

## ESTUDIO EXPLORATORIO SOBRE CARACTERÍSTICAS EMPRENDEDORAS EN ESTUDIANTES DE UNIVERSIDADES DE MÉXICO Y COLOMBIA

### EXPLORATORY STUDY ON ENTREPRENEURIAL CHARACTERISTICS IN STUDENTS FROM UNIVERSITIES IN MEXICO AND COLOMBIA

Francisca Hernandez Angel<sup>1</sup>  
 Amalio Segundo Otero Tapia<sup>2</sup>  
 Julio Cesar Sanchez Sanchez<sup>3</sup>  
 Javier Enrique Adarraga Mejía<sup>4</sup>

#### Resumen

El emprendimiento es una actividad que ha generado importancia en el mundo actual, el contexto universitario no es ajeno a esta tendencia, los estudiantes han incursionado en esta importante actividad, por lo que es relevante investigar acerca de cómo esta se desarrolla dentro de las universidades, el principal objetivo de esta investigación es llevar a cabo un estudio exploratorio sobre las características emprendedoras en estudiantes universitarios, comparando una universidad en México y una universidad Colombiana, con el fin de conocer cómo se desarrollan estas características emprendedoras de los estudiantes de las dos universidades y saber cómo influyen estas instituciones en sus estudiantes para impulsar la vocación emprendedora, este estudio servirá de base de futuras investigaciones y adelantar proyectos entre ambas instituciones para fortalecer la actividad emprendedora, el estudio adoptó un enfoque cuantitativo descriptivo, utilizando como muestra a los estudiantes matriculados en los distintos programas de ambas universidades, los resultados arrojaron datos interesantes que muestran fortalezas y debilidades en los estudiantes, las cuales son un insumo importante para formular y plantear estrategias que fortalezcan la actividad emprendedora al interior de estas instituciones.

**Palabras clave:** Actitudes emprendedoras, emprendimiento, estrategias, estudiantes, negocio, universidad, vocación.

#### Abstract

Entrepreneurship is an activity that has generated importance in today's world, the university context is no stranger to this trend, students have ventured into this important activity, so it is

Recepción: 10 de Febrero de 2024/ Evaluación: 28 de Marzo de 2024 / Aprobado: 20 de Abril de 2024

<sup>1</sup> Magister en Ciencias Administrativas Universidad del Golfo, Tampico. Profesora Investigadora de la Universidad Politécnica de Altamira. Calle C4 619 Fracc. Corredor Industrial, CP 89603, Altamira, Tamaulipas México franyhangel@gmail.com. (833) 1083073 ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4394-9817>

<sup>2</sup>Magister en Administración de Organizaciones UNAD Colombia. Docente de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia-UNAD. Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios-ECACEN. Transversal 45 # 44A – 221. Cartagena-Bolívar. amalio.otero@unad.edu.co (+571)3013148046. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0142-0344>

<sup>3</sup>Magister en Administración Universidad Tecnológica de Bolívar. Docente Universidad Nacional Abierta y a Distancia –UNAD. Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios-ECACEN. Cartagena-Bolívar Contacto : julio.sanchez@unad.edu.co ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4836-1473>

<sup>4</sup>Magister en Administración de las Organizaciones de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD, Egresado de la Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios – ECACEN. Transversal 45 # 44A - 221 Cartagena, Colombia, jadarragam@unadvirtual.edu.co (+571)3045211043.ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2023-1602>

relevant to investigate how it develops within universities, The main objective of this research is to carry out an exploratory study on the entrepreneurial characteristics in university students, comparing a university in Mexico and a Colombian university, in order to know how these entrepreneurial characteristics of the students of the two universities develop and To know how these institutions influence their students to promote the entrepreneurial vocation, this study will serve as a basis for future research and advance projects between both institutions to strengthen entrepreneurial activity. The study adopted a descriptive quantitative approach, using the students enrolled in the different programs of both universities, the results yielded interesting data that show strengths and weaknesses in the students, which are an important input to formulate and propose strategies that strengthen entrepreneurial activity within these institutions.

**Keywords:** Entrepreneurial attitudes, entrepreneurship, strategies, students, business, university, vocation.

### **Introducción**

El propósito de este artículo es mostrar los resultados de una investigación exploratoria sobre las características emprendedoras que tienen estudiantes de una universidad de México y una universidad de Colombia. La importancia que tiene esta investigación radica fundamentalmente en el papel que desempeña el emprendimiento en la economía de ambos países y el aporte que las universidades realizan para fortalecer esta actividad en sus estudiantes, el fomento del espíritu emprendedor en estudiantes universitarios se ha convertido en una estrategia imprescindible para fomentar los procesos de innovación, creación de empresas, desarrollo de ideas de negocios, entre otras que aportan a futuro a la sostenibilidad de estos emprendimientos y de esta manera se genere desarrollo económico. La comparación de las características emprendedoras de los estudiantes de las dos universidades permite una comprensión de las dinámicas de la actividad emprendedora en diferentes contextos, permitiendo la creación de estrategias más eficaces para impulsar y reforzar el espíritu emprendedor entre los estudiantes universitarios.

El emprendimiento es una actividad que genera mucha importancia a nivel mundial, este surgimiento se debe a múltiples necesidades, según Kantis, Et Al, 2004, dentro de las motivaciones primordiales que impulsan a las personas a emprender se encuentran: alcanzar la autorrealización, contribuir al bienestar de la sociedad, seguir modelos de referencia, buscar independencia, aumentar los ingresos, obtener riqueza, mantener la tradición familiar y alcanzar un estatus social. Independientemente del motivo que las personas tengan para emprender, los gobiernos mundiales están dando al emprendimiento una importante connotación debido al efecto positivo que este aporta en la economía, como es la creación de empleo y el progreso económico y social, (Marulanda, Montoya y Vélez, 2019; Romero, de la Ossa y Buelvas, 2021). Las universidades no son ajenas a esta tendencia mundial, y también son actores importantes que impulsan el emprendimiento, numerosas naciones en todo el mundo han decidido promover el espíritu emprendedor entre las actuales generaciones, mediante servicios educativos y medidas legislativas que impulsen la creación de nuevas empresas, (Falla, Avilez y Diaz, 2020), en este sentido Camacho afirma que ante las circunstancias actuales de la globalización, es necesario fomentar entre los estudiantes el aprendizaje y la aplicación del emprendimiento como una mentalidad que les capacite para generar creatividad en su entorno, (Camacho Corredor, 2007), por tal razón las universidades han concentrado esfuerzos en darle impulso al emprendimiento, creando estrategias

y programas, incluso incorporándose en currículos, sumado a unidades con capacidades para brindar asesorías y potenciar las ideas de negocios.

## **Revisión de la literatura**

### **Emprendimiento**

Hablar de emprendimiento, aunque parezca algo nuevo no lo es y para definirlo se requiere del análisis de diferentes puntos de vista de múltiples autores. En el siglo XVIII la ciencia económica documenta que Richard Cantillón (1680 – 1734) economista irlandés, presenta por vez primera el concepto de emprendimiento como *“La voluntad de los individuos de desarrollar formas de intermediación que implican el riesgo económico de una nueva empresa”* y el emprendedor (entrepreneur), como *“agente que compra los medios de producción a ciertos precios y los combina en forma ordenada para obtener allí un nuevo producto”*.

Posteriormente economistas clásicos como Joseph Schumpeter (1883-1950), Jean Baptiste Say (1767-1832), y John Stuart Mill (1806-1873) entre otros, contribuyen a profundizar sobre el papel del emprendimiento como factor de crecimiento y desarrollo económico a nivel global y los emprendedores como articuladores y ejes fundamentales de este proceso.

Las diferentes teorías y posturas sobre el emprendimiento y la evolución del comercio han hecho que entes como la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID), el Grupo Banco Mundial (BM), el Fondo Monetario Internacional (FMI) y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), proponen iniciativas para promoverlo, especialmente en economías en desarrollo.

En lo referente a quienes lideran los procesos de emprendimiento, María Marta Formichella en su monografía *“El concepto de Emprendimiento y su relación con la educación, (2004)”* plantea que *“La diferencia entre el emprendedor y el individuo común la establece su actitud. El emprendedor es una capacidad de crear, de llevar adelante sus ideas, de generar bienes y servicios, de asumir riesgos y de enfrentar problemas”*, descrito lo anterior, se pueden listar las principales características que debe tener un emprendedor como son:

1. Creatividad: Tener un pensamiento divergente para ver los fenómenos de una manera diferente.
2. Visión: Para detectar oportunidades existentes en el medio.
3. Iniciativa: Para movilizar los recursos disponibles que logren materializar las ideas.
4. Pasión: Imprimir energía y emoción a las actividades para lograr resultados adecuados.
5. Enfoque: Plantear un objetivo y centrar la atención en el mismo hasta lograrlo.
6. Disciplina: Diseñar una manera ordenada y constante para hacer las cosas
7. Resiliencia: Afrontar las adversidades adecuadamente para lograr el éxito
8. Flexibilidad: Para adaptarse a los cambios que presente el entorno.
9. Autoconfianza: Reconocer las calidades y cualidades que se tienen para el logro de los objetivos
10. Libertad: Para actuar de acuerdo con valores personales.

### **Teorías Relevantes**

A continuación, se presentan algunas teorías previas que explican el desarrollo de características emprendedoras:

#### **Teoría del capital humano.**

Estudiar el emprendimiento desde las universidades puede ser explicado por medio la teoría que vincula el capital humano con el emprendimiento al afirmar que la educación no solo suministra conocimientos y datos, sino que también, desempeña un papel fundamental en el estímulo del espíritu emprendedor, debido a que permite cambiar o fortalecer atributos y actitudes, lo cual ayuda a forjar cualidades emprendedoras, “si los individuos se encuentran capacitados tendrán mayor facilidad para emprender nuevos negocios que ayuden a generar nuevos empleos, a aumentar los ingresos y, por lo tanto, contribuirán a la dinamización económica regional y nacional.” (López, Et Al, 2019)

Para lograr un mayor éxito en el emprendimiento, es necesario que los emprendedores se eduquen y puedan fortalecer sus capacidades, como lo afirman Gutiérrez, la fuente y Leyva; la inversión en capital humano, que incluye la educación y la experiencia laboral, es fundamental, una educación orientada al emprendimiento genera emprendedores más capacitados y exitosos que en épocas anteriores, destacando la importancia de la educación, la experiencia, el conocimiento y las habilidades como recursos críticos para el éxito empresarial,(Gutiérrez, La Fuente y Leiva, 2018).

### **Teoría del capital social**

Hanifan, (1916, p.130), efectuó los estudios iniciales sobre el tema, quien lo veía como “esas sustancias tangibles (que) cuentan para la mayoría en las vidas diarias de la gente: denominadas buena voluntad, compañerismo, simpatía y relaciones sociales entre los individuos y las familias que integran una unidad social; si (un individuo entra) en contacto con su vecino y ellos con otros vecinos, habrá una acumulación de capital social, que puede satisfacer inmediatamente sus necesidades sociales y que puede tener una potencialidad suficiente para la mejora sustancial de las condiciones de vida en toda la comunidad”. Así se evidencia el reconocimiento del papel de las redes y relaciones como elementos del capital social, o al menos como el contexto donde éste se desarrolla, junto con la cooperación y la confianza.

Bourdieu (1980, p.2), asevera “es el conjunto de recursos actuales y potenciales que están vinculados a una red permanente de relaciones más o menos institucionalizadas de mutua aceptación y reconocimiento, es decir, que dependen de la pertenencia a un grupo”, el autor identifica cuatro tipos de capital: el simbólico, el social, el cultural y el económico, en el cual la inversión en cualquiera de ellos promoverá beneficios a largo plazo. Por ejemplo, en el caso del capital social, se entiende que las relaciones sociales que un individuo cultive determinarán su acceso a la solidaridad de los miembros de esa red en el futuro.

Putnam (1993), define al capital social como, son los “aspectos de las organizaciones sociales, tales como las redes, las normas y la confianza, que facilitan la acción y la cooperación para beneficio mutuo”. Putnam indica que el trabajo colaborativo es más sencillo en una comunidad que cuenta con un ampli stock de capital social.

El capital social se ha identificado como una forma de beneficio que emerge de las relaciones duraderas entre individuos o grupos, por lo tanto, solo existe en la medida en que se comparte, lo que resulta en beneficios para los individuos, territorios o grupos que lo poseen. Según Hernández (2011).

Autores como Ayios, Jeurissen, Manning & Spence (2014, p.109), lo describen como: “El capital social es, una teoría relacional de la interacción social que entiende que los actores y sus acciones intencionadas como interdependientes”, este concepto es respaldado por Andriani & Christoforou (2016), quienes consideran que el concepto de capital social, se refiere a una mayor vivacidad en las asociaciones dentro de una comunidad, lo que contribuye a cultivar un sentido de

compromiso colectivo, donde la equidad, la cooperación y la confianza mutua se fomentan y utilizan para abordar acciones grupales y problemas de información asimétrica.

Se dispone de numerosas pruebas que indican que el capital social ha desempeñado un papel fundamental en el éxito de los procesos de desarrollo, sobre todo en entornos innovadores (Esparcia, 2014). Sin embargo, es evidente la necesidad de profundizar en el estudio de casos, teniendo en cuenta las particularidades de nuestras estructuras institucionales económicas y sociales.

### **Teoría del capital cultural**

La teoría del capital cultural brinda una fuente valiosa para comprender la dinámica del emprendimiento universitario, ya que destaca la importancia de los recursos culturales y educativos en la formación de empresarios dentro del contexto académico. Bourdieu (1986) postula que el capital cultural comprende los conocimientos, habilidades y disposiciones adquiridos a través de la socialización y la educación y estos elementos desempeñan un importante papel en la capacidad de los individuos para desenvolverse en el mundo empresarial. En el ámbito universitario, el capital cultural se manifiesta a través de la exposición a diversas disciplinas académicas, la participación en actividades extracurriculares y la interacción con profesores y compañeros, lo que contribuye a la formación de una mentalidad emprendedora (Di Gregorio & Shane, 2003).

### **Teoría del comportamiento emprendedor**

A través del tiempo en la literatura universal es posible consultar múltiples conceptos alineados al comportamiento emprendedor, dentro de los que se pueden destacar a Schumpeter (1942) el cual emplea el término "emprendedor" para describir a aquellos individuos que generan cambios en los mercados mediante sus acciones. Define al emprendedor como alguien dinámico y poco convencional, que impulsa nuevas innovaciones o combinaciones.

Por otro lado, Peter Drucker (1985), uno de los autores destacados en este ámbito define al empresario como innovador (y al emprendimiento como la actividad empresarial innovadora) y clarifica la equivocación común de pensar que cualquier pequeña empresa nueva constituye un emprendimiento y que cualquiera que la dirige es un emprendedor.

Mientras que Pinchot (1999), utilizó el término "intrapreneurship" fue utilizado para describir el espíritu empresarial que existe dentro de las grandes empresas, refiriéndose a los emprendedores que trabajan en ellas. Según él, este espíritu es el responsable de las iniciativas de proyectos y negocios dentro de estas organizaciones.

La educación superior en el emprendimiento contribuye a aumentar la percepción sobre la idoneidad y la viabilidad de iniciar un negocio (Peterman y Kennedy, 2003). Además, la educación en el emprendimiento debe ser tanto motivadora (racional) como inspiradora (emocional), promoviendo un cambio en el comportamiento (cambio de mentalidad, compromiso y autorreflexión) (Nabi et al., 2017; Viveros, García, Solarte y Rivera, 2021).

Por su parte Timmons et al. (2004), indican que el emprendedor es una manera de pensar, un modo de razonar y de actuar que está completamente centrado en identificar oportunidades, con una perspectiva integral y un liderazgo equilibrado.

Autores como García et al. (2022), lo caracterizan como alguien capaz de reconocer necesidades específicas y de generar cambios de manera anticipada. Es importante destacar que ser emprendedor no garantiza necesariamente el éxito y que siempre implica cierto grado de riesgo.

En otra línea el concepto varió por parte de otros autores, quienes definen el concepto emprendedor se describe como la persona que adquiere la habilidad de iniciar oportunidades desde conceptos fundamentales, innovando a partir de este proceso y superando los retos del entorno hasta alcanzar el objetivo que origina su motivación (Patiño, 2018).

El Global Entrepreneurship Monitor (GEM), una de las investigaciones más importantes y reconocidas a nivel mundial en el espacio del emprendimiento y la investigación de los aspectos individuales del emprendedor y su entorno, relaciona al emprendimiento como un proceso que implica una variedad de elementos, como la motivación, la innovación, la competitividad y las aspiraciones, efectuada por individuos o grupos de estos, conocidos como emprendedores (Tunali y Sener, 2019).

De otro modo Rodríguez y Borges (2018), hacen referencia a “el perfil emprendedor cuenta con una serie de rasgos que permiten que elementos como la motivación o la capacidad de percepción de oportunidades del entorno, sean de vital importancia a la hora de desarrollar una idea”, por lo tanto, es fundamental que desde la universidad, el gobierno y las empresas, se promueva y respalde a los estudiantes brindándoles conocimientos en emprendimiento, modelos de negocio y opciones de financiamiento, que les permitirá avanzar en la materialización de sus ideas empresariales, lo cual contribuirá al progreso social, económico y ambiental del país.

Silva, Almeida & Silveira (2019), postulan el concepto de la intención emprendedora como un tema complejo que comprende aspectos relacionados con las características individuales de los emprendedores, sus necesidades y costumbres, que a su vez articulan elementos entre ellos las creencias, los valores y las habilidades personales.

En Colombia, con la adopción de Ley 1955 de 2019, se instauró el emprendimiento como uno de los cimientos fundamentales para promover la igualdad de oportunidades para todos los ciudadanos colombianos. (Congreso de la República de Colombia, 2020)

Considerando lo expuesto por López y Moncada, (2020), quienes afirman que el enfoque del emprendimiento en el gobierno de Colombia, se enlaza con la economía naranja, que engloba las industrias creativas y la cultura, impulsada por la Ley 1834 de 2017. De acuerdo con el artículo 2 de la Ley Naranja:

Las industrias creativas comprenderán los sectores que conjugan creación, producción y comercialización de bienes y servicios basados en contenidos intangibles de carácter cultural, y/o (sic.) aquellas que generen protección en el marco de los derechos de autor. Las industrias creativas comprenderán de forma genérica -pero sin limitarse a-, los sectores editoriales, audiovisuales, fonográficos, de artes visuales, de artes escénicas y espectáculos, de turismo y patrimonio cultural material e inmaterial, de educación artística y cultural, de diseño, publicidad, contenidos multimedia, software de contenidos y servicios audiovisuales interactivos, moda, agencias de noticias y servicios de información, y educación creativa.

Desde otra perspectiva, autores como Borrayo et al. (2019), divisaron los motivos que impulsan a los estudiantes mexicanos a emprender, enfocándose en la cultura emprendedora de los jóvenes de la Universidad de Guadalajara, México, su estudio buscaba desarrollar un modelo universitario que forme emprendedores, concluyendo que el conocimiento y la experiencia en negocios tienen un impacto significativo, por lo tanto, proponen la implementación de estrategias educativas para impulsar un modelo universitario centrado en el éxito empresarial.

Es importante especificar, la disposición para iniciar un emprendimiento digital reduce las barreras de género y de ubicación física, en este sentido, el dominio de la tecnología digital, el

capital social y la motivación intrínseca son factores claves que facilitan que los usuarios digitales se conviertan en empresarios digitales (Xin y Ma, 2023; Saldarriaga, Benítez y Concha, 2021).

Un factor importante para originar la intención emprendedora se encuentra dentro de las universidades, las cuales concentran conocimientos, capacidades y recursos en un mismo espacio. El entorno universitario juega un papel clave en el estímulo de la intención emprendedora mediante la transferencia de conocimientos, fomentando intercambios de experiencia y conocimientos como medio de difusión y establecimiento de relaciones con los grupos de interés (Blanco Mesa et al., 2023).

Es de gran relevancia destacar que, en Colombia y México, el emprendimiento ha sido una tabla de salvación para muchas personas como resultado de la crisis sanitaria mundial. Estos países han obtenido el reconocimiento a nivel latinoamericano por su fuerte espíritu emprendedor, según un estudio realizado por Ipsos, “multinacional de investigación de mercados, según una encuesta a más de 20.000 mil mujeres y hombres en 28 países a finales del 2020”. (Portafolio, 2021)

Según los hallazgos de la investigación de Guzmán Coutiño et al. (2022, p. 197), el emprendimiento en el entorno universitario en México y Colombia, la primera exposición internacional de emprendimiento. “Un encuentro de ideas para el desarrollo sostenible” Dirigida desde la IUDigital de Antioquia y en colaboración con la incubadora de empresas génesis Colombia, la universidad Veracruzana de México y la cámara de comercio de Medellín para

Antioquia, esta iniciativa tuvo como propósito principal impulsar el avance del emprendimiento a nivel local, nacional e internacional, como pilar estructural de la cultura empresarial. Esta feria de emprendimiento, organizada por estudiantes, seleccionó varios proyectos como parte de sus actividades, se hace necesario citar por parte de la IUDigital de Antioquia, los proyectos de cosmética sobrenatural que presenta productos cosméticos que aprovechan los beneficios de la naturaleza, utilizando materias primas biodegradables y formulaciones libres de conservantes y parabenos, estos productos están diseñados para mantener la salud del cabello y de la piel de manera natural. Esta propuesta es desarrollada por Luisa María López Ferraro; tofú, es un queso de soya artesanal, autora Suly Andrea Quintero Castaño y en representación de la universidad Veracruzana de México, se exponen los proyectos de magic trade, el cual es una aplicación destinada a promover el turismo como una experiencia única en México, desarrollada por Betsaida Hermida Bello, Karol Guadalupe Díaz Díaz, entre otros autores; Epiparch, representado por un parche transdérmico aplicado en la piel, que utiliza la absorción de medicamentos como una solución para la epilepsia, este dispositivo ha sido diseñado por un equipo profesional multidisciplinario, liderado por Kerem Lisset García y Juan Pablo Martínez Castillo, entre otros. (Guzmán Coutiño et al., 2022, p. 198 - 199).

Dentro de los elementos que podrían tener un impacto positivo en el desarrollo de las características emprendedores a través de programas institucionales en Colombia, se han ejecutado, desde el año 2002, algunas acciones relacionadas con el emprendimiento, mediante el respaldo del Fondo Emprender, el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) brinda apoyo a los emprendedores, este fondo opera como una fuente de financiamiento inicial destinada a respaldar los proyectos emprendedores presentados por aprendices del SENA, profesionales, estudiantes universitarios y personas en situación de vulnerabilidad (Fondo Emprender, s.f.).

## **Metodología**

### **Diseño de investigación**

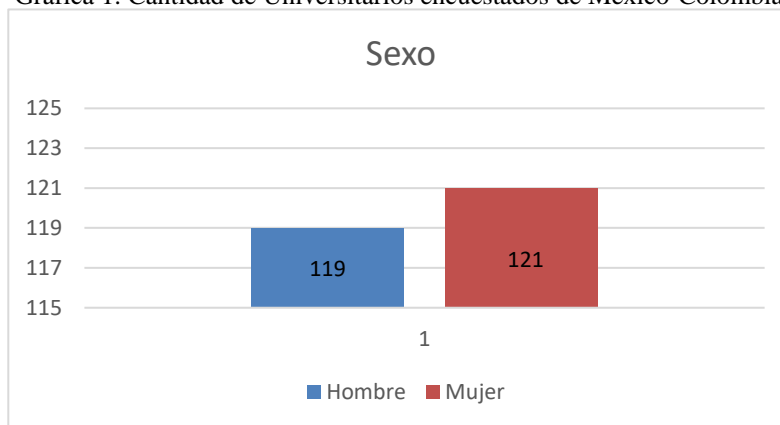
La presente investigación es de un enfoque cuantitativo de corte exploratorio, es un estudio transversal, utilizando una encuesta para la obtención de los datos de estudio de manera primaria,

con estos datos se procedió a su tratamiento de manera estadística e interpretar los resultados de manera descriptiva.

### Población y muestra

La Población, fueron los estudiantes de una universidad estudiantes universitarios de Altamira, Tamaulipas, México y de la ciudad de Cartagena, Colombia. Se tomó una muestra por conveniencia de 120 alumnos de cada institución. Los alumnos pertenecen a carreras del área de Ingeniería Industrial, en el caso de la universidad mexicana y en el área de ciencias Administrativas, en el caso de la universidad de Colombia. Las características de la muestra se observan en la Gráfica 1

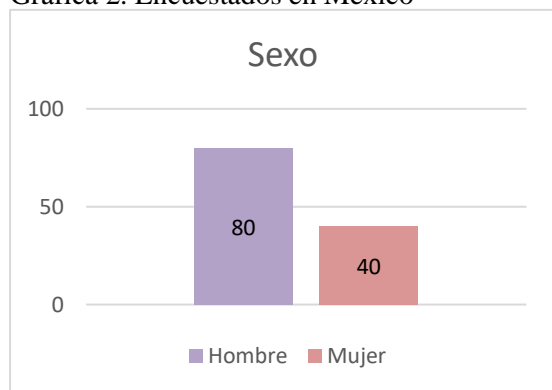
Gráfica 1. Cantidad de Universitarios encuestados de México-Colombia.



Fuente: Elaboración propia.

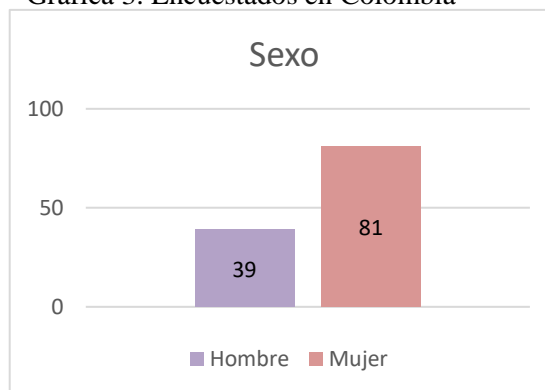
De manera desagregada se presentan en las Gráficas 3 y 4 la cantidad de hombres y mujeres encuestados en México y a Colombia, respectivamente.

Gráfica 2. Encuestados en México



Fuente: Elaboración propia

Gráfica 3. Encuestados en Colombia



Fuente: elaboración propia

### Instrumentos de recolección de datos

Para la recolección de los datos, se usó como instrumento una encuesta donde se midieron 8 variables latentes Identificación de Oportunidades (4 ítems), Proactividad (4 ítems), Creatividad (4 ítems), Visión (3 ítems), Trabajo en Equipo (3 ítems), Liderazgo (4 ítems), Sentido de Riesgo (5 ítems), Manejo de Cambio (5 ítems), sienten un total de 32 ítems, medidas en una escala Likert



de 7 puntos, en la que 1 corresponde a: Totalmente en desacuerdo y 7 a Totalmente de Acuerdo. La operacionalización de las variables se construyó basado en estudios de Bolbao y Pachano, (2002), Amorós, (2011), Cabana-Villca, et al, (2013), Loli, et al, (2010), Ochoa, et al, (2015), Hernández-Angel et al, (2019), Hernández Angel, et al. (2019), De Rivas (2019), Villalba y Ortega (2021) y Ríos (2023). En la Tabla 1, se muestran las variables a estudiar.

Tabla 1: Operacionalización de las variables de investigación

Variable	Indicador	Operacionalización	Referencias
Identificación de Oportunidades	IDO1	Me siento motivado para generar mis propias oportunidades de desarrollo personal.	Bolbao & Pachano, (2002) Amorós, (2011) Cabana-Villca, et al, (2013) Loli, et al, (2010) Ochoa, et al, (2015) Hernández-Angel et al, (2019) Hernández Angel, et al. (2019) De Rivas (2019) Villalba y Ortega (2021) Ríos (2023)
	IDO2	Identifico las habilidades que tienen las demás personas.	
	IDO3	Considero importante buscar permanentemente nuevas maneras de realizar las cosas.	
	IDO4	Participo en actividades extracurriculares para mantener conexiones con otros grupos.	
Proactividad	PROAC1	Ante una situación, soy de las personas que tiene la iniciativa.	
	PROAC2	Cuando se presenta un problema, procuro buscar la solución.	
	PROAC3	He tomado las precauciones necesarias ante de un problema antes de actuar.	
	PROAC4	Ante situaciones ante pongo mis valores sobre los impulsos o sentimientos del momento.	
Creatividad	CREAT1	Propongo ideas que se implementan en los equipos de trabajo.	
	CREAT2	Utilizo mi creatividad para llevar a cabo las actividades de manera innovadora	
	CREAT3	Generalmente, tengo ideas autentica y las llevo a cabo	
	CREAT4	Me gusta analizar y encontrar maneras diferentes de hacer las cosas.	
Visión	VIS1	Propongo nuevas ideas o visiones para el desarrollo de las actividades.	
	VIS2	Me visualizo empezando actividades en mi rutina diaria	
	VIS3	Selecciono resultados de acciones previamente implementadas como base para establecer futuras acciones.	
Trabajo en Equipo	TEE1	Participo abiertamente en actividades grupales.	
	TEE2	En la realización de actividades grupales, involucro a las demás personas.	
	TEE3	Muestro interés por las personas con las que realizo actividades.	
Liderazgo	LID1	Me gusta tomar iniciativa en las actividades.	
	LID2	Considero que influyo notablemente sobre las personas.	
	LID3	Propongo nuevas formas o actividades con el propósito de mejorarlas.	
	LID4	Facilito el dialogo con las personas.	
Sentido de Riesgo	SENTI1	Considero que es fundamental tomar riesgos para progresar	
	SENTI2	Creo que las personas que asumen riesgos tienen mayores posibilidades de lograr sus objetivos en comparación con aquellos que no lo hacen.	
	SENTI3	Disfruto respaldando una idea prometedora, incluso si no está completamente garantizada	
	SENTI4	Disfruto asumir riesgos calculados (tomar decisiones en las que podré acertar o fallar) con las nuevas ideas.	
	SENTI5	Pienso que es necesario arriesgarse para progresar.	
Manejo de Cambio	CAMBIO1	Considero que puedo adaptarme al cambio.	
	CAMBIO2	Planeo nuevas formas para realizar actividades con el propósito de que sean más fáciles y aceptadas.	
	CAMBIO3	Procuro mejorar cada actividad que realizo.	
	CAMBIO4	Busco que mis actividades no sean monótonas.	

	CAMBIO5	Desarrollo nuevas formas o maneras que promueven la mejora de los procedimientos.	
--	---------	---	--

Fuente: Elaboración propia, de acuerdo a la revisión de la literatura

### Procedimientos de recopilación y análisis de datos.

La encuesta se aplicó de manera virtual, se les proporcionaba a los alumnos el link por medio de grupos de whatsapp, los encuestados recibían la invitación para responder la encuesta desde cualquier dispositivo electrónico, también se proyectó en aulas un QR para abrir el enlace directamente, las respuestas eran enviadas a una plataforma a un archivo en Excel, posteriormente fueron codificadas para su tratamiento estadístico.

El tratamiento de datos se realizó por medio del software estadístico Statistical Package for Social Sciences, SPSS Statistics. Analizaron las respuestas de las encuestas respondidas por los 240 alumnos de ambos países. En primera instancia se corriendo estadísticos descriptivos, con los datos correspondientes a cada país para obtener la desviación estándar y la media. Posteriormente para comprobar la fiabilidad de la encuesta se empleó el Alfa de Cronbach. Finalmente, se efectuó un análisis factorial exploratorio. Los análisis se realizaron por cada país, para poder realizar la comparación. Los resultados se describen a continuación.

### Resultados

En primera instancia al estudio de la información obtenida se tienen los resultados de las variables Identificación de Oportunidades, Creatividad Proactividad, Liderazgo, Visión, Trabajo en Equipo, Manejo de Cambio y Sentido de Riesgo. Cada una de estas variables de estudios se obtuvo la desviación estándar y la media como se registra en la Tabla 2.

Se evidencia que las medias correspondientes a los estudiantes mexicanos tienen una tendencia hacia el valor 5, mientras que los estudiantes colombianos muestran una tendencia al valor 6. Se deduce que los estudiantes mexicanos tienen estar Ligeramente de acuerdo en la mayoría de las variables establecidas, mientras que los estudiantes colombianos tienen una inclinación mayor hacia estar De acuerdo. Estos resultados exponen que en México los estudiantes de esta muestra tienen menor tendencia a las características emprendedoras de los estudiantes colombianos. Se aprecia de manera general que, a pesar de las tendencias mencionadas, las medias no están muy distanciadas numéricamente, y su tendencia es similar.

Tabla 2: Análisis de Medias y desviación estándar

Variables	México		Colombia	
	Media	Desv. Desviación	Media	Desv. Desviación
<b>Identificación de Oportunidades</b>				
IDO1	5.97	1.084	6.28	1.243
IDO2	5.86	1.245	6.00	1.202
IDO3	5.80	1.287	6.32	1.203
IDO4	4.29	1.844	5.18	1.747
<b>Proactividad</b>				
PROAC1	5.38	1.391	5.96	1.312
PROAC2	5.95	1.044	6.28	1.341
PROAC3	5.50	1.408	5.96	1.226
PROAC4	5.30	1.564	5.97	1.289

<b>Creatividad</b>				
CREAT1	5.62	1.182	6.12	1.231
CREAT2	5.42	1.332	6.22	1.217
CREAT3	5.01	1.537	6.13	1.127
CREAT4	6.80	9.273	6.22	1.204
<b>Visión</b>				
VIS1	5.44	1.215	6.17	1.183
VIS2	5.72	1.238	6.33	1.125
VIS3	5.53	1.061	6.10	1.056
<b>Trabajo en equipo</b>				
TEE1	5.22	1.548	6.18	1.316
TEE2	5.62	1.379	6.17	1.368
TEE3	5.95	1.308	6.18	1.145
<b>Liderazgo</b>				
LID1	5.70	1.206	6.00	1.353
LID2	5.04	1.374	5.86	1.292
LID3	5.58	1.268	6.03	1.166
LID4	5.38	1.551	6.09	1.160
<b>Sentido de riesgo</b>				
SENTI1	6.34	1.025	6.17	1.305
SENTI2	6.41	0.974	6.22	1.319
SENTI3	5.38	1.721	5.76	1.501
SENTI4	5.88	1.265	5.78	1.387
SENTI5	6.14	0.990	6.24	1.195
<b>Manejo de Cambio</b>				
CAMBIO1	5.94	0.981	6.10	1.205
CAMBIO2	6.04	0.854	6.32	1.153
CAMBIO3	5.77	1.150	6.00	1.223
CAMBIO4	5.61	1.031	6.04	1.219
CAMBIO5	5.70	1.435	6.07	1.370

Posteriormente, se obtuvo el Alfa de Cronbach, como se muestra en la Tabla 3, donde se obtuvo de manera general un para la parte correspondiente a México de 0.905 y para Colombia 0.918, siendo valores aceptados, a pesar que estos valores pueden ser considerados que en algunos ítems exista redundancia o duplicación (Oviedo y Campo-Arias,2005), cuando se realiza el análisis por constructo sus indicadores son cercanos a 0.90 por lo que no se encuentran entre estas características.

Referente al Alfa de Cronbach obtenido por variable, se observa que en la variable Identificación de Oportunidades, Trabajo en Equipo, y Manejo de Cambio, no existe mucha variabilidad en los resultados en ambos países. Por otro lado, las variables: Proactividad, Creatividad, Visión Liderazgo y Sentido de Riesgo, la comparativa muestra diferencias mayores a una unidad, como el caso de Proactividad, aunque ambos resultados están por arriba del 0.5 por lo que son aceptables.

Finalmente se efectuó un análisis factorial exploratorio con el propósito de validar las variables, los resultados alcanzados como se muestran en la Tabla 3. Observando los resultados se muestra que la encuesta por su totalidad es válida. Los ítems utilizados para medir cada dimensión son los adecuados, ya que muestran valores mayores a 0.5, a excepción del ítem PROAC4 en la parte colombiana, 0.450, un valor muy cercano al permitido, se optó por no extraerla, debido a que

en la parte mexicana mostró un valor 0.757. Estos resultados demuestran la validez del instrumento de medición y la confiabilidad.

Tabla 3: Confiabilidad de la encuesta

Variables	México		Colombia	
	Confiabilidad	Alpha de Cronbach	Confiabilidad	Alpha de Cronbach
General		0.905		0.918
Identificación de Oportunidades		<b>0.805</b>		<b>0.838</b>
IDO1	0.712		0.792	
IDO2	0.741		0.599	
IDO3	0.874		0.781	
IDO4	0.671		0.557	
Proactividad		<b>0.560</b>		<b>0.865</b>
PROAC1	0.761		0.729	
PROAC2	0.742		0.860	
PROAC3	0.741		0.755	
PROAC4	0.757		<b>0.450</b>	
Creatividad		<b>0.742</b>		<b>0.905</b>
CREAT1	0.750		0.790	
CREAT2	0.781		0.851	
CREAT3	0.865		0.759	
CREAT4	0.729		0.803	
Visión		<b>0.666</b>		<b>0.826</b>
VIS1	0.791		0.646	
VIS2	0.775		0.847	
VIS3	0.762		0.693	
Trabajo en equipo		<b>0.852</b>		<b>0.911</b>
TEE1	0.804		0.748	
TEE2	0.822		0.777	
TEE3	0.774		0.799	
Liderazgo		<b>0.729</b>		<b>0.899</b>
LID1	0.584		0.726	
LID2	0.753		0.722	
LID3	0.766		0.828	
LID4	0.777		0.712	
Sentido de riesgo		<b>0.697</b>		<b>0.908</b>
SENTI1	0.751		0.680	
SENTI2	0.711		0.686	
SENTI3	0.608		0.690	
SENTI4	0.741		0.785	
SENTI5	0.780		0.764	
Manejo de Cambio		<b>0.796</b>		<b>0.896</b>

CAMBIO1	0.794	0.802
CAMBIO2	0.754	0.831
CAMBIO3	0.801	0.789
CAMBIO4	0.772	0.793
CAMBIO5	0.724	0.780

### Discusión

Los estudiantes muestran características para poder realizar aportaciones a la sociedad por medio del emprendimiento. Los resultados de esta investigación manifiestan que los universitarios en estudio tienen una tendencia a estar más de acuerdo con las características emprendedoras de estudio, Identificación de Oportunidades, Creatividad, Proactividad, Visión, Liderazgo, Trabajo en Equipo, Manejo de Cambio y Sentido de Riesgo, ya que los valores de las medias están por arriba del 5 y 6 puntos en su mayoría. En el caso de los estudiantes de México se aprecia menor su tendencia al emprendimiento que los estudiantes de Colombia.

Por otro lado, se muestra la confiabilidad en los constructos de la encuesta en ambos países al mostrar valores mayores a 0.5 en ambos países, acentuando los resultados más altos en los estudiantes colombianos. Como se aprecia en los resultados, los índices más elevados tienen a ser para los estudiantes de Colombia, debido a su perfil con tendencia más al área administrativa que en el caso de los estudiantes de México, que son de Ingeniería Industrial, que es una carrera en donde los estudiantes cursan materias que tienen relación al área administrativa.

Sería de interés analizar las estrategias de emprendimiento que cada universidad implementa en sus estudiantes, tomando en cuenta condiciones sociales, económicas y personales, que en este estudio no fueron consideradas, para verificar si estos elementos influyen en su desarrollo académico y en la sociedad una vez que haya finalizado su labor universitaria. Se propone realizar otros estudios para proyectos futuros de investigación una correlación y una mediación entre algunas de las variables, para determinar algunas explicaciones de sucesos, como determinar si la edad o si la persona labora tiene algún impacto en el comportamiento de los estudiantes de los dos países.

### Conclusiones

El emprendimiento es transcendental para el desarrollo económico como lo marca el Global Entrepreneurship (GEM), de acuerdo con las estadísticas arrojadas en los estudios de la Actividad Emprendedora Temprana (TEA) por sus siglas en inglés, determino que una quinta parte de los individuos adultos en Latinoamérica participa en actividades emprendedoras. El presente trabajo es una evidencia estadística que las universidades desarrollan un papel importante en los estudiantes universitarios para el desarrollo del emprendimiento.

Las universidades se esfuerzan por brindar a la sociedad egresados con características emprendedoras, que ayuden al crecimiento y desarrollo económico de las regiones, teniendo en sus planes de estudios o retículas materias que ayuden a adquirir o aumentar las características que debe tener un emprendedor. Los resultados mostrados, de acuerdo a la percepción de los estudiantes de ambos países nos muestran que tienen las características necesarias para ser emprendedores y pueden ser capaces de generar su propia empresa al mostrar características emprendedoras positivas. Este estudio ayuda a reflexionar sobre el papel que tienen las universidades en el fortalecimiento de las características mencionadas en el trabajo de investigación, así como brindarles herramientas necesarias para el aprovechamiento de oportunidades empresariales en ambos países.

### Referencias Bibliográficas

- Amorós, J. E. (2011). The Global Entrepreneurship Monitor project (GEM): A Latin-American context approach. *Academia Revista Latinoamericana de Administracion*, (46), 1–15.
- Andriani, L., & Christoforou, A. (2016). Social capital: a roadmap of theoretical and empirical contributions and limitations. *Journal of Economic Issues*, 50(1), 4-22. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/00213624.2016.1147296>
- Ayios, A., Jeurissen, R., Manning, P. & Spence, L. (2014). Social capital: a review from an ethics perspective. *Business Ethics: A European Review*, 23(1), 108-124. <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/beer.12040/full>
- Bolbao, A., & Pachano, S. (2002). Rasgos y actitudes de los emprendedores. Enero 2002.
- Borrayo, C., Valdez, A., & Delgado, B. (2019). Cultura emprendedora en jóvenes universitarios de Guadalajara, México. *Revista de Ciencias Sociales*, 25(3), 72-87. <https://doi.org/10.31876/rcs.v25i3.27358>
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* (pp. 241-258). Greenwood Press.
- Bourdieu, P. (1980), Prólogo: Estructuras sociales y estructuras mentales en: Bourdieu, Pierre. *La nobleza de Estado. Grandes Ecoles y espíritu de cuerpo*, Paris: Minit, s/n
- Blanco-Mesa, F., Niño-Amézquita, D., y Gutiérrez-Ayala, J. (2023). Entrepreneurial intention among Colombian university students: A theory of planned behavior analysis in Colombia. *Cuadernos de Gestión*, 1–12. <https://doi.org/10.5295/cdg.221858fb>
- Cabana-Villca, R., Cortes-Castillo, I., Plaza-Pasten, D., Castillo-Vergara, M., & Alvarez-Marin, A. (2013). Análisis de Las Capacidades Emprendedoras Potenciales y Efectivas en Alumnos de Centros de Educación Superior. *Journal of Technology Management and Innovation*, 8(1), 65–75. <https://doi.org/10.4067/S0718-27242013000100007>
- Confecámaras. (2023). Según estudio de Confecámaras, el 33.5% de las empresas del país sobreviven al término de 5 años. Recuperado de URL
- Congreso de la República de Colombia. (2020). Ley 1955 del 2020. <https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=84147>
- Congreso de la República de Colombia (2020). Ley 1834 del 2017 [http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_1834\\_2017.html](http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1834_2017.html)
- Corredor, D. Y. C. (2007). Hacia un modelo de emprendimiento universitario. *Apuntes del CENES*, 275-292.
- Diaz Marin, G. A., & Rodriguez Medina, S. (2023). Factores determinantes para la supervivencia de startups colombianas. Tesis Maestría. Maestría en Banca y Finanzas. Pontificia Universidad Javeriana. Disponible en <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/65314/Factores%20determinantes%20para%20la%20supervivencia%20de%20startups%20colombianas%20VF%2015.08.2023.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- De Rivas, M. T. R. (2019). Perfil emprendedor de estudiantes de Ingeniería Industrial de la Universidad Nacional de Pilar. *Brazilian Journal of Development*, 5(12), 33339-33353.
- Di Gregorio, D., & Shane, S. (2003). Why do some universities generate more start-ups than others? *Research Policy*, 32(2), 209-227.
- Drucker, P. F. (1985). La Innovación y el empresariado innovador: la práctica y los principios, ed. Edhasa. Clásicos del Management. Barcelona: Pág. 25-26; 35-44.

- Esparcia, J., y Escribano, J. (2014): «Capital social relacional en áreas rurales: un estudio a partir del análisis de redes sociales», en Cortizo, J.; Redondo, J. M., y Sánchez, M. J. (coords.), Falla, G. D. H., Avilés, A. M. S., & Diaz, V. B. (2020). Influencia de la educación superior en el emprendimiento juvenil en estudiantes universitarios: una aproximación teórica. *Revista Boletín Redipe*, 9(8), 166-180.
- Ferreto Gutiérrez, E., Lafuente, E., & Leiva, J. C. (2018). Capital humano y factores sociológicos como determinantes del emprendimiento. *Tec Empresarial*, 12(3), 43-49.
- Fondo Emprender. (s.f.). ¿Qué es el Fondo Emprender? Servicio Nacional de Aprendizaje-SENA. <http://www.fondoemprender.com/SitePages/oldQue%20es%20FondoEmprender.aspx>
- García, M. D. M., Meneses, J. M. M., & Sandoval, K. V. (2022). Theoretical Review of Entrepreneur and Social Entrepreneurship Concepts. *Journal of Administrative Science*, 3(6), 19-26. <https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/jas/article/view/7687>
- Guzmán Coutiño, H., Martínez- Herrera, B. M., Olier-Restrepo, J. C., Ortiz-Cano, G. C., Pulistar, B. J., y Velásquez- Agudelo, N. (2022). Experiencias emprendedoras internacionales Colombia -México. *Interconectando Saberes*, (14), 191-202. <https://doi.org/10.25009/is.v0i14.2766>
- Hanifan, L. J. (1916). The rural school community center. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 67(1), 130-138. <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/000271621606700118>
- Hernández-Angel Francisca, Mayer- Granados Elizabeth Lizeth, C. A. H. C. (2019). Estudio sobre las cualidades emprendedoras en docentes y alumnos de nivel superior. *Journal CIM-Revista Digital*, 7, 2336–2342.
- Hernández Angel Francisca, Mayer Granados Elizabeth Lizeth, W. G. y S. V. (2019). Análisis sobre las Características Emprendedoras en los Estudiantes de la Universidad Politécnica de Altamira. En Asociación Mexicana de Mecatrónica A.C. (Ed.), *Emprendedurismo e Ingeniería (Primera)*. Recuperado de <https://www.mecamex.net/Libros/2019-Libro-Emprendedurismo-e-Ingenieria.pdf>
- Hernández, Carrion. (2011). Redes de Relaciones, capital social y competitividad empresarial el caso de los emprendedores locales, Universidad de Burgos. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=176455>
- Kantis, H., & Koenig, V. M. (2004). *Desarrollo emprendedor*. IDB.
- Loli, A., Dextre, E., Del Carpio, J., & La Jara, E. (2010). Actitudes de creatividad y emprendimiento en estudiantes de la Universidad Nacional de Ingeniería y su relación con algunas variables socio demográficas. *Revista de investigación en psicología*.
- López, R. A., Soto, C. J., Bustamante, B. S., & Ochoa, P. P. (2019). El rol del capital humano en el emprendimiento regional en Ecuador: un enfoque usando métodos espaciales. *Paradigma económico*, 11(1), 75-100.
- López Cortés, O. A., & Moneada Prieto, V. M. (2020). La política del emprendimiento naranja en Colombia, nuevas formas de control de la población. *Revista republicana*, Bogotá. (29), 107-128. <http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1909-44502020000200107&script=s>
- Marulanda Valencia, F. Á., Montoya Restrepo, I. A., & Vélez Restrepo, J. M. (2019). El individuo y sus motivaciones en el proceso emprendedor. *Revista Universidad y empresa*, 21(36), 149-174.

- Nabi, G., Liñán, F., Fayolle, A., Krueger, N., y Walmsley, A. (2017). The impact of entrepreneurship education in higher education: A systematic review and research agenda. *Academy of Management Learning & Education*, 16(2), 277-299. <https://doi.org/10.5465/20160101>
- Ochoa, M. L., Azuela, J. I., & Rangel, L. (2015). Características emprendedoras en universitarios próximos a egresar de la Facultad de Comercio y Administración de Tampico. *Revista de Psicología y Ciencias del Comportamiento de la U.A.C.J.S*
- Patiño, J. D. (2018). El emprendimiento en Colombia, una respuesta a los retos de competitividad y desarrollo sostenible. *Revista Espacios*, 39, p.24. <https://www.revistaespacios.com/a18v39n14/a18v39n14p24.pdf>
- Peterman, N. E., y Kennedy, J. (2003). Enterprise education: Influencing students' perceptions of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28(2), 129-144. <https://doi.org/10.1046/j.1540-6520.2003.00035.x>
- Pinchot, G. y Pellman, R. (1999). *Intraemprendimiento en acción: un manual para la innovación empresarial*. Editores Berrett-Koehler. <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=IKsKfnkopEQC&oi=fnd>
- Portafolio. (2021). El 2021, un año prometedor para los emprendedores del país. Portafolio. <https://www.portafolio.co/negocios/emprendimiento/el-2021-un-ano-prometedor>
- Putnam, Robert (1993a), *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*, Princeton University Press. <https://www.torrossa.com/en/resources/an/5581971>
- Ríos, Á. T. P. (2023). Características emprendedoras en los estudiantes de la educación media en la Institución Educativa Departamental Domingo Savio. *Revista CIES Escolme*, 14(1), 5-26.
- Romero Alvarez, Y., de la Ossa Guerra, S., & Buelvas Parra, J. (2021). Las nuevas competencias del administrador de Empresas en Colombia: Revisión de tema. *Conocimiento Global*, 6(S1), 165-179. Recuperado a partir de <https://conocimientoglobal.org/revista/index.php/cglobal/article/view/138>
- Rodríguez-López, R., y Borges-Gómez, E. (2018). El perfil del emprendedor. Construcción cultural de la subjetividad laboral postfordista, *Cuadernos de Relaciones Laborales*, 36(2), 265-284.
- Saldarriaga, M. E., Benítez Chará, W., & Concha Cerón, E. A. . (2021). Las dos caras del emprendimiento: formal e informal. *Aglala*, 12(2), 220–235. Recuperado a partir de <https://revistas.uninunez.edu.co/index.php/aglala/article/view/2005> (Original work published 5 de abril de 2022)
- Schumpeter, JA *Capitalism, Socialism and Democracy*, 1942, quinta edición con una nueva introducción, Londres, George Allen & Unwin, 1976.
- Silva, F., Almeida, E.; Silveira, A. (2019). Intenção Empreendedora: Categorização, Classificação de Construtos e Proposição de Modelo. *BBR. Brazilian Business Review*, 16(1): 46-62. <https://www.scielo.br/j/bbr/a/LSbHL5Ss5MNCJpYx9cGgmyP/?lang=pt>
- Tunali, C. B., y Sener, S., (2019). The determinants of entrepreneurship in Turkey, *Procedia Computer Science*, 158, 648-652. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1846706519304111>
- Timmons, J. A., y Spinelli, S. (2004). *New venture creation: Entrepreneurship for the 21st century*. McGraw-Hill/Irwin.
- Villalba Benítez, E. F., & Ortega Carrasco, R. J. (2021). El perfil emprendedor en Paraguay, análisis de la población juvenil. *Suma de Negocios*, 12(26), 31-40. <https://doi.org/10.14349/sumneg/2021.v12.n26.a4>



- Viveros Almeida, L., García Ibarra, V., Solarte Solarte, C., & Rivera Vallejo, G. (2021). El Covid-19 desde la perspectiva del emprendedor carchense. *Conocimiento Global*, 6(S2), 24-34. Recuperado a partir de <https://conocimientoglobal.org/revista/index.php/cglobal/article/view/168>
- Xin, B., y Ma, X. (2023). Gamifying online entrepreneurship education and digital entrepreneurial intentions: An empirical study. *Entertainment Computing*, 46, 100552. <https://doi.org/10.1016/j.entcom.2023.100552>