

TENDENCIA DE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS HACIA EL EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN SOCIAL

TENDENCY OF UNIVERSITY STUDENTS TOWARDS ENTREPRENEURSHIP AND SOCIAL INNOVATION

AUTORES: Luis Lozano Chaguay ^{1*}

Fabián Caicedo Sánchez ²

Teófilo Fernández Bayas ³

María Espinoza García ⁴

DIRECCIÓN PARA CORRESPONDENCIA: llozano@utb.edu.ec

Fecha de recepción: 15 / 09 / 2019

Fecha de aceptación: 27 / 11 / 2019

RESUMEN

Las instituciones de educación superior tienen el reto constante de forjar jóvenes profesionales con visión emprendedora para que den respuesta pertinente a la problemática social. En la presente investigación se describe los factores internos y externos del contexto universitario que influyen positivamente en el desarrollo de una actitud emprendedora en los estudiantes universitarios. Para este efecto se utilizó una investigación descriptiva con enfoque transversal, considerando variables del contexto externo como: las condiciones políticos y legales; y, variables del contexto interno como: infraestructura universitaria, planes de estudio y actividades exclusivas de emprendimiento. Los participantes objeto de estudio fueron 200 estudiantes de cuatro Facultades o Unidades Académicas de la Universidad Técnica de Babahoyo (U.T.B.). Los estudiantes ven positivamente la política de gobierno que respalda las iniciativas emprendedoras. De igual forma se determinó que la universidad si promueve el emprendimiento a través de una unidad estratégica, denominada Centro de Emprendimiento y Producción (C.E.P). Uno de los resultados relevantes es la

^{1*}Magister en administración de empresas, Universidad Técnica de Babahoyo, llozano@utb.edu.ec

² Magister en administración de empresas, Universidad Técnica de Babahoyo, fcaicedos@utb.edu.ec

³ Magister en Docencia y Gerencia, Universidad Técnica de Babahoyo, tfernandez@utb.edu.ec

⁴ Ingeniero Comercial, Universidad Técnica de Babahoyo, mariferespinoza1984@gmail.com

percepción que tienen los estudiantes, ya que el 87,50 % consideran que los programas y proyectos de emprendimientos ejecutados por el C.E.P., brindan el espacio para la generación de soluciones sociales innovadoras. Con base en base a un análisis comparativo del concurso IDEAS UTB, del año 2017 al año 2019 de la intervención estudiantil en este evento de emprendimiento e innovación social, se concluyó, existe un incremento del 83,93 %, es decir una tendencia creciente significativa.

Palabras claves: *Estudiantes – Universidad – Emprendimiento e Innovación Social*

ABSTRACT:

Higher education institutions have the constant challenge of forging young professionals with an entrepreneurial vision so that they respond pertinently to the social problem. This research describes the internal and external factors of the university context that positively influence the development of an entrepreneurial attitude in university students. For this purpose, a descriptive investigation with a transversal approach was used, considering external context variables such as: political and legal conditions; and, variables of the internal context such as: university infrastructure, curricula and exclusive entrepreneurial activities. The participants under study were 200 students from four Faculties or Academic Units of the Technical University of Babahoyo (U.T.B.). Students see positively the government policy that supports entrepreneurial initiatives. Similarly, it was determined that the university does promote entrepreneurship through a strategic unit, called the Center for Entrepreneurship and Production (C.E.P). One of the relevant results is the perception that students have, since 87.50% consider that the programs and projects of entrepreneurship executed by the C.E.P., provide the space for the generation of innovative social solutions. Based on a comparative analysis of the IDEAS UTB contest, from 2017 to 2019 of the student intervention in this event of entrepreneurship and social innovation, it was concluded, there is an increase of 83.93%, that is, a significant growing trend.

Keywords: *Students - University - Entrepreneurship and Social Innovation*

INTRODUCCIÓN

Las instituciones de educación superior tienen un rol social fundamental que orientado a responder de manera apropiada a la sociedad. La comprensión permanente de las conductas del contexto social, son el punto de partida para tomar decisiones respecto a una oferta

académica cargada de pertinencia. El emprendimiento se va convirtiendo en una de las bases transversales de la oferta académica superior, buscando formar jóvenes con visión emprendedora que se conviertan en agentes de transformación social local, nacional e internacional.

Cada vez son más los rostros de jóvenes que promueven iniciativas a nivel mundial y que han provocado una innovación en los mercados y en la forma de satisfacer necesidades de una sociedad cada vez más exigente.

La dinámica de esta investigación pone en evidencia el impacto de las iniciativas del contexto universitario que promueven el desarrollo de una actitud emprendedora en los estudiantes universitarios. Los resultados de impacto que marcan la tendencia de los jóvenes universitarios, se obtienen mediante una investigación descriptiva dirigida a 200 estudiantes, de las cuatro Unidades Académicas que tiene la Universidad Técnica de Babahoyo.

Aspectos teóricos a considerar

Emprender es un término que tiene múltiples acepciones, según el contexto en que se le emplee será la connotación que se le adjudique. En el ámbito de los negocios el emprendedor es un empresario, es el propietario de una empresa comercial con fines de lucro; Finley (1990) lo describe como alguien que se aventura en una nueva actividad de negocios; Say (1800) - citado por Drucker (1989) - lo clasifica como un “buen administrador”. En cambio, para el académico, *emprender* es un vocablo que denota un perfil, un conjunto de características que hacen actuar a una persona de una manera determinada y le permiten mostrar ciertas competencias para visualizar, definir y alcanzar objetivos (Alcaraz, 2011, pág. 2).

Emprendimiento

Como disciplina formal, el emprendimiento surgió en la década de los setentas (Mason y Harvey, 2013). Sin embargo, de acuerdo con Gunter (2012), todos los mercados fueron creados, operados, y a veces destruidos por emprendedores, quienes, de acuerdo con este autor, son individuos que en un ambiente de incertidumbre, reconocen oportunidades que la mayoría no ve y crean empresas que brindan beneficios al explotar esas oportunidades (González & et al, 2015).

El emprendimiento es un término utilizado en la actualidad a nivel global, que busca fomentar en los individuos una *visión* diferente que les permita determinar oportunidades, no solo de crear nuevas empresas, sino también de ser proactivos e incorporar un mayor dinamismo a la solución de problemas o logro de objetivos personales y sociales.

La *visión emprendedora* se considera relevante en todos los ámbitos de la sociedad, es especialmente significativa entre los jóvenes, caracterizado por su creatividad, innovación, espíritu emprendedor y aventurero, menor temor al riesgo y mayor sensibilidad hacia los cambios tecnológicos, lo que los hacen mayores candidatos a llevar a cabo este tipo de proyectos (Hernández & Arano, 2015, pág. 33).

Se entiende el emprendimiento como la creación de ideas, empresas y patentes así como todo el proceso de su gestación, incluso en aquellos casos en los que no se alcanza su puesta en práctica, habiendo sido señalado por diversos autores como uno de los componentes clave para el crecimiento y desarrollo social y económico (Agarwal, Audretsch & Sarkar, 2007; Baumol, 2004; Baumol & Strom, 2007; Jiménez Palmero et al., 2012; Zacharakis, Bygrave & Shepherd, 2000) (Luis, Palmero, & Escolar, 2015, pág. 224).

El emprendedor

El término *entrepreneur* apareció por primera vez a los inicios del siglo XVIII por el economista francés Richard Cantillon. El aporte de este autor es relevante para comenzar a comprender el concepto de emprendedor y posteriormente el concepto del perfil del emprendedor y el rol que juega el emprendimiento en la economía (Castillo, 1999). (López & Chaves, 2009, pág. 14).

El *emprendedor* es considerado como una persona que posee la suficiente determinación y capacidad para realizar un proyecto, además cuenta con habilidades que le permiten organizar sus ideas, definir sus objetivos, asumir responsabilidades, y sobretodo mostrarse perseverante ante nuevos retos y no temerle al fracaso (Holguín & Valencia, 2015, pág. 8).

Espíritu emprendedor

El concepto de *espíritu emprendedor* es amplio y no necesariamente se centra en la tarea de crear una empresa, sino que implica también estar en un proceso de buscar y descubrir nuevas oportunidades de negocio. La idea de crear una empresa encaja en cualquiera de las visiones económicas del emprendedor, aunque ni el hecho de crear una empresa nos

hace emprendedores, ni todo emprendedor tiene porqué crear una empresa. Más parece que ser emprendedor implica una manera de pensar, unas creencias, es un estado de la mente, un conjunto de comportamientos caracterizados por innovación, flexibilidad y creatividad. Cada acción de emprender es el final de un proceso y el inicio de otro, aunque la acción de emprender más obvia es la creación de una nueva empresa (Espíritu, 2011, pág. 40).

El *espíritu emprendedor* es considerado el principal factor que mueve a las personas a desarrollar ideas altamente creativas para aprovechar oportunidades en el contexto; y, es importante destacar que no existe una edad fija o definida para adoptar esta postura emprendedora.

Se ha visto que el crecimiento del emprendimiento entre personas menores de 30 años ha generado cambios en la dinámica global de desarrollo y creación de empresas y, a su vez, la forma como se percibe la importancia de la iniciativa en la sociedad (Kuratko, Ireland, Covin y Hornsby, 2005). En este contexto, se ha resaltado la importancia de estimular a los jóvenes hacia la actividad emprendedora, pues son ellos los futuros empresarios y como tal está ligado el crecimiento futuro de las regiones (Kyrgidou, Mylonas y Petridou, 2013) (Mejía, Arias, & Echeverri, 2017, pág. 70).

El espíritu emprendedor es un sueño de reto, desarrollo e independencia inmerso en el fondo de todos los seres humanos; es un proceso humano que tiene su propio desarrollo en cada persona que decide asimilarlo y hacerlo su guía, su motor, su fuerza impulsadora (Varela, 2001, pág. 8).

Desde una perspectiva de formación académica, podríamos decir que el *espíritu emprendedor* se desarrolla bajo conocimientos y habilidades técnicas para emprender. “El fomento del espíritu emprendedor promueve el auto empleo como una alternativa de carrera al tiempo que proporciona a los alumnos habilidades y conocimientos requeridos para la creación de empresas” (Mollo, 2008, pág. 11).

El espíritu emprendedor y la educación son temas importantes que están relacionados entre sí, pero no deberían solamente atarse al desarrollo de competencias y actitudes para la generación de empresas, más bien se debería lograr la motivación en las personas para que puedan cumplir sus sueños y metas, sin importar lo difícil que estas parezcan. Así pues, se

debe buscar que los individuos estén predispuestos a generar prácticas emprendedoras, además de influir en las acciones emprendedoras (Osorio y Pereira, 2011). (Novillo, Sarmiento, & Espinoza, 2017, pág. 37).

Actitud emprendedora

El *espíritu emprendedor*, está compuesto por una serie de características o valores que se desarrollan en los individuos y generan una actitud para emprender. “La actitud emprendedora puede definirse como una conducta permanente de administrar los recursos para generar resultados según la actividad en que se desarrolla” (Quintero, 2007).

Casi todas las definiciones del concepto de actitud, tal como ha sido elaborado por la psicología social, tienen en común el caracterizarla como una tendencia a la acción adquirida en el ambiente en que se vive y derivada de experiencias personales y de factores especiales a veces muy complejos (Mollo , 2008, pág. 12).

Los estudios que mayores citaciones académicas han tenido con respecto a la actitud emprendedora son los de Ajzen (1991), que da origen a la teoría del comportamiento planeado en la cual señala que la conducta se encuentra prescrita por sus intenciones, que son un factor motivacional, pero estas intenciones de creación de empresas se encuentran supeditadas por la actitud, normas subjetivas y control percibido comportamental (Mora, 2011, pág. 73).

Universidad y emprendimiento

La universidad ha tenido un impacto positivo para el desarrollo del ser humano desde diversos ángulos, impactando áreas que van desde el desarrollo científico y tecnológico, hasta aspectos como la consolidación de valores en la sociedad. Asimismo, entre sus múltiples roles, la universidad es la principal fuente de capital humano especializado. Sin embargo, en palabras de Soto (2012), la universidad, además de formar personas que ocuparán empleos establecidos, debe formar a quienes buscan investigar, innovar, crear y emprender sus propios proyectos para transformarlos en nuevas fuentes de empleo, innovando procesos, productos o servicios que resuelven problemas o necesidades de la sociedad (González & et al, 2015, pág. 3).

En consecuencia, la educación asume de forma intencional, a través de su incorporación en el currículum académico, la pretensión de facilitar la incorporación de conocimientos

explícitos que pueden proporcionar competencias y destrezas o habilidades útiles relacionadas con la creación de empresas a los alumnos. Siendo por lo tanto el curriculum el instrumento idóneo para la adquisición de competencias relacionadas con la creación de empresas. (Ahmad, Halim & Zainal, 2010; Ahmad, Wilson & Kummereow, 2011; Chandler & Jansen, 1992; Fourie, 2008; García Cabrera et al., 2014; Man et al., 2002; Man, Lau & Snape, 2008; Rathna & Vijaya, 2009) (Luis, Palmero, & Escolar, 2015, pág. 225).

La universidad emprendedora es definida como una institución de educación superior con significativas particularidades, la cual se encuentra vinculada con el entorno y responde de manera proactiva a las necesidades del mercado, sin dejar de lado sus valores académicos ni su misión tradicional como entidad educativa que trabaja con el conocimiento (Chamorro, Ceballos y Hernández, 2012) (Mejía, Arias, & Echeverri, 2017, pág. 70).

Cada vez son más las investigaciones y esfuerzos de las instituciones de educación superior por adaptarse desde una óptica del emprendimiento, para dar respuesta de manera pertinente al contexto social. “La relación entre educación y emprendimiento evidencia nuevas posibilidades de investigación empírica que complementen los desarrollos teóricos. Abre nuevos rumbos de investigación en el campo del emprendimiento y de los modelos educativos para los emprendedores”. (Osorio & Pereira, 2011, pág. 31)

La tarea de incorporar una cultura emprendedora en la universidad no resulta tarea sencilla pues ello implica todo un desafío que representa rediseñar el modelo educativo existente, sus objetivos y estrategias para sentar las bases educativas y formativas que fomenten la mentalidad empresarial de los alumnos, considerando en esto la intervención de otros agentes de cambio y nuevos roles que le permitirían cumplir el reto impuesto por la sociedad que le demanda mayor participación en el proceso del desarrollo económico y social del país, a lo anterior se le debe sumar la predisposición existente para asumirla por parte de sus miembros y en especial por parte de quienes la dirigen. (Ramírez, 2005) (Hernández & Arano, 2015, pág. 33).

Emprendimiento social

Austin, Stevenson y Wei-Skillern (2006), definen emprendimiento social como “una actividad innovadora, de creación de valor social, que ocurre al interior ya través de los sectores sin ánimo de lucro, de negocios y gubernamental” (pág. 2). Lo anterior permite comprender que el emprendimiento social no está aislado del emprendimiento comercial, sino que coexisten.

METODOLOGÍA

El tipo de estudio que se llevó a cabo fue de tipo descriptivo con enfoque transversal, ya que los datos obtenidos se levantaron en un solo momento de tiempo. “Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis (Dankhe, 1986)” (Mollo , 2008, pág. 6).

El siguiente estudio describe la tendencia hacia el emprendimiento social que tienen los estudiantes universitarios en base a los contextos que para este efecto establezca la Universidad. De igual forma se mide la percepción que tienen los jóvenes universitarios respecto a la Política gubernamental actual respecto a su contribución hacia el emprendimiento. La condiciones políticas y legales, como variables del macroentorno universitario objeto de análisis y consideró la infraestructura universitaria, los planes de estudio y eventos específicas de emprendimiento como variables del microentorno universitario.

Participantes

En la investigación se toma información a 200 estudiantes de la Universidad Técnica de Babahoyo. Los estudiantes pertenecen a las diferentes Facultades o Unidades Académicas que tiene la Universidad.

Tabla 1: *Participantes.*

DETALLE DE ESTUDIANTES PARTICIPANTES POR FACULTAD

UNIVERSIDAD	FACULTAD	CARRERAS	ESTUDIANTES
Universidad Técnica de Babahoyo	Facultad de Administración, Finanzas e Informática(F.A.F.I.)	Ingeniería en sistemas. Ingeniería Comercial (Licenciatura en comercio). Ingeniería en Contabilidad y auditoría (Licenciatura en contabilidad y auditoría).	50
	Facultad de Ciencias de la Salud(F.C.S.)	Enfermería. Obstetricia. Optometría. Terapia respiratoria. Laboratorio clínico. Nutrición y dietética.	50
	Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación (F.C.J.S-E.)	Pedagogía de la actividad física y deporte. Pedagogía de las ciencias experimentales "informática". Educación inicial. Educación Básica. Turismo. Psicología clínica. Comunicación social.	50
	Facultad de Ciencias Agrícolas(F.A.C.I.A.G.)	Ingeniería agronómica. Ingeniería agropecuaria. Medicina veterinaria y zootecnia.	50

Datos obtenidos en el campo (Elaboración Propia).

RESULTADOS

Inicialmente se analizó la percepción que tienen los jóvenes universitarios respecto a la política de gobierno, mediante la siguiente interrogante: ¿Considera que las actuales políticas de gobierno impulsan el emprendimiento en los jóvenes?

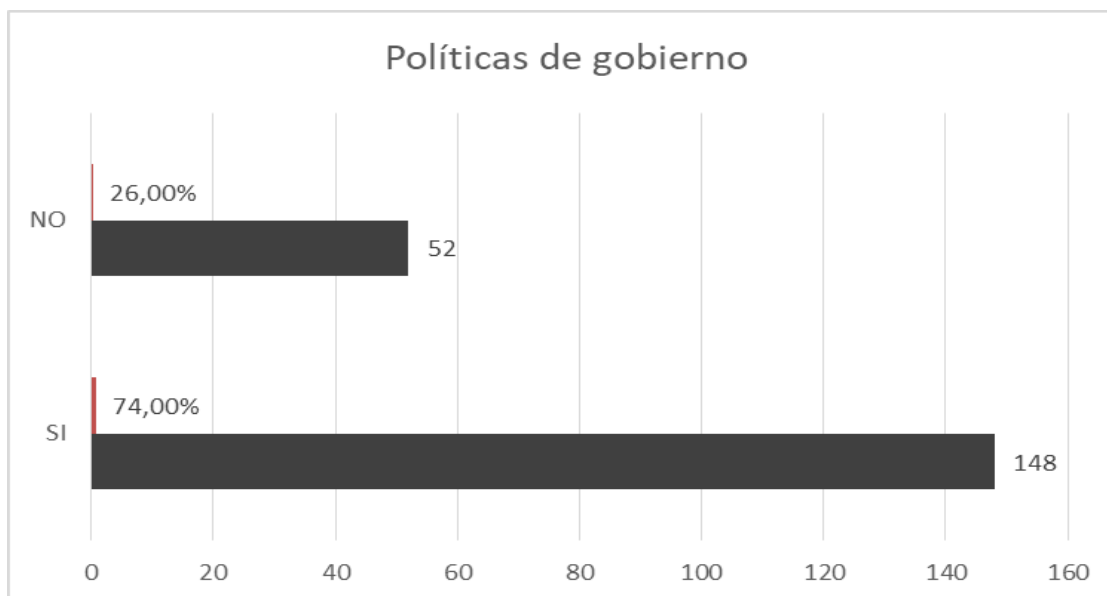
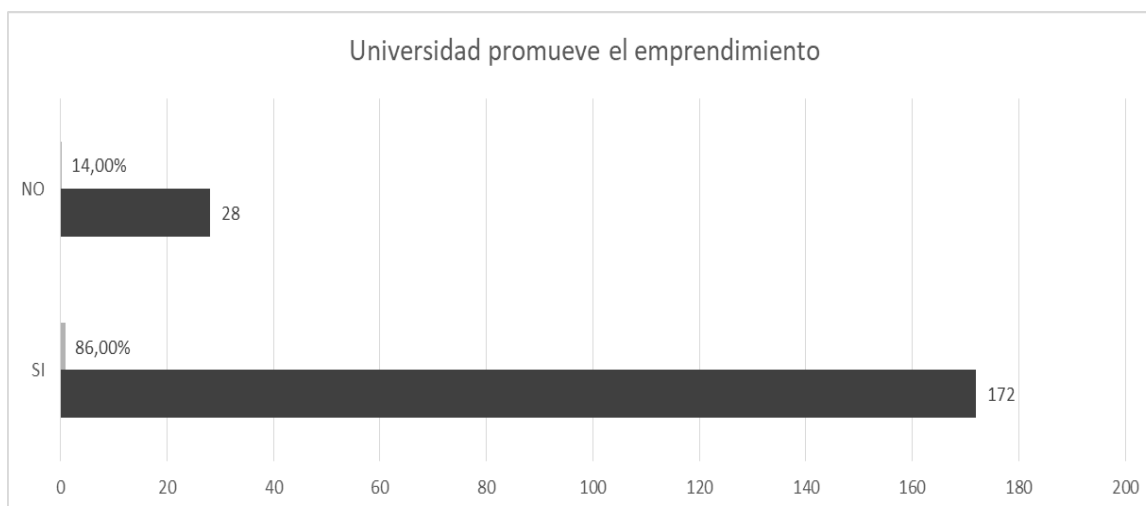


Ilustración 1: Políticas de gobierno y emprendimiento.

Datos obtenidos en el campo (Elaboración Propia).

Se determinó que el 74 % de estudiantado considera que si existe una política gubernamental de respaldo al emprendimiento juvenil, mientras que el 26 % considera que no existe dicho respaldo por parte del gobierno.

Se consideró importante analizar la percepción que tienen los estudiantes respecto al fomento del emprendimiento por parte de la universidad, para este efecto se planteó la siguiente interrogante: *¿Considera que la universidad promueve el emprendimiento en los jóvenes universitarios?*

Ilustración 2: *Universidad y emprendimiento.*

Datos obtenidos en el campo (Elaboración Propia).

Se estableció que el 86 % de los estudiantes consideran que la universidad promueve el emprendimiento. De igual forma el 14 % de los estudiantes consideran que la universidad no promueve acciones de emprendimiento. Lo antes señalado obedece a que la universidad si está ejecutando acciones relacionadas exclusivamente al emprendimiento e innovación social, tales como: ferias, concursos internos y externos.

Para complementar este análisis, se manifiesta que la Universidad Técnica de Babahoyo, cuenta con una infraestructura física denominada “Centro de emprendimiento y producción”, desde donde se articula acciones con el Vicerrectorado de Investigación y Postgrado, para que los estudiantes participen en ferias internas de cada Facultad y en una feria Institucional. También mediante esta articulación los estudiantes participan en concursos internos de la Universidad, como el concurso IDEAS que se ejecuta desde el año 2017. Los estudiantes también participan en concursos globales como el caso de HULT PRIZE, que es un espacio donde los estudiantes generan propuestas de emprendimiento social para resolver problemas globales.

Se conoció la percepción que tienen los estudiantes universitarios sobre la pertinencia social que tienen los proyectos de emprendimiento impulsados por la Universidad a través del C.E.P, para este efecto se planteó la siguiente interrogante: *¿Considera que los programas o proyectos de emprendimiento que impulsa la universidad contribuyen a dar soluciones sociales innovadoras?*

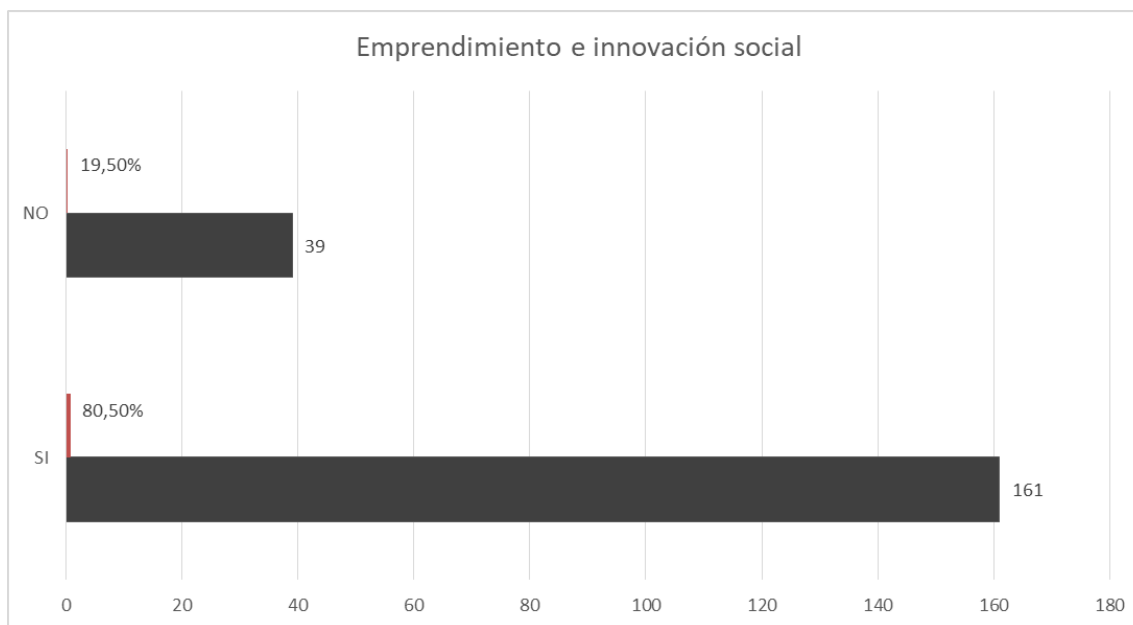


Ilustración 3: *Proyectos de emprendimiento e innovación social.*
Datos obtenidos en el campo (Elaboración Propia).

Se determinó que 80,50 % del estudiantado si considera que se generan soluciones sociales a través de los proyectos de emprendimiento impulsados por la universidad. El 19,50 % considera que no hay generación de soluciones sociales.

Se estableció un análisis comparativo de uno de los proyectos emblemáticos que tiene la universidad, específicamente haciendo referencia al *Concurso IDEAS UTB* que cada año invita a los estudiantes a generar creativamente ideas en las áreas: *Social, Sustentable y tecnología*, todas ellas en el marco del emprendimiento e innovación social.

Tabla 2: Participación estudiantil por Facultad en el Concurso de Emprendimiento e Innovación Social IDEAS UTB.

FACULTAD	CONCURSO IDEAS 2017	CONCURSO IDEAS 2018	CONCURSO IDEAS 2018	% VARIACIÓN 2017-2019
F.A.F.I.	37	46	114	208,11%
F.C.J.S.E.	44	66	52	18,18%
F.C.S	25	21	38	52,00%
F.A.C.I.A.G.	6	7	2	-66,66%
TOTAL	112	140	206	83,93%

Fuente: Centro de emprendimiento y producción U.T.B.- (Elaboración Propia).

Mediante el detalle de participación estudiantil en el Concurso de Emprendimiento e Innovación Social IDEAS UTB, se puede evidenciar al contrastar el año 2017 con el año 2019, que existió un incremento del 83,93 % de participación de estudiantes en dicho concurso. Claramente se pone de manifiesto que al existir una infraestructura que promueva actividades exclusivas de emprendimiento, los estudiantes se sienten motivados a participar.

DISCUSIÓN

En cuanto a la política pública del gobierno como respaldo al emprendimiento universitario, se observa que el 74 % de los estudiantes tienen la percepción de que la política de gobierno respalda las iniciativas emprendedoras. Este estudio es coincidente con el desarrollado por (Campos, 2015, pág. 60) , donde el 86% de los encuestados ve interesante a la posibilidad de respaldo de ciertas entidades mientras que el 10 % poco necesario para la misma, dejando al 4 % como nada necesario.

En cuanto a la relación universidad – emprendimiento, el 86 % de los estudiantes considera que la universidad promueve espacios para emprender. Varias entidades educativas disponen de un Centro de Investigación y Desarrollo para el Emprendimiento, que es el punto de referencia desde el cual se implementan las actividades académicas en la temática de emprendimiento. Esto implica que desde el centro se generan los programas de emprendimiento no solo para facultades como la de Administración de Empresas, sino también para otras facultades. (Rovayo, 2009, pág. 100).

Haciendo referencia a los proyectos de emprendimiento e innovación social que impulsa la universidad, el 80,50 % de los jóvenes universitarios tienen el espacio para plantear ideas innovadoras de solución a los problemas sociales pero con énfasis en el aspecto comercial. Lo antes mencionado coincide con lo planteado por (Celene, De la Puente, & Alfonso, 2019), que dentro del 23% que, sí tienen un proyecto de emprendimiento, se destacaron los siguientes sectores de desarrollo: social, comercial y servicios; es relevante mencionar que el Sector comercial es el predominante en los programas de Contaduría pública, Administración de Empresas, Derecho y Psicología. En cambio, el único programa que busca incentivar en sus estudiantes el emprendimiento Social es Ingeniería de sistemas. Esto también es totalmente coincidente con lo planteado por (Cano, García, & Gea, 2010), En lo relativo al fomento de la cultura emprendedora y el autoempleo, este interés se ha traducido en diversas acciones como la inclusión de asignaturas específicas sobre creación de empresas en algunos planes de estudio (Veciana y Urbano, 2000), la creación de unidades de apoyo al autoempleo, y el desarrollo de acciones concretas de fomento de la creación de empresas (concursos de ideas empresariales, viveros de empresas, etc.).

CONCLUSIONES

El emprendimiento es un aspecto que hoy en día involucra a los jóvenes y en especial a los universitarios, por tal razón la Universidad Técnica de Babahoyo impulsa iniciativas a través de su Centro de Emprendimiento y Producción, articulando acciones con el Vicerrectorado Académico.

Los estudiantes universitarios en su mayoría consideran que la política actual de gobierno favorece las iniciativas de emprendimiento e innovación social de los jóvenes.

Los proyectos de emprendimiento ejecutados por la universidad, si brindan los espacios para que los universitarios puedan generar ideas innovadoras de emprendimiento social, para dar respuesta a las necesidades de la colectividad.

Se determinó que al tener una institución de educación superior que fomente el emprendimiento mediante una unidad de gestión y espacios donde los jóvenes desarrollen su creatividad, existirá una tendencia creciente, tal como se evidencia en el concurso IDEAS UTB, donde cada vez son más los jóvenes universitarios que participan.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alcaraz, R. (2011). *El Emprendedor de Éxito*. México: MCGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A.
- Campos, I. (2015). *Emprendimiento en la educación superior, tendencia en el desarrollo del estudiante y su relación con la creación de Mypimes, caso proyecto semilla en la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad de Guayaquil, periodo 2014 - 2015*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil.
- Cano, C., García, J., & Gea, A. (2010). Actitudes emprendedoras en los estudiantes universitarios. *ResearchGate*, 143-160.
- Celene, R., De la Puente, K., & Alfonso, L. (2019). Diagnóstico sobre la prospectiva de generación de empresas y proyectos productivos de emprendimiento social y economías creativas en el sector solidario, propuestos por estudiantes de la UCC sede Montería en el año 2017. *In Crescendo*, 241-261.
- Espíritu, R. (2011). *Actitud emprendedora en los estudiantes universitarios: Un análisis de factores explicativos en la comunidad de Madrid*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- González, A., & et al. (2015). Factores que inciden en la intención emprendedora del estudiante universitario: Una aproximación en América Latina. *CLADEA, Consejo Latinoamericano de Escuelas de Administración*.
- Hernández, C., & Arano, R. (2015). El desarrollo de la cultura emprendedora en estudiantes universitarios para el fortalecimiento de la visión empresarial. *Ciencia Administrativa*, 28-37.
- Holguín, D., & Valencia, D. (2015). *Emprendimiento y gestión*. Guayaquil: Ediciones Holguín S.A.
- López, D., & Chaves, E. (2009). <http://www.javeriana.edu.co>: Pontifica Universidad Javeriana. Recuperado el 5 de 08 de 2019, de <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis202.pdf>
- Luis, M., Palmero, C., & Escolar, M. (2015). Impacto de la educación en el emprendimiento. Making- Of y análisis de tres grupos de discusión. *Pedagogía Social. Revista Interuniversitaria*, 221-250.

- Mejía, J., Arias, C., & Echeverri, L. (2017). El papel de la educación en creación. *Revista CEA*, 69-87.
- Mollo , G. (Julio de 2008). *SEDICI, Repositorio institucional de la Universidad Nacional de La Plata*. Recuperado el 10 de 08 de 2019, de <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/42825>
- Mora, R. (2011). Estudio de actitudes emprendedoras con profesionales que crearon empresas. *Rev. esc.adm.neg.*, 70-83.
- Novillo, E., Sarmiento, C., & Espinoza, M. (2017). Análisis del desarrollo de la actitud emprendedora en estudiantes universitarios al participar en la asignatura de emprendimiento. *Revista Espacios*, 37.
- Osorio, F., & Pereira, F. (2011). Hacia un modelo de educación para el emprendimiento: una mirada desde la teoría social cognitiva. *Cuadernos de Administración - Pontificia Universidad Javeriana - Bogotá D.C. - Colombia*, 13-33.
- Quintero, C. (2007). Generacion de competencias en jovenes emprendedores. *UNAB* http://www.usmp.edu.pe/facarrhh/primer_congreso_ippeu_boletin/ppts/Carlos_Quinteros.pdf.
- Rovayo, G. (2009). El emprendimiento y la educación no siempre van en la misma dirección. *revistas.usfq*, 96-103.
- Varela, R. (2001). *Innovación empresarial: Arte y ciencia en la creacion de empresas*. Bogotá: Pearson Educación.