste en la deficiente formación recibida para emprender y esto se puede superar a través de formación académica (Rico, De la Torre, Gañán, Palmero, & Jiménez, 2013), fomentando en los estudiantes las habilidades y conocimientos necesarios (Mollo, 2008).

Durante los últimos años, algunos investigadores han desarrollado una serie de estudios relacionados con la creación de empresas, en las que mencionan el nivel educativo como un elemento que distingue a los emprendedores de éxito, tratando de obtener evidencia acerca de que los individuos que reciben mayor nivel de educación formal, son más proclives a crear una empresa con grandes posibilidades de progreso y supervivencia.

La mayor parte de las investigaciones empíricas realizadas se han dado desde las universidades, por mencionar algunas: Factores asociados a la vocación emprendedora en alumnos universitarios, realizado por Liseras, Gennero y Graña (2003); estrategias para el fomento del emprendedurismo universitario en la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad Nacional de Mar del Plata, realizada por Delicio (2006); El desarrollo del emprendedurismo en estudiantes universitarios, un estudio en la Licenciatura en Administración de la UNSE, realizada por Díaz *et al* (2009); Actitud emprendedora de los estudiantes del último año de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Nacional de Itapúa, que realizaron Cáceres y Cohene (2010); La intención emprendedora en estudiantes universitarios, el caso de la Universidad de Deusto, llevado a cabo por Ezagutzen (2011); Análisis de la intención emprendedora en estudiantes universitarios a través de los rasgos de personalidad, hecha por Espíritu (2011); Factores explicativos sobre la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios de la comunidad de Madrid, España, realizada también por Espíritu (2011); Estudio de la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios de la facultad de CC.EE. y empresariales de Cantabria, que realizaron Fernández *et al* (2011); y el Estudio de actitudes emprendedoras con profesionales que crearon empresa, realizado por Mora (2011).

Aunque también es cierto que el desarrollo de una actitud favorable al emprendimiento no depende solo del sistema educativo, sin embargo, la parte universitaria de dicho sistema sí puede trabajar para intentar conformar una actitud emprendedora. Su objetivo sería aumentar el número de personas con suficiente conocimiento sobre el emprendimiento, la pequeña empresa y el autoempleo, de modo que puedan considerarlo una alternativa viable y racional para desarrollar su carrera profesional (Martínez & Campos, 2014).

Aunado a lo anterior, hablar de la relación que existe entre las universidades y el emprendimiento es hablar de los elementos que convergen en la educación de los estudiantes, esto es, además de los programas que se ofrecen en cada institución, en gran medida, el docente tiene influencia sobre los alumnos.

Muchos estudiantes en un momento de su trayectoria escolar, se sentirán identificados con algunos de sus profesores y desearán convertirse en profesionistas como ellos. Bajo este enfoque se hace referencia a los modelos de rol que tiene que ver con el deseo de ser emprendedor por razones como seguir a una persona que se admira y tener más influencia en la comunidad (Marulanda, Montoya, & Vélez, 2014; citando a Carter et al., 2003).

Sin embargo, la mayoría de los autores orientan el comportamiento emprendedor como consecuencia de factores sociodemográficos y psicológicos que influyen en la intención emprendedora de las personas, pero pocos han incluido en sus investigaciones los factores socioeconómicos que también tiene injerencia en la intención de emprender. Como resultado de estas investigaciones se vislumbra que no tienen un carácter definitivo, no siempre las mismas variables influyen para que las personas adopten la intención de emprender.

Bajo esta perspectiva, se retoma el enfoque microeconómico al mencionar que los emprendedores evaluarán la posibilidad de convertirse en empleados, aunque no sea acorde a su formación, o poner en marcha una empresa en la que, además de practicar sus conocimientos adquiridos, le permita obtener ingresos superiores a los que obtendría como asalariado. Las variables que se incorporan para medir la influencia o no en la intención emprendedora son tendencia a la inversión, hábitos de ahorro y nivel de ingresos.

3. Metodología

✓ Universo y muestra

La presente investigación se llevará a cabo en el Centro Universitario Temascaltepec de la Universidad Autónoma del Estado de México (CUT-UAEMéx), el cual se localiza al Sur del Estado de México, a 70 kilómetros de la Ciudad de Toluca, Capital del Estado de México, que cuenta con una matrícula total de 1,031 estudiantes en cinco licenciaturas: Contaduría, Informática Administrativa, Derecho, Ingeniero Agrónomo Zootecnista y Turismo; de igual forma se considera a la Unidad Académica Profesional de Tejupilco cuenta con una matrícula total de 598 estudiantes, distribuidos en dos licenciaturas: Psicología y Administración. La siguiente tabla muestra los datos del universo objeto de estudio.

Tabla No. 1. Distribución del universo objeto de estudio

Espacio Académico	Licenciatura	Estudiantes
CUT-UAEMéx	IAZ	331
	LDE	304
	LCN	172
	LTU	116
	LIA	108
UAP Tejupilco	LPS	432
	LAM	166
Total		1,031

Fuente: Elaboración propia con base a la información de Control Escolar

Por tanto, se consideran siete licenciaturas con una población de 1,629 estudiantes.

Las muestras se consideran representativas del universo, para dar respuesta a las categorías de análisis, se obtendrán bajo el sustento teórico de Cochran (1977), al señalar que con una población pequeña pero heterogénea, el investigador inspecciona la totalidad de éstas y selecciona una pequeña muestra de unidades "típicas", método en palabras del autor llamado de juicio o de selección intencional, muestras que se subdividirán por subgrupos (licenciaturas).

El alcance en este primer momento será descriptivo, posteriormente correlacional, puesto que la finalidad de éste estudio es conocer la relación o grado de asociación existente entre los factores socioeconómicos y la intención emprendedora.

✓ Descripción y operacionalización de las variables

Para la investigación, la variable dependiente es la intención de crear una empresa, que se medirá como una variable dicotómica (SI/NO), al preguntar a las personas sobre su intención de

emprender un negocio; mientras que las variables independientes que conforman al grupo de factores socioeconómicos se organizan en tres rubros: la tendencia que tienen los alumnos hacia la inversión, sus hábitos de ahorro, el nivel de ingresos que perciben y la percepción sobre el marco legal y la corrupción. Cada grupo de variables con diferente número de modalidades o ítems, estructuradas a escala Likert, con cinco opciones de respuesta considerando la respuesta dada a cada grupo de factores.

✓ **Descripción de las técnicas y procedimientos**

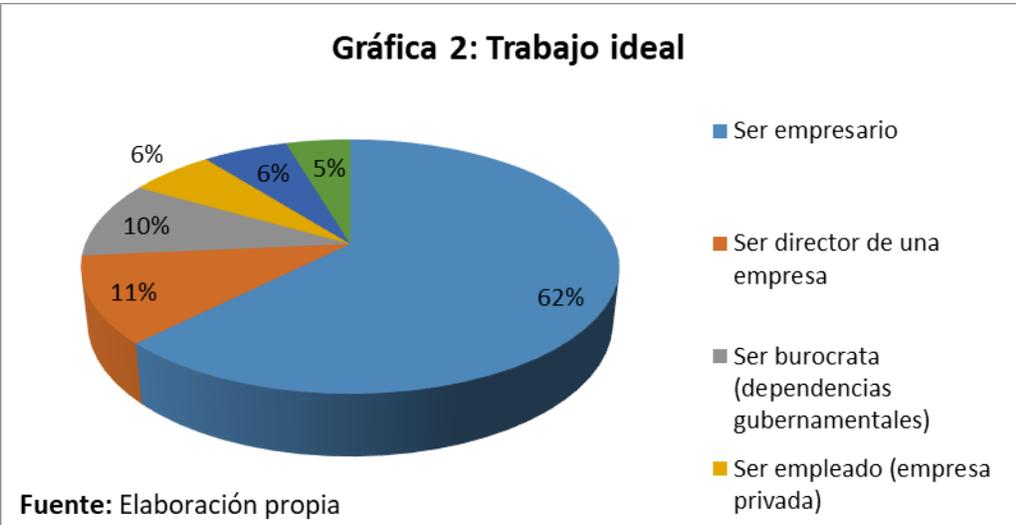
La técnica a utilizar es a través de un cuestionario, estructurado en apartado de datos generales del alumno, señalando aspectos como la edad, el género, ocupación de los padres, en caso de alumnos, nivel de estudios y qué otras ocupaciones tienen, en caso de en el siguiente apartado se medirán los factores socioeconómicos referentes a la tendencia a la inversión y los hábitos de ahorro.

4. Resultados

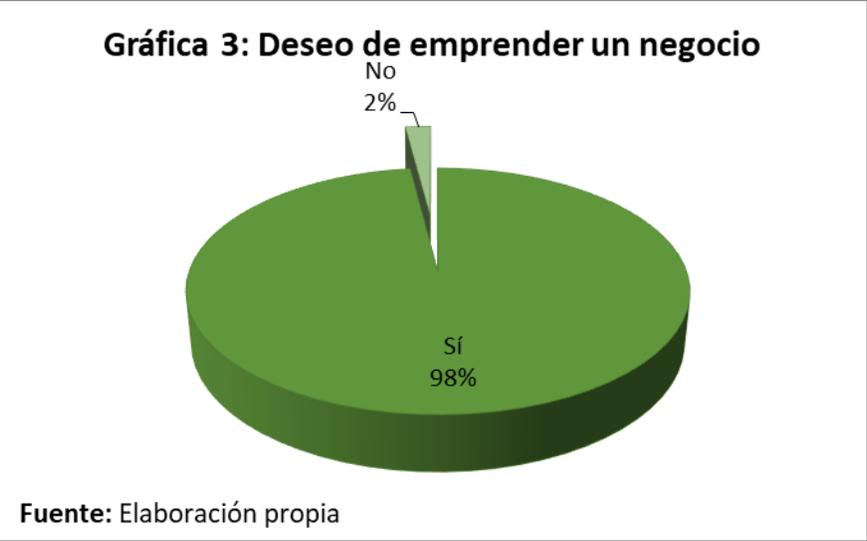
Hasta el momento han respondido el cuestionario 544 estudiantes. A continuación, se presenta un análisis descriptivo de algunos factores que se seleccionaron de acuerdo al objeto de estudio.



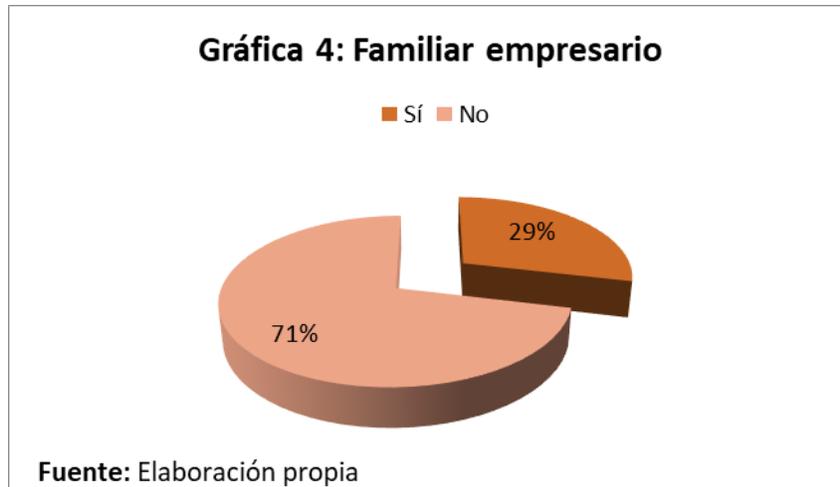
En la gráfica anterior se puede observar que el 51% de los estudiantes que han contestado el cuestionario son mujeres y el resto hombres.



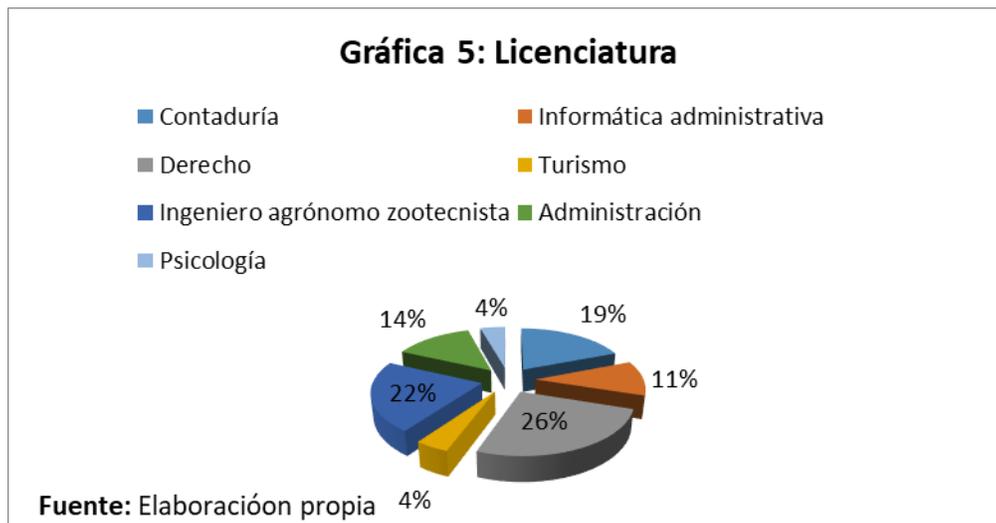
Según lo mostrado en la gráfica 2 el 62% de los respondientes afirman que su trabajo ideal es ser empresario, le sigue el 11% de los que desean ser directores de una empresa y burócratas con un 10%.



La gráfica 3 deja claro que la mayoría de los estudiantes que hasta el momento han respondido el cuestionario desean emprender un negocio, existe cierta congruencia con la gráfica 2.



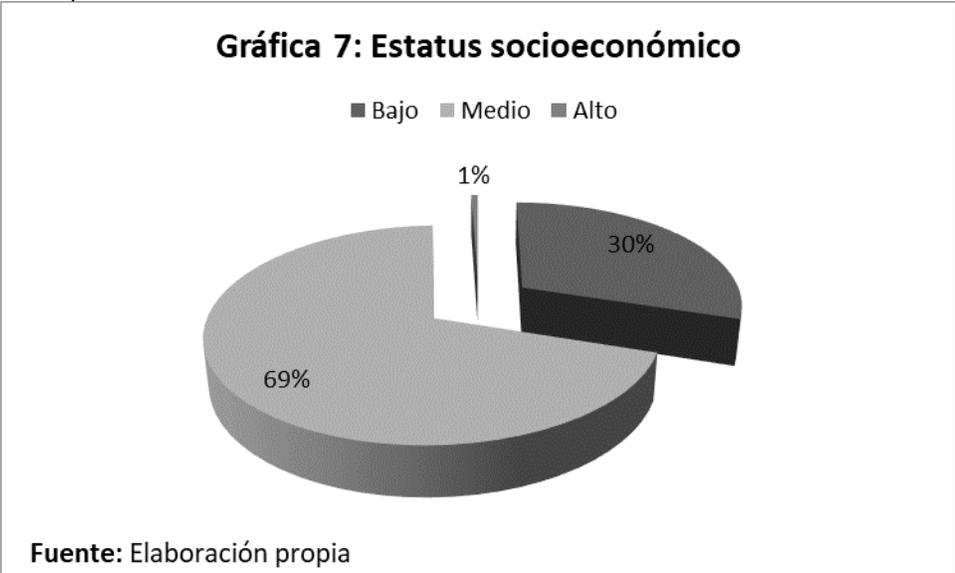
Con respecto a la gráfica 4, el 71% de estos estudiantes tienen un familiar empresario,



Como se puede observar en la gráfica 5 el 26% de los estudiantes pertenece a la licenciatura en derecho, el 22% a ingeniero agrónomo zootecnista, el 19% a contaduría, 14% administración, el 11% a informática administrativa y el 4% a turismo y psicología respectivamente, cabe mencionar que la licenciatura en derecho e ingeniero agrónomo zootecnista son las de mayor matrícula como se muestre en la tabla 1 que se presenta en párrafos antecedentes.



Es interesante resaltar que de los 544 estudiantes encuestados sólo el 24% posee experiencia laboral, y en varios casos el trabajo que desempeñan o han desarrollado no está relacionado con la licenciatura que actualmente cursan.



El 69% de los respondientes consideran que pertenecen a un nivel socioeconómico medio y sólo un 1% está en el bajo.

A continuación se presentan las siguientes tablas con los resultados de tres grupos de factores:

Tabla 2: Razones para la creación de una empresa propia

Opciones de respuesta	Recompensas económicas		Independencia, autonomía		Recompensas personales		Seguir tradición familiar	
1	7	1%	3	1%	9	2%	55	10%
2	18	3%	16	3%	20	4%	94	17%
3	118	22%	77	14%	103	19%	161	30%
4	179	33%	169	31%	182	33%	119	22%
5	222	41%	279	51%	230	42%	115	21%
Total	544	100%	544	100%	544	100%	544	100%

Fuente: Elaboración propia

Las opciones de respuesta a este conjunto de componentes van de nada importante (1) a muy importante (5). Este grupo denominado razones para la creación de una empresa, se conforma de cuatro preguntas, las cuales se detallan a continuación

La primera es recompensas económicas, los resultados de la tabla 2 reflejan que el 73% de los estudiantes de las diversas licenciaturas del Centro Universitario UAEM Temascaltepec y la Unidad Académica Tejupilco consideran importante y muy importante obtener y/o incrementar ingresos.

Para la segunda, independencia/autonomía, el 82% de los estudiantes piensan que es importante y muy importante la libertad personal, ser tu propio jefe, etc.

En lo que compete a las recompensas personales el 75% de los respondientes suponen que es importante y muy importante el reconocimiento público, crecimiento personal, probar que tienen la capacidad de hacerlo.

Por último, sólo 43% de los alumnos consideran que es importante y muy importante seguir la tradición familiar, esto puede ser coincidente con la respuesta a la gráfica 4 que sólo el 29% de los estudiantes tienen un familiar empresario.

Tabla 3: Restricciones para crear una empresa

Opciones de respuesta	Tiempo limitado para otras actividades		El temor a fracasar y quedar en ridículo		Falta de capital para iniciar operaciones		Demasiada carga fiscal		Desconocimiento regulaciones para poner en marcha una empresa	
1	22	4%	80	15%	16	3%	36	7%	32	6%
2	58	11%	95	17%	66	12%	94	17%	73	13%
3	224	41%	186	34%	162	30%	206	38%	213	39%
4	163	30%	106	19%	159	29%	132	24%	136	25%
5	77	14%	77	14%	141	26%	76	14%	90	17%
Total	544	100%	544	100%	544	100%	544	100%	544	100%

Fuente: Elaboración propia

Según los resultados del grupo de componente que conforman las restricciones para crear una empresa, la tabla 3 muestra que el 44% de los estudiantes suponen como una limitación para poder emprender el poco tiempo para otras actividades, por tener que trabajar demasiadas horas, el 41% lo consideran medianamente importante.

El 33% de los alumnos piensan que es importante y muy importante el temor a fracasar y quedar el ridículo, el 34% lo considera medianamente importante.

Por otro lado el 55% de los respondientes asumen que la falta de capital para iniciar operaciones es una restricción importante y muy importante.

El 48% conciben que demasiada carga fiscal sea una limitación importante y muy importante para crear una empresa.

De igual manera el 42% de los estudiantes consideran importante y muy importante el desconocimiento de regulaciones para poner en marcha la empresa, ya sea cuestiones en materia fiscal, laboral, seguridad social, protocolización, contratos, registros de marcas y patentes.

Tabla 4: Marco legal

Opciones de respuesta	Conocimiento de la legislación nacional para crear una empresa		Conoce las legislaciones y oportunidades locales para crear un negocio		Las instituciones públicas y privadas me ayudarían a convertirme en emprendedor	
1	97	18%	64	12%	25	5%
2	150	28%	147	27%	110	20%
3	154	28%	181	33%	209	38%
4	91	17%	106	19%	128	24%
5	52	10%	46	8%	72	13%
Total	544	100%	544	100%	544	100%

Fuente: Elaboración propia

Las opciones de respuesta en este grupo de preguntas van de desacuerdo total (1) a acuerdo total (5). Los resultados sobre marco legal revelan que el 27%, 27% están de acuerdo y acuerdo total en que el conocimiento de la legislación nacional y local ayudaría para crear una empresa. El 37% consideran que las instituciones públicas y privadas ayudan para convertirse en emprendedor.

5. Conclusiones

El trabajo desarrollado en estas cuartillas es producto de un proyecto de investigación que está en desarrollo, aún no se concluye, se encuentra en la etapa de recolección de información. Sin embargo, se quiso presentar algunos resultados en forma descriptiva, para tener un panorama de la naturaleza de la información hasta ahora obtenida.

Los resultados revelan en este primer momento el interés de los estudiantes por ser emprendedores en el futuro, algunos de ellos tienen familiares empresarios y quizá eso influye en que estos sigan la tradición familiar, quedará más claro cuando se hagan las relaciones. También, se observa que existen más razones que restricciones para emprender, asimismo el conocimiento del marco legal no significa una limitación para poder desarrollarse como emprendedores.

Por lo anterior se pretende lograr, un impacto académico y social en los estudiantes, por lo cual se hace necesario llevar a cabo investigaciones en el ámbito educativo, con el fin de detectar las fortalezas y debilidades, e implementar en estas últimas alternativas de solución. En este caso se logrará impactar en los estudiantes a través de desarrollar diversas actividades en forma permanente y verificar sus mejoras a través de evaluaciones periódicas con respecto a su actitud emprendedora, independientemente de poder realizar una propuesta hacia la administración central sobre el manejo transversal de esta dimensión, bajo el sustento filosófico de que esta actividad debe ser vista, no de manera disciplinaria sino manejada transversalmente a través de la interdisciplinariedad, en todos los niveles y en todas las disciplinas.

Referencias bibliográficas

- Arribas, F.I.; VILA, G.J. (2004) La actitud emprendedora del universitario Valenciano". Servei de publicacions Universitat de Valencia, cap.12. pp. 201-212.
- Benavides E. M.M; Sanchez G. I. (2004) "El estudiante universitario como emprendedor"; un análisis cualitativo desde la perspectiva de los diferentes agentes implicados", en Roig, S.; Ribeiro, D.; Torcal, R.; De la Torre, A.; Cerver, E. (2004). "El emprendedor innovador y la creación de empresas de I+D+I". Servei de publicacions Universitat de Valencia, cap. 24, 403-419.
- Bygrave, W. y Hofer, C. (1991) Theorizing about entrepreneurship. *Entrepreneurship: Theory and practice*. 16(2), pp. 13-22.
- Cochran, W. G. (1977) Técnicas de muestreo. Universidad de Harvard. Pag. 31.
- De la Torre Cruz, T., Ruiz Palomo, E., Escolar Llamazares, M. C., Baños Martínez, V., Gañán Ibáñez, Á., Corbí Santamaría, M., Sánchez, A. I. (2015). Impacto de la educación en la cultura del emprendimiento: estudio cualitativo. *INFAD Revista de Psicología*, 2(1), 117-128.
- Díaz, B. A.F. y Hernández R. G. (2007) Estrategias docentes para un aprendizaje significativo. Una interpretación constructivista. Ed. McGraw-Hill Interamericana. Pp. 3 – 53.
- Dyer, W.G.Jr. (1994) "Toward a theory of entrepreneurial careers", *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 19 (19), 7-21.
- Espíritu, O. R; Sastre, C. M. (2007) La actitud emprendedora durante la vida académica de los estudiantes universitarios. *Cuadernos de estudios empresariales* vol. 17 pp. 95-116.
- Frias, D. (2014) Análisis de la consistencia interna de las puntuaciones de un instrumento de medida. Alfa de Cronbach, Apuntes de SPSS, <https://www.uv.es/friasnav/ApuntesSPSS.pdf>, consultado el 18 de octubre de 2018
- Hernández S.R; Fernández C. C; y Baptista L. P. (2006) Metodología de la investigación. Ed. McGraw-Hill. Cuarta edición. México D.F.
- Kantis, H., Federico, J., & Ibarra, S. G. (2014). Índice de condiciones sistémicas para el emprendimiento dinámico: una herramienta para. Argentina: E-book.
- Krauss, C. (2004) Las actitudes emprendedoras en los estudiantes de la universidad católica del Uruguay. *Revista electrónica FCE; Universidad católica*.
- Lisseras, N., Gennero, A. d., & Graña, F. (2003). Factores asociados a la vocación emprendedora en alumnos universitarios. VIII Reunión Anual Red Pymes Mercosur (págs. 1-20). Rosario: Universidad Nacional de Mar del Plata.
- Martínez, G. A., & Campos, J. A. (2014). La intención emprendedora en estudiantes universitarios: El caso de la Universidad de Deusto. *Boletín de Estudios Económicos*, 69(211), 151-172.
- Marulanda, F. Á., Montoya, I. A., & Vélez, J. M. (2014). Teorías motivacionales en el estudio del emprendimiento. *Pensamiento y gestión*, 206-238.
- Mollo, G. F. (2008). La formación universitaria y su relación con el desarrollo de las actitudes emprendedoras. Un estudio comparativo entre Facultades de la Universidad Nacional de la Plata. *Instituto de Investigaciones Administrativas*, 1-5.
- Real Academia Española. (06 de septiembre de 2017). Real Academia Española. Obtenido de <http://dle.rae.es/?id=LXkg9ir>
- Rico, L. I., De la Torre, T. C., Gañán, A. A., Palmero, C. C., & Jiménez, A. E. (2013). Formación universitaria para mayores: innovación curricular y competencias emprendedoras. *INFAD*, 1(2), 175-185.
- Rico, M. I., Palmero, C. C., Cruz, D. I., Ruiz, E. P., Corbí, M. S., Sánchez, A. I., & Jiménez, A. E. (2015). Redes de emprendimiento: percepción y efectos en la cultura emprendedora. *INFAD Revista de Psicología*, 2(1), 182-196.
- Shumpeter, J. A. (1934) *The theory of economic development*. New Brunswick, N. J. Transaction publishers.
- Soria, K. B., Zuniga, S. J., & Ruiz, S. C. (2016). Educación e Intención Emprendedora en Estudiantes Universitarios: Un Caso de Estudio. *Formación universitaria*, 9(1), 25-34. Universidad Autónoma del Estado de México. (12 de Septiembre de 2017). Sistema de Control Escolar. Obtenido de <https://controlescolar.uaemex.mx/dce/sicde/index.jsp>
- Veciana, J.M. (1989) "Características del empresario en España", *Papeles de Economía Española*, núm. 39/40.

