



Revista EDUCATECONCIENCIA.

Volumen 16, No. 17.

ISSN: 2007-6347

Periodo: Octubre-Diciembre 2017

Tepic, Nayarit. México

Pp. 68-84

DOI: <https://doi.org/10.58299/edu.v16i17.112>

Recibido: 02 de octubre

Aprobado: 13 de noviembre

**Emprendurismo de los alumnos de la Unidad Académica de Contaduría y
Administración**

**Entrepreneurship of the Students of the Unidad Académica de Contaduría y
Administración**

Autores

Marcela Gloria Camarena González

Universidad Autónoma de Nayarit
marcela.uas@outlook.com

Irma Yolanda Beltrán Gómez

Universidad Autónoma de Nayarit
iybgomez@hotmail.com

Irma Leticia Contreras Montes

Universidad Autónoma de Nayarit
jjnl_18@hotmail.com

César Rafael Gómez Martínez

Universidad Autónoma de Nayarit
cesar.gomez@uan.edu.mx

Emprendurismo de los alumnos de la Unidad Académica de Contaduría y Administración

Entrepreneurship of the Students of the Unidad Académica de Contaduría y Administración

Autores

Marcela Gloria Camarena González
Universidad Autónoma de Nayarit
marcela.uas@outlook.com

Irma Yolanda Beltrán Gómez
Universidad Autónoma de Nayarit
iybgomez@hotmail.com

Irma Leticia Contreras Montes
Universidad Autónoma de Nayarit
jjnl_18@hotmail.com

César Rafael Gómez Martínez
Universidad Autónoma de Nayarit
cesar.gomez@uan.edu.mx

Resumen

Esta investigación se hizo con el propósito de conocer más a fondo la actitud emprendedora de los estudiantes y también saber qué es lo que está haciendo la escuela para crear en ellos la motivación de emprender, y con base a esta información realizar un programa de motivación que ayudara a cada estudiante a crear una nueva actitud emprendedora.

Palabras clave: Emprendurismo, actitud, emprendedora, motivación.

Abstract

This research was done with the purpose of knowing more thoroughly the entrepreneurial attitude of the students and also to know what the school is doing to create in them the motivation to undertake and based on this information to carry out a motivation program that will help each student to create a new entrepreneurial attitude.

Keywords: Entrepreneurial, motivation, entrepreneurial attitude.

Introducción

México ocupa el lugar 57 en términos de actitud emprendedora, 46 en términos de habilidad y en el 74 en términos de aspiraciones emprendedoras. Estos rankings se determinan utilizando un conjunto de variables institucionales e individuales, así como una serie de “pilares” que el índice considera fundamental para el desarrollo económico. (Aguirre, 2013)

México ocupa el segundo lugar con mayor factibilidad para desarrollar el emprendedurismo. Y es que casi 8 de cada diez mexicanos se mostró con habilidades y recursos para iniciar un negocio, solo por debajo de China que ocupó el primer lugar. Pero, ¿Están dadas las condiciones para ser un emprendedor exitoso en nuestro país? Vamos a ver cómo se encuentra actualmente el ecosistema emprendedor mexicano. (Arias, 2016)

La Unidad Académica de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de Nayarit, es formadora de estudiantes en sus diferentes programas académicos y actualmente es pretensión de esta unidad académica ser reconocida dentro de la universidad, como formadora de emprendedores

La actitud emprendedora consiste en querer cambiar las cosas. Es tener un espíritu de explorador. Es una manera de ver el mundo. Es una manera de no quedarse en la queja fácil. Es preguntarse ¿cómo podría ser mejor? Es la voluntad de construir su propio proyecto. Y esta actitud se va a construir consiguiendo un objetivo en base a la motivación e información proporcionada a los estudiantes.

Esta investigación se realizó con el propósito de conocer más a fondo la actitud emprendedora de los estudiantes y también saber qué es lo que está haciendo la escuela para crear en ellos la motivación de emprender, y con base a esta información realizar un programa de motivación que ayude a cada estudiante a crear una nueva actitud emprendedora.

Análisis bibliográfico

1. Emprendimiento

Emprender es un término que tiene múltiples acepciones, según el contexto en el que sea empleado; se encuentran varias maneras de definirlo y entenderlo, pero, muchos autores coinciden en que dicho vocablo se deriva de *entrepreneur*, que a su vez se origina del verbo francés *entreprendre*, que significa “encargarse de” (Brandão & Pinheiro, 2004) empleado para designar a los responsables de expediciones militares utilizada inicialmente para referirse a aventureros que, como Colón, arribaron al Nuevo Mundo sin saber con certeza qué esperar en él. Hoy en día, esta misma actitud hacia la incertidumbre es lo que caracteriza al emprendedor.

Posteriormente fue usado el término para identificar a quien comenzaba una empresa, y fue ligado a empresarios innovadores (Castillo, 1999), especialmente a quienes comienzan una empresa comercial, pero también puede relacionarse con cualquier persona que decida llevar adelante un proyecto, aunque este no tenga fines económicos. Actualmente se hace distinciones entre el emprendedor, el inversionista y el empresario. Así, (Zorrilla, 2009) hace referencia a ellos así: emprendedor, quien tiene la idea, el concepto, de un producto o servicio a realizar; inversionista, quien pone a disposición el capital necesario para el sostenimiento inicial y la puesta en marcha del negocio; y, finalmente y no menos importante, el empresario, es la persona que se encargar de administrar y rendir cuentas del negocio.

1.1. Actitud Emprendedora

La actitud emprendedora puede definirse como una conducta permanente de administrar los recursos para generar resultados según la actividad en que se desarrolla (Quintero, 2007)

Las actitudes son los enunciados o juicios evaluadores de personas, objetos o eventos. Posee tres componentes: cognitivo (segmento de opinión o creencia), afectivo (segmento

emocional o sentimental) y comportamental (intención de conducta de cierto modo hacia alguien o algo) (Robbins & Judge, 2011)

Hay que recalcar que (Ajzen, 1991) utiliza principalmente un componente de la actitud: el cognitivo, por esto en este papel se interrelacionan los tres componentes de la actitud: comportamental, emocional y cognitivo.

Así mismo, señala que para comprender la conducta en general, es necesario estudiar los rasgos de personalidad y las actitudes sociales. Por lo tanto, un comportamiento es multicausado por elementos cognitivos, ambientales, sociales, emocionales, entre otros.

1.2.Necesidad de logro

La necesidad de logro (McClelland, The Achieving Society, 1961) se puede definir como una característica básica de los emprendedores, que actúan de una determinada forma:

- Necesitan ser responsables de sus actos, tener libertad para actuar y control de la situación, además de identificarse con el éxito cuando lo logran;
- Buscan retroalimentación continua sobre sus actos para luego modificar sus objetivos, y así lograr el éxito;
- Fijan metas que sean retadoras pero a la vez realistas y alcanzables;
- No les agradan las tareas rutinarias sino las que el esfuerzo influya en sus resultados;
- A la hora de escoger compañeros de trabajo, prefieren expertos en vez de amigos.

La motivación de logro se describe como un impulso comportamental que conlleva al individuo a seleccionar e insistir en tareas que impliquen un nivel superior y que pueda compararse consigo mismo al realizar actividades retadoras que requiera sus competencias para llegar a un éxito indiscutible (Espíritu & Sastre, 2008) (Espíritu & Sastre, 2008). La motivación de logro es una necesidad recurrente de alcanzar éxitos, no en comparación con otros, sino consigo mismo, como un reto de sus propias capacidades (McClelland, 1971).

1.3.Autoestima

Otra variable que contempla la investigación es la autoestima que según (Robbins & Judge, 2009) es el “grado en que los individuos se agradan o desagradan así mismos, sea que se vean como capaces y efectivos, y sientan que tienen o no el control de su entorno”. La autoestima es una cualidad importante para que una persona sea capaz de enfrentar muchos obstáculos y convertirse en emprendedora. Cuanto más confíe en sus propias actitudes, con mayor perseverancia buscará sus objetivos y se convencerá de que es competente para lograrlo.

La autoestima necesita tiempo y trabajo para lograrse; no basta solamente con pedirla. Los individuos que la poseen son los que tienden a valorar sus logros y habilidades en forma objetiva, sin negarlos ni exagerarlos.

Asimismo las personas con baja autoestima son vulnerables y se vuelven un blanco fácil de atacar. La autoestima actúa como un moderador frente a los factores de riesgo del trabajo, razón por la cual es tan importante que el emprendedor posea una alta autoestima, capaz de resguardar la armonía y la dignidad en condiciones de estrés (Harvey & Keashly, 2003)

La autoestima, se puede explicar cómo la evaluación que se hace de sí mismo. Es la confianza en la propia capacidad para pensar y afrontar los desafíos que surgen todos los días. La autoestima positiva hace que las personas busquen objetivos exigentes que la estimulen y, al lograrlos, su autoestima aumenta aún más (Branden, 1993).

Cuando se habla de autoestima elevada hay dos dimensiones relevantes que son la competencia y el valor (Gecas, 1982). De esta forma la competencia es el grado en que la persona se ve a sí misma capaz y eficaz y el valor hace referencia al grado en que la persona se siente a sí misma un individuo de valía (Cast & Burke, 2002).

El modelo de proceso dual (Epstein, 1994) en el cual propone la parte cognitiva y afectiva, dando relevancia al modo en que se procesa la información para determinar la forma de autoestima: implícita (procesos de experiencias afectivas) y explícitas (sistema cognitivo de análisis lógico y comentarios autorrelevantes).

1.4. Innovación

Al analizar la innovación es importante distinguir entre emprendedor e inventor. El inventor tiende a tener una educación elevada, está dispuesto a enfrentar riesgos y tolera bien la ambigüedad y la incertidumbre. Su medida de realización es el número de inventos desarrollados y de patentes propias, demostrando poco interés en el beneficio económico. En cambio, un emprendedor está interesado en la organización de un nuevo negocio y se compromete con su supervivencia. (Mueller & Heidemann, 2002)

La innovación es una nueva idea que se aplica para iniciar o mejorar un producto, proceso o servicio” (Robbins & Judge, 2011). De esta forma se observa que la innovación es llevar a cabo actividades o cosas de una manera diferente. La innovación según (Vesga, 2009)) es “el proceso deliberado que permite el desarrollo de nuevos productos, servicios y modelos de negocios en las organizaciones. Este proceso debe llevar a resultados concretos y medibles y está asociado al desarrollo de un espíritu emprendedor en los individuos, es decir, a una actitud hacia el trabajo que se caracteriza por la permanente búsqueda de oportunidades y por la capacidad para articular recursos humanos y físicos con el objetivo de aprovecharlas”.

No es sólo tener una idea creativa sino llevarla a la práctica y que sea valorada por algún grupo de interés. La creación, unidad a la innovación, genera productividad a las diversas organizaciones.

Por su propia naturaleza, la innovación está impregnada de incertidumbre y lleva al riesgo como factor impulsor o limitador en el análisis y decisión que realiza el agente innovador. Las decisiones tomadas bajo condiciones de incertidumbre tienden a enfrentar riesgos mayores que resultan en errores o fracasos. Aunque exista la posibilidad de revertir

esos procesos, estos riesgos pueden causar elevadas pérdidas a las empresas (Brandão & Pinheiro, 2004)

1.5.Riesgo

Otra de las actitudes del emprendedor es la asunción de riesgo. El riesgo posee tres componentes: el tamaño de la pérdida, la probabilidad de ocurrencia y la vulnerabilidad de esta. Además, según (Ibañez, 2001) se reconocen tres fuentes que determinan el riesgo:

- Insuficiencia de control sobre personas, recursos, el tiempo y la información.
- Limitación de información, ya sea por no ser completa o no ser fiable.
- Escasez de tiempo cuando se debe tomar una decisión sin tener poseer la información completa.

Los individuos con una alta necesidad de logro tienen una propensión al riesgo moderada; por tanto, parece que la necesidad de logro afecta a la percepción del riesgo y el emprendedor asume riesgos en forma calculada (Begley, 2000).

El emprendedor es una persona que asume riesgos. Del mismo modo, una persona con mayor tolerancia al riesgo tendrá una mayor asunción de riesgo y, por lo tanto, un menor grado de aversión a este. Ello implicará que la persona tendrá menos miedo en autoemplearse y en crear su propio emprendimiento.

Por otra parte, (Korunka, Frank, Lueger, & Mugler, 2003) en sus investigaciones encuentran tres razones diferentes que hacen que la persona emprenda:

- A pesar de su voluntad, por ejemplo, al perder el trabajo (o bien cuando deja su trabajo porque no encuentra cabida para sus ideas)
- Porque lo desea, ya que encontró una oportunidad.
- Porque tiene el apoyo de una red.

1.6. Perfil ideal del emprendedor

De acuerdo a (Gerencie.com, 2010), para ser un emprendedor se requiere tener cierto perfil, ciertas aptitudes y ciertas características de personalidad. No es una tarea fácil identificar con claridad cuál debe ser el perfil de un emprendedor, pero muchos autores coinciden que los factores más importantes a tener en cuenta, son los siguientes:

- Personalidad idealista y astuta, preocupada por hacer dinero pero no obsesionados
- No les interesa demasiado el poder sino la autonomía, les gusta ponerse a prueba, enfrentar riesgos pero no a lo loco, sino planificados;
- Les gusta demostrar y demostrarse lo que saben, pueden y valen;
- tienen capacidad de concentración para la resolución y búsqueda de salidas exitosas a problemas, tienen cierto carisma o mística y esperanza respecto a su emprendimiento,
- No tienen todo absolutamente claro, tienen miedos como todo ser humano, pero a pesar de ello se animan;
- Son capaces de sacrificarse por su obra pero sin perder la cordura, son ansiosos y buscan ofrecer un producto o servicio de calidad superior, distinto, destacado;
- Les gusta dejar su marca en la vida a través de su emprendimiento, están convencidos de que el éxito es 99% transpiración y 1% inspiración,
- Saben que se pueden equivocar, pero también saben que el fracaso es no intentarlo de nuevo.

1.7.Programas

Tiene como objetivo principal el identificar proyectos de emprendedores, evaluar su viabilidad y buscar los apoyos financieros necesarios para garantizar su implementación, mediante la formación de y la aplicación de diversos apoyos financieros complementarios.

Todos los programas tienen como objetivo promover e impulsar en los mexicanos la cultura desarrollo empresarial que resulten la creación de más y mejores micro y pequeñas empresas a través de una incubadora. (CONACYT, 2014)

La organización Yo Emprendedor tiene varios programas de apoyo a este sector. Por ejemplo:

Semana Global de Emprendimiento

Tour YE:

Competencia de negocios Yo Emprendedor

Capacitaciones

Programas desde el MEIC

Programa de Mujeres Emprendedoras

Programa de Emprendedores Jóvenes

Registro de Emprendedores

Metodología

Nivel de Investigación

La investigación que se presenta a continuación es de campo y de nivel descriptivo ya que se estudiarán los comportamientos o actitudes que los estudiantes presentan para poder definirlos de una manera concreta.

En base a la hipótesis planteada y la recolección de datos obtenidos a lo largo de la investigación se realizará una conclusión con el fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento.

Población y Muestra

Población: 711 estudiantes en el periodo intersemestral escolarizado verano 2016

$$n = \frac{(.95^2)(.5)(1 - .50)(711)}{(.05^2)(711 - 1) + (.95^2)(.5)(1 - .5)}$$

$$n = 80.1846$$

$$n = 81$$

Tipo de muestreo

El tipo de muestreo que se utilizó para realizar las encuestas fue Muestreo Causal o Accidental ya que los estudiantes que se seleccionaron fueron escogidos sin un juicio o criterio preestablecido, sólo tomando en cuenta que fueran estudiantes de la academia.

Instrumento

Una encuesta de 27 preguntas dividida en 2 partes. La primera parte se constituye de 7 preguntas acerca de programas motivacionales y la segunda de 20 preguntas acerca de la actitud emprendedora que tiene el estudiante.

Hipótesis

La actitud emprendedora de los estudiantes de la Unidad Académica de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de Nayarit durante el periodo intersemestral verano 2016 es deficiente.

Análisis de resultados

Una vez aplicado el instrumento se obtuvieron los siguientes resultados:

El 65.4%, es decir, 53 personas de 81 que fueron encuestadas consideran que si existe baja actitud emprendedora.

El 61.7%, es decir 50 personas, no saben que existe una oficina especial en UACyA para asuntos de emprendimiento y muy pocas si lo saben, aunque se debería de dar más información acerca de esta oficina.

Los resultados nos muestran que el 54.3%, es decir 44 personas de 81 encuestadas no han asistido a un programa de motivación emprendedora en UACyA, por lo tanto, esto significa que hace falta motivar más a los estudiantes y para esto realizar talleres, conferencias y platicas.

Tabla 1. Asistencia a programa de motivación emprendedora.

¿Haz asistido a algún programa de motivación emprendedora en UACyA?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	37	45.7	45.7	45.7
	No	44	54.3	54.3	100.0

¿Haz asistido a algún programa de motivación emprendedora en UACyA?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	37	45.7	45.7	45.7
	No	44	54.3	54.3	100.0
	Total	81	100.0	100.0	

Fuente: Alumnos de UACyA.

Esta tabla nos muestra que 42% de los 81 alumnos encuestados a menudo trabajan todo lo que hace falta para acabar los proyectos y el 39.5% nos dice que ellos están en total de acuerdo y los demás expresan que solo algunas veces y en lo absoluto.

Tabla 2. Culminación de proyectos.

¿Trabajas todo lo que haga falta para acabar los proyectos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si/ En total de acuerdo	32	39.5	39.5	39.5
	Bastante/ A menudo	34	42.0	42.0	81.5
	Algo/ Alguna vez	14	17.3	17.3	98.8
	No/ En absoluto	1	1.2	1.2	100.0
	Total	81	100.0	100.0	

Tabla 2. Alumnos de UACyA

Los resultados nos muestran que de 81 encuestados, 34 de ellos, es decir el 42% a menudo planifican de forma rigurosa acciones concretas para el desarrollo de un trabajo o un proyecto.

Tabla 3. Planificación de acciones concretas para el desarrollo de un trabajo o un proyecto.

¿Planificas de forma rigurosa acciones concretas para el desarrollo de un trabajo o un proyecto?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si/ En total de acuerdo	26	32.1	32.1	32.1
	Bastante/ A menudo	34	42.0	42.0	74.1
	Algo/ Alguna vez	17	21.0	21.0	95.1
	No/ En absoluto	4	4.9	4.9	100.0
	Total	81	100.0	100.0	

Fuente: Alumnos de UACyA.

Los resultados nos muestran que de 81 estudiantes encuestados la mayoría están en total de acuerdo en sentir motivación por conseguir objetivo, estamos hablando del 61.7%, lo cual es muy bueno para su actitud emprendedora.

Tabla 4. Sentimientos de motivación para conseguir objetivos.

¿Sientes motivación por conseguir objetivos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si/ En total de acuerdo	50	61.7	61.7	61.7
	Bastante/ A menudo	22	27.2	27.2	88.9
	Algo/ Alguna vez	7	8.6	8.6	97.5
	No/ En absoluto	2	2.5	2.5	100.0
	Total	81	100.0	100.0	

Fuente: Alumnos de UACyA.

El 64.2% nos dice que está en total de acuerdo que las personas que se arriesgan tienen más probabilidad de salir adelante que las que no se arriesgan, por lo tanto es bueno saber que la mayoría piensa así, pues gracias a esto se pueden lograr cosas nuevas y mejores.

Tabla 5. Las personas que arriesgan tienen más posibilidades de salir adelante.

¿Crees que las personas que se arriesgan tienen más probabilidades de salir adelante que las que no se arriesgan?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1	1.2	1.2	1.2
Si/ En total de acuerdo	52	64.2	64.2	65.4
Bastante/ A menudo	20	24.7	24.7	90.1
Algo/ Alguna vez	8	9.9	9.9	100.0
Total	81	100.0	100.0	

Fuente: Alumnos de UACyA.

La tabla nos habla de lo siguiente, de las personas que fueron encuestadas durante el periodo intersemestral verano 2016 que no saben que existe una oficina especial en UACyA para asuntos de emprendimiento, el semestre que más destaca es “quinto” con el 28.40%, muy seguido de “séptimo” con el 27.16%.

Tabla 6. Conocimiento de oficina especial para asuntos de Emprendedurismo.

¿Sabes a dónde dirigirte en UACyA para conocer asuntos sobre emprendimiento?

		SEMESTRE				
			TERCERO	QUINTO	SÉPTIMO	NOVENO
		%	%	%	%	%
¿Sabías que existe una oficina especial en UACyA para asuntos de emprendimiento?	Si	0	2.47	9.88	23.46	2.47
	No	1.23	0	28.40	27.16	4.94

Fuente: Alumnos de UACyA

La tabla nos arroja los siguientes resultados, de las personas que fueron encuestadas durante el periodo intersemestral verano 2016 que no se consideran una persona creativa se encuentran con igual porcentaje (2.47%) ambos sexos “femenino” y “masculino”, se presenta una situación similar con las personas que se consideran algo creativas estando por encima el sexo “masculino” con un 13.58% muy seguido de “femenino” con un 12.35%.

De las personas que no tienen disposición para asumir riesgos destaca el sexo “femenino” con el 2.47%, en las personas que están algo predispuestas para asumir riesgos se encuentra muy por encima el sexo “femenino” con un 16.05%, que es casi un 10% más que los “masculino”.

Tabla 7. Reconocimiento de habilidades y predisposiciones al momento de asumir riesgos.

¿Reconoces tus habilidades y predisposición al momento de asumir riesgos?

		SEXO		
			MASCULINO	FEMENINO
		%	%	%
¿Te consideras una persona creativa?	Si/ En total de acuerdo	0	17.28	24.69
	Bastante/ A menudo	0	9.88	16.05
	Algo/ Alguna vez	1.23	13.58	12.35
	No/ En absoluto	0	2.47	2.47
¿Tienes predisposición para asumir riesgos?	Si/ En total de acuerdo	1.23	12.35	11.11
	Bastante/ A menudo	0	24.69	25.93
	Algo/ Alguna vez	0	6.17	16.05
	No/ En absoluto	0	0	2.47

Fuente: Alumnos de UACyA

Conclusión

Los resultados obtenidos a pesar de no ser los esperados son de gran importancia y relevancia. Los datos que se obtuvieron a partir de las encuestas nos demuestran que el 65% de los estudiantes encuestados concuerdan que si existe una baja actitud emprendedora; aunque en base al examen que aplicamos para conocer su grado de actitud, demuestra que la mayoría de ellos si cuentan con un grado aceptable de actitud emprendedora, y muy pocos están realmente listos para emprender un negocio.

También los datos arrojan en un 91.36% que es necesario implementar un programa motivacional para crear una actitud emprendedora; que si bien no es bajo el grado de actitud de los estudiantes, se piensa que éste se puede explotar, además de ayudarles a dar el siguiente paso para ser un empresario exitoso.

Entre las preguntas que conformaban a la encuesta, se tocó el tema sobre cómo les gustaría a los alumnos que se impartieran pláticas, consultorías, asesorías u otro tipo de sistema que beneficie la actitud emprendedora.

Los resultados obtenidos fueron: 53.09% talleres, 35.80% conferencias, 8.64% clases en tutorías y 2.46% otros. En base a esto se implantará dicho programa, tomando en cuenta el número de actividades que se realizarán en base a los porcentajes obtenidos.

Respecto a la hipótesis planteada al inicio del proyecto, “la actitud emprendedora de los estudiantes de la Unidad Académica de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de Nayarit durante el periodo intersemestral verano 2016 es deficiente” no estimula la actitud de los alumnos, excluyendo la falta de motivación para desarrollar proyectos empresariales.

Referencias

- Aguirre, L. (22 de Agosto de 2013). *Forbes México*. Obtenido de <https://www.forbes.com.mx/potencializando-el-emprendedurismo-y-su-impacto-economico/>
- Ajzen, I. (1991). Organizational Behavior and Human Decision Processes. En *The theory of planned behavior*. (págs. 179-211).
- Arias, M. (28 de Diciembre de 2016). Obtenido de <https://credilike.me/blog/emprendedurismo-en-mexico/>
- Arias, M. (28 de Diciembre de 2016). Obtenido de <https://credilike.me/blog/emprendedurismo-en-mexico/>
- Begley, K. (2000). Tesis de Doctorado para la obtención del título de Doctor en Educación en Innovación y Liderazgo. *Learning styles among a select group of entrepreneurs: Implications for entrepreneurship programs at institutions of higher education in the United States*. Delaware, Estados Unidos: Wilmington.
- Brandão, M., & Pinheiro, D. (2004). Programa de emprendedorismo em instituições de ensino superior: Reflexões a partir de algumas experiencias canadenses y americanas. En *Revista de Negócios, Centro de Ciencias Sociais Aplicadas Universidad Regional de Blumenau* (págs. 117-126). Brasil.
- Branden, N. (1993). Cómo potenciar este importante recurso psicológico. En *El poder del autoestima*. Buenos Aires: Paidós.
- Cast, A. D., & Burke, P. (2002). A theory of self-esteem. En *Social forces Vol 80* (págs. 1041 – 1068).

- Castillo, A. H. (1999). Estado del Arte en la enseñanza del emprendimiento. Chile: First Public Inc Chile S.A.
- CONACYT. (Diciembre de 2014). Recuperado el 28 de Junio de 2016, de <http://www.conacyt.mx/index.php/fondo-emprendedores-conacyt-nafin>
- El financiero. (2016). *¿Qué es un emprendedor y cuáles programas le brindan apoyo?* Recuperado el 30 de Junio de 2016, de El financiero: http://www.elfinancierocr.com/pymes/emprendedor-emprendimiento-MEIC-Digepyme-Yo_Emprendedor-ideas-negocio_0_719928016.html
- Epstein, S. (1994). Integration of the cognitive and the psychodynamic unconscious. En *American Psychologist*, Vol 49 (págs. 709-724).
- Espain, L. M. (17 de Junio de 2015). *Sistema Nacional de Programas de Combate a la Pobreza*. Recuperado el 28 de Junio de 2016, de INSTITUTO NAYARITA DE LA JUVENTUD: http://www.programassociales.mx/?page_id=45&fl=2&st=18&pr=2052
- Espíritu, R., & Sastre, M. (2008). *Factores explicativos sobre la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios de la comunidad de Madrid España*. Obtenido de <http://www.clee2008.ufsc.br/25.pdf>.
- Gecas, V. (1982). The Self-Concept. En *Annual Review of Sociology* (págs. 1-33).
- Gerencie.com. (2010). *Perfil de un emprendedor*. Recuperado el 29 de Junio de 2016, de Gerencie.com: <http://www.gerencie.com/perfil-de-un-emprendedor.html>
- Harvey, S., & Keashly, L. (2003). Prediction the risk for aggression in the workplace: risk factors, self-esteem and time at work. En *Social Behavior and personality*, 31(8) (págs. 807-815).
- Ibañes, M. (2001). Actitudes emprendedoras de los estudiantes. *Tesis doctoral de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales*. Bilbao, España.
- Korunka, C., Frank, H., Lueger, M., & Mugler, J. (2003). The Entrepreneurial Personality in the Context of Resources Environment, and the Startup Process - A Configurational Approach. En *Entrepreneurship: Theory and Practice* 28(1) (págs. 23-42).
- Mariscal Haro, E. I. (2016). Programas Académicos de Emprendedores. (D. F. Álvarez Celis, Entrevistador) Tepic, Nayarit, México.
- McClelland, D. (1961). *The Achieving Society*. Princeton, NJ: Van Nostrand.
- McClelland, D. (1971). En *The achievement Motive in Economic Growth Entrepreneurship and economic development Ed. In P. Kilby* (págs. 109-122). New York.
- Mueller, M., & Heidemann, F. (2002). Inovação e empreendedorismo: *Trabajo presentado en la XXXVII Asamblea de CLADEA (Consejo Latinoamericano de Escuelas de Administración)*. Porto Alegre: UFRGS.
- Quintero, D. C. (2007). *Generación de competencias en jóvenes emprendedores*. Obtenido de http://www.usmp.edu.pe/facarrhh/primer_congreso_ippeu_boletin/ppts/Carlos_Quinteros.pdf
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2009). Comportamiento Organizacional. En *Comportamiento Organizacional*. México: Person Prentice Hall.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2011). En *Organizational behavior* (pág. 111). New Jersey: Pearson Prentice Hall.

- Rocha, E. J. (15 de Agosto de 2015). *INADEM*. Recuperado el 28 de Junio de 2016, de <https://www.inadem.gob.mx/index.php/que-es-inadem>
- Universia.net. (2015). *Motivaciones Usuales de un Emprendedor*. Recuperado el 29 de Junio de 2016, de Universia.net: http://www.emplea.universia.es/informacion/emprendedores/quien_puede_ser_emprendedor/todo_quien_puede_ser_emprendedor/motivaciones/
- Vesga, R. (2009). *Emprendimiento e innovación en Colombia*. Obtenido de ¿Qué nos está haciendo falta?: <http://cec.uniandes.edu.co/>
- Zorrilla, J. (2009). *Las etapas del empresario moderno*. Buenos Aires, Argentina.