

CAMBIOS EN EL PERFIL EMPRENDEDOR DE LOS ESTUDIANTES DEL CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TENANCINGO

Javier Jesús Ramírez Hernández¹

Jessica Alejandra Avitia Rodríguez²

Erandi Tena Luis³

RESUMEN

Las economías de los países, entre ellos México, tienen la necesidad enfrentar el desempleo y ofertar nuevas plazas de trabajo, por ello se fomenta su creación a través de diferentes rutas, una de ellas está vía los emprendedores. El propósito del trabajo es determinar los rasgos de emprendedor así como sus cambios en el tiempo entre los estudiantes de licenciatura del Centro Universitario UAEM Tenancingo. La metodología empleada es la propuesta por Ramírez (2010), ya que permite la establecer la presencia de elementos inherentes del emprendedor y su entorno. Dicha presencia responde a una serie de elementos diversos como valores, habilidades, actitudes, ideales, entorno familiar, entre otros. La compilación de información se realiza por medio de una encuesta aplicada a una muestra de estudiantes y de esa manera remarcar las cualidades más relevantes. De acuerdo con los resultados, en la actualidad los rasgos más relevantes consisten en tener amabilidad y tenacidad. En un comparativo a través del tiempo, se observa que el número de rasgos de emprendedor más marcados se reducen en el presente respecto al pasado, dichos rasgos no desaparecen solo pasan a estar de forma moderada. Así, se requiere establecer una serie de propuestas para fomentar el emprendimiento en los estudiantes.

PALABRAS CLAVE: Perfil emprendedor, Estudiantes universitarios, Estado de México

¹ Doctor, Centro Universitario UAEM Tenancingo, Universidad Autónoma del Estado de México, jjramirezh@uaemex.mx.

² Doctora, Centro Universitario UAEM Tenancingo, Universidad Autónoma del Estado de México.

³ Maestra, Centro Universitario UAEM Tenancingo, Universidad Autónoma del Estado de México.

INTRODUCCIÓN

El crecimiento económico en México y el mundo indica que, con contadas excepciones, existe un bajo ritmo de incremento de la actividad económica. En un mundo globalizado, la circulación de los factores de producción lleva a buscar la eficiencia, la competitividad y la productividad de las empresas, ello en un ambiente de innovación y generación de conocimientos como fuente actual de generación de riqueza.

De esa forma se generan efectos de diversa índole sobre la sociedad, uno de dichos efectos está en el renglón del empleo, cuya problemática es el desempleo, el cual al incrementarse conduce a empeorar el bienestar en la población. La teoría económica explica la conocida relación positiva entre crecimiento económico y generación de empleos. Además de atender el problema estructural de la falta de éstos, también se debe hacer frente al crecimiento de los despidos y mayor tasa de desempleo en general, sin dejar fuera la atención de situaciones como la precarización del empleo y la informalidad así como el cambio tecnológico que reemplaza fuerza de trabajo por el factor capital.

En las últimas 3 décadas, México registra en promedio un bajo ritmo de crecimiento de la cantidad de nuevas empresas y la gran mayoría de las generadas cada año cierran sus puertas antes de los dos años de vida, razón por la cual, el rezago de puestos de trabajo aumenta con el paso del tiempo. El porcentaje de la Población Económicamente Activa (PEA) desocupada o en condiciones de subempleo no desciende, además existe un segmento de la PEA que se encuentra en el subempleo (sin olvidar a los que están laborando en la economía informal). Dado este escenario, la generación y consolidación de empresas a nivel nacional se ha vuelto un asunto en la agenda política, económica y social de México.

Tradicionalmente se había considerado a las grandes empresas como las principales generadoras de empleo, dado su tamaño de operación, infraestructura y sus requerimientos de factores de producción, sin embargo, no son las principales empleadoras. Por tanto, en las medianas, pequeñas y microempresas están las opciones reales de mayor generación de empleos, parte de ello se encuentra en la apertura y operación de nuevas empresas impulsadas por los emprendedores. Ellos tienen las cualidades o características que les lleva a concebir y realizar nuevos emprendimientos, los cuales se traducen en apertura de nuevas empresas. Sin embargo, se presenta una primera dificultad, ya que se piensa que aquellos con nuevas ideas por llevar a cabo sí poseen las capacidades y habilidades para realizarlas. En realidad pocas veces se presenta la combinación de emprendedores con capacitación empresarial.

En México el perfil emprendedor se configura como un adulto joven entre los 25 y 44 años de edad, principalmente de educación media superior con un ingreso medio. En su mayoría los emprendedores deciden iniciar actividades por oportunidad para incrementar sus ingresos u obtener mayor independencia. La mayor parte de las empresas nacientes y nuevas están en el sector de servicios orientados al consumidor, seguido del sector de la transformación (Global Entrepreneurship Monitor, 2013).

En el presente trabajo se pretende determinar el perfil emprendedor en los estudiantes de licenciatura del Centro Universitario UAEM Tenancingo y su cambio en el tiempo. En consecuencia, son identificados los rasgos de los emprendedores que consisten en valores, habilidades o capacidades.

Antecedentes

Los programas de apoyo o fomento empresarial por parte de los gobiernos así como de las instituciones educativas, presuponen la presencia de cualidades o características de

emprendedor en la población en general así como un ambiente propicio. De acuerdo con Espíritu y Sastre (2007b) se llega a considerar que el perfil o espíritu emprendedor tiene implícita la innovación y toma de riesgos.

El individuo identificado por su capacidad emprendedora, concibe proyectos innovadores y viables, los materializa y establece las condiciones que aseguren la sobrevivencia y el mejoramiento de su idea. En consecuencia, la capacidad emprendedora supone una serie de atributos: imaginación y creatividad; interesarse en una situación y tener aspiraciones para cambiarla, así como la voluntad para invertir la energía que ello requiere, perseverancia para no abandonar el proyecto cuando se presenten dificultades, liderazgo para motivar, orientar a las personas involucradas en el proyecto, conocimientos para identificar lo que es viable y lo que no, así como la capacidad de dirección y habilidad de asumir riesgos (Galán y De Pedro, 1994 y Rusque, *et al.*, 1998 citados en Ramírez 2010).

La presencia de emprendedores dentro de una economía tiene efectos positivos en la economía, entre las cuales se encuentran: a) el impacto positivo de los emprendedores y de las pymes sobre el crecimiento económico y la generación de empleos, b) en comparación con economías desarrolladas como la estadounidense, en gran cantidad de regiones del mundo se presenta bajo dinamismo emprendedor (Guzmán y Romero, 2006).

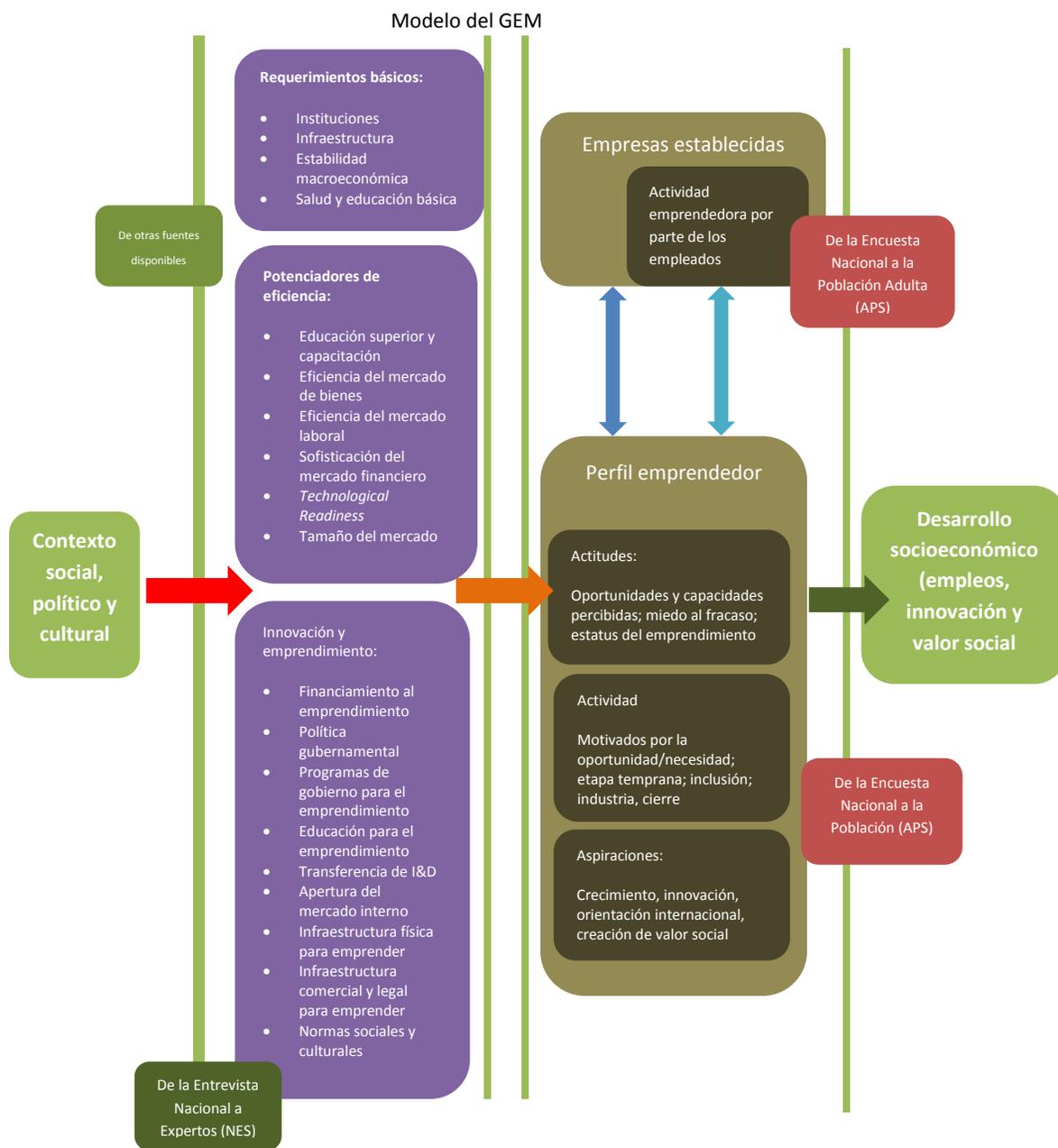
Entre las diversas propuestas de estudiar a los emprendedores, su contexto y sus efectos está el modelo del GEM (Global Entrepreneurship Monitor). Éste se encarga de caracterizar la actividad emprendedora para evaluar tres grandes dimensiones: las actitudes, la actividad y las aspiraciones del emprendimiento. Las actitudes son la primera dimensión y se enfocan al grado en el que los habitantes de un país muestran tendencia a apreciar el emprendimiento, a reconocer oportunidades y a evaluar en sí mismos las habilidades y el conocimiento para

emprender, así como el miedo al fracaso que pudiera presentarse como un impedimento para ello. En segundo término, se presenta la actividad emprendedora, dimensión en la cual se mide el involucramiento que los emprendedores tienen en las diferentes fases del proceso emprendedor; considerando también si la decisión de emprender está motivada por la necesidad o por la oportunidad. En tercer lugar, se encuentran las aspiraciones emprendedoras, las cuales evalúan la expectativa de creación de empleos, la internacionalización y la innovación que los emprendedores pretenden desarrollar con sus iniciativas de negocio, ello configura elementos importantes en el desarrollo económico del país (Global Entrepreneurship Monitor, 2013).

Además de colaborar con el crecimiento económico de una localidad, región o país, se considera que los emprendedores son los motores del desarrollo económico de cada país, en especial en los países en desarrollo, pues la apertura de nuevos negocios genera empleo, amplía mercados y conduce a la prosperidad (Zaczkowska y Cuc, 2011).

Henrekson y Sanandaji (2013) citados en Global Entrepreneurship Monitor (2013) indican que el real impacto del emprendimiento en el desarrollo económico se encuentra en emprendedores que crean, desarrollan y expanden empresas de tipo corporativo, así al concentrar la medición del emprendimiento en el auto empleo y los pequeños negocios, se queda fuera el enfoque schumpeteriano, en el cual se enfatiza al emprendedor innovador (aquel que lleva a cabo actividades “disruptivas” en el mercado) o al emprendedor replicador (aquel que replica/imita a otros pequeños emprendimientos). El proyecto GEM incorpora la presencia de diferentes facetas del emprendimiento, aquellas iniciativas que si bien son menos ambiciosas (en el sentido schumpeteriano) no dejan de ser importantes ya que permiten a los individuos que las realizan tener alternativas al crecimiento limitado de nuevos empleos o alcanzar ingresos más decorosos.

Figura 1. Modelo del GEM (Global Entrepreneurship Model)



Fuente: GEM (2013)

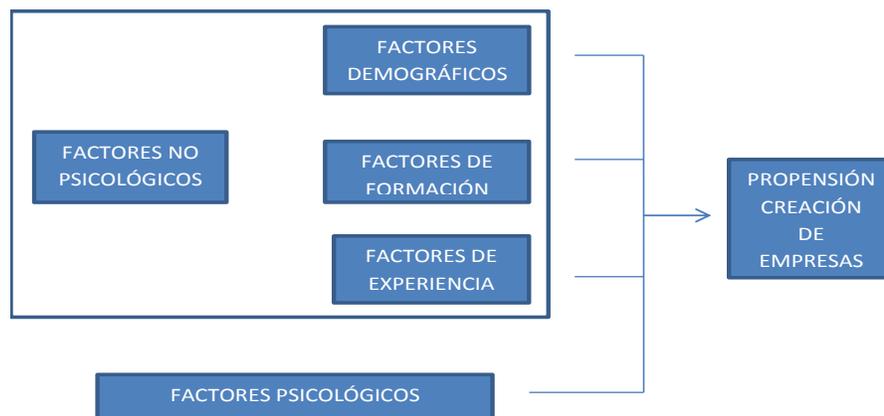
Así, el modelo del GEM determina que la actividad emprendedora es un proceso que da inicio en el momento en el cual aquellos que tienen las habilidades, capacidades y motivación para emprender un negocio, realizan acciones con dicho propósito. Los emprendedores se clasifican

en nacientes, nuevos y establecidos. En la figura 1 es presentado el contexto en el cual se encuentran los emprendedores. El modelo conceptual del GEM considera los aspectos sociales, culturales y políticos de una nación para evaluar la actividad emprendedora.

Por su parte, Fuentes y Sánchez (2010) entienden al empresario (emprendedor) como determinante de la innovación y progreso del sistema económico. Además indican que al emprendedor o *entrepreneur* se le ha estudiado con base en tres dimensiones: su perfil *demográfico*, su perfil *psicológico* y su perfil *sociológico*. Por ello, la figura del empresario se ha abordado desde diversas ciencias sociales y con enfoques diferenciados.

En la figura 2 el modelo de rasgos personales y propensión a crear empresas de Shane (2003) y Hernangómez *et al.* (2005) citados en Fuentes y Sánchez (2010) muestra una serie de relaciones entre atributos del individuo que influyen en el valor esperado de la oportunidad, por tanto, la probabilidad de que el individuo se lance a explotarla. Se separan los factores psicológicos y no psicológicos del individuo.

Figura. 2. Modelo de los rasgos personales y la propensión a la creación de empresas



Fuente: Fuentes y Sánchez (2010)

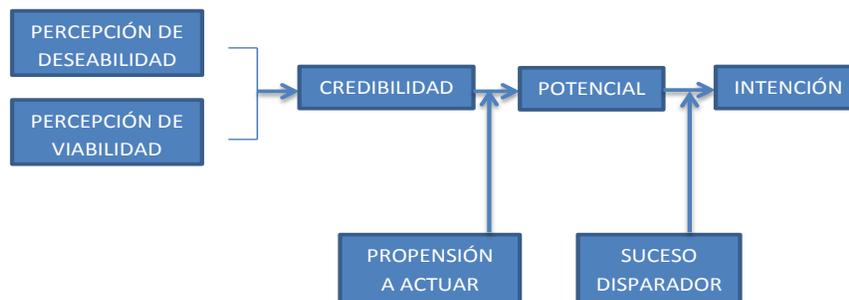
Ambos tipos de características se han mostrado especialmente relevantes en la explicación de la existencia de actitudes y motivaciones emprendedoras. Entre los principales factores no psicológicos destacan los rasgos demográficos, las variables de formación y las de experiencia. Los rasgos demográficos sobresalen en la toma de decisiones estratégicas; la formación y la experiencia son consideradas cada vez más importantes como factores de éxito.

Con base en estos factores psicológicos y no psicológicos es posible establecer una serie de elementos de análisis que consisten en planteamientos teóricos. De acuerdo con Espíritu y Sastre, 2007a y 2007b citados en Ramírez, 2010, las teorías más destacadas que se relacionan con la creación de empresas y la figura del emprendedor son: a) la teoría del rol, b) de la incubadora, c) de los valores hacia el trabajo, d) de los rasgos de personalidad, y e) la teoría institucional.

En primer término, la teoría del rol, que señala como el comportamiento del empresario se ve influenciado por la red social de la que forma parte y en especial de aquellos que componen su familia. La teoría de la incubadora hace referencia a la influencia de la experiencia laboral en la decisión de crear un nuevo negocio o la capacidad de detectar oportunidades. Por su parte, la teoría de los valores ha sido un tema importante en la psicología intercultural y se han utilizado como variables para entender las actitudes y conductas entre diferentes grupos y categorías sociales. La estructura básica utilizada menciona requerimientos universales y que está constituida por diez tipos de valores. Además, la teoría de los rasgos de personalidad destaca que la gente más emprendedora difiere en características o rasgos que los hacen diferentes del resto. Por último, la teoría institucional, aporta un marco conceptual consistente y adecuado dentro de las teorías que defienden la idea de que son las instituciones las que condicionan la creación de empresas y la función empresarial.

Existen diferentes posturas desde las distintas disciplinas que abordan el estudio, en consecuencia, no hay una única forma de determinar o medir la presencia del perfil o espíritu emprendedor. En este contexto, Espíritu (2011) plantea que es posible mostrar el papel básico del emprendedor en la sociedad a medida que se conozcan mejor los rasgos personales que lo definen, además, los comportamientos se basan en aptitudes o habilidades que son aprendidas, así como los conocimientos necesarios mediante apoyos institucionales son posibles de adquirir, pero no los rasgos psicológicos. Espíritu y Sastre (2007a y 2007b) así como Fuentes y Sánchez (2010) proponen una variable de análisis denominada espíritu emprendedor. Con base en Krueger y Brazeal (1994) citado en Fuentes y Sánchez (2010) se plantea el modelo del potencial emprendedor, véase la figura 3.

Figura 3. Modelo del potencial emprendedor



Fuente: Krueger y Brazeal, (1994) citados en Fuentes y Sánchez (2010).

Primero, utilizan dos dimensiones básicas de las intenciones emprendedoras, “percepción de viabilidad” y “percepción de deseabilidad”. También emplean una tercera dimensión llamada “esfuerzo personal”, tanto en lo referente al tiempo como al dinero que está dispuesto a invertir en el proyecto. En cuarto lugar toman una dimensión, que se refiere a la “detección de habilidades” para descubrir “oportunidades de negocio”. De esta forma, proponen una serie de

hipótesis sobre las causas o determinantes que conducen a una persona a ser emprendedora, en otras palabras, realizan un perfil del espíritu emprendedor. Los argumentos expresados en hipótesis son:

Hipótesis 1. La existencia de familiares empresarios o autoempleados en la vida de los estudiantes universitarios, influirá positivamente en su actitud emprendedora.

Hipótesis 2. La experiencia previa adquirida en trabajos anteriores, influirá positivamente en la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios.

H3. Los estudiantes que muestren un alto grado de valor superior para autotranscender, tendrán mayores posibilidades de crear su propia empresa.

H4. Los estudiantes que muestren un alto grado de valor superior conservación, tendrán mayores posibilidades de crear su propia empresa.

H5. Aquellos estudiantes que muestren un mayor grado del valor de orden superior apertura al cambio, tendrán mayores posibilidades de crear su propia empresa.

H6. Los estudiantes que presenten una alta puntuación en el valor de orden superior autoengrandecimiento, tendrán más posibilidades de crear su propia empresa.

H7. El rasgo de personalidad amabilidad, influirá positivamente en la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios.

H8. El rasgo de personalidad necesidad de logro, influirá positivamente en la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios.

H9. El rasgo de personalidad propensión al riesgo, influirá positivamente en la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios.

H10. El rasgo de personalidad extroversión, influirá positivamente en las intenciones de los estudiantes para crear su propia empresa.

H11. El rasgo de personalidad tolerancia a la ambigüedad, influirá positivamente en la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios.

H12. El rasgo de personalidad control interno, influirá positivamente en la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios.

H13. El neuroticismo influirá negativamente en la actitud de los estudiantes hacia la creación de empresas.

H14. La educación que reciben los estudiantes en empresariales, influirá positivamente en la intención de crear su propio negocio.

H15. La participación de los estudiantes universitarios en la materia y cursos sobre creación de empresas, influirá positivamente en su intención emprendedora.

Por su parte, también se puede definir a la acción de emprender, en cuanto a concepto y a acción, es muy cercano de gestionar en el sentido de concluir (idear, formular mentalmente), gestar (iniciarse, desarrollarse, opiniones, actitudes, sentimientos). Como proceso tiene una gran similitud con el ciclo administrativo, con énfasis en la planeación, organización y dirección. Emprender es una resultante de la interacción entre estructura y comportamientos. La importancia de la capacidad emprendedora es más evidente en ambientes complejos, dinámicos, en los que tanto individuos como organizaciones requieren imaginar alternativas para enfrentar situaciones respecto a las cuales no hay experiencias previas similares. Los retos son nuevos y las respuestas también requieren ser novedosas (Rusque, *et al.*, 1998 citados e Ramírez, 2010). Por tanto, ellos consideran como relevantes las siguientes variables para definir en un emprendedor:

1. Creatividad e innovación: como modo de ocupar la inteligencia para ver la realidad superando bloqueos individuales y ofreciendo respuestas personales diversas.
2. Tenacidad: como fuerza activa ante los obstáculos, resistencia a los obstáculos.
3. Auto-confianza: como sentimiento de auto-estima, seguridad que proviene de la conciencia que uno tiene por sí mismo.

4. Liderazgo y coordinación: como capacidad de movilización de recursos y de intercambios de información para realizar operativos funcionales.
5. Comunicación: como formas de intercambio de información entre actores humanamente integrados y estimulantes.
6. Negociación: como capacidad para lograr acuerdos.
7. Responsabilidad: como compromiso al cumplimiento.
8. Capacidad para asumir riesgo: como la habilidad para asumir incertidumbre, aventurarse a hacer cosas nuevas y diferentes.
9. Altruismo: como solidaridad, proyección a los demás, trascendencia individual.
10. Honestidad: como transparencia, claridad de propósito.

Metodología

El estudio es de tipo exploratorio por tanto sus fuentes de información son primarias. Se emplea para la recogida de información a un muestreo estratificado por estudiantes de cada licenciatura. Con base en Ramírez (2010) se elabora el muestreo que queda expresado en la ficha técnica de investigación:

Ficha técnica de la investigación.

Ámbito geográfico: Local (Centro Universitario UAEM Tenancingo, Universidad Autónoma del Estado de México)
Población universo: Estudiantes de licenciatura del Centro Universitario UAEM Tenancingo
Tamaño del universo: 757 estudiantes
Modo de aplicación: Encuesta a través de cuestionario estructurado
Método de muestreo: Muestreo estratificado por licenciatura
Tamaño de la muestra: 100 encuestas válidas
Fracción de muestreo: 7.57%
Error: $\pm 5\%$
Nivel de confianza: 90%
Fecha de aplicación: marzo-mayo de 2014

Fuente: Elaboración propia.

El contenido del cuestionario está compuesto por 24 preguntas cuya temática se encuentra referida a las hipótesis sugeridas por Espíritu y Sastre (2007a y 2007b), que a su vez permiten identificar 8 de las 10 características mencionadas por Rusque, *et al.* (1998). Se establece una escala de respuestas jerarquizada por frecuencia, desde nunca, 1.0, a siempre, 5.0.

Una vez que se cuenta con la información se realiza un análisis descriptivo para denotar las principales características emprendedoras de los estudiantes.

Análisis de resultados

Los resultados de la encuesta se presentan en el Cuadro 1. Se presentan las temáticas relacionadas con la característica del perfil o espíritu emprendedor que corresponden a las preguntas realizadas en la encuesta. Se presentan 2 columnas que representan los resultados de la muestra aplicada en este estudio y los obtenidos por Ramírez (2010), con la finalidad de comparar la situación y sobre todo, los cambios entre una fecha y otra.

Cabe señalar que en 2010 se trabajó con las 4 licenciaturas abiertas en ese momento, para el presente se cubrieron 5 licenciaturas, gastronomía es la que se incorpora. En cada temática, se muestran los promedios. En todas las preguntas, con excepción de la pregunta 13, se esperaría que mientras más cercano a 5.0 el estudiante cuente con dicha cualidad, valor o capacidad, mientras que más cercano a 1.0 se carece de tener perfil emprendedor. En la pregunta 13, un valor cercano a 5.0 es negativo y cercano a 1.0 es positivo para ese rasgo de emprendedor.

Cuadro 1. Características de emprendedor de los estudiantes del Centro Universitario UAEM Tenancingo

Número	Características del perfil o espíritu emprendedor	Global estudiantes CU UAEM Tenancingo 2010	Global estudiantes CU UAEM Tenancingo actual
1	Ambiente familiar empresarial	3.4	3,6
2	Experiencia laboral previa	3.8	3,8
3	Trascendencia personal	3.7	3,8
4	Conservación de persona o grupo	3.2	3,5
5	Apertura al cambio	4.1	3,9
6	Crecimiento personal	4.0	3,6
7	Trato amable	4.2	4,1
8	Tenacidad	4.5	4,1
9	Enfrentar riesgos	4.4	3,9
10	Ser extrovertido	3.5	3,7
11	Tolerancia a la ambigüedad	3.3	3,7
12	Autocontrol	3.9	3,7
13	Ser aprehensivo	2.2	2,5
14	Licenciatura con cursos de emprendedor	3.8	3,7
15	Propositivo en resolver problemas	3.4	3,8
16	Enfrentamiento a obstáculos	3.9	3,8
17	Valoración de la dignidad personal	4.3	3,8
18	Iniciativa para conducción de grupos	3.6	3,6
19	Comunicación adecuada	3.3	3,6
20	Negociación adecuada	3.4	3,8
21	Conducción de grupos	3.8	3,9
22	Encargarse del riesgo e incertidumbre	3.9	3,7
23	Disposición para ayudar a resolver problemas	4.0	3,7
24	Declaración de la verdad	3.5	3,6

Fuente: Elaboración propia. La información de 2010 corresponde a Ramírez (2010) y la información actual corresponde a la presente investigación.

El análisis de los rasgos de emprendedor emplea un criterio que sirve para ubicar. Dicho criterio califica la presencia o posesión de una característica determinada es: valores cercanos a 5 se considera alta, valores entre 2 y 4 es moderada y valores menores a 2 no se cuenta con dicho rasgo. De esa forma, se pueden identificar 3 posibles situaciones: la presencia fuerte, la moderada (ambigua) y la baja presencia (o ausencia).

Del conjunto de cualidades, valores o rasgos se observa que los estudiantes cuentan con presencia alta de rasgos en 2 de los 24 rubros en estudio, el resto presenta diferentes niveles

de moderación, sin que exista un bajo o nulo nivel en algún rubro. Es decir, los estudiantes tienen alta presencia en 8.3% de rasgos de espíritu emprendedor.

Actualmente el perfil o espíritu emprendedor de un estudiante de licenciatura se caracteriza por:

- 1) Considerar que el ser amable es importante para atención al público (clientes). La amabilidad es un elemento positivo para que se lleve a cabo una comunicación eficiente.
- 2) Tener en mente el alcanzar metas. La tenacidad es un rasgo que permite superar obstáculos, que a pesar de ellos, es posible lograr las metas. Cabe destacar que es el aspecto de mayor puntuación relativa.

Sin embargo, en el comparativo con Ramírez (2010), solo se conservan estas dos características y se presenta cambio de su situación en 5. Los rasgos que dejan de estar marcadamente son: la apertura al cambio, la búsqueda de crecimiento personal (engrandecimiento), actitud de enfrentar riesgos, capacidad de reacción en situaciones que pongan en duda el valor de la persona y estar en disposición de ayudar a sus semejantes en situaciones por resolver o afrontar problemas. Así éstos pasan a ser rasgos moderados en los estudiantes. Cabe señalar que el resto de las características de emprendedor se poseen de forma moderada, por tanto, los estudiantes están en una situación de poder emprender (pero se tendría que fomentar).

En el comparativo a través del tiempo, los rasgos que reducen su presencia, además de las mencionadas que pasan de fuertes a moderadas, se encuentran: autocontrol, enfrentar obstáculos, licenciatura con cursos de emprendedor, y encargarse de riesgos o incertidumbre.

En tanto, los rasgos que muestran un incremento en su presencia son el resto, con excepción de 2 que están sin cambios: experiencia laboral previa e iniciativa de conducción de grupos.

CONCLUSIONES

No existe una forma única para entender y explicar a los emprendedores, por ello, se delimitó la investigación al análisis de rasgos personales y del ambiente cercano de las personas para indicar el grado de presencia de espíritu emprendedor.

Los rasgos más relevantes en el presente estudio están menos marcados que antes, es decir, se ha moderado el perfil emprendedor y se ha fortalecido a través del tiempo. Dado que el número de rasgos fuertes disminuyó pero el número de rasgos que incrementaron su puntaje aumentaron.

Para detonar el perfil emprendedor entre los estudiantes es necesario acciones de fomento y promoción para que lleven a cabo emprendimientos, de esa forma, el perfil moderado fortalecido pasa a alto. Por ejemplo, Ministerio de Economía, Ministerio de Educación, Cultura y Deportes y Fundación Coca Cola España (s.f.) señalan ciertos valores que debe tener un emprendedor, por tanto, empresas y gobiernos debiesen promover. Desde el ámbito personal están creatividad, autonomía, confianza en uno mismo, tenacidad, sentido de responsabilidad, capacidad para asumir el riesgo, por su parte, en el ámbito social están liderazgo, espíritu de equipo y solidaridad.

BIBLIOGRAFÍA

Espíritu, R., y Sastre, M. (2007a) *Factores explicativos sobre la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios de la Comunidad de Madrid*. Mimeo, Universidad Complutense de Madrid, 32.

Espíritu, R., y Sastre, M. (2007b) La actitud emprendedora durante la vida académica de los estudiantes universitarios, *Cuadernos de Estudios Empresariales*, (17), 95-116.

Espíritu, R. (2011) Análisis de la intención emprendedora en estudiantes universitarios a través de rasgos de personalidad, *Multiciencias*, 11(1), 65-75.

Fuentes, F., y Sánchez, S. (2010) Análisis del perfil emprendedor: Una perspectiva de género, *Estudios de Economía Aplicada*, 28(3), 1-28.

Global Entrepreneurship Monitor (2013) *Monitor Global de Actividad Emprendedora México 2013*. México, GEM.

Guzmán, J. y Romero, L., (2006) *La política europea de fomento empresarial* en Galindo, M. A. y Fernández, J. (coordinadores) (2006). *Política socioeconómica en la Unión Europea*, Madrid, Delta Publicaciones.

Ministerio de Economía, Ministerio de Educación, Cultura y Deportes y Fundación Coca Cola España (s.f.) *El espíritu emprendedor motor del futuro*. Madrid, Ministerio de Economía / Ministerio de Educación, Cultura y Deportes / Fundación Coca Cola España..

Ramírez, J. (2010) *¿Los estudiantes universitarios del sur del Estado de México tienen espíritu emprendedor que contribuye al desarrollo económico?* *Anales de Economía Aplicada 2010*, Madrid: ASEPELT Delta Editores.

Rusque, A. et al. (1998) Medición de capacidad emprendedora de estudiantes de escuelas de administración de Europa y América Latina. Ponencia presentada en “XII Congreso Latinoamericano sobre espíritu empresarial”, evento realizado por el Instituto Tecnológico de Costa Rica, en San José de Costa Rica, 9-11 de noviembre, 20.

Zaczkowska, E., y Cuc, J. (2011) Formación emprendedora desde la perspectiva del estudiante, *ECO Revista Académica, Economía, empresarialidad y desarrollo*, edición especial 6, agosto, 113-121.