

## **CAPÍTULO II. LA PERCEPCIÓN DE LOS ESTUDIANTES SOBRE EL EMPRENDIMIENTO: EL CASO DE UNIVERSIDAD ECOTEC.**

**Autora:**

**Clarisa Solange Zamora Boza, Mgtr.**

Docente de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad Tecnológica ECOTEC  
szamora@ecotec.edu.ec

### **INTRODUCCIÓN**

El emprendimiento, dentro de sus múltiples acepciones, se considera como búsqueda de generación de valor, a través de la creación o expansión de una actividad económica, por medio de la identificación y explotación de nuevos productos, procesos o mercados (Ahmad y Seymour, 2008). Es un tema importante de estudio por sus contribuciones a la generación de empleo, innovación y crecimiento económico.

Debido a la complejidad de este fenómeno, se utiliza como una herramienta de análisis el paso previo a la ejecución del acto; es decir, la intención de emprender, esto con el objetivo de explicar qué factores afectan a la actitud, la disposición y posteriormente el comportamiento.

La mayoría de los estudios al respecto utilizan como población objetivo a estudiantes universitarios. Para ello, son consultados a través de encuestas sobre sus características personales y sobre su grado de aceptación a realizar actividades de creación de empresas. Se han identificado varias determinantes de la intención de emprender, entre ellos: la actitud, la autoeficacia (capacidad de cumplir objetivos), la creatividad, la preferencia por el riesgo, la necesidad de independencia, realización personal, entre otros.

El presente estudio pretende recabar información sobre la percepción de los estudiantes universitarios hacia el emprendimiento utilizando como muestra los estudiantes de la Universidad ECOTEC de Ecuador. Para la obtención de la

## **El emprendimiento: reflexiones desde la Educación Superior.**

---

información se usó la encuesta PEUL de medición del potencial emprendedor en estudiantes universitarios que fue respondida por 308 estudiantes de 4 facultades.

Los principales resultados apuntan a que hay una alta predisposición al emprendimiento por parte de los estudiantes, una importante autoconfianza en sus capacidades personales y una significativa necesidad de realización personal que puede ser cubierta a partir de las actividades empresariales.

### **La intención de emprender**

Los primeros trabajos más reconocidos sobre el estudio de intenciones son los de Shapero y Sokol (1982) y Ajzen (1991). En el Modelo del Evento Emprendedor de los dos primeros autores las intenciones emprendedoras subyacen de las percepciones acerca del deseo y la factibilidad y de la propensión a actuar. La deseabilidad percibida es el grado de atracción hacia el comportamiento mientras que la factibilidad percibida es el grado en el cual las personas consideran ejecutable el comportamiento.

Para Shapero (1975, 1982), el evento emprendedor como la creación de una empresa, se lleva a cabo dentro de un proceso dinámico donde se juntan factores situacionales que impactan en mayor o menor grado al individuo dependiendo de sus percepciones y valores, los cuales están determinados por su herencia social y cultural y su experiencia previa (Elfving, Brännback y Carsrud, 2009).

Por su parte, Ajzen (1991) desarrolló una teoría de comportamiento planeado que vincula las actitudes, las normas sociales y el control comportamental percibido, todos ellos antecedentes motivacionales, con las intenciones que a su vez determinan las acciones. Las actitudes constituyen la predisposición positiva o negativa hacia determinado comportamiento, las normas sociales refieren la presión social percibida por el individuo para ejecutar una acción y el control comportamental percibido refiere la percepción de facilidad o dificultad para llevar a cabo un comportamiento (Pasin, et al., 2013).

## **El emprendimiento: reflexiones desde la Educación Superior.**

---

La teoría del comportamiento planeado ha sido útil para explicar las intenciones emprendedoras de individuos en varios países (Borges, et al., 2014). Si bien las actitudes y el control comportamental percibido definen claramente las intenciones, las normas sociales en algunos casos no son relevantes para explicarlas (Krueger, et al., 2000; Liñán, et al., 2011), mientras que en trabajos como el de Kolvareid y Isaksen (2006) se determina una relación positiva entre las normas sociales y las intenciones de emprender.

Los modelos de rol que pueden ser familiares, colegas, amigos, compañeros de clase y mentores, dedicados al emprendimiento, se consideran factores que pueden influir en la percepción sobre el deseo de emprender y pueden motivar al individuo (Shapero y Sokol, 1982). Esta característica social sobre ser emprendedor a través de las experiencias de personas cercanas también influye en la percepción sobre la factibilidad de lograrlo (Linán, 2006).

Por otra parte, la percepción de la factibilidad para iniciar un emprendimiento puede considerar la disposición de recursos financieros y de recursos humanos, particularmente la disposición de personas que puedan trabajar con el individuo y que le provean recursos, soporte moral, trabajo, habilidades necesarias y que compartan el riesgo, además de la educación (Shapero y Sokol, 1982).

La experiencia también constituye un elemento para determinar la autoeficacia (Liñán, 2006). Grundstén (2004) considera que la percepción sobre la factibilidad emprender está determinada por factores “racionales” como las expectativas financieras, la percepción de oportunidades, disponibilidad de financiamiento, disponibilidad de capital social, acceso al mercado, disponibilidad de tecnología y de recursos humanos. Otros modelos de análisis como el de Luthje (2003) integran tanto aspectos de la personalidad del individuo: propensión al riesgo y locus de control, como factores del entorno: barreras y apoyos al emprendimiento percibidos por los individuos. Bakotic y Kruzic (2010) añaden a la educación como variable de apoyo del entorno que puede influenciar las intenciones y actitudes emprendedoras.

En un estudio aplicado a estudiantes universitarios, Zampetakis, Gotsi, Andriopoulos y Moustakis (2011) encuentran que aquellos que se perciben a sí mismos como

## **El emprendimiento: reflexiones desde la Educación Superior.**

creativos son quienes presentan mayor intencionalidad hacia el emprendimiento. Para el desarrollo de este rasgo característico, el papel de las familias resulta un elemento importante, mientras que, de acuerdo con el estudio, no existen efectos del aporte de la educación universitaria en el desarrollo de la creatividad en los estudiantes.

Las habilidades de liderazgo, como indicadores de capital social cognitivo están fuertemente relacionadas con las intenciones de emprender (Henley, Contreras, Espinosa, Barbosa, 2017). Asimismo, dos dimensiones relacionadas con la inteligencia emocional, la regulación y la utilización de emociones, afectan positivamente a la autoeficacia emprendedora (Mortana, Ripolla, Carvalhob y Bernal, 2014).

En Ecuador, Izquierdo (2013) desarrolló un estudio entre estudiantes de tres universidades del país utilizando como base el modelo del evento emprendedor de Shapero, la Teoría del comportamiento planeado de Ajzen y la Teoría de evaluación cognitiva (Ajzen, 1991; Ryan and Deci, 2000; Shapero, 1982). Los resultados del estudio, realizado a través de un modelo de ecuaciones estructurales, indican que las motivaciones intrínsecas tienen una influencia indirecta positiva en las intenciones emprendedoras a través de las actitudes hacia el trabajo (variable latente) y por otra parte, las motivaciones extrínsecas tienen un impacto positivo en el incremento de la percepción de eficacia propia (variable latente) de los estudiantes universitarios y a su vez en el incremento de sus intenciones de crear una empresa.

Lasio, et al. (2009) desarrollaron un estudio de intenciones emprendedoras entre estudiantes de carreras técnicas, ingenierías y de economía de una universidad politécnica pública en Ecuador y de una universidad belga. Este estudio consta de dos partes: en la primera se determina quienes tienen intenciones de emprender y relacionan esta variable con las condiciones demográficas (edad, género, carrera), modelos de rol, estatus laboral y condición socioeconómica de los estudiantes; en la segunda parte se separa aquellos que tienen aspiraciones de crear una empresa con quienes quieren ser autoempleados (consultores, profesionales independientes, etc.) y se analizan las mismas variables en ambos grupos.

## **El emprendimiento: reflexiones desde la Educación Superior.**

---

Los resultados demostraron que el 77% de los encuestados ecuatorianos tenía intención de empezar su propio negocio o ser autoempleados en algún punto de sus vidas. El 61% fueron hombres y el 91% se encontraba entre los 16 y 25 años. De los estudiantes ecuatorianos con intenciones emprendedoras, el 13.95% fueron estudiantes de economía y el 86.05% de ingeniería; el 30% se encontraban activos en el mercado de trabajo. Asimismo, el 34% tenían madres autoempleadas o con negocios propios y el 51% tenían padres autoempleados o con negocios propios. En este estudio se comprobó tanto la relación positiva de modelos de rol (padres y madres emprendedores), como la influencia negativa del nivel socioeconómico en las intenciones de emprender y, de igual manera, la independencia que existe entre estas y las carreras que estaban siguiendo los estudiantes.

### **2.1 Metodología**

Con el fin de obtener evidencia empírica acerca de la predisposición de los estudiantes hacia el emprendimiento se realizó una encuesta utilizando el cuestionario PEUL (2016) elaborado y validado por profesores investigadores de América Latina y Europa que integran la red internacional de emprendimiento e innovación AFIDE, este instrumento permite medir las características personales y el deseo o intención de los estudiantes encuestados por autoemplearse o crear una empresa. El PEUL ha sido aplicado en más de 55 universidades en 25 países.

### **Muestra**

La muestra para este estudio comprendió 308 estudiantes de la Universidad ECOTEC, esta es una universidad ecuatoriana privada ubicada en el cantón Samborondón de la provincia del Guayas. La encuesta se llevó a cabo durante el periodo académico extraordinario Intensivo 1 – 2018, el nivel de confianza del estudio es del 95% y el 5% de margen de error. Las observaciones fueron seleccionadas aleatoriamente dentro de cada estrato, como se detalla continuación.

## **El emprendimiento: reflexiones desde la Educación Superior.**

Tabla 1. Resultados de encuestas a estudiantes de la Universidad ECOTEC.

<b>FACULTAD</b>	<b>POBLACIÓN ESTUDIANTIL</b>	<b>DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL</b>	<b>MUESTRA ESTRATIFICADA</b>
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales	910	57%	177
Facultad de Derecho y Gobernabilidad	242	15%	47
Facultad de Marketing y Comunicación	221	14%	43
Facultad de Ingeniería en Sistemas	153	10%	30
Facultad de Turismo y Hotelería	57	4%	11
<b>TOTAL</b>	<b>1583</b>	<b>100%</b>	<b>308</b>

Fuente: Elaboración propia.

### **Instrumento**

La toma de la encuesta PEUL se realizó a través de dispositivos electrónicos como celulares y computadoras ingresando a la página <http://peul.jssm.es/>. La contestación del formulario tomó entre 25 a 30 minutos. El cuestionario contiene, en una primera parte, los datos sociodemográficos de los estudiantes, como edad, sexo, lugar de residencia, carrera universitaria, experiencia como empleado, experiencia como autoempleado, duración del empleo, profesión y ocupación del padre y de la madre. La segunda parte contiene 165 preguntas sobre la percepción que tiene el encuestado sobre varios aspectos relacionados al emprendimiento y a sus características personales. De todas las preguntas, 162 son evaluadas en escala de Likert de 5 puntos: completamente de acuerdo = 5, de acuerdo = 4, ni acuerdo ni desacuerdo = 3, en desacuerdo = 2 y completamente en desacuerdo = 1.

### **2.2. Variables encuestadas**

Las variables consultadas dentro del cuestionario fueron incluidas considerando diversos estudios en emprendimiento (apartado 1). A continuación, se presenta la conceptualización de cada una.

- Intención de emprender: grado de aceptación y disposición para crear una empresa.
- Creatividad: grado de percepción sobre la capacidad de imaginación y generación de nuevas ideas.
- Control percibido: grado de percepción sobre la capacidad para crear una empresa y manejar los procesos.
- Liderazgo: grado de percepción sobre la capacidad de manejar grupos de personas y de conducirlos a un determinado resultado.
- Locus de control interno: grado de percepción del control que tiene el individuo sobre los hechos que lo afectan.
- Inteligencia emocional: grado de percepción sobre el control de las emociones.
- Independencia: grado de percepción sobre el deseo de ser su propio jefe y ser independiente económicamente.
- Riesgo: grado de percepción sobre la preferencia hacia actividades desconocidas y arriesgadas aun cuando se pueda fracasar.
- Optimismo: grado de percepción sobre si es una persona que ve el lado bueno de las situaciones y que piensa que todo saldrá bien.
- Normas sociales: grado de percepción sobre cómo la sociedad (familiares, amigos, país) valora crear una empresa.
- Realismo: grado de percepción sobre la capacidad de valorar todos los aspectos de una situación.
- Redes de contacto: grado de percepción del individuo sobre si cuenta con amigos o conocidos de diferentes lugares y campos profesionales.
- Deseabilidad percibida: Grado de percepción sobre la atracción hacia crear una empresa y las ventajas de ser emprendedor.

## El emprendimiento: reflexiones desde la Educación Superior.

---

### 2.3 Resultados

El coeficiente de confiabilidad de alfa de Cronbach alcanzó un 0,98. De acuerdo con el criterio de George y Mallery (2003: 231) el coeficiente obtenido indica una alta fiabilidad de la encuesta.

Tabla 2. Alfa de Cronbach.

FACTOR	ALFA CRONBACH	NÚMERO DE ELEMENTOS
Instrumento	0,98	162

Fuente: Elaboración propia.

La información demográfica fue analizada usando recuentos de frecuencia y porcentaje simple a través del programa estadístico SPSS. La tabla 3 muestra que la mayor cantidad de estudiantes encuestados fue de sexo masculino (51.6%), así mismo, la mayoría (86,3%) tiene menos de 25 años y solo una quinta parte es o ha estado autoempleado.

Tabla 3. Características de la muestra.

		Frecuencia	Porcentaje
Sexo	Hombre	159	51,6
	Mujer	149	48,4
Edad	Menos de 20 Años	135	43,8
	Entre 20 a 24	131	42,5
	25 años o más	42	13,6
Autoempleado	No	245	79,5
	Sí	63	20,5

Fuente: Elaboración propia.

La tabla 4 muestra las medias de las respuestas obtenidas para representar cada variable, así como la desviación estándar. Considerando la escala de Likert que va desde 1 (completamente en desacuerdo) a 5 (completamente de acuerdo), los

## **El emprendimiento: reflexiones desde la Educación Superior.**

---

resultados se muestran homogéneos, con respuestas valoradas arriba de 4, siendo los casos atípicos las variables Control Percibido y Normas sociales que muestran una media de 3,86 y 3,95 respectivamente.

Tabla 4. Percepción de los estudiantes.

Variables	Media	Desviación Estándar
Intención de emprender	4,41	0,86
Optimismo	4,61	0,69
Deseabilidad percibida	4,57	0,73
Independencia	4,50	0,82
Realismo	4,45	0,73
Locus de Control Interno	4,38	0,75
Creatividad	4,32	0,76
Riesgo	4,28	0,76
Inteligencia emocional	4,23	0,76
Redes de contacto	4,06	1,02
Liderazgo	4,04	0,80
Normas Sociales	3,95	0,71
Control Percibido	3,86	0,90

Fuente: Elaboración propia a partir del análisis del 95% de nivel de confianza.

Los datos recabados de las encuestas indican que la mayoría de los estudiantes de todas las facultades respondieron estar de acuerdo y muy de acuerdo con crear una empresa, sin embargo, los que reflejan una proporción más alta de aceptación para la alternativa de convertirse en emprendedores son los de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales y los que menos la prefieren son los de la facultad de Sistemas (tabla 5).

## El emprendimiento: reflexiones desde la Educación Superior.

Tabla 5. Nivel de Intención emprendedora por facultades.

		Facultad				Total
		Ciencias Económicas y Empresariales	Marketing, Turismo y Comunicación	Derecho	Sistemas	
Intención Emprendedora	Completamente en desacuerdo	0	0	1	0	1
	En desacuerdo	4	1	3	3	11
	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	11	6	8	7	32
	De acuerdo	42	13	9	11	75
	Completamente de acuerdo	117	31	26	9	183
Total		174	51	47	30	302*
Estudiantes que respondieron De acuerdo y Muy de acuerdo		91%	86%	74%	67%	

Fuente: Elaboración propia. \* No se encontraron 6 datos.

En la sección de consulta a los estudiantes sobre su percepción acerca de las razones para crear una empresa, la mayor parte de las respuestas estuvieron de acuerdo y completamente de acuerdo. No obstante, las opciones “por tener un poder y prestigio social” y “como último recurso, porque no tengo más opciones” fueron las alternativas menos preferidas (tabla 6).

## El emprendimiento: reflexiones desde la Educación Superior.

Tabla 6. Razones para crear una empresa.

Variables	Media	Desviación Estándar
Por tener mayor independencia	4,46	0,832
Por conseguir éxito personal	4,42	0,867
Por un sentimiento de realización personal	4,39	0,890
Por tener una seguridad laboral	4,34	0,886
Por tener novedades y cambios en la vida	4,33	0,873
Por evitar un trabajo rutinario	4,23	0,969
Por tener mayor libertad en el trabajo	4,23	0,990
Por obtener placer y gratificación lúdica	4,05	1,039
Por tener un poder y prestigio social	3,55	1,222
Como último recurso, porque no tengo más opciones	2,68	1,516

Fuente: Elaboración propia. \* Analizado al 95% de nivel de confianza.

En promedio, los estudiantes valorizan la mayoría de los factores consultados como altamente importantes para crear una empresa. Los factores menos puntuados son la tradición empresarial de la familia y los recursos financieros ajenos (tabla 7).

Tabla 7. Percepción de los estudiantes sobre recursos importantes para crear una empresa

Variables	Media	Desviación Estándar
Confianza en las propias capacidades	4,56	0,823
Tener iniciativa	4,55	0,832
Capacidad de captar y aprovechar oportunidades	4,52	0,840
Capacidad de esfuerzo en conseguir objetivos	4,52	0,788
Ser creativo	4,48	0,852
Capacidad de asumir riesgos	4,46	0,859
Poseer capacidad de previsión	4,40	0,831
Tener intuición	4,35	0,903
Formación académica	4,19	1,062
Recursos financieros propios	4,12	1,036
Experiencia laboral	4,06	1,089
La familia: que sea empresaria	3,70	1,214
Recursos financieros ajenos	3,26	1,228

Fuente: Elaboración propia. \* Analizado al 95% de nivel de confianza.

## **El emprendimiento: reflexiones desde la Educación Superior.**

---

Adicionalmente a la alta percepción de intención emprendedora, los estudiantes manifiestan tener una mayor predisposición a crear una empresa propia que a trabajar en una privada o pública (tabla 8).

Tabla 8. Preferencia laboral de los estudiantes

Variables	Media	Desviación Estándar
Autoemplearme (Crear mi propia empresa)	4,42	0,950
Trabajar en una empresa privada	3,87	1,202
Trabajar en una empresa pública	3,05	1,316

Fuente: Elaboración propia. \* Analizado al 95% de nivel de confianza.

### **CONCLUSIONES**

Los estudiantes universitarios encuestados presentan una alta predisposición al emprendimiento, particularmente, se observa el patrón de que son aquellos que desarrollan carreras empresariales los que mayormente prefieren emprender, tal como ya se ha observado en estudios anteriores (Gelaidan y Abdullateef, 2017).

Los estudiantes se perciben a sí mismos como capaces de iniciar actividades empresariales y están dispuestos a llevarlas a cabo. Su disposición radica en factores como la realización personal, independencia, éxito y seguridad laboral. Les atrae en primera instancia crear una empresa antes que trabajar en ella, confían en sí mismos y son arriesgados.

Si bien la formación académica como recurso necesario para crear una empresa fue altamente valorada por los estudiantes, no la consideran más importante que otros factores relacionados con la actitud, la motivación y las habilidades propias.

En este sentido, el papel de las universidades se debería replantar a proveer a los estudiantes de herramientas para que desarrollen capacidades, habilidades, técnicas y características personales que les permitan generar ideas, reponerse de los fracasos

empresariales y aprovechar de manera exitosa las oportunidades que el entorno les pueda ofrecer.

### **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

Achchuthan, S. & Balasundaram, N. (2012). Entrepreneurial motivation and self employment intention: case study on management undergraduates of university of Jaffna, C.N. Wickramasinghe & W.M. madururupperuma (Eds) University of Kellaniya, SriLanka, 77-90.

Acs Z., Audretsch, D., Braunerhjelm, P. & Carlsson, B. (2005). Growth and Entrepreneurship : An Empirical Assessment. Discussion Paper Series, Center for Economic Policy Research, n° 5409.

Afide (2018). Investigación: Evaluación y Desarrollo del Potencial Emprendedor de los Universitarios. Recuperado de <http://www.asociacionafide.com/datos-peul-investigacion/>.

Ajzen, I. (1991). Theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50:179–211.

Arteaga, M. E. y Lasio, V. (2011). Educación en emprendimiento en la universidad ecuatoriana: Estado y oportunidades de mejora. ESPOL, ESPAE.

Audretsch, D. and Keilbach, M., 2004. Entrepreneurship and Regional Growth: An Evolutionary Interpretation. *Journal of Evolutionary Economics*, 14(5), 605–616.

Bakotic, D. & Kruzic, D. (2010). Students's perceptions and intentions towards Entrepreneurship: The empirical findings from Croatia. *The Business Review Cambridge*, 14(2), 209-215.

Bandura, A. (1977). Self-Efficacy: Toward a Unifying Theory of Behavioral Change. *Psychological Review*, 84(2), 191-215.

- Borges, F., Costa Dias, S., de Almeida, J. y Pinheiro, M. T. (2014). From Entrepreneurial Intention To Action: Cross-Countries Empirical Evidences. *European Scientific Journal*, 1.
- Cueva, S., Albornoz, V. y Avellán, L. (2007). Ecuador – Binding Constraints to Growth, s.l.: Corporación de Estudios para el Desarrollo CORDES.
- Elfving, J., Brännback, M. & Carsrud, A. (2009). Toward A Contextual Model of Entrepreneurial Intentions. En: *Understanding the Entrepreneurial Mind* s.l.: A.L. Carsrud, M. Brännback (eds.).
- Gelaidan, H. & Abdullateef, A. (2017). Entrepreneurial intentions of business students in Malaysia: The role of self-confidence, educational and relation support. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol. 24 Issue: 1, pp.54-67, <https://doi.org/10.1108/JSBED-06-2016-0078>
- George, D. y Mallery, P. (2003). SPSS for Windows step by step: A Simple Guide and Reference. 11.0 Update (4.<sup>a</sup> ed.). Boston: Allyn & Bacon.
- Grundstén, H. (2004). Entrepreneurial Intentions and the Entrepreneurial Environment: A Study of Technology-Based New Venture Creation, Espoo, Finlandia: Doctoral Dissertation, Helsinki University of Technology, Department of Industrial Engineering and Management.
- Guaipatin, C. & Schwartz, L. (2014). Ecuador: Análisis del Sistema Nacional de Innovación. IADB.
- Henley, A., Contreras, F., Espinosa, J. y Barbosa, D. (2017). Entrepreneurial intentions of Colombian business students: Planned behaviour, leadership skills and social capital", *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, Vol. 23 Issue: 6, pp.1017-1032, <https://doi.org/10.1108/IJEER-01-2017-0031>

## **El emprendimiento: reflexiones desde la Educación Superior.**

---

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC, 2013. Análisis del Anuario Estadístico.

Izquierdo, E., 2013. Entrepreneurial Intentions among University Students: Motivations and entrepreneurial exposure as drivers of intentions. s.l., Business Association of Latin American Studies (BALAS) Conference.

Kantis, H., Federico, J. y Ibarra, S. (2015). Condiciones Sistémicas Para el Emprendimiento Dinámico, s.l.: Asociación Civil Red Pymes Mercosur.

Kelley, D., Singer, S. & Herrington, M. (2016). Global Entrepreneurship Monitor: Global Report 2015/16.

Kolvereid, L. & Isaksen, E. (2006). New business start-up and subsequent entry into self-employment. *Journal of Business Venturing*, 21, 866-885.

Krueger, N. F., Reilly, M., & Carsrud, A. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15 (5/6), 411–432.

Krueger, N. F. & Brazeal, D. V. (1994). Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 18(3), 91–104.

Lasio, V., Deschoolmeester, D. y Arteaga, E. (2009). Entrepreneurial Intentions of Undergraduates at ESPOL in Ecuador. ESPOL, ESPAE.

Liñán, F., Rodríguez-Cohard, J. C. y Rueda-Cantucho, J. (2011). Factors affecting entrepreneurial intention levels: a role for education. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(2), 195-218.

Liñán, F. & Chen, Y. (2006). Testing the Entrepreneurial Intention Model on a Two-Country Sample. Working Papers 0607, Departament Empresa, Universitat Autònoma de Barcelona.

## **El emprendimiento: reflexiones desde la Educación Superior.**

---

- Luthje, C. & Franke, N. (2003). The 'making' of an entrepreneur: testing a model of entrepreneurial intent among engineering students at MIT. *R&D Management*, 33 (2), 135-147.
- Martínez, J. (2011). Analysis of the influence of self-efficacy on entrepreneurial intentions. *Prospect*, 9, 14-21.
- Medina, P., Bolívar, A. & Lemes, A. I. (2014). Un paso más en la investigación de la intención emprendedora del estudiante universitario: GUESSS. *Revista de Estudios Empresariales*. Segunda época., 63 - 80.
- Mortana, R., Ripolla, P., Carvalhob, C. y Bernal, C. (2014). Effects of emotional intelligence on entrepreneurial intention and self-efficacy. *Journal of Work and Organizational Psychology*. Vol. 30 (2014) 97-104.
- Pasin, C., Mariano, S. y Feder, V. (2013). Entrepreneurial Intention in Brazil: The Challenge in Using International Measurement. *Alcance Journal*, 20(4), 447-459.
- Shapero, A., & Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. Kent, C., Sexton, D., Vesper, K. (eds.) *The Encyclopedia of Entrepreneurship*. Englewood Cliffs, NJ. Prentice-Hall, Inc, 72 – 90.
- Westhead, P. & Cowling, M. (1995). Employment Change in Independent Owner Managed High Technology Firms in Great Britain. *Small Business Economics*, 7(2), 111-140.
- Zampetakis, L., Gotsi, M., Andriopoulos, C. y Moustakis, V. (2011). Creativity and entrepreneurial intention in young people. *Entrepreneurship and Innovation*, Vol 12, No 3, 2011, pp 189–199 doi: 10.5367/ijei.2011.0037