

CARACTERÍSTICAS PSICOLÓGICAS DE LA INTENCIÓN EMPREDEDORA EN EGRESADOS UNIVERSITARIOS EN LA CIUDAD DE VICTORIA DE DURANGO, DURANGO (MÉXICO)

Psychological Characteristics about Entrepreneurial Intentions within Graduate Students in Victoria de Durango, Durango (Mexico)

MAYELA DEL RAYO LECHUGA-NEVÁREZ*

LEONARDO VÁZQUEZ-RUEDA**

RESUMEN

El estudio de la intención emprendedora ha recibido una especial atención de investigadores, empresarios y docentes, sobre todo como un elemento que propicia la creación de empresas, fomenta el empleo y hace posible el desarrollo y el crecimiento económicos. El objetivo del estudio es analizar las características psicológicas como un factor que influye en la intención emprendedora. La teoría del comportamiento planificado de Azjen (1991) da lugar a la pertinencia de este estudio. La hipótesis de la investigación es que la intención emprendedora se ve determinada por las características psicológicas de los emprendedores universitarios egresados de las diferentes especialidades de una institución de educación superior de la ciudad de Victoria de Durango, estado de Durango (México). El paradigma hipotético se confirmó con la técnica de modelo de ecuaciones estructurales. Los resultados confirman la hipótesis. Los factores que conforman las características psicológicas analizadas son positivos y significativamente relacionados con la intención emprendedora.

PALABRAS CLAVE: EMPRENDIMIENTO, EMPRENDEDOR, INTENCIÓN EMPRENDEDORA, CARACTERÍSTICAS PSICOLÓGICAS, EGRESADOS UNIVERSITARIOS.

* TECN/Instituto Tecnológico de Durango. Correo electrónico: mlechuga@itdurango.edu.mx

** Universidad Autónoma de Sinaloa, Campus Mazatlán. Correo electrónico: leovazrue@uas.edu.mx

ABSTRACT

Entrepreneurial intention has received special attention for study by researchers, entrepreneurs, teachers especially as an element that promotes the creation of companies, promotes employment and makes possible economic development and growth. The objective of the study is to analyze psychological characteristics as an effect factor on entrepreneurial intention. Based on Azjen's Theory of Planned Behavior (1991), they give rise to the relevance of this study. The research hypothesis is that the entrepreneurial intention is determined by the psychological characteristics of university entrepreneurs graduated from the different specialties of a Higher Education Institution of the city Victoria of Durango, Durango State (Mexico). The hypothetical model presented was confirmed with the Structural Equations Model technique. The results obtained confirm the hypothesis. The factors that make up the psychological characteristics analyzed are positively and significantly related to entrepreneurial intent.

KEYWORDS: ENTREPRENEURSHIP, ENTREPRENEUR, ENTREPRENEURSHIP, PSYCHOLOGICAL CHARACTERISTICS, COLLEGE GRADUATES.

Fecha de recepción: 17 de agosto de 2020.

Dictamen 1: 14 de noviembre de 2020.

Dictamen 2: 14 de noviembre de 2020.

Dictamen 3: 20 de noviembre de 2020.

DOI: <http://dx.doi.org/10.21696/rcsl112220211288>

INTRODUCCIÓN

Las actuales condiciones adversas en la economía mundial fomentan la necesidad de incursionar y promover el emprendimiento en todos los niveles educativos. En México, las condiciones económicas no son las mejores ni son diferentes a las que se están viviendo en el resto del mundo. En consecuencia, la creación de emprendimientos ha afrontado obstáculos para posicionarse y seguir con vida, a causa de diferentes factores que le ha impedido crecer; el principal de estos es el problema de financiamiento derivado de la situación económica en el país (Terán *et al.*, 2018). Así, la visión emprendedora en México no es muy buena, aun con los resultados positivos obtenidos en los últimos años acerca de un incremento favorable en la creación de iniciativas emprendedoras y el aumento de inversionistas públicos y privados.

En este sentido, el emprendimiento es una disciplina que en las últimas dos décadas ha ganado importancia alrededor del mundo entre empresarios, economistas, titulares de gobierno, universidades, estudiantes y público en general debido a su relevancia como elemento favorecedor de la creación de empleos y su contribución en el crecimiento de las economías.

Por otra parte, el emprendimiento no solo es la creación de empresas, sino una forma de hacer frente a la vida por la persona que se define como emprendedora que hace posible esta actividad; es un elemento principal ante las oportunidades que se le presentan, con recursos limitados o controlados. El emprendimiento es aquella actitud y aptitud de la persona que le permite emprender nuevos retos, nuevos proyectos; es lo que le permite avanzar un paso más, ir más allá de donde ya ha llegado. Hace que una persona insatisfecha con lo que es y lo que ha logrado, como consecuencia de ello, quiera alcanzar mayores logros (Drada, 2017). El emprendimiento requiere un entrenamiento constante que lleva a la adquisición de habilidades o actitudes. Las carreras universitarias favorecen esta actividad (López *et al.*, 2013).

EL EMPRENDEDOR

Se presume que el vocablo *emprendedor* surgió en el siglo XV. En ese entonces se empleaba para designar a las personas que asumían riesgos, fundamentalmente durante las guerras (Primo y Turizo, 2016). En el siglo XVI, esta palabra señalaba a “una persona de actividades empresariales a gran escala que acordó proveer,

asumiendo la responsabilidad de combinar los factores de producción por su cuenta y riesgo” (Elkjaer, 1991, p. 805).

El término *emprendedor* procede del francés *entrepreneur*, que se usa exactamente igual en la lengua inglesa, y deriva del verbo francés *entreprendre*, que significa ‘emprender’ (Vallmitjana, 2014). La palabra *entrepreneur* fue introducida en la obra de tema económico *Essai sur la Nature du Commerce en General* por Richard Cantillon en 1755 para identificar a quienes corrían el riesgo y tomaban la responsabilidad de poner en marcha y llevar a término un proyecto innovador (Vallmitjana, 2014). Este vocablo se aplicaba a las personas que compraban productos a precios conocidos y los vendían a precios desconocidos. En este sentido, Cantillon describía al *entrepreneur* como un contratante, un individuo dedicado a las empresas, que trabaja en circunstancias de incertidumbre, ya que solo tiene indicios de sus gastos, pero no tiene estabilidad y conocimiento de sus ingresos (Suárez y Vásquez, 2016).

El emprendedor es el actor principal en el desarrollo y el crecimiento económicos. Joseph Alois Schumpeter (1950), economista austriaco y profesor de Harvard, consideró al emprendedor como una persona fuera de lo común, extraordinaria y promotora de la innovación. Lo reconoció como eje del sistema económico. De esta forma, los emprendedores crean nuevos productos y servicios a partir de la modificación y la evolución de los modelos de producción, de insumos reutilizables, haciendo uso de la creatividad y la innovación.

En general, un emprendedor es una persona con características psicológicas, motivaciones únicas, convencida de que el dinero no es una variable determinante ante los diferentes escenarios que afronte para alcanzar su objetivo. Cree en sí mismo, es ético, inteligente, líder natural, con carisma, es visionario, se arriesga, se esfuerza por demostrar que su idea, propósito y negocio son mejores que los que ya existen, si es el caso. Con ideología de crear, permanecer y trascender, con la capacidad y la confianza de reponerse ante las adversidades, con la convicción de cambiar el mundo.

LA EDUCACIÓN PARA EL EMPRENDIMIENTO

La educación para el emprendimiento contribuye a la formación de egresados competentes y recursos humanos calificados para ser emprendedores con visión progresista, dispuestos a protagonizar y ser parte del desarrollo socioeconómico, con la disposición de llevar a la práctica los conocimientos adquiridos, así como

aplicar los avances científicos y tecnológicos en busca de un mejoramiento de su medio social y laboral. A tal fin, toma en cuenta el desarrollo regional, nacional e internacional, que forma parte de la evolución mundial de la sociedad.

La educación emprendedora es crucial para un efecto socioeconómico exitoso y sostenible (Matlay y Dehghanpour, 2013). Es así porque el emprendimiento es el acto combinado de impulso, iniciativa, perseverancia, compromiso, organización y esfuerzos creativos para la realización de actividades productivas (Acs y Szerb, 2014). En tanto que el espíritu emprendedor se refiere a una tarea innovadora, la educación para el emprendimiento alude al pulimiento de esa capacidad de innovación (Molle y Djarova, 2009). Más específicamente, la educación para el emprendimiento implica preparar a los graduados para que prosperen en sus carreras cuando inicien una nueva empresa (Blenker *et al.*, 2014). El emprendimiento y la educación emprendedora también tienen una mayor fuerza en el mercado si ambos se fortalecen y dan lugar a la creación y la promoción de nuevas iniciativas emprendedoras.

La educación emprendedora en el nivel universitario ofrece a las y los estudiantes la oportunidad de conocer las últimas novedades, lo que hace posible que tengan una idea más clara de la manera de implementar desarrollos en una futura creación de emprendimientos y en la administración. Así, la intención emprendedora se puede respaldar alimentando la mentalidad y estimulando habilidades requeridas como el pensamiento crítico, el trabajo en equipo y las capacidades de toma de decisiones y de innovación.

De esta manera, el impulso de actitudes positivas hacia el emprendimiento a través de la práctica educativa es fundamental para el fomento de iniciativas emprendedoras. Los principios educativos del emprendimiento impartidos en la institución de educación superior (IES) les da a las y los estudiantes la capacidad de desarrollar cualidades que propician el reconocimiento de oportunidades y los conocimientos para la creación de empresas (Xavier *et al.*, 2013). En los países en desarrollo, el entendimiento de la forma en que las personas perciben los elementos detonantes de la iniciativa emprendedora se convierte en un factor importante en el diseño de programas de emprendimiento para aumentar el impacto de estos.

La sociedad reclama de las IES un papel más activo en el desarrollo de los actores económicos como parte de su misión. Para satisfacer este reclamo, se requiere que los profesionales que terminan los estudios universitarios estén preparados académicamente, en una relación de teoría y práctica, en la que los nuevos emprendimientos deben ser los principales gestores de su desarrollo económico (Lascano, Lascano y Santiago, 2017).

MARCO TEÓRICO

Intención emprendedora

Muchos autores han señalado que un individuo que inicia una acción emprendedora responde a un perfil denotado por ciertos rasgos individuales que propician la intención emprendedora. Krueger *et al.* (2000) opinan que a la resolución de convertirse en emprendedor le antecede una decisión premeditada y consciente; es decir, hay un estado de conciencia previo a la determinación y a la ejecución de un objetivo como, por ejemplo, la creación de una empresa.

La iniciativa emprendedora es un proceso activo en el cual las personas, solas o en grupo, identifican oportunidades para innovar, crear y actuar transformando ideas en acciones prácticas en un entorno, social, económico y cultural. Aquí cabe aclarar que el término *iniciativa emprendedora* se refiere a la creación de nuevas empresas, tanto las generadoras de empleos como aquellas que proporcionan autoempleo.

La iniciativa emprendedora es el proceso por el que se crea algo diferente con valor mediante la dedicación de tiempo y esfuerzo necesarios, asumiendo el correspondiente riesgo financiero y social y recibiendo las recompensas monetarias y de satisfacción personal resultantes (Hisrich y Peters, 1989). Es conveniente complementar esta definición en función de los resultados esperados de la iniciativa emprendedora, es decir, beneficios individuales, sociales y económicos. Considerando la parte individual, cuando el emprendedor universitario egresado incursiona en la creación de empresas espera recibir una recompensa y una motivación económicas vinculadas a iniciativas emprendedoras lucrativas, así como beneficios derivados del desempeño laboral propio, entre los que se pueden mencionar la independencia, la autorrealización y la satisfacción personal.

La iniciativa emprendedora implica la confluencia de determinados factores relacionados con el propio emprendedor universitario egresado y con el entorno. Desde el punto de vista de los emprendedores, tales factores son la creatividad, la innovación, el nivel formativo y la articulación existente entre las diferentes características psicológicas consideradas en este estudio.

En los últimos años se han realizado estudios sobre la intención emprendedora y el aspecto psicológico, pero estas investigaciones son muy diversas en lo que respecta a metodologías, tamaño de las muestras, análisis de los datos y objetivos. A continuación, se mencionan algunos estudios relevantes.

La investigación de Laguía González *et al.* (2019) muestra que el ambiente universitario es un referente que tiene gran impacto en la intención emprendedora.

Por ello, se recomienda la promoción de emprendimientos con fundamento en iniciativas y programas educativos en este medio de formación.

Por su parte, Llanos Ortiz *et al.* (2019) analizan la intención emprendedora a partir de una intervención de herramientas de emprendimiento entre estudiantes de la carrera de Ingeniería Civil Industrial de la Universidad Arturo Prat, en Chile. Determinan que no existe diferencia significativa en la intención de emprender de los estudiantes antes y después de la intervención de herramientas de emprendimiento.

Ruiz Ruano y Puga López (2019) muestran que las variables que predicen de modo directo la intención emprendedora son la autoeficacia, la deseabilidad, la actitud y la norma social. Estos resultados dan cuenta de la importancia de ahondar en estos factores implicados en la actividad emprendedora en el nivel universitario, así como de proponer métodos que fomenten el emprendimiento.

En un artículo sobre las diferencias en las intenciones y las valoraciones emprendedoras de académicos españoles, Vega Gómez *et al.* (2019) demuestran que las diferencias de género, en el rango de elementos del emprendimiento académico, tienen implicaciones en la gestión de la transferencia de tecnología y para los responsables de las políticas universitarias.

Después de efectuar un análisis cuantitativo de asociaciones estadísticas en estudiantes de ciencias de la salud de una universidad de Uruguay, Krauss *et al.* (2018) concluyen que estos tienen una intención emprendedora menor que el resto de los estudiantes universitarios. Asimismo, confirman que el medio ambiente y las especialidades de estudio ofrecidas por la universidad favorecen la intención de emprender.

Ramos López *et al.* (2018), en un estudio de caso en la ciudad de San Quintín, Baja California, en México, miden la orientación empresarial de los estudiantes universitarios y exploran si el proceso de enseñanza-aprendizaje aplicado ayuda al desarrollo de esta. Concluyen que, a pesar de que el modelo educativo se centra en las competencias, este no privilegia el desarrollo de competencias empresariales.

Tarapuez, García y Castellano (2018) analizan los factores socioeconómicos y la intención emprendedora de estudiantes universitarios en un departamento de Colombia. Encontraron que los dos factores socioeconómicos que más influyen en la intención empresarial de estos alumnos son el tipo de universidad y tener un amigo empresario.

Torres Velásquez *et al.* (2018) examinan la caracterización de la intención emprendedora en estudiantes universitarios a partir del modelo sistémico de intención emprendedora. Identifican dos factores: el primero es la viabilidad y el

segundo es la conveniencia para llevar adelante procesos de emprendimiento y la creación de empresas.

Características psicológicas

Las características psicológicas pueden ser definidas como cualidades de las personas que les permiten tener cierto comportamiento, distinguirse y realizar diferentes actividades personales y profesionales. Eysenck (1993) sostiene que las características psicológicas no son más que las disposiciones persistentes e internas que hacen que el individuo piense, sienta y actúe de forma particular.

Está claro que, por la misma naturaleza de la psicología y la condición humana, las características psicológicas quedan expuestas al cambiar a consecuencia de la influencia de los diferentes factores sociales, políticos culturales y económicos, lo que conduce a la modificación positiva o, en su defecto, negativa de la actitud de las personas.

Para efectos de esta investigación, el análisis de las características psicológicas de los emprendedores universitarios egresados nos conducirá al conocimiento de la influencia de estas en la intención emprendedora de estos mismos emprendedores y a la confirmación de la hipótesis de que la intención emprendedora se ve determinada por las características psicológicas de los emprendedores universitarios egresados de las diferentes especialidades de una institución de educación superior (IES) de la ciudad de Victoria de Durango.

De las teorías que predicen la intención emprendedora a partir del estudio de las características psicológicas, la más reconocida y utilizada es la teoría del comportamiento planificado (TCP). Esta ofrece un marco teórico generalmente aplicable y coherente que hace posible entender y predecir las intenciones empresariales teniendo en cuenta no solo los factores psicológicos (Arias, Restrepo y Restrepo Montoya, 2015).

Por otra parte, Osorio y Londoño Roldán (2015) proponen un modelo de intención emprendedora basado en la TCP, el cual evalúa de modo empírico la formación de intenciones emprendedoras en estudiantes universitarios de diferentes orígenes culturales. En este mismo campo, Caro González, Sánchez Torné y Romero Benabent (2018), mediante la TCP, examinan el impacto de la formación en emprendimiento sobre la intención de emprender entre estudiantes de comunicación. En el modelo, proponen las relaciones más habituales de la TCP entre el control del comportamiento percibido, la actitud al emprendimiento y la intención emprendedora.

Considerando los trabajos hasta aquí mencionados, la elección de las características psicológicas se sustenta en la TCP de Azjen (1991) para la interpretación de la intención de emprender condicionada por las expectativas sobre la conducta y la percepción del emprendedor para conseguir y controlar los resultados de su acción emprendedora. En el cuadro 1 se resumen las características psicológicas consideradas para este estudio.

CUADRO 1. CARACTERÍSTICAS PSICOLÓGICAS

Nombre	Concepto
Buscar oportunidades e iniciativa	La competencia del emprendedor, la búsqueda de oportunidades y la iniciativa para generar nuevos emprendimientos.
Compromiso	Define la obligación que se contrae y se debe cumplir. Por lo tanto, el compromiso emprendedor es la responsabilidad del emprendedor que le indica que debe trabajar para lograr sus metas y objetivos.
Ética	Ética en los negocios se basa en una serie de reglas escritas y tácitas sobre los principios que rigen las acciones y toma de decisiones de una empresa.
Correr riesgo	Correr riesgo es casi sinónimo de emprender. Para comenzar y hacer crecer un negocio se debe arriesgar la carrera, las finanzas y hasta la salud mental.
Fijar metas	Establecer una meta no es lo más importante; lo que en realidad interesa es saber darle seguimiento para que se cumpla. Establecer metas es crucial para el éxito de cualquier empresa.
Buscar información	La información es esencial para el emprendedor. Según la opinión de muchas personas, la información es poder.
Planificación y control sistémico	La planificación y el control de gestión se pueden definir como un enfoque sistemático y formalizado para el desempeño de fases importantes de las funciones directivas de administración y control.
Persuasión y redes de apoyo	La habilidad para formular estrategias da la capacidad de influir en otros y en el curso de la organización de acuerdo con la situación que se afronte.
Trabajo en equipo	El trabajo en equipo es la mutua colaboración de un grupo de personas a fin de alcanzar un resultado determinado.
Factor de corrección	Decidir que debemos dejar de hacer algo porque ya ha dejado de tener sentido. Una de las decisiones más difíciles que alguna vez se tendrá que tomar es la de cambiar de rumbo cuando haga falta en el negocio.
Resiliencia	Capacidad para sobreponerse a situaciones difíciles.
Innovador	Una persona es innovadora cuando explora los límites de sus capacidades y experiencia, independientemente de la actividad a la que se dedique.
Creatividad	La creatividad es una habilidad para generar nuevas ideas dentro de una organización, lo cual propicia y fomenta el emprendimiento.

Fuente: Pulgarín y Cardona (2011).

En este estudio se indagan las características psicológicas de los emprendedores universitarios egresados relacionadas con la intención y la creación de iniciativas emprendedoras. Estos rasgos incentivan la iniciativa emprendedora en el egresado universitario. La valoración positiva o negativa de estas características se encuentra íntimamente vinculada con la iniciativa emprendedora del emprendedor universitario egresado. Así, si ser su propio jefe lo considera positivo, su comportamiento será proactivo hacia el emprendimiento; si considera que ser jefe implica un sobre-esfuerzo y un desgaste personales que limitarán el tiempo de estar con su familia y amigos, estará afrontando su iniciativa emprendedora.

En virtud de los anteriores planteamientos, nos proponemos analizar las características psicológicas del emprendedor universitario egresado de las diferentes especialidades como factor determinante de la intención emprendedora en el proceso de creación de iniciativas emprendedoras en la ciudad de Victoria de Durango, Durango (México).

MATERIALES Y MÉTODOS

Para este estudio se utilizaron trece indicadores psicológicos (véase el cuadro 1), los cuales nos conducirán a la determinación de la iniciativa emprendedora de los egresados universitarios. Esta investigación inicia con una revisión de bibliografía sobre emprendimiento, intención emprendedora, características psicológicas, los planteamientos alrededor del emprendedor y la creación de nuevas empresas. Tal revisión fundamenta el marco teórico.

Se utilizó un enfoque mixto, es decir, los métodos cuantitativos se usaron en una etapa de la investigación y los cualitativos en otra (Vara, 2015). Por el método cualitativo se obtuvo la información requerida para responder el planteamiento del problema.

Del mismo modo, la entrevista se usó como técnica de recopilación de información. Se diseñó una entrevista con preguntas abiertas y cerradas acerca de las características individuales que debe tener el emprendedor universitario y la importancia de estas en la creación de empresas, lo cual permitió contextualizar.

Posteriormente se utilizó el método cuantitativo; como técnica se usó la encuesta y como instrumento el cuestionario para la recopilación de la información. Con base en lo anterior y de acuerdo con las particularidades del problema, fue necesario diseñar la investigación, determinar la muestra y proceder a la recolección de los

datos de campo. Por último, se analizaron los resultados obtenidos y se elaboraron las conclusiones del estudio (Hernández *et al.*, 2017).

Muestra

La unidad de análisis está compuesta por empresas fundadas por emprendedores egresados de una IES ubicada en Victoria de Durango, Durango. Para Hernández Sampieri *et al.* (2017), la población o universo está integrado por el total de sucesos que cumplen con ciertos rasgos. Para esta investigación, la población considerada se conforma por las empresas creadas por egresados universitarios de las diferentes especialidades de esta institución en el periodo 2000-2016. Se utilizó un muestreo probabilístico aleatorio simple.

Para la determinación de la muestra de estudio se utilizó la fórmula para una población finita (es decir, se conoce el total de elementos de observación que la integran):

$$n = \frac{z_{1-\frac{\alpha}{2}}^2 \cdot \alpha p(1-p)}{d^2(N-1) + z_{1-\frac{\alpha}{2}}^2 \cdot \alpha p(1-p)}$$

Donde n = tamaño de la muestra, N = tamaño de la población, Z = valor de Z crítico, S^2 = varianza de la población en estudio, d = nivel de precisión absoluta.

Como resultado de esta fórmula, para un nivel de confianza de 95 por ciento, se encuestaron 152 empresas de una población de 250.

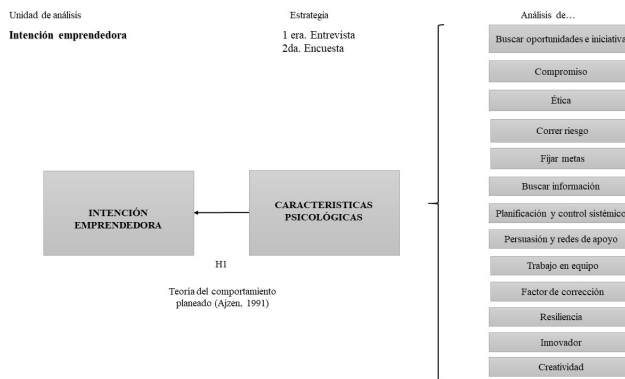
Tipo de investigación

El diseño metodológico de la investigación es correlacional, en la medida que determina las relaciones existentes entre las características psicológicas del emprendedor y la intención emprendedora en el proceso de creación de iniciativas emprendedoras (Vara, 2015). También incluye elementos de investigación descriptiva porque busca especificar propiedades, características y rasgos importantes del fenómeno que se analiza (Hernández *et al.*, 2017). Es transversal porque la información se recogió en un solo periodo de tiempo, de manera que el propósito es describir las variables y analizar la incidencia y la relación de estas en un momento dado, en el que se observó el comportamiento de las variables (Hernández *et al.*, 2017). Los datos fueron recolectados en el periodo comprendido de septiembre a noviembre de 2018.

Diseño de la investigación

El diseño metodológico propuesto en esta investigación se muestra en la figura 1.

FIGURA 1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN



Fuente: elaboración propia a partir de la literatura revisada (2020).

CUADRO 2. VARIABLES Y FACTORES DEL ESTUDIO

Variables		Autores	Factores
Dependiente	Intención emprendedora	Krueger <i>et al.</i> (2000). Tarapuez, García y Castellano (2018). Krauss <i>et al.</i> (2018). Ramos <i>et al.</i> (2018). Torres <i>et al.</i> (2018). Laguía <i>et al.</i> (2019). Llanos <i>et al.</i> (2019). Ruiz y Puga (2019). Vega <i>et al.</i> (2019).	Innovador. Creatividad.
Independiente	Características psicológicas	Azjen (1991), acerca de la TCP. Pulgarín y Cardona (2011).	Buscar oportunidades e iniciativa. Compromiso. Ética. Correr riesgo. Fijar metas. Buscar información. Planificación y control sistémico. Persuasión y redes de apoyo. Trabajo en equipo. Factor de corrección. Resiliencia.

Fuente: elaboración propia a partir de la literatura revisada (2020).

Diseño de la encuesta

Se consideró el marco conceptual proporcionado por la TCP (Ajzen, 1991), la cual reconoce las características del comportamiento, las normas subjetivas y el control del comportamiento identificado. Estos, en conjunto, determinan la intención de crear iniciativas emprendedoras. A fin de establecer las características correspondientes, se llevó a cabo una revisión bibliográfica del tema en cuestión. Estas fuentes se mencionan en el cuadro 2, en el que se reúnen las variables, los factores y los autores de los que se tomó información para la elaboración del cuestionario utilizado en la encuesta.

Selección de preguntas y elaboración de la encuesta

El instrumento se diseñó considerando las variables que conforman el objetivo general de la investigación. Se seleccionaron 65 preguntas para ser valoradas en una escala tipo Likert, relacionadas solo con las características psicológicas individuales y la intención emprendedora del universitario egresado.

Cuestionario

El material que se presenta es una recopilación de ítems de diferentes cuestionarios y del investigador relativos a la TCP (Ajzen, 1991), utilizados para valorar la intención emprendedora en función de las características psicológicas individuales del emprendedor.

Validez del instrumento

El cuestionario fue objeto de una validación en cuanto al constructo mediante el juicio de expertos (Tarapuez, García y Castellano, 2018) en lo relativo a la calidad, la relevancia, la comprensión y la dimensión a la que debía asociarse cada ítem. Con base en el procedimiento propuesto por Barraza Macías (2012), a los expertos considerados se les aplicó el instrumento para evaluar la intención emprendedora a través de las características psicológicas individuales del emprendedor y se obtuvo una validez fuerte (2.84). Este valor indica que cada una de las preguntas incluidas en el cuestionario representa de manera adecuada la variable o variables que se pretenden medir.

Análisis de fiabilidad

Para verificar la fiabilidad o consistencia interna del instrumento se usó el Alfa de Cronbach. Se obtuvo una fiabilidad de .927, la cual se considera una confiabilidad fuerte. Estos resultados se muestran en el cuadro 3.

CUADRO 3. ESTADÍSTICAS DE FIABILIDAD DEL INSTRUMENTO

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	Número de elementos
.927	.927	65

Fuente: elaboración propia (2020).

Recolección de datos

Se realizó una solicitud formal a los emprendedores universitarios. En una primera etapa se aplicó una entrevista a un grupo reducido de emprendedores universitarios (30) con objeto de tener un primer acercamiento con ellos y, a través de las respuestas de la entrevista, contextualizar el fenómeno de estudio y enriquecer el contenido del cuestionario que se usaría en la encuesta a 152 empresas creadas por emprendedores universitarios egresados.

Técnicas para el procesamiento de la información, análisis y obtención de resultados

La base de datos proporcionada por la IES respecto a los estudiantes universitarios egresados en 2000-2016 contaba con 250 egresados emprendedores. Contestaron el cuestionario 152 emprendedores, el total de la muestra seleccionada. Para el análisis de los datos se utilizó la técnica de modelo de ecuaciones estructurales, que permitió alcanzar los objetivos de la investigación.

Los datos fueron analizados con el programa SPSS v24 considerando un valor de probabilidad menor a 0.05, que es estadísticamente significativo. El modelo hipotético propuesto fue confirmado con la técnica de ecuaciones estructurales, en el programa AMOS v24.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En el estudio realizado se abordaron cuestiones relativas a género, edad, estado civil, nivel de estudios, caracterización de la actividad emprendedora universitaria, fuentes de financiamiento, formación específica en materias de emprendimiento, dinámica emprendedora universitaria, grado de innovación del proyecto emprendedor universitario, perspectivas de crecimiento del tamaño de la empresa, entre otros. En esta línea, es importante analizar y poner especial atención en las fortalezas

y debilidades que todo emprendedor universitario puede tener o desarrollar para crear negocios, productos y procesos que tengan una mayor ventaja preferencial y una evolución permanente (López *et al.*, 2013).

Resultados generales

Se encuestaron 152 empresas de emprendedores egresados del nivel licenciatura de una IES. Los instrumentos fueron respondidos en su totalidad, es decir, 100 por ciento de la muestra seleccionada. Esto refleja el compromiso de los emprendedores de colaborar en este tipo de estudios, así como el interés de contribuir en la búsqueda de resultados que fortalezcan el emprendimiento.

Características de los emprendedores universitarios encuestados

En el trabajo realizado, los factores sociodemográficos (género, edad, estado civil, nivel de estudios, ocupación, entre otros) del emprendedor son primordiales. Se identifican factores mediante los cuales las personas constituyen su identidad como emprendedores o no emprendedores. Algunos de estos resultados son descritos en los siguientes párrafos.

La edad de los emprendedores universitarios se encuentra entre 21 y 43 años, con un promedio de 33.7 ± 5.5 años. Esto demuestra la existencia de alguna libertad socioeconómica que hace posible que decidan correr el riesgo de emprender.

La semejanza de la proporción de mujeres, 72 (48 por ciento), y hombres, 80 (52 por ciento), emprendedores da cuenta de un cambio generacional significativo hacia la igualdad de derechos y oportunidades.

En lo tocante al estado civil, 63 por ciento de los informantes son casados y 33 por ciento solteros. Esos datos hablan de la importancia de contar y buscar un sustento económico a través del emprendimiento.

Los profesionistas emprendedores encuestados se encuentran en una antigüedad de servicio variante: el 18 por ciento tiene de uno a cinco años de servicio; 20 por ciento, de seis a 10 años; 29 por ciento, de 11 a 15 años, y 33 por ciento, de 16 a 20 años. Este último es el mayor valor en este indicador, lo que muestra estabilidad laboral, experiencia, conocimientos en las diferentes áreas de una empresa, habilidades de gestión y de negociación, así como la seguridad para emprender.

Los emprendedores encuestados tienen una formación de nivel licenciatura en las diferentes especialidades de la IES (ingenierías: en sistemas computacionales, en gestión empresarial, en informática, en tecnologías de información y comunicación;

ingenierías: industrial, mecánica, electrónica, eléctrica, química, mecatrónica, civil; arquitectura, bioquímica, administración). La distribución de los egresados por especialidad indica que 11.1 por ciento de los emprendedores encuestados pertenece a la especialidad de ingeniería en sistemas computacionales, con lo cual se confirma que las características propias de esta licenciatura propician la facilidad de crear emprendimientos. Estos emprendedores son nativos digitales, por lo que sus desarrollos están pensados en el esquema de internet, desde aplicaciones para teléfonos móviles, comercio electrónico, hasta internet de las cosas, que son los más solicitados hoy en día. En lo tocante a la formación continua, 11.2 por ciento de la muestra tiene un posgrado en áreas afines a la especialidad correspondiente.

De los emprendedores encuestados, 92.1 por ciento pertenece al nivel socioeconómico medio, lo cual facilitó que ellos tomaran la decisión de ser emprendedores, por una posición económica favorable. El 78.2 por ciento ha prestado sus servicios a otra empresa, lo cual evidencia que cuentan con cierta experiencia que los fortalece para lanzarse a la aventura de emprender.

Características de las empresas encuestadas

De las empresas encuestadas, 95.4 por ciento (145) son micro, es decir, tienen entre uno y 10 empleados. Las empresas son jóvenes o de reciente creación y otras consolidadas. El análisis sectorial general muestra una concentración de actividades en los sectores de servicios (60.5 por ciento) y consumo (29.6 por ciento), lo que da cuenta de la relevancia de ofrecer algo intangible partiendo de habilidades o conocimientos específicos para el público en general o empresarial en función de la satisfacción de sus necesidades.

El 28.3 por ciento (43) de los emprendedores encuestados dedica al emprendimiento menos de ocho horas al día y 109 (71.7 por ciento), ocho horas o más. En esto se refleja el compromiso del emprendedor/empresario con su empresa. En ello hay una congruencia con el siguiente indicador: 74.3 por ciento (113) de emprendedores/empresarios dedican tiempo completo a su empresa. Algunos de estos últimos también prestan sus servicios como empleados en otra organización. A su vez, influye en el indicador de 58.5 por ciento (89) de las empresas encuestadas que está en la etapa de consolidación. En 39.5 por ciento de los casos el giro de la empresa está relacionado con la especialidad del emprendedor universitario egresado, lo cual marca un precedente relevante en los emprendimientos.

Por otra parte, las empresas emprendedoras analizadas han generado un promedio de cinco empleos. El número de empleos es un indicador de crecimiento

de la empresa. En este sentido, los encuestados perciben perspectivas positivas de crecimiento de las iniciativas emprendedoras en los próximos meses.

Las fuentes de financiamiento más comunes entre los emprendedores universitarios son: crédito, recursos financieros que obtienen de amigos y familiares y el ahorro propio. El 90 por ciento de los emprendedores encuestados inició el negocio con recursos propios (ahorros) y el restante 10 por ciento con recursos de programas de apoyo gubernamentales.

Se encontró también que 100 por ciento de los emprendedores encuestados considera que su producto o servicio es completamente innovador. En este contexto, el grado de innovación de la iniciativa emprendedora hace posible que el emprendimiento esté a la vanguardia y represente una fortaleza ante la permanente competencia en este mundo globalizado (López *et al.*, 2013).

Análisis descriptivo de las características psicológicas individuales del emprendedor universitario egresado

El análisis de las características psicológicas del emprendedor universitario egresado considera el emprendimiento como un aspecto típicamente comportamental. El emprendedor es, entonces, un individuo dotado de una serie de rasgos personales que posiblemente den lugar a una intención emprendedora enfocada a cualquier tipo de organización, incluyendo la empresarial.

En el estudio realizado, uno de los factores con el promedio más alto es la búsqueda de oportunidades e iniciativas (4.6 ± 0.4) (véase el cuadro 4), lo que revela que el emprendedor se preocupa por basar su idea de negocio en una oportunidad de negocios. De esta manera, la idea de negocio de los emprendedores encuestados es necesaria para emprender, pero por sí sola no es suficiente, es decir, debe haber una conceptualización y una visión de una factible oportunidad de negocio.

CUADRO 4. FACTORES CON MEDIAS MÁS ALTAS

Factor	Media y σ
Buscar oportunidades e iniciativa	4.6±0.4
Ética	4.6±0.4
Correr riesgo	4.0±0.5
Trabajo en equipo	4.3±0.8
Resiliencia	4.5±0.5
Innovador	4.5±0.5

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta (2020).

Esto conlleva que el emprendedor universitario encuestado tenga la habilidad y la intuición de renovarse constantemente en su actividad emprendedora aprovechando las oportunidades que se presenten en el medio en el que está establecido. De ahí la importancia del resultado obtenido en este estudio: 58.5 por ciento de los emprendedores universitarios encuestados tiene empresas consolidadas. Esta consolidación es consecuencia de la intención de conservar y mantener sus empresas por parte de los egresados emprendedores universitarios encuestados.

La ética en las empresas se fundamenta en un conjunto de reglas escritas e implícitas acerca de los principios que norman las acciones y la toma de decisiones en un negocio. En la actividad empresarial, esto crea y asegura mejores colaboradores y más inversiones. Estos principios fortalecen el resultado obtenido para este factor (4.6 ± 0.4).

En muchos casos, el éxito empresarial radica en tener una buena imagen, entre otros elementos que conforman el medio del emprendedor universitario egresado. De este modo, se genera la lealtad de los clientes y se crea una imagen positiva que propicia confianza en los productos y servicios ofrecidos, así como la promoción de estos entre amigos y familiares.

La asunción de riesgos es casi un sinónimo de emprender. Para iniciar y hacer prosperar la empresa se arriesga la vida profesional, el dinero y, en ocasiones, la salud. Para muchos, la prospección de tomar decisiones propias y ser responsable del destino personal lo vale. Si se desea ser exitoso como emprendedor, se debe estar preparado para los riesgos y los retos inherentes al éxito (Entrepreneur, 2017).

Los emprendedores universitarios encuestados no consideran el factor correr riesgos (4.0 ± 0.5) como un impedimento para llevar a cabo su emprendimiento. En este sentido, decidieron correr el riesgo, no tuvieron miedo a los obstáculos y a las contingencias y tienen un instinto para probar y aceptar las oportunidades para las que quizás no estén preparados. Desde el punto de vista de autores clásicos como Cantillon (1755) y Schumpeter (1950), el elemento clave para emprender es querer correr el riesgo, que en algunos casos es un impedimento para iniciar un emprendimiento.

Asimismo, el factor trabajo en equipo obtuvo el promedio 4.3 ± 0.8 . Desde la perspectiva de la TCP, tal factor es fundamental en la intención emprendedora. El resultado de este hace referencia a la relevancia de solicitar ayuda y opiniones para la toma de decisiones.

En este estudio, los emprendedores universitarios encuestados toman en cuenta el factor de resiliencia (4.5 ± 0.5), porque las personas con iniciativa emprendedora son conscientes de que corren el riesgo de fracasar, ya que la toma de decisiones no

siempre será asertiva. Este indica que los emprendedores deben ser fuertes cuando afronten retos y dificultades en la vida en general.

Finalmente, otro factor en esta subdimensión es ser innovador (4.5 ± 0.5). Seguir un pensamiento innovador combinado con la búsqueda de un rendimiento alto en los negocios hace que los emprendedores universitarios encuestados tengan en cuenta lo que pasa en el entorno y se adapten a los ambientes más cambiantes de la sociedad.

Para el análisis estadístico se empleó la técnica de ecuaciones estructurales, que mostró los índices estadísticos, la bondad de ajuste (χ^2), el error cuadrático medio de aproximación (RMSEA), el índice de ajuste comparativo (CFI), que permiten ver el grado de ajuste del modelo estructural, la intención emprendedora y las características psicológicas. Según los resultados obtenidos en el modelo final de ajuste a la muestra (véase el cuadro 5), los estadísticos de bondad de ajuste cumplen con los parámetros requeridos e indican que es un modelo fiable y de calidad, dado que los valores para los indicadores del índice de bondad de ajuste cumplen con los niveles de significancia $NFI = .954 \geq 0.95$, $TLI = .951 \geq 0.95$, $CFI = .952 \geq 0.95$. En este mismo marco, el ajuste de parsimonia cumplió también con el valor para el indicador $PNFI = .902$ próximo a 1. Con estos resultados es posible determinar la existencia de un efecto directo significativo estadísticamente de cada una de las características psicológicas sobre la intención emprendedora, y viceversa. Es decir, si alguno de los valores de los factores usados para evaluar las variables características psicológicas e intención emprendedora tienen algún cambio, este afectará el comportamiento de ambas.

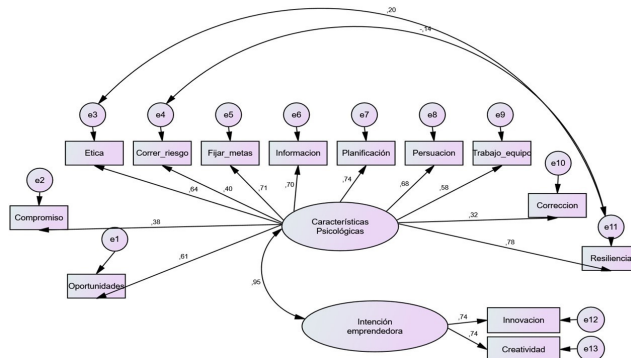
CUADRO 5. ESTADÍSTICOS DE AJUSTE

Estadístico	Abreviatura	Criterio	Valor obtenido	
Ajuste absoluto	X	Significación > 0.05	23.2/10	Acceptable
Chi-cuadrado Razón Chi-cuadrado / grados de libertad	2 χ^2 / gl	Menor que 3		
Ajuste comparativo	CFI	≥ 0.95	.952	Acceptable
Índice de bondad de ajuste comparativo	TLI	≥ 0.95	.951	Acceptable
Índice de Tucker-Lewis	NFI	≥ 0.95	.954	Acceptable
Índice de ajuste normalizado				
Ajuste parsimonioso	NFI	Próximo a 1	.902	Acceptable
Corregido por parsimonia	PNFI			

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta (2020).

El modelo estructural ajustado se muestra en la figura 2. Este modelo ajusta de manera adecuada considerando el valor obtenido en $p = .061 > .05$ y $\text{Chi-square} = 17.495$; además, cada uno de los parámetros son significativos. El error de aproximación cuadrático medio (RMSEA) es $0.027 \leq 0.05$, lo que establece que tienen significancia las relaciones entre los factores analizados para cada una de las variables y la hipótesis planteada.

FIGURA 2. MODELO AJUSTADO A LA MUESTRA



Chi-square = 17.495, Degrees of freedom = 10, Probability level = .061, RMSEA = .027.

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta (2020).

Por otra parte, en el cuadro 6 se muestra la relación entre cada uno de los factores para cada variable. Se observa que la variable latente de intención emprendedora se encuentra explicada por los factores de innovación y creatividad con un nivel de significancia igual (.74). Mientras que los factores que más explican la variable de características psicológicas es la resiliencia, con un nivel de significancia de .781; seguida del factor planificación, con un nivel de significancia de .739, y el factor fijar metas, con un nivel de significancia de .715.

Los resultados del modelo de medida ajustado indican que las características psicológicas del emprendedor influyen en la intención emprendedora de los egresados universitarios encuestados. En efecto, todos los factores resultan significativos, aunque no todos con la misma intensidad. Los factores que obtuvieron mayor significancia, resiliencia, planificación y fijar metas, explican en mayor medida la intención emprendedora de los universitarios egresados; los factores de menor significancia, compromiso, correr riesgo y corrección, también influyen en la intención emprendedora.

CUADRO 6. PESOS DE REGRESIÓN ESTANDARIZADOS DEL MODELO AJUSTADO

Factores	Variabes	Estimados
Oportunidades	<--- F1	.609
Compromiso	<--- F1	.376
Ética	<--- F1	.638
Correr_riesgo	<--- F1	.398
Fijar_metas	<--- F1	.715
Información	<--- F1	.698
Planificación	<--- F1	.739
Persuasión	<--- F1	.685
Trabajo_equipo	<--- F1	.581
Corrección	<--- F1	.322
Resiliencia	<--- F1	.781
Innovación	<--- F2	.740
Creatividad	<--- F2	.737

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta (2020).

En este mismo sentido, los factores de innovación y creatividad resultaron significativos para la creación de iniciativas emprendedoras. Estos datos evidencian que, al innovar, los emprendedores acometen nuevas actividades, realizan cambios, y si se desarrollan de forma simétrica con la creatividad, ya no se inicia de cero, se puede considerar algo que ya está empezado e irlo formando hasta consolidarlo. La creatividad y la innovación son un binomio del conocimiento humano para el emprendimiento.

Finalmente, existe una correlación entre las características psicológicas y la intención emprendedora. Respecto de los elementos considerados para la evaluación, algunos de ellos pueden ser modificados para potencializarlos, como el compromiso, correr riesgo y la corrección, lo que a su vez favorecerá la intención emprendedora y, con ello, la creación de emprendimientos.

CONCLUSIONES

En este artículo se examinaron algunos rasgos de la persona emprendedora relacionados con la intención emprendedora, en concreto, los factores psicológicos del emprendedor universitario egresado que le permitieron fomentar la intención emprendedora y, como consecuencia, crear una empresa.

De los resultados de este estudio, se concluye que los factores psicológicos analizados en los emprendedores profesionistas egresados de una institución de educación superior de Victoria de Durango, Durango, influyen en la intención emprendedora de estos.

Por otra parte, se determina que la innovación y la creatividad de los emprendedores son importantes en la iniciativa emprendedora. Estas han permitido que las iniciativas emprendedoras creadas se hayan sostenido y consolidado en muchos de los casos encuestados.

Se fortalece la validez de la TCP como fundamento para explicar la intención emprendedora, y se confirma la hipótesis planteada: las características psicológicas influyen en la intención emprendedora de los egresados universitarios encuestados.

El presente estudio se limitó a la revisión de la influencia de las características psicológicas en la intención emprendedora. No obstante, hay factores externos que también se encuentran vinculados de modo directo o indirecto con dicha variable.

BIBLIOGRAFÍA

- ACS, Zoltán J. y Szerb, László. (2014). *Global Entrepreneurship and Development*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- AJZEN, Icek. (1991). The Theory of Planned Behavior, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), pp. 179-211. DOI: [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- ARIAS VALENCIA, Jhoany Alejandro, Restrepo Montoya, Iván y Restrepo Montoya, Alexandra (2015). Factores explicativos de las intenciones emprendedoras en estudiantes universitarios. *Espacios*, 36(05). <https://www.revistaespacios.com/a15v36n05/15360507.html>
- BARRAZA MACÍAS, Arturo. (2012). *El inventario sisco para el estudio del estrés laboral en educadoras. Construcción y Validación Inicial*, Instituto Universitario Anglo Español http://www.redie.mx/librosyrevistas/libros/inventario_sisco.pdf
- BLENKER, Per, Korsgaard, Steffen, Neergaard, Helle y Thrane, Claus. (2014). The questions we care about: paradigms and progression in entrepreneurship education. *Industry and higher education*, 25(6), pp. 417-427. <https://www.effectuation.org/wp-content/uploads/2017/06/The-Questions-we-Care-About-1.pdf>
- CARO GONZÁLEZ, Francisco Javier, Sánchez Torné, Isadora y Romero Benabent, Helios Alberto (2018). El modelo TCP aplicado a la formación en emprendimiento de los

- estudiantes en comunicación. *Revista Espacios*, 39 (2). <http://www.revistaespacios.com/a18v39n02/a18v39n02p07.pdf>
- DRADA RAMÍREZ, Luz Dary (2017). Estrategias financieras para emprendedores del sector comercial del municipio Girardot del Estado Aragua (tesis maestría). Universidad de Carabobo, República Bolivariana de Venezuela. <http://mriuc.bc.uc.edu.ve/handle/123456789/5620>
- ELKJAER, Joergen R. (1991). *The Entrepreneur in Economic Theory: An Example of the Development and Influence of a Concept, en History of European Ideas*, 13 (6), pp. 805-15. DOI: [https://doi.org/10.1016/0191-6599\(91\)90143-M](https://doi.org/10.1016/0191-6599(91)90143-M)
- Entrepreneur (2017). *Vida emprendedora. 7 riesgos que todo emprendedor debe tomar*. México. <https://www.entrepreneur.com/article/267502>
- EYSENCK, Hans Jurgen (1993). Creatividad y personalidad: sugerencias para una teoría, *investigación psicológica*, 4: 3,147-178, DOI: https://doi.org/10.1207/s15327965pli0403_1
- HERNÁNDEZ SAMPIERI, Roberto, Méndez Valencia, Sergio, Mendoza Torres, Christian. y Cuevas Romo, Ana. (2017). *Fundamentos de investigación*. México: McGraw Hill.
- HISRICH, Robert D. y Peter, Michael P. (1989). Entrepreneurship: Starting, developing, and managing a new enterprice. Homewood, II: BPI-Irwin.
- KRAUSS, Catherine, Franco, Juan Pablo, Bonomo, Adriana, Mandirola, Natalia. y Platas, Ana Laura (2018). Entrepreneurial intention of health sciences students in the catholic University of Uruguay. *Enfermería: Cuidados Humanizados*, 7(1), 102-114. DOI: <https://doi.org/10.22235/ech.v7i1.1541>
- KRUEGER, Norris, Reilly, Michael y Carsrud, Alan. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions, *Journal of Business Venturing*, 15 (5/6), 411-532. DOI: [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(98\)00033-0](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00033-0)
- LAGUÍA GONZÁLEZ, Ana, Jaén, Inmaculada, Topa, Gabriela y Moriano, Juan (2019). University environment and entrepreneurial intention: the mediating role of the components of the theory of planned behaviour. *Revista de Psicología Social International Journal of Social Psychology*, 34(1). DOI: <https://doi.org/10.1080/02134748.2018.1542789>
- LASCANO PÉREZ, Luis Fabricio, Lascano Pérez, Mónica Jisela y Santiago Chávez, Nora Isabel (2017). El modelo de emprendimiento universitario y el entorno empresarial en la zona tres de la República del Ecuador *Revista Publicando*, [S.I.], 4 (12), pp. 703-727. <https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/741.Date>

- LLANOS ORTIZ, Marianella, Ayala Riquelme, Evadil, Núñez Jaldín, Jennifer y Ponce Díaz, Ludwika Francesca (2019). Análisis de la intención emprendedora a partir de una intervención en herramientas de emprendimiento, para estudiantes de la carrera de Ingeniería Civil Industrial de la Universidad Arturo Prat, Iquique, Chile. *Revista Perspectiva, Revista Oficial de la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo*. Perú, 20 (2), pp. 129-139. DOI: <https://doi.org/10.33198/rp.v20i2.00027>
- LÓPEZ PRECIADO, Carlos Daniel, Gómez Villanueva, Jorge Eduardo, González González, Jorge Alfonso, Malpica Romero, Alberto, Lucatero Castañeda, Isaac, Smith Tovar, Héctor Daniel, Huezco Ponce, Delia Lizette (2013). *Emprendimiento universitario: de la teoría a la práctica*. México: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey. https://corladancash.com/wp-content/uploads/2018/11/Emprendimiento-universitario_-D-CARLOS-DANIEL.pdf
- MATLAY, Harry y Dehghanpour, Farashah Ali. (2013). The process of impact of entrepreneurship education and training on entrepreneurship perception and intention: study of educational system of Iran, *Education+ Training*, 55(8/9), pp. 868-885. DOI: <https://doi.org/10.1108/ET-04-2013-0053>
- MOLLE, Willem y Djarova, Julia (2009). *Mejora de la efectividad de la innovación: nuevos roles para jugadores clave*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing. DOI: <https://doi.org/10.4337/978184844741>
- OSORIO, Fabián Fernando y Londoño Roldán, Juan Carlos (2015). Intención emprendedora de estudiantes de educación media: extendiendo la teoría de comportamiento planificado mediante el efecto exposición Cuadernos de Administración, vol. 28, núm. 51, julio-diciembre, 2015, pp. 103-131 Pontificia Universidad Javeriana Bogotá, Colombia. DOI: <https://doi.org/10.11144/Javeriana.cao28-51.ieec>
- PRIMO TAPIA, Wilfrido de Jesús y Turizo Tapia, Héctor Felipe (2011). Emprendedor y empresario: una construcción desde la dinámica del pensamiento económico. *Inquietud Empresarial*, 16(1), pp. 13-52. https://revistas.uptc.edu.co/index.php/inquietud_empresarial/article/view/7625/5872
- PULGARÍN MOLINA, Sergio Andrés y Cardona Acevedo, Marleny (2011). Caracterización del comportamiento emprendedor para los estudiantes de administración de la Universidad del Rosario, *Revista Escuela de Administración de Negocios* (71), 22-39. <https://journal.universidadean.edu.co/index.php/Revista/article/view/549/537>
- RAMOS LÓPEZ, Leonardo, López Torres, Virginia Guadalupe, Moreno Moreno, Luis, Ramón y Galván Sánchez, Ramón (2019). The Entrepreneur intention in university students and the teaching learning process. *Revista Global de Negocios, The*

- Institute for Business and Finance Research*, 6(3), pp. 1-12. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3071179
- RUIZ RUANO, Ana María y Puga López, Jorge (2019). Modelling academic entrepreneurial intention with Bayesian networks. *International Journal of Social Psychology*, 34(2). DOI: <https://doi.org/10.1080/02134748.2019.1589783>
- SCHUMPETER, Joseph Alois (1950). *Capitalism, Socialism and Democracy*. 3ª ed. Nueva York: Horper & Brothers.
- SUÁREZ, Luz y Vásquez, Carmen (2016). Evolución del concepto de emprendedor: de Cantillon a Freire. *Revista Digital de Investigación y Postgrado de la Universidad Nacional Experimental Politécnica "Antonio José de Sucre"*, Vicerrectorado Barquisimeto. Venezuela. 5 (3), pp. 882-894. Recuperado de <http://redip.bqto.unexpo.edu.ve>
- TARAPUEZ, Edwin, García, María Dolly y Castellano, Nélica (2018). Aspectos socioeconómicos e intención emprendedora en estudiantes universitarios del Quindío (Colombia). *Innovar-Revista De Ciencias Administrativas y Sociales*, 28(67), 123–135. DOI: <https://doi.org/10.15446/innovar.v28n67.68618>
- TERÁN VARELA, Omar Ernesto, Espinosa Ayala, Enrique, Hernández García, Pedro Abel y Martínez Ponce, Carolina Jazmín (2017). Política Pública Dirigida Al Financiamiento De Las MIPYMES En La Zona Sur Oriente Del Estado De México (Public Policy for Financing of MSMEs in the South-East Zone of the State of Mexico). *Revista Global de Negocios*, 6(2), 63-73. <http://www.theibfr2.com/RePEc/ibf/rgnego/rgn-v6n2-2018/RGN-V6N2-2018-6.pdf>
- TORRES, Velásquez, Jairo Adolfo, Valencia Arias, Alejandro, Bermúdez Hernández, Jonathan, Díez Echavarría, Luisa Fernanda, Urrego Marín, María Lucelly y Maussa Pérez, Fausto Orlando (2018). Caracterización de la intención emprendedora en estudiantes universitarios a partir del Modelo de Intención Emprendedora Sistémico. Caso de estudio. *Cuadernos de Gestión*, 18(2), pp. 95-114. DOI: <https://doi.org/10.5295/cdg.160670jt>
- VALLMITJANA I PALAU, Núria (2014). *La actividad emprendedora de los graduados IQS* (Tesis Doctoral). Barcelona: Universitat Ramon Llull. <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/145034/Tesis+Nuria+Vallmitjana+Palau.pdf;jsessionid=A8C915D429D93EB0DEF3BBBA6650F612?sequence=1>
- VARA HORNA, Arístides Alfredo (2015). *7 pasos para elaborar una tesis*, México: MACRO.
- VEGA GÓMEZ, Francisco Isidoro, Miranda González, Francisco Javier, Chamorro Meraz, Antonio y Pérez Mayo, Jesús Antonio (2019). Diferencias en las intenciones y valoraciones emprendedoras de los académicos españoles según su género. *Revista*

de Estudios Empresariales. Segunda época. Número: 1 (2019). Páginas: 41- 60.

DOI: <https://dx.doi.org/10.17561/ree.v2019n1.3>

XAVIER, Siri Roland, Kelley, Donna, Kew, Jacqui, Herrington, Mike. y Vorderwülbecke, Arne. (2013). *Global Entrepreneurship Monitor 2012 Global Report*. Babson-Universidad del Desarrollo-University Tun Abdul Razak. <https://www.gemconsortium.org/report/gem-2012-global-report>