CAPÍTULO VIII

ESPÍRITU EMPRENDEDOR UNIVERSITARIO, DESDE UNA PERSPECTIVA DE GÉNERO, ESTUDIO EMPÍRICO DEL ESTADO DE GUANAJUATO, MÉXICO

David Rincón Ávila

Doctorante en Administración. Universidad de Celaya. Maestría en Desarrollo Organizacional. Maestría en Administración de Personal. Universidad de Guanajuato (UG); Profesor – Investigador UG, División de Arquitectura, Arte y Diseño, Departamento de Diseño. Correo electrónico: davidtak@hotmail.com; rincond@ugto.mx.

Dolores Guadalupe Álvarez Orozco

Doctora en Administración. Universidad de Celaya. Directora de vinculación de la Universidad Politécnica de Guanajuato. Correo electrónico: dalvarez@upgto.edu.mx.

Resumen

El espíritu emprendedor se puede identificar como un conjunto de comportamientos y pensamientos que se manifiestan a través de acciones que permiten desarrollar en el medio universitario la visualización de oportunidades, la generación y aplicación de ideas con la intención de desarrollar un negocio (emprender). Este trabajo pretende mostrar el nivel de percepción de hombres y mujeres (género) con respecto a la formación universitaria que han recibido con relación a tres variables (información, asesoría, competencias universitarias y ambiente universitario) que son constructos que se relacionan con la formación del espíritu emprendedor universitario. La información utilizada se desprende de la encuesta Global University Entrepreneurial Spirit Student's Survey 2018 (GUESSS), aplicada entre los meses de septiembre y diciembre de 2018, a un total de 606 estudiantes del nivel superior de diferentes áreas de formación en una universidad pública del estado de Guanajuato, México. El método utilizado fue un enfoque cuantitativo, de diseño no experimental, además de tener un diseño transeccional para analizar el fenómeno en un momento determinado; se formularon hipótesis, a través de las cuales se analizó la diferencia de medias por género. Los resultados indican que existen diferencias en la media de percepción de los grupos propuestos, con respecto a las variables seleccionadas que son las impulsoras del espíritu emprendedor universitario.

Palabras clave: competencias universitarias, emprendedor, espíritu emprendedor, género, información y asesoría.

UNIVERSITY ENTREPRENEUR SPIRIT, FROM A GENDER PERSPECTIVE, EMPIRICAL STUDY OF THE STATE OF GUANAJUATO, MEXICO

Abstract

The entrepreneurial spirit can be identified as a set of actions that are manifested through actions and thoughts that allow the generation and application of ideas with the intention of developing a business (entrepreneurship) to be developed in the university environment. This work aims to show the level of perception of men and women (gender) with respect to three variables (information and advice, university skills and university environment) that relate to the formation of the university entrepreneurial spirit. The information used is derived from the Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey 2018 (GUESSS) survey, the instrument used was an online survey available and applied between the months of September and December 2018, applied to a total of 606 students of the higher level of different training areas. The method used a quantitative approach, non-experimental design, in addition to having a transectional design to analyze the phenomenon at a given time; we worked with the hypotheses, through which the difference of means by gender was analyzed. The results indicate that there are differences in perception regarding the selected variables that are the driving forces of the university entrepreneurial spirit.

Keywords: entrepreneur, gender, information and advice, university competencies, university environment.

Introducción

La cuarta revolución industrial nos trae oportunidades de desarrollo en todos los sentidos (tecnología, competencia, nuevos mercados e incertidumbre, así como generación y aplicación del conocimiento, además de un talento por explotar en todas sus dimensiones), la gestión del talento humano como herramienta diferencial en múltiples procesos de la vida, demanda aprender y adaptarse de manera continua para progresar, aportar y vivir con rapidez y mucha información que debe ser procesada y aplicada (World Economic Forum, 2018).

De lo anterior, desprendemos que hombres y mujeres aportan talento, habilidades y conocimientos en un sistema económico donde la equidad de género está siendo cada vez mayor; se valora de manera integral a cada individuo para ocupar las mejores posiciones y eso ha dado lugar a que se generen espacios de inserción en condiciones similares (World Economic Forum, 2018).

Según el reporte Global Gender Gap Report (GGGR) elaborado por el World Economic Forum (2018), se analiza la brecha de género a nivel mundial, se describen datos sobre niveles de acceso a educación superior de mujeres y hombres, esta información nos indica que a nivel mundial el 39% de las mujeres y el 34% de hombres, acceden a la educación de nivel superior, lo que refleja cierto equilibrio en las oportunidades de acceso a una educación de calidad; con respecto a los niveles de igualdad, México ocupa la posición 50 de 149 países evaluados en la materia, tomando en consideración cuatro factores: oportunidad y participación económica; logro educativo; salud y supervivencia; y empoderamiento político.

De acuerdo al GGGR el factor logro educativo es importante para medir la paridad en cuestiones de género, este reporte ubica a México en la posición 58 de 149 países con respecto al acceso igualitario a la educación (World Economic Forum, 2018); por su parte el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), muestra que los hombres y mujeres en México tienen indicadores similares en relación al acceso a la educación de nivel profesional y posgrado con un 7.4% las mujeres y un 6.4%, sin embargo, este instituto advierte que a pesar que el nivel educativo es muy similar, cuando se habla de factores económicos la brecha entre géneros se amplía drásticamente dejando a las mujeres en clara desventaja al presentar que solo el 49% de las mujeres son activas económicamente contra el 83% de los hombres (INEGI, 2018), con respecto al estado de Guanajuato siguen tendencias similares, de acuerdo al Anuario estadístico y geográfico de Guanajuato 2017, este estado tiene una asistencia escolar del 49.96% de hombres y el 50.04% de mujeres (INEGI, 2017), sin embargo, de acuerdo a INEGI (2018) en este estado del centro de la república mexicana, los hombres han creado 937,503 empresas y las mujeres únicamente 449,083; lo que genera la pregunta de investigación ¿existen diferencias en el nivel de formación del espíritu emprendedor entre hombres y mujeres?, es por esto que la investigación tiene el objetivo principal de identificar si existe alguna diferencia en la percepción de acuerdo al género con relación a las variables seleccionadas para medir el espíritu emprendedor universitario: a) ambiente universitario, b) competencias e información y c) asesoría.

Referente teórico

Díaz y Jiménez (citados por Saavedra y Camarena, 2015) comentan que en fechas recientes dentro de la actividad empresarial se observan estereotipos de género, mismos

que impactan de manera importante en el desarrollo y los resultados de los distintos sectores productivos y empresariales, ya que se siguen sustentando en la masculinidad, acrecentando al mismo tiempo la discriminación hacia la mujer empresaria.

Según Arteaga y Ortega (2018), la motivación, las ganas, el instinto que presentan las mujeres, para crear sus propias empresas en algunas ocasiones sin apoyo e ignorando estereotipos y venciendo sus propios miedos puede conocerse como espíritu emprendedor, elemento esencial para el desarrollo y avance económico, factor importante en el progreso de la sociedad y sus participantes, así lo expresaron Espíritu y Satre (2007).

Distintos autores citados por Espíritu y Satre (2007), destacaron elementos que definen el espíritu emprendedor, lo que ayuda a comprender la importancia de formarlo: a) actividad llena de propósitos, percepciones y deseos para aprovechar una oportunidad, b) toma de decisiones de un individuo o grupo de individuos con la intención de iniciar, fortalecer o expandir un negocio o proyecto productivo, c) intención de generar un proyecto productivo (servicios o producción de bienes) para la generación de ganancias y d) suma de esfuerzos visualizando un proyecto o actividad productiva con el objetivo de generar ganancias y bienestar.

Kirzner (citado por Espíritu y Satre 2007), concretó el concepto como el estado de alerta hacia las oportunidades, basado en las diferencias de las percepciones individuales, explica que el valor del emprendedor está en el aprovechamiento de las oportunidades de beneficio individual o grupal.

Para Saavedra y Camarena (2015), los emprendedores son los individuos que inician, crean y desarrollan nuevas empresas y estas son importantes para el crecimiento y progreso de los países. En el mismo sentido, expresan que la habilidad emprendedora es la capacidad o instinto de una persona para visualizar oportunidades que le permitan con sus conocimientos, competencias, habilidades y recursos (tecnológicos, técnicos, financieros y humanos) iniciar un proyecto productivo.

Según Antio 2007 (citado por Narváez, 2012), a través del *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), definieron el emprendimiento como un intento que se lleva a cabo a través de un individuo o grupo de individuos con la firme intención de empezar o echar a andar una nueva empresa, considerando también el autoempleo como una opción para el desarrollo del mismo.

“El estudio del espíritu emprendedor no se agota con la consideración de los rasgos o las capacidades personales ni de los elementos del entorno” (Espí, Arana, Heras y González, 2007, p. 89), el iniciar un proyecto o desarrollar una idea de negocio conlleva a tomar decisiones, las cuales están asociadas a un propósito o deseo; de este modo autores como Veciana, Aponte y Urbano. (2005), Díaz y Jiménez (2007), consideran el modelo de Krueger (Krueger y Brazeal, 1994), como el enfoque teórico más adecuado.

Krueger y Brazeal (1994, citado por Espí, *et al.*, 2007), trabajaron sobre la idea de que el emprendizaje corresponde a una manera de pensar que enfatiza las oportunidades percibidas sobre las amenazas. Este proceso de identificación de oportunidades es un proceso intencional, por consiguiente toman en cuenta dos modelos que estudian las intenciones del emprendedor: a) Teoría del suceso empresarial de Shapero y Sokol (1982) y b) Teoría del comportamiento planificado de Ajzen (1991).

Shapero y Sokol (citado por Espí, *et al.*, 2007), enfatizan el potencial emprendedor de un individuo asociado a las intenciones e intereses, así como a la percepción de deseabilidad y viabilidad del proyecto, lo anterior fortalece su conducta con el gusto, preferencia y atracción por la generación del mismo.

Ajzen (1991, citado por Espí, *et al.*, 2007), opina que la intención resulta clave en la determinación de cualquier conducta o acción planificada, además se complementa con las creencias personales y consiguientes actitudes, lo que finalmente lleva a la conducta y desarrollo del espíritu emprendedor, así como la evolución a emprendedor y emprendimiento.

Por lo anterior, las instituciones de educación superior han integrado como parte de sus actividades el concepto de universidad emprendedora, promoviendo y fortaleciendo

la capacidad de generación y aplicación del conocimiento producido internamente. En este sentido, las universidades se consolidan como promotoras del espíritu emprendedor universitario, con el objeto de crear y desarrollar proyectos de empresa que contribuyan al bienestar económico y social de un país (Sánchez, Caggiano y Hernández, 2011).

Como lo mencionan Sánchez *et al.* (2011), el propósito principal de la universidad es colaborar y aportar proyectos productivos que respondan a las necesidades de la sociedad además de generar empleos, para lo cual es importante la transferencia de experiencias y conocimientos, así como el desarrollo de tecnología que facilite los procesos de integración (humana) y producción (económica) de planes sustentables y sostenibles.

Actualmente la educación se basa en competencias, habilidades y actitudes que permiten realizar la generación y aplicación del conocimiento que trae como consecuencia nuevas organizaciones, planificación adecuada del trabajo, capacidad de innovación y adaptación a nuevas tareas, pensamiento reflexivo y crítico de las situaciones, así como facilidad para relacionarse y crear redes de colaboración estratégicas, entre otros elementos que favorecen los procesos de emprendedurismo (Sánchez *et al.*, 2011).

Por otra parte, Hager, Holland y Beckett (2002), identifican el término de competencias y capacidades, entendiéndolo como el conjunto de cualidades y capacidades diversas que una persona debe desarrollar para la generación del espíritu emprendedor, para posteriormente emprender y continuar con el proceso de emprendimiento, lo anterior buscando una relación estrecha entre la enseñanza y el medio laboral.

Derivado de lo anterior, se rescatan algunos factores que son mencionados en el informe del Proyecto Tuning (2003), los cuales explican la utilidad de desarrollar competencias en las universidades: a) mejorar la empleabilidad de los estudiantes y su integración a la sociedad del conocimiento, b) cambio de paradigma educativo, centrado en el aprendizaje de los estudiantes enfocado a los resultados y objetivos del proceso de enseñanza.

De la misma manera, Hager *et al.* (2002), reconocen que existen habilidades que abonan al desarrollo del espíritu emprendedor independientemente de las técnicas,

habilidades, capacidades y conocimientos propias del área de profesional seleccionada, como las siguientes: a) incluye habilidades de pensamiento (razonamiento lógico y analítico, solución de problemas, b) curiosidad intelectual, c) habilidades de comunicación efectiva y d) trabajo en equipo, ahora enriquecido con networking y el coworking, además, e) capacidades para identificar, acceder, así como gestionar y aplicar el conocimiento e información y f) atributos personales como la imaginación, la creatividad y el rigor intelectual, entre otros.

Las universidades deberán fomentar e integrar en sus planes de estudio el espíritu emprendedor, con una idea de apertura, inclusión y diversidad, tomando en cuenta las exigencias e intereses (en todos los sentidos) de la sociedad, deberán adoptar una propuesta de trabajo que interactúe de forma cercana con su entorno, haciendo partícipes a los estudiantes de problemas reales y la generación de propuestas concretas, sostenibles y sustentables (Tapia, 2000).

Metodología

Esta investigación se realizó bajo un enfoque cuantitativo, de diseño no experimental, ya que se percibe y mide un fenómeno en su contexto (estudiantes de nivel superior), para después analizar y estudiar de acuerdo con las hipótesis mencionadas, además de tener un diseño transeccional para analizar el fenómeno en un momento determinado.

Figura 1. Diseño transeccional o transversal de la investigación.

Fuente: elaboración propia, 2018.

Se trabajaron con las hipótesis, a través de las cuales se analizó la diferencia de medias por género de las variables que tomaron en cuenta Sánchez, *et al.*, (2011),

para identificar el nivel del espíritu emprendedor universitario y los procesos de emprendimiento:

H1= Existe diferencia de medias por género, respecto a la percepción del ambiente universitario que tienen los estudiantes de una Universidad Pública del estado de Guanajuato.

H2= Existe diferencia de medias por género, respecto a la percepción de competencias que tienen los estudiantes de una Universidad Pública del estado de Guanajuato.

H3= Existe diferencia de medias por género, respecto a la percepción de información y asesoría que tienen los estudiantes de una Universidad Pública del estado de Guanajuato.

En la investigación de espíritu emprendedor se utilizó y aplicó el *Global University Entrepreneurial Spirit Students Survey* 2018, (GUESSS) por sus siglas en inglés, avalado por ANFECA (Asociación Nacional de Facultades y Escuelas de Contabilidad y Administración); es uno de los proyectos de investigación empresarial más grandes del mundo para medir distintos factores y elementos del espíritu emprendedor universitario (GUESSS, 2018); en la tabla 1, se puede observar que este instrumento mostró un alfa de cronbach de:

Tabla 1. Estadísticos de fiabilidad.

Alfa de Cronbach	N de elementos
.972	19

Fuente: elaboración propia. (2019).

La investigación se desarrolló con la intención de obtener una muestra estratificada y representativa, con un índice de confiabilidad de 95% y un grado de error del 5%, por lo que, a continuación en la tabla 2, se muestran el número de estudiantes universitarios por área de conocimiento, la muestra se tomó en el periodo septiembre – diciembre 2018.

Tabla 2. Muestra estratificada de estudiantes por área de conocimiento.

Población estudiantes universitarios (área de conocimiento) 9904	% que corresponde a la población de acuerdo al número de estudiantes	% de acuerdo a la muestra	Número de encuestas para lograr la representatividad	Número de estudiantes registrados
Arquitectura, Arte y Diseño	1762	17.79	65.83	363
Ciencias Económico - Administrativas	2976	30.05	111.18	78
Ciencias Naturales y exactas	1602	16.18	59.85	0
Ciencias Sociales y Humanidades	652	6.58	24.36	0
Derecho, Política y Gobierno	1026	10.36	38.33	118
Ingenierías	1886	19.04	70.46	47
Totales	9904	100	370	606

Fuente: elaboración propia, 2018.

Se logró la representatividad en la estratificación en todas las áreas del conocimiento, excepto en dos, quedando sin representación las ciencias naturales y exactas, así como Ciencias Sociales y Humanidades.

Resultados

Los datos provienen de una distribución diferente a la normal (ver tabla 3) con un valor $p=.000$ y $p=.003$.

Tabla 3 .Pruebas de normalidad.

	Pruebas de normalidad ^b					
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	GI	Sig.	Estadístico	GI	Sig.
AMBIENTE	.117	178	.000	.970	178	.001
UNIVERSITARIO						
COMPETENCIAS	.086	178	.003	.969	178	.001

a. Corrección de la significación de Lilliefors. b. Información y asesoría es una constante y se ha desestimado.

Fuente: elaboración propia (2019).

Considerando las variables utilizadas, además de que estamos analizando dos grupos y se trata de una distribución diferente a lo normal se sugiere aplicar la prueba no paramétrica de Mann – Whitney (ver tabla 4).

Tabla 4. Rangos por género.

	Rangos			Suma de rangos
	Género	N	Rango promedio	
AMBIENTE UNIVERSITARIO	Masculino	260	379.98	98793.50
	Femenino	504	383.80	193436.50
	Total	764		
INFORMACION Y ASESORIA	Masculino	144	217.50	31320.00
	Femenino	290	217.50	63075.00
	Total	434		
COMPETENCIAS	Masculino	87	176.26	15334.50
	Femenino	224	148.13	33181.50
	Total	311		

Fuente: elaboración propia. (2019).

A continuación, en la tabla 5, se presentan los resultados de la prueba de U de Mann-Whitney.

Tabla 5. Prueba U de Mann -Whitney.

	Estadísticos de contraste		
	Ambiente Universitario	Información y Asesoría	Competencias
U de Mann- Whitney	64863.500	20880.000	7981.500
W de Wilcoxon	98793.500	63075.000	33181.500
Z	-.228	.000	-2.476
Sig. asintót. (bilateral)	.820	1.000	.013

Variable de agrupación: Género

Fuente: elaboración propia (2019).

Con un valor de $p = 0.013 < .05$ se determina que existe diferencia de medias por género respecto a la percepción en la variable de competencias, por lo tanto, H2 se acepta.

Con un $p = .820 > .05$ de la variable ambiente universitario y $p = 1.000$ de la variable información y asesoría se rechazan H1 y H3, no encontrando diferencia significativa de las medias.

Conclusiones

Existe una diferencia de percepción entre varones y mujeres respecto a las competencias que deben desarrollar para la generación del espíritu universitario; por lo que es importante generar espacios donde se potencialicen las competencias adquiridas y se asocien con el medio productivo en un ambiente de igualdad y respeto.

Una vez concluido el estudio las variables: a) ambiente universitario, b) información y asesoría, no presentaron una diferencia significativa en la percepción, lo que significa que se está atendiendo a ambos géneros; en el mismo sentido, se están abriendo para los estudiantes, espacios para la creación y desarrollo del espíritu universitario a través de actividades de mentoría que han trabajado en ideas de negocio, esta actividad necesita ser fortalecida y promovida en la universidad atendiendo y orientando los intereses de los estudiantes.

Es fundamental tomar en cuenta las intenciones de los estudiantes, así como las oportunidades (entorno y generadas por el individuo) en ámbitos social, económico y académico según lo planteado por Krueger y Brazeal (1994), lo que nos lleva a la interacción y asociación de ideas que permitan un crecimiento total e integral de un proyecto (emprendimiento).

El ambiente universitario, la asesoría e información deben identificar a través de la mentoría y distintos espacios de interacción, la intención e intereses de los estudiantes, en este sentido, la creación de canales de comunicación adecuados proporcionará a las universidades espacios de integración multidisciplinaria e interdisciplinaria para enriquecer el espíritu emprendedor y detonar los proyectos de emprendimiento.

Las competencias deben de fortalecerse de acuerdo a una política de igualdad, intereses y deseos, generando como mencionaron Shapero y Sokol (1982), un análisis de la viabilidad del proyecto, además poner especial atención a las conductas y acciones a las que hace referencia Ajzen (1991), para fortalecer el espíritu emprendedor y en un segundo momento, generar alianzas estratégicas y un coworking que garantice la puesta en marcha de la idea de negocio.

Las universidades deben establecer grupos de trabajo multidisciplinarios para el desarrollo de la mentoría, además de conformar redes de colaboración y asistencia para identificar problemas y desarrollar soluciones innovadoras, creativas y reales que detonen proyectos de emprendimiento.

El espíritu emprendedor debe ser estudiado integrando más variables para su comprensión en un sentido más amplio como las siguientes: interés, deseo, intención, lugar de origen, así como familia, área de desarrollo profesional y sucesión del negocio familiar, entre otras.

Se puede identificar al espíritu emprendedor como el deseo (intención, propósito) de generar un proyecto productivo (necesidad, problema a resolver, curiosidad e inquietud), por lo anterior, es importante considerar la generación de espacios de orientación que permitan difundir, aplicar e incubar ideas de negocio.

Las universidades deben de generar un ecosistema emprendedor sólido que genere y aplique conocimiento, tomando como base los intereses e intenciones de los estudiantes (espíritu emprendedor), su empatía, así como el entusiasmo por un proyecto o idea, tratando de conservar y preservar la esencia lo que genera valor diferencial en el mercado de un producto o servicio.

El ecosistema universitario debe contar con información, actividades de formación, apoyos (financiamiento) y asesoría clara (mentoría), así como el seguimiento, consolidación, registro de proyectos reales para garantizar el desarrollo del espíritu emprendedor y el emprendimiento sustentable y sostenible.

Se plantea como futuras líneas de investigación lo siguiente:

- Relacionar el lugar de origen de los estudiantes al desarrollo del espíritu emprendedor y proyectos de emprendimiento.
- Identificar currículas de estudio en la Universidad Pública del Estado de Guanajuato que han integrado actividades emprendedoras y su impacto en la formación del espíritu emprendedor y proyectos de emprendimiento.
- Asociar intereses e intenciones de los estudiantes e incorporar estrategias y actividades (mentoría) que la Universidad pública del Estado de Guanajuato utiliza para desarrollar el espíritu emprendedor y su impacto en la generación de proyectos de emprendimiento.

Referencias bibliográficas

- Ajzen, I. (1991): *"The Theory of Planned Behavior"*, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, vol. 50, pp. 179-211.
- Arteaga, A. L. y Ortega, A. (2018). *Condiciones de la Mujer Emprendedora en una comunidad del Estado de Guanajuato*. R.C. Valadez (Ed.), Por una equidad de Género más justa en el Estado de Guanajuato y nuestro país (pp. 85-97). Guanajuato, México: Publicaciones UPG.
- Economía y Finanzas, Centro de Investigaciones Económicas y Financieras (CIEF), 08 (15), 1-58.
- Espíritu, R., Satre, M.A. (2007). *La actitud emprendedora durante la vida académica de los estudiantes universitarios*. Cuadernos de Estudios Empresariales, 17, 95-116.
- Espí, M.T., Arana, G., Heras Iñaki y Díaz de Junguitu, A. (2007). *Perfil emprendedor del alumnado universitario del campus Gipuzkoa de la UPV/EHU*. Revista de Dirección y Administración de Empresas. (14), 87-110. Díaz.

- Global University Entrepreneurial Spirit Students Survey (GUESSS), 2018.
Recuperado de: <http://www.guesssurvey.org/>.
- Hager, P., Holland, S y Beckett, D. (2002). *Enhancing the learning and employability of graduates: The role of generic skills*. Business/Higher Education Round Table: BHERT Position Paper no. 9.
- INEGI, 2017. Anuario estadístico de Guanajuato 2017. *Recuperado de:* https://www.datatur.sectur.gob.mx/ITxEF_Docs/GTO_ANUARIO_PDF.pdf.
- INEGI, 2018. Mujeres y Hombres en México 2018. *Recuperado de:* http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/MHM_2018.pdf.
- Krueger, N.F. (1993): “*Growing up entrepreneurial? Some developmental consequences of early exposure to entrepreneurship*”. *Paper presented at the Academy of Management*, en Krueger, N.F. (1993a): “The Impact of Prior Entrepreneurial Exposure on Perceptions of New Venture Feasibility and Desirability”. *Entrepreneurship Theory and Practice*, nº 18 (1), pp. 5-21.
- Krueger, N.F. & Brazeal, D. (1994): “*Entrepreneurial Potential and Potential Entrepreneurs*”, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18 (3), pp. 91-104.
- Narváez, M. (2012). *Dimensiones del Empredurismo desde una visión universitaria*. ING-NOVACION, 4, 1-7
- Saavedra M., Camarena A. (2015, Enero - Junio). *Retos para el emprendimiento femenino en América Latina*. Criterio Libre, 13 (22), 129-152. *Recuperado de* <https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/criteriolibre/article/view/129/95>.
- Sánchez, J., Caggiano, V., Hernández, B. (2011). *Competencias emprendedoras en la educación universitaria*. *International Journal of Developmental and Educational Psychology*, 3 (1), 19-28. *Recuperado de* <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5482738>.

- Shapero, A. y Sokol, L. (1982): “*Social Dimensions of Entrepreneurship*”, En Kent, C.A.; Sexton, D.L. y Vesper, K.H. *Encyclopedia of Entrepreneurship*, pp. 72-90. Englewood Cliffs, NJ; Prentice-Hall, Inc.
- Tapia, M. N. (2000). *Solidaridad Como Pedagogía*. Buenos Aires: Ciudad Nueva.
- Tuning, P. (2003). *Tuning educational structures in Europe*. Informe final, Bilbao: Universidad de Deusto.
- Veciana, J.M. (1999): “*Creación de empresas como programa de investigación científica*”. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, vol. 8, nº 3, pp. 11-36.
- Veciana J.M., Aponte, M. y Urbano, D. (2005): “*University Students’ Attitudes Towards Entrepreneurship: A Two Countries Comparison*”, *The International Entrepreneurship and Management*, vol. 1, nº 2, pp. 165-182.
- World Economic Forum (2018). *The Global Gender Gap Report 2018*. Recuperado de: <https://www.weforum.org/reports/the-global-gender-gap-report-2018>.