

Factores que inciden en la intención emprendedora del estudiante universitario: una aproximación en América Latina

Resumen

El estudio del emprendimiento es un tema que en los últimos años ha cobrado gran relevancia debido al impacto positivo que puede tener en el desarrollo de los países, especialmente en aquellas economías basadas en la eficiencia como lo son la mayoría de los países latinoamericanos. Por ello, las universidades han visto la necesidad de desarrollar personas que busquen generar bienestar en sus regiones a través de la implementación de iniciativas emprendedoras. En este orden de ideas, el presente estudio busca identificar factores que se relacionan con la intención emprendedora del estudiante universitario en América Latina. Para llevar a cabo la investigación se encuestaron a más de seiscientos alumnos de universidades localizadas en México, Uruguay, Chile, Colombia y Brasil, teniendo en común que como una de las prioridades académicas, las universidades participantes buscan promover el emprendimiento entre sus estudiantes. Entre los factores analizados se observó que el apoyo de la familia, la motivación de la universidad y la experiencia laboral interna en la empresa familiar son factores relacionados con la intención emprendedora. Sin embargo, tener experiencia emprendedora y provenir de una familia empresaria no mostró una relación con el deseo de emprender. Finalmente se encontró que la mayoría de los estudiantes que provienen de una empresa familiar desean convertirse en sucesores gerenciales.

Palabras clave: intención emprendedora; estudiante universitario; América Latina.

Introducción

Considerando que los emprendedores tiene un rol fundamental en la creación de bienestar en la sociedad, es importante examinar la intención emprendedora de las personas al ayudar a mejorar el entendimiento sobre el potencial comportamiento emprendedor (Zhang, Wang y Owen, 2015); así como el rol de las universidades a través de sus programas de apoyo al emprendimiento y la intención emprendedora (Azanza y Campos, 2014). En América Latina existen pocas investigaciones que hayan analizado las intenciones emprendedoras de los estudiantes (Delgado, et al., 2008; Maluk, 2014), por tal motivo, la presente investigación toma relevancia ya que analiza esta intención en estudiantes universitarios de cinco países latinoamericanos: México, Uruguay, Chile, Colombia y Brasil, siendo el objetivo identificar factores que se relacionan con la intención emprendedora del estudiante universitario en América Latina. Los factores revisados son: apoyo familiar y motivación por parte de la educación educativa, experiencia emprendedora, provenir de una empresa familiar, haber trabajado en la empresa familiar y tener el deseo de ser sucesor gerencial de dicha empresa.

El presente documento inicia con una revisión de literatura en temas relacionados con el emprendimiento; en seguida se describen los objetivos, la metodología utilizada para desarrollar la investigación así como los resultados obtenidos; finalmente se desarrolla la discusión de los resultados y las conclusiones.

Revisión de literatura

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.

El término emprendedor tiene distintas variantes a lo largo del mundo. Uno de los más aceptados es el usado por el *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), importante organización a nivel internacional en términos de investigación en emprendimiento, viendo el emprendimiento como "cualquier intento de crear un nuevo negocio o empresa, tales como autoempleo, una nueva organización empresarial, o la expansión de un negocio existente, por un individuo, un equipo de personas, o un negocio establecido" (Reynolds et al., 1999, p. 3, en Singer, 2014).

También existen enfoques más generales donde se define el espíritu emprendedor como "la pasión para proponer e implementar soluciones innovadoras transformando la realidad y generando valor social, ambiental y económico" (Tecnológico de Monterrey, 2013).

Asimismo, recientemente ha habido un auge en el estudio del intraemprendimiento, el cual hace referencia a las personas con habilidades empresariales que trabajan en compañías desarrollando nuevos proyectos para la organización (Robles y Alcérreca, 2000).

Para efectos de esta investigación la intención emprendedora se analizará viendo al emprendimiento como la creación de una nueva empresa.

El rol de la universidad en el 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.

Alrededor del mundo hay universidades que están cumpliendo con esta tarea. Prueba de ello es que muchos negocios con impacto a nivel global han sido iniciados por estudiantes universitarios como FedEx, Dell, Google, Facebook y Snapchat (Zhang, Wang y Owen, 2015). Adicionalmente, existe evidencia del impacto de las universidades en el emprendimiento gracias a indicadores como la proliferación de oficinas de transferencia de tecnología, incremento de patentes y licencias, así como cambios en la misión, criterios de permanencia y promoción de las universidades (Goldstein, 2010). Sin embargo, todavía falta mucho por hacer, desde la mejora de programas que permitan desarrollar el espíritu emprendedor del estudiante, hasta investigaciones que permitan conocer con mayor profundidad el fenómeno emprendedor.

Factores relacionados con la motivación por emprender

De acuerdo con Marulanda, Montoya y Vélez (2014), más allá de los incentivos externos que los gobiernos y otras entidades ofrecen para fomentar el emprendimiento, la creación de empresas está determinada por la percepción del individuo de sus objetivos y capacidades, de la imagen de la actividad a nivel social y del apoyo que recibe de las personas que considera más importantes en su vida, por lo cual estos autores consideran necesario establecer mecanismos que permitan identificar las verdaderas motivaciones de las personas beneficiarias de organismos específicos.

En este sentido, el estudio de los emprendedores ha sido una de las vertientes de conocimiento que cada vez ha generado mayor interés debido a que, para desarrollar programas que permitan acrecentar los niveles de emprendimiento en los países, es fundamental profundizar en el conocimiento del emprendedor.

La edad, el género y el orden de nacimiento son aspectos que han sido estudiados por diversos autores al ser considerados como factores que influyen en la intención por emprender: respecto a la edad, de acuerdo con Singer et al. (2014), el emprendimiento es más frecuente entre personas de 25 y 34 años; además indica, en cuanto a género, que el emprendimiento en etapas tempranas es mayor en hombres a lo largo del mundo; respecto al orden de nacimiento, a pesar de que Sánchez (2003) menciona que no hay relación entre el emprendimiento y el orden de nacimiento, Singh (2008) considera que el hijo mayor tiene mayores probabilidades de emprender. Sin embargo, estos rasgos tienen la limitante de que no pueden ser tratados de manera directa para incrementar los niveles de emprendimiento.

Existen otros aspectos que de acuerdo con la literatura también se relacionan con la intención emprendedora y a diferencia de los mencionados anteriormente, los siguientes tienen la ventaja de ser producto de decisiones de personas o instituciones: Harris (2008) considera que la experiencia emprendedora se asocia con el desarrollo de actitudes emprendedoras, contrario a lo expuesto por Delgado, Gómez, Romero y Vázquez (2008); el Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey (2013) habla de la influencia de la universidad en el emprendimiento, considerando que el contexto en la enseñanza empresarial es antecedente importante en el deseo de emprender; respecto al apoyo familiar, autores como Moriano, Palací y Morales (2006), consideran que el emprendimiento se relaciona positivamente con el apoyo de la familia nuclear: padres, hermanos y cónyuge.

Asimismo, hay estudios que consideran que provenir de una familia emprendedora se relaciona positivamente con el emprendimiento (López, Montilla y Briceño, 2007). Sin embargo, todavía falta profundizar en el estudio que tienen los descendientes de empresas familiares con la intención de emprender.

Objetivos

El objetivo general del estudio es identificar factores que se relacionan con la intención emprendedora del estudiante universitario en América Latina.

Como objetivos específicos se encuentran:

- Identificar la relación entre la intención emprendedora del estudiante con: el apoyo familiar; la motivación de la universidad respecto al emprendimiento; tener experiencia emprendedora; provenir de una familia emprendedora; haber trabajado en la empresa familiar; desear convertirse en el sucesor gerencial de la empresa familiar.
- Realizar análisis comparativos con los resultados de distintas universidades para identificación de necesidades comunes en Latinoamérica.
- Proponer acciones para incrementar el nivel de emprendimiento en los estudiantes universitarios.

Metodología

La presente investigación tiene un enfoque cuantitativo, transversal, de tipo exploratorio y descriptivo. Como antecedente se menciona que el instrumento base utilizado ha sido aplicado por el Tecnológico de Monterrey Campus Puebla desde el 2011 y por la Universidad Católica del Uruguay y Universidad de Valparaíso desde el 2014.

Este cuestionario incluye preguntas abiertas, cerradas, tipo Likert y de opción múltiple. El instrumento está estructurado en dos secciones. En la primera sección se evalúan datos generales y preguntas relacionadas con el perfil emprendedor de los estudiantes; la segunda sección fue contestada por alumnos que provienen de una familia empresaria.

En la Tabla 1 se describen las universidades participantes en el estudio así como las características de la población encuestada. Cabe destacar que las cinco universidades participantes se encuentran en América Latina; tres de ellas son privadas (Tecnológico de

Monterrey en Puebla, Universidad Católica del Uruguay y Universidad Militar Nueva Granada) y dos son públicas (Universidad de Valparaíso e Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia do Rio Grande).

Tabla 1. Población encuestada

País	Institución	Especificaciones	Encuestas aplicadas
México	Tecnológico de Monterrey en Puebla	Estudiantes de nuevo ingreso generación 2014 del área de Negocios y Administración.	97
Uruguay	Universidad Católica del Uruguay	Estudiantes de la generación 2013, segundo año por competencias, en la asignatura Emprendedurismo e Innovación.	261
Chile	Universidad de Valparaíso	Estudiantes segundo año por competencias de dos Módulos de Emprendimiento más tres Talleres de Integración que coordina la División Académica de la UV	127
Colombia	Universidad Militar Nueva Granada	Estudiantes de los tres últimos semestres de los programas de Administración de Empresas, Economía y Contaduría, de la Facultad de Ciencias Económicas.	102
Brasil	Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul – Campus Restinga y Porto Alegre	Estudiantes de segundo año de cursos en el eje tecnológico de Gestión y Negocios.	87
Total			674

Fuente: elaboración propia

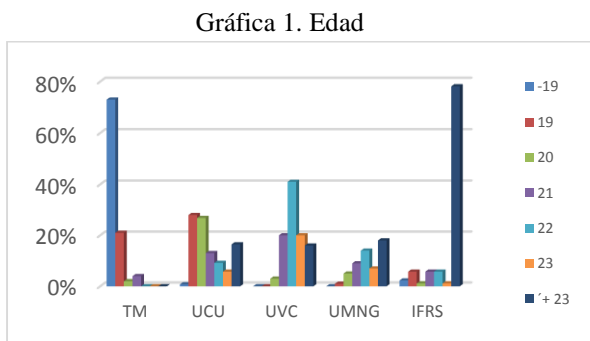
Los datos proporcionados por los estudiantes fueron tomados como verdaderos ya que por limitaciones de tiempo y recursos, la información obtenida no fue verificada, estando su validez en función de la disposición del estudiante a proporcionar datos auténticos.

Resultados

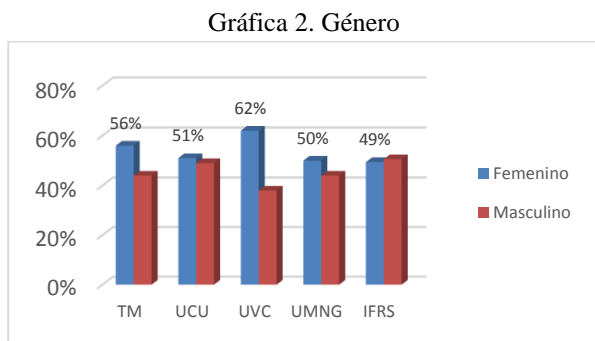
A continuación se presentan de manera gráfica los resultados en términos de porcentaje de las universidades participantes representadas por las siguientes siglas: Tecnológico de Monterrey en Puebla (TM), Universidad Católica del Uruguay (UCU), Universidad de Valparaíso en Chile (UVC), Universidad Militar Nueva Granada (UMNG) e Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul – Campus Restinga y Porto Alegre (IFRS).

- Datos generales

En cuanto a las edades se nota una mayor dispersión que en el género (ver Gráficas 1 y 2).

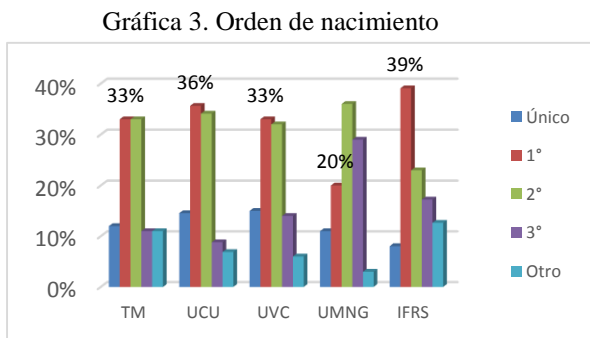


Fuente: elaboración propia

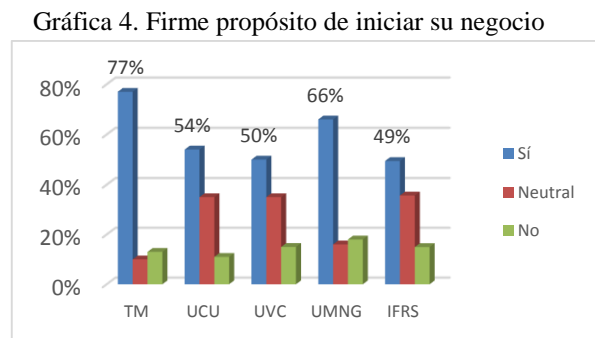


Fuente: elaboración propia

En todas las universidades se observa un mayor porcentaje de familias con más de un hijo, la mayoría de los estudiantes ocupan el lugar primero o segundo (ver Gráfica 3). Respecto a la intención emprendedora, en la mayoría de las universidades estudiadas hay un porcentaje superior al 50% que manifiestan el firme propósito de emprender al finalizar sus estudios, como se ve en la Gráfica 4. Los valores para cada universidad indican que corresponde a un 77% en TM, seguido por 66% de UMNG, 54% de UCU, 50% en UVC seguido por un 49% en IFRS.



Fuente: elaboración propia

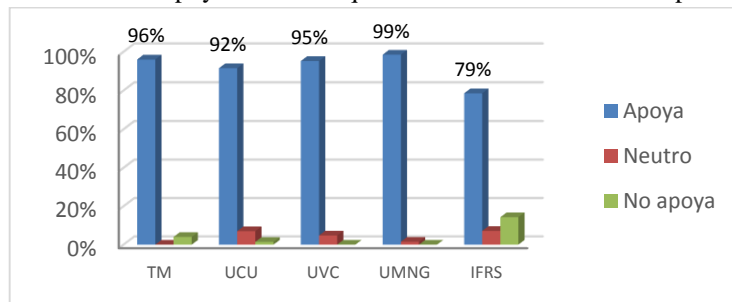


Fuente: elaboración propia

- Apoyo familiar de estudiantes con intención emprendedora

Un primer análisis realizado, busca comparar la incidencia del apoyo familiar en los estudiantes que manifestaron su intención emprendedora, se observa su percepción de un fuerte apoyo familiar siendo el mayor el correspondiente a UMNG con 99%, seguido por TM y UVC con 96 y 95%; UCU con 92% e IFRS con 79% (ver Gráfica 5).

Gráfica 5. Apoyo familiar a quienes tienen intención de emprender

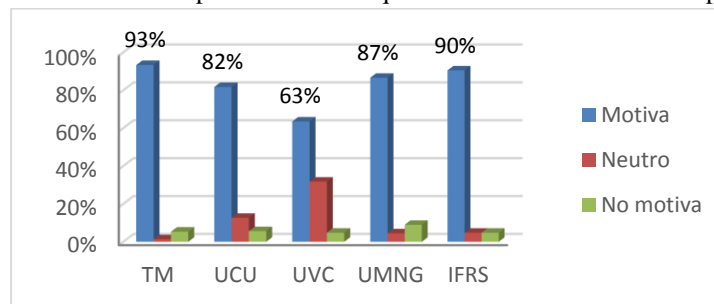


Fuente: elaboración propia

- **Motivación de la universidad respecto al emprendimiento en alumnos con intención emprendedora**

La motivación que genera la universidad respecto a la intención emprendedora del alumno puede llegar a ser un factor determinante en la decisión de éste por iniciar su propia empresa. En el caso de las universidades participantes en este estudio se puede observar que un alto porcentaje de los alumnos que desean iniciar un negocio al terminar sus estudios percibe que su universidad los motiva a emprender (ver Gráfica 6).

Gráfica 6. Motivación por institución a quienes tienen intención de emprender

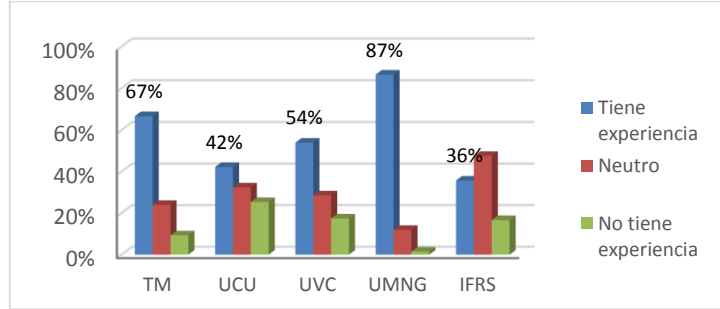


Fuente: elaboración propia

- **Experiencia emprendedora de estudiantes con intención emprendedora**

Respecto a la experiencia emprendedora, como se puede observar en la Gráfica 7, en cada universidad se generaron datos desiguales, que van desde 87% de alumnos de Colombia con intención emprendedora y que han tenido experiencia en el ámbito del emprendimiento, hasta los datos de Brasil, donde sólo el 36% de los alumnos ha tenido alguna experiencia en emprendimiento.

Gráfica 7. Experiencia emprendedora en alumnos que tienen intención de emprender

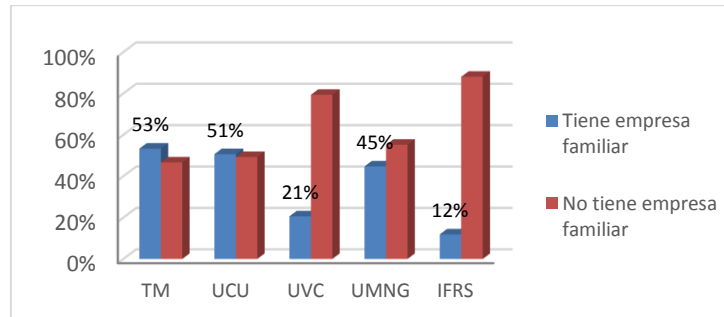


Fuente: elaboración propia

- **Alumnos con intención emprendedora que provienen de una familia con empresa**

Como se puede observar en la siguiente gráfica, provenir de una familia emprendedora no fue un factor determinante para que los alumnos mostraran intención de iniciar su propio negocio, correspondiendo los valores más bajos a las UVC y IFRS, que son las dos universidades públicas de las analizadas (ver Gráfica 8).

Gráfica 8. Empresas familiares en quienes tienen intención de emprender

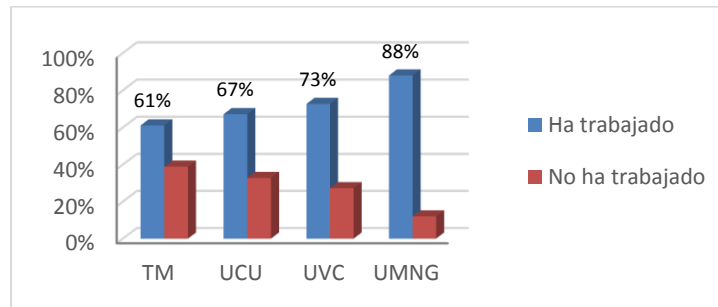


Fuente: elaboración propia

- **Alumnos con intención emprendedora que han trabajado en la empresa de su familia**

En cambio al considerar el hecho de haber trabajado en la empresa de su familia se observa un impacto positivo en la intención de emprender, cabe aclarar que en la IFRS este cruce implicaba sólo 4 casos, y todos habían trabajado en la empresa familiar, pero a los efectos de la gráfica se decidió no incluirlo.

Gráfica 9. Han trabajado en la empresa familiar y tienen intención de emprender

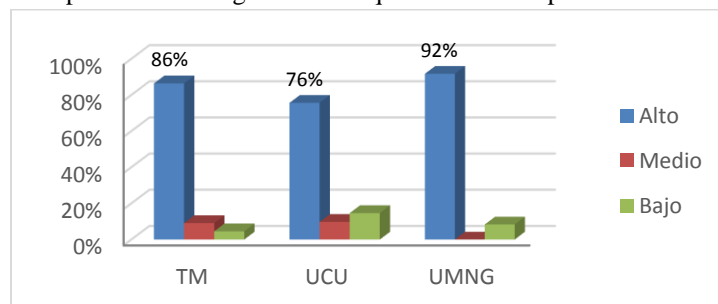


Fuente: elaboración propia

- **Aspiración por ser el sucesor gerencial en quienes tienen empresa familiar con sucesor ya definido**

En este análisis fue necesario sacar dos universidades ya que en el cruce los valores no eran representativos en porcentaje, se constata que ambas son las únicas públicas. En particular de los 127 estudiantes de UVC sólo 21 tienen empresa familiar y de éstos sólo 3 tienen sucesor gerencial definido, para IFRS de los 86 encuestados solamente 10 tienen empresa familiar y 4 tienen sucesor definido. En las otras tres universidades se constata un fuerte interés por ser sucesor gerencial de su empresa familiar (ver Gráfica 10).

Gráfica 10. Aspiración por ser sucesor gerencial de quienes tiene empresa familiar con sucesor definido



Fuente: elaboración propia

Discusión

Cuando una persona decide iniciar sus estudios universitarios, es muy común que lo haga para obtener competencias que le permiten colocarse en puestos de trabajos establecidos, buscando

una vida estable, con ingresos seguros y con prestaciones que muchas empresas brindan. Sin embargo, existen personas que lejos de buscar trabajar para alguien más, tienen la ambición de crear empresas propias que les permitan desarrollarse tanto profesional como personalmente.

En este sentido, los resultados del estudio mostraron que en promedio 59% de los estudiantes encuestados en cinco países de América Latina tienen el deseo de iniciar un negocio propio al finalizar sus estudios, siendo muy alentador ya que el emprendimiento es un importante motor de desarrollo económico, por lo cual es de vital importancia detectar factores que pueden influir en la decisión por emprender de estos estudiantes para que con base en éstos se desarrollen estrategias que conduzcan al estudiante a convertir ese deseo en una realidad.

Uno de los puntos analizados fue el apoyo familiar (padres y hermanos). Se observa que en promedio más del 90% de los estudiantes encuestados consideran que su familia los apoyaría si iniciaran una empresa, lo que habla de la confianza que siente el alumno por aventurarse a grandes retos, probablemente resultado del soporte familiar.

Se examinó también la percepción del estudiante respecto a la motivación que brinda su universidad por emprender. Los resultados muestran que más del 80% considera que su institución los motiva, cifra que aunque es alta, todavía puede mejorarse ya que al ser la universidad una de las entidades más importantes en la formación de las personas, su influencia puede ser decisiva para que el alumno decida poner en marcha un proyecto emprendedor.

Uno de los factores que han sido analizados por diversos estudiosos en el tema es la influencia de la experiencia emprendedora previa a la creación de empresas. En el presente estudio se puede notar que en promedio 57% de los alumnos que desean iniciar su propia empresa, cada vez que tienen oportunidad hacen negocios con amigos, familiares o conocidos que les dejan beneficios económicos. Sin embargo, la desviación estándar es de 0.204, lo que nos dice que existe una variabilidad de los datos del 20% respecto al promedio, por lo cual en este estudio

no se detecta una relación entre la intención de crear una empresa y tener experiencia emprendedora.

En los resultados tampoco se encuentra una clara relación entre la intención emprendedora y provenir de una familia con empresa, de hecho, en promedio, el 64% de los estudiantes que expresaron querer iniciar su propio negocio no provienen de una familia emprendedora.

Entre los alumnos que tienen empresa familiar se analizó si los que han trabajado en la misma expresan deseos de querer iniciar su empresa, ya que éstos conocen de una manera más cercana las responsabilidades, satisfacciones y también problemas que se enfrentan aquellos que atienden un negocio. Los resultados mostraron que en promedio 72% de alumnos que han trabajado en la empresa de su familia sí quieren iniciar su propio negocio, indicando un porcentaje alto de alumnos con intención de emprender.

Finalmente, se consideró importante revisar la intención de los alumnos que tienen empresa familiar de convertirse en sucesores gerenciales, ya que si bien es probable que no inicien un nuevo negocio, tienen la intención de desarrollarse profesionalmente en el campo del emprendimiento al asumir el cargo de dirigentes cuando llegue el momento del cambio generacional, una de las etapas más complicadas en cualquier empresa familiar siendo de vital importancia que el sucesor realmente tenga el deseo de asumir el cargo y las competencias necesarias para hacerlo. Como se puede observar, cerca del 85% de los estudiantes desean llegar a ser los dirigentes de la empresa de su familia.

Conclusiones

De los factores estudiados, se observa que los que presentan mayor relación con la intención emprendedora de los estudiantes son el apoyo de la familia y la motivación de la universidad respecto al emprendimiento. Tener experiencia emprendedora y provenir de una familia

empresaria no muestra una relación contundente con el deseo de emprender. Sin embargo, haber trabajado en la empresa familiar sí se observa como un factor presente en aquellos que desean iniciar su propio negocio. Destaca el hecho que la mayoría de aquellos que provienen de una empresa familiar desean convertirse en sucesores gerenciales, lo que habla de su interés por el camino del emprendimiento.

Tomando como referencia estos resultados, se propone que las universidades continúen desarrollando programas que fortalezcan el espíritu emprendedor entre sus estudiantes, pero que además complementen estos programas con actividades que sensibilicen a las familias del importante rol que juegan como promotoras del emprendimiento entre los jóvenes. Asimismo, se recomienda que las universidades diseñen e implementen estrategias que le permitan acercarse a las empresas familiares de sus estudiantes con el objetivo de concientizarlas sobre la importancia de involucrar a sus descendientes en la empresa a través de la experiencia laboral en esta. Lo anterior puede motivar al estudiante a poner en marcha un negocio propio o continuar con el proyecto emprendedor que años atrás iniciaron sus padres.

Finalmente, se recomienda un segundo estudio que permita profundizar en el conocimiento de los factores analizados en este documento a través de métodos estadísticos para generar un modelo que describa con mayor precisión la relación existente entre cada factor y la intención emprendedora de los estudiantes.

Bibliografía

- Azanza, G., & Campos, J. A. (abril de 2014). La intención emprendedora en estudiantes universitarios: el caso de la Universidad de Deusto. *Boletín de Estudios Económicos*, LXIX(211), 151-172. Obtenido de <http://www.bizkailab.deusto.es/wp-content/uploads/2014/06/Campos-AZANZA.pdf>
- Bennedsen, M. F. (2015). The family business map: Framework, selective survey, and evidence from Chinese family firm succession. *Journal Of Corporate Finance*.

- Delgado, M. I., Gómez, L., Romero, A. M., & Vázquez, E. (2007). Determinantes sociales y cognitivos en el espíritu emprendedor: un estudio exploratorio entre estudiantes argentinos. *Cuaderno de Gestión*, 8(1), 11-24.
- Delgado, M. I., Gómez, L., Romero, A. M., & Vázquez, E. (2008). Determinantes sociales y cognitivos en el espíritu emprendedor: un estudio exploratorio entre estudiantes argentinos. *Cuaderno de Gestión*, 11-24.
- Goldstein, H. (2010). The 'entrepreneurial turn' and regional economic development mission of universities. *Annals of Regional Science*, 83-109.
- Gunter, F. R. (2012). A Simple Model of Entrepreneurship for Principles of Economics Courses. *The Journal of Economic Education*, 43(4), 386-396.
- Harris, M. L., & Gibson, S. G. (2008). Examining the entrepreneurial attitudes of US business students. *Education + Training*, 50(7), 568-581.
- Jansen, S. v. (2015). How education, stimulation, and incubation encourage student entrepreneurship: Observations from MIT, IIT, and Utrecht University. *International Journal Of Management Education*, 13, 170-181.
- López, W., Montilla, M., & Briceño, M. (2007). Rasgos determinantes de las aptitudes emprendedoras que forman el perfil de los estudiantes de. *Actualidad Contable Faces*, 10(14), 80-84.
- Maluk, O. (12 de 11 de 2014). *Congreso Latinoamericano de Ciencia, Tecnología, Innovación y Educación*. Recuperado el 06 de 2015, de <http://www.oei.es/congreso2014/memoriactei/180.pdf>
- Marulanda Valencia, F. Á. (2014). Teorías motivacionales en el estudio del emprendimiento. (Spanish). *Pensamiento & Gestión*, 36, 204-236.
- Mason, C., & Harvey, C. (2013). Entrepreneurship: Contexts, opportunities and processes. *Business History*, 55(1), 1-8.
- Miller, S. P. (2014). Next-generation leadership development in family businesses: the critical roles of shared vision and family climate. *Frontiers In Psychology*, 51-14.
- Moriano, J., Palací, F., & Morales, J. (2006). El perfil psicosocial del emprendedor universitario. *Revista de psicología del trabajo y de las organizaciones*, 22(1), 75-99.
- Murphy, L. &. (2015). Investigating the actual career decisions of the next generation: The impact of family business involvement. . *Journal Of Family Business Strategy*, 633-44.
- Ponce, A. (2008). Abre el paso a la nueva generación. . *Entrepreneur México*, 16(7), 54-55.
- PYPLACZ, P. (. (2014). Work teams and effective management of a family owned company. *Hyperion International Journal Of Econophysics & New Economy*, 7(2), 349-358.

- Robles, G., & Alcérreca, C. (2000). *Administración: un enfoque interdisciplinario*. México: Pearson.
- Sánchez, M. (2003). Perfil psicológico del autoempleado. *Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid*. Madrid, España: .
- Sieger, P., Fueglistaller, U., & Zellweger, T. (2014). *Guess Global University Entrepreneurial Spirit Student's Survey*. Recuperado el 11 de 05 de 2015, de http://www.guesssurvey.org/PDF/2013/GUESSS_INT_2013_REPORT.pdf
- Singer, S. A. (2014). *Global Entrepreneurship Monitor 2014 Global Global Report*. Recuperado el 15 de 05 de 2015, de <http://www.gemconsortium.org/report>
- Singh, C. (2008). *Sensis Pty Ltd*. Recuperado el 16 de 1 de 2013, de <http://about.sensis.com.au/News/Media-Releases/?ItemID=415>
- Soto, R. (2012). Desarrollo de la capacidad emprendedora en la oferta educativa a nivel superior. *Gestión y estrategia*(42), 85-93.
- Tecnológico de Monterrey. (29 de Abril de 2013). *Presentan el Instituto de Emprendimiento Eugenio Garza Lagüera*. Obtenido de http://www.itesm.mx/wps/wcm/connect/snc/portal+informativo/por+tema/negocios/institutoemprendimientoegl_29abr13
- Zhang, P., Wang, D. D., & Owen, C. L. (2015). A Study of Entrepreneurial Intention of University Students. *Entrepreneurship Research Journal*, 5(1), 61-82.