



Las opiniones y los contenidos de los trabajos publicados son responsabilidad de los autores, por tanto, no necesariamente coinciden con los de la Red Internacional de Investigadores en Competitividad.



Esta obra por la Red Internacional de Investigadores en Competitividad se encuentra bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 3.0 Unported. Basada en una obra en riico.net.

**II CONGRESO DE LA RED INTERNACIONAL
DE INVESTIGADORES EN COMPETITIVIDAD.**

“Los Desafíos de la Competitividad Sistémica:
El Rol de la Sociedad y de las Universidades.

Noviembre 27 y 28 del 2008; Puerto Vallarta, Jalisco.

**TITULO: “Aspectos Competitivos que Influyen en las Actitud
Emprendedora de los Universitarios y Empresarios Nayaritas”**

**AREA DE CONOCIMIENTO: Competitividad Global
TEMATICA: Fuentes del Conocimiento y la Competitividad de pequeñas empresas**

**AUTORES: Georgina del Carmen López Agraz. (UACyA-U.A.N.)
Juan Francisco Gómez Cárdenas. (UACyA-U.A.N.)
José Francisco Haro Beas. (UACyA-U.A.N.)**



Datos de identificación: ginaagraz102@hotmail.com
fragc@hotmail.com
fcoharo@hotmail.com

Dirección para correspondencia:

Universidad Autónoma de Nayarit
Unidad Académica de Contaduría y Administración (UACyA)
Ciudad de la Cultura “Amado Nervo”.
Tepic, Nayarit, México.
C. P. 63000.
Teléfono y Fax: (311) 2-11-88-18

1) Resumen:

La propuesta en este proyecto es dar a conocer los factores institucionales informales, referidos a las ideas, creencias, intenciones y actitudes emprendedoras de los empresarios nayaritas y estudiantes universitarios nayaritas, en el período escolar de 2007-2008. El objetivo de este trabajo será evaluar la actitud emprendedora de los empresarios nayaritas y los estudiantes universitarios nayaritas, llevada a cabo mediante una encuesta de opinión aplicada a los estudiantes universitarios que cursan el primer y último año académico en las áreas de conocimientos: económicas administrativas y ciencias de la salud. Los aspectos a analizar estarán relacionados con la actitud emprendedora en la intencionalidad manifiesta de crear una empresa propia, la valoración de los motivos positivos y negativos de la decisión de crearla; así como la apreciación de los atributos del empresario y de los profesionales relacionados directamente con el mundo empresarial.

Palabra Clave: Actitud emprendedora., Vinculación Universidad-Empresa.

Abstract

The purpose of this paper is to study the informal institutional factors that are related to the ideas, beliefs, intentions and entrepreneurial attitudes of the Nayarit's businessmen and college students during the academic year of 2007-2008. Based on an opinion poll conducted among freshmen and senior students in the areas of business administration and health science. I intend to evaluate the entrepreneurial attitude of the Nayarit's businessmen and students. The aspects I propose to study are intimately related to the entrepreneurial activity that leads them to the creation of their own business, the evaluation of the positive and negative motives that lead them to create their own business, and the personal traits that lead businessmen and professionals to the world of business.

2. Introducción:

La creación de nuevas empresas se ha convertido en la actualidad en un instrumento fundamental para el desarrollo económico y social del estado de Nayarit. Las administraciones públicas establecen distintas políticas y mecanismos de apoyo a la creación de nuevas empresas. Por lo que ha despertado un gran interés por los estudiantes universitarios para plantear una relación positiva entre su entorno siendo más optimistas en la creación, desarrollo y consolidación empresarial.

Según la legislación universitaria las tres funciones sustantivas de la Universidad son: la docencia, la investigación, la difusión y extensión, motivo por el cual uno de los servicios ofrecidos a la comunidad universitaria a la sociedad en general es la vinculación Universidad-Empresa en el ámbito de la gestión.

El interés por fomentar las actitudes positivas hacia la actividad emprendedora y el empresario en la creación nuevas empresas entre los estudiantes universitarios, en el ambiente científico como en el político formado por la estrecha relación existente entre la actividad académica y el desarrollo económico y regional del país.

Se pretende con el presente trabajo analizar las intenciones emprendedoras en el contexto institucional que afecta a los estudiantes universitarios, por lo que se analiza la relación entre estas actitudes con las área de conocimiento: económicas-administrativas y ciencias de la salud; el año académico que se encuentran (primer y último curso); la titulación elegida por el estudiante según programa de licenciatura en que estén matriculados; el contexto familiar, en particular si existe relación familiar con el mundo de la empresa y su género. Así mismo conocer el punto de vista de los actuales empresarios nayaritas en cuanto al deseo, viabilidad e intención de crear otra una empresa en la actualidad, como los principales factores que consideran que motiven, favorecen, dificultan y obstaculizan la creación de las mismas y medir los atributos relacionados con los empresarios nayaritas y la valoración que a su juicio merezcan algunas profesiones en la sociedad nayarita.

3. Descripción del problema:

Se desconoce cuál es: La idea, la intención, la creencia y la actitud emprendedora de crear su propia empresa por parte de los estudiantes universitarios nayaritas.

Se considera la importancia de identificar las percepciones de los estudiantes respecto a la creación y la viabilidad de empresas como el primer paso para establecer políticas eficaces de creación de empresas en el ámbito universitario, ya que la necesidad de saber las actitudes sobre el atractivo de crear una empresa y su viabilidad son por lo general producto del contexto cultural y social, señalado por el entorno institucional informal; este conocimiento podría y debería ser utilizado por los responsables de las políticas públicas con poder de influencia en la creación de empresas.

Las investigaciones recientes, interesadas en mostrar el interés de las sociedades en su intento de crear empleo mediante los “yacimientos de empresarios” destacan que, en la sociedad del conocimiento, las fuentes más prometedoras de empresarios, y por ende de empleo con alto valor incrementado, son los estudiantes universitarios.

Se ha estudiado en los últimos años, una serie de investigaciones en todo el mundo han contemplado las actitudes e intenciones emprendedoras de los estudiantes universitarios, en los siguientes países y regiones: Estados Unidos (Crant, 1996, Lüethje y Franke, 2002); Asia, Escandinavia y Estados Unidos (Autio et al., 1997); Noruega (Kolvereid, 1997); Estados Unidos, Inglaterra e Irlanda (Scott y Twomey, 1988); Alemania, Italia, Noruega, España, Suecia, Estados Unidos (Busenitz, Gomez, Spencer, 2000); Singapur, (Wang et al., 2002); Canadá (Audet, 2000, 2002); Inglaterra, (Erikson, 1998); Puerto Rico (Aponde, 2002); España (Genescá y Veciana, 1984); Cataluña y Puerto Rico (Veciana, Aponde, Urbano, 1999), Valencia (Sanchís y Redondo, 1997) y Granada (Rubio *et al.*, 1999).

4. Objetivo

Objetivo General: Conocer las Actitudes Emprendedoras de los Universitarios y Empresarios Nayaritas.

Objetivo Especifico: Identificar las Actitudes Emprendedoras de los Estudiantes Universitarios Nayaritas; en relación con la: “Creación de una Empresa Propia” El deseo, la decisión, Atributos del Empresario y su Actitud Emprendedora.

Objetivo Específico: Conocer los factores institucionales informales, referidos a las creencias y actitudes emprendedoras, de los estudiantes de la Universidad Autónoma de Nayarit y empresarios nayaritas.

5. Justificación:

Los requisitos que se tratan de cumplir en el presente trabajo, considerando que se ha producido un proceso de desarrollo y consolidación de la investigación sobre creación de empresas, es profundizar en las mismas y establecer un marco de análisis de tendencias que permita sus exámenes dinámicos. Además, ante la falta de colaboración entre los miembros de diferentes licenciaturas, se considera necesario fomentar la cooperación en las investigaciones entre las diferentes áreas de conocimiento para incentivar la noción en el ámbito de la creación de empresas entre los universitarios.

La cultura emprendedora en el contexto institucional en el que la Universidad desarrolla sus funciones y en la propia organización universitaria. Los propósitos emprendedores son una parte fundamental del proceso de creación de empresas, que constituyen los cimientos de la fundación de nuevas organizaciones (Krueger, 1993), trasladando a posteriores acciones en el desarrollo de la creación de nuevas empresas (Bovd and Vozikis, 1994; Crant, 1996; Jenkins y Johnson, 1997); en este contexto, en los últimos años una serie de investigaciones en todo el mundo han contemplado las actitudes e intenciones emprendedoras de los estudiantes universitarios.

El impacto de la teoría institucional presta atención a los factores institucionales o de contextos (culturales, sociales, políticos y económicos), que determinan el fenómeno emprendedor. Así, en el caso de la creación de una nueva empresa, afirma North (1993), que las percepciones de la conveniencia de crear una empresa y de su viabilidad son productos del entorno social. De la aplicación de los planteamientos de North a la creación de empresas se deduce que los factores institucionales, formales e informales, condicionan la creación de empresas, influyendo en el crecimiento y desarrollo económico de un país o región.

6. Metodología empleada:

El ámbito de aplicación se realizó en el Estado de Nayarit, México, con los estudiantes de la Universidad Autónoma de Nayarit (U.A.N.), que se encuentran cursando el primer y último año académico en el periodo escolar 2007-2008, en el área de conocimiento económicas-administrativas en las unidades académicas de: Contaduría y Administración, Turismo y Economía, con los programas educativos de licenciatura de: Contaduría, Administración, Mercadotecnia, Turismo, Economía, Informática y Estadística y Sistemas Computacionales y el área de ciencias de la salud en las unidades académicas de: Medicina Humana, Odontología, Ciencias Químico Biológicas y Farmacéuticas y Enfermería con los programas educativos de: Médico Cirujano, Cirujano Dentista, Químico Fármaco Biólogo y Enfermería; con una muestra de población de 215 encuestas.

Así como a los empresarios de Nayarit afiliados a Coparmex, la Secretaria de Desarrollo Económico del Gobierno del Estado de Nayarit y el XXXVII Ayuntamiento de Tepic, en las diferentes áreas: Industria de la construcción, Servicios de informática, Distribuidoras y comercializadoras, Imprentas, periódicos y papelerías, Telecomunicaciones, T. V., radio y mensajería, Empresas de consultoría, Empresas comerciales, Muebles, línea blanca y decoración, Servicios de la salud, Servicios de educación, Industria de Automotores, Hoteles y restaurantes y Productos Químicos, con una muestra de población de 24 encuestas.

Método de recogida de la información fue cumplimentación presencial de cuestionarios; mediante encuesta estructurada y autoadministrada. El tipo de muestreo que se utilizó fue el Muestreo aleatorio, estratificado con afijación proporcional por licenciaturas y por las diferentes áreas de titulación; con asignación aleatoria por conglomerados (titulación) en cada área.

Para la formulación del indicador de actitud emprendedora, se plantearon modelos multifactoriales que consideraron los siguientes factores: (sexo, edad, curso, programa de licenciatura, área de conocimiento y antecedentes empresariales en la familia). El estudio inferencial consto de dos partes, se considero para la primera parte se utilizó un modelo multifactorial simple (sin interacciones) y para la segunda las posibles interacciones entre parejas de factores.

7. Resultados

A continuación se muestran en las diferentes graficas los resultados obtenidos según las encuestas aplicadas a las muestras seleccionadas de los estudiantes como a los empresarios nayaritas son los siguientes:

a) El 50% en promedio de los estudiantes encuestados son del género femenino considerando que la mayoría de los universitarios son de dicho género; el 79.2 % de los empresarios encuestados son del género masculino razonando que la mayoría de los empresarios son de dicho género, a pesar de los grandes esfuerzos en la actualidad por la formación de la asociación de mujeres empresarias en el estado de Nayarit. (Fig. 1)

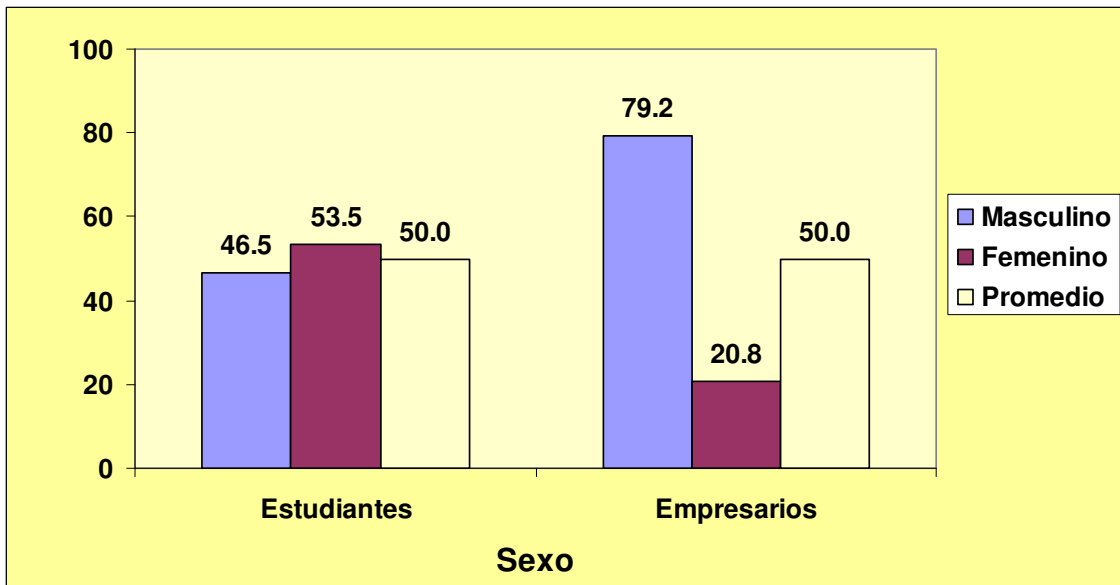


Figura 1. Comparación del género, según la muestra de los estudiantes y empresarios, en porcentajes.

b) El 59.5 % de los estudiantes encuestados están entre 20 y 35 años de edad y el 33.3 % de los empresarios encuestados están entre 35 y 55 años de edad. Considerando que tanto los estudiantes como los empresarios son personas jóvenes tienen ese deseo de crear su propia empresa. (Fig. 2)

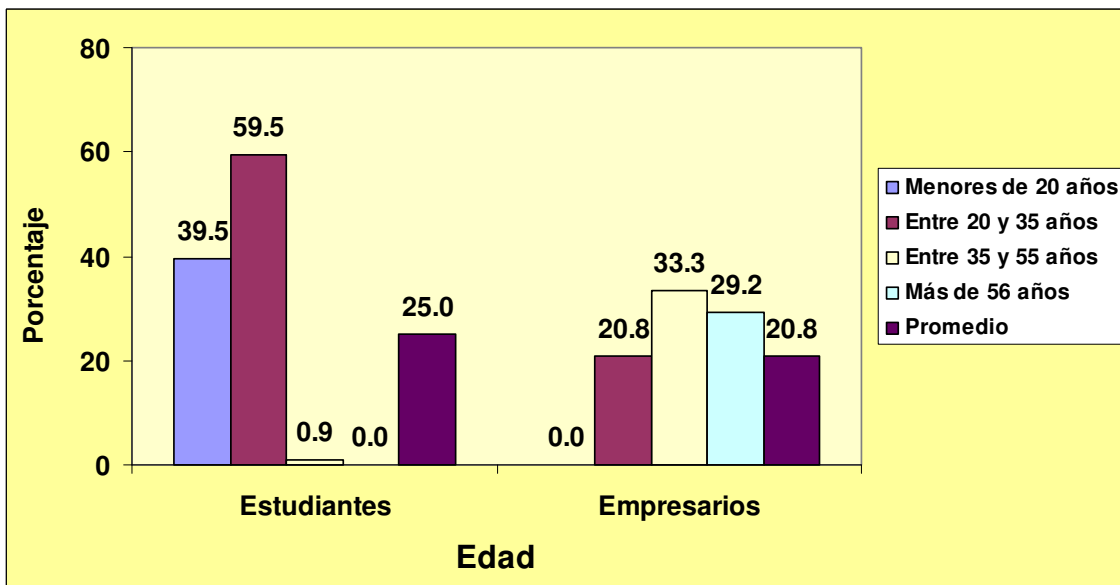


Figura 2. Comparación de la edad, según la muestra de los estudiantes y empresarios, en porcentajes.

c) El 21.9 % de los estudiantes entrevistados manifestó que su padre ejerce la ocupación de una profesión libre. Asimismo el 33.3 % de los empresarios encuestados declaró que su padre ejerce la actividad empresarial. (Fig.3)

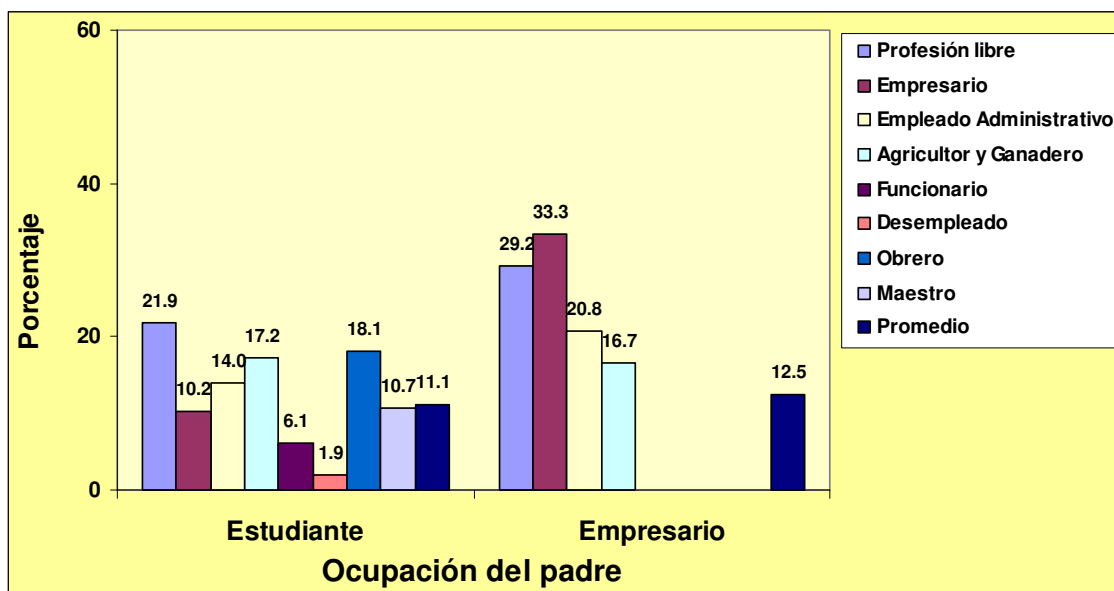


Figura 3. Comparación de la ocupación del padre, según la muestra de los estudiantes y empresarios, en porcentajes.

d) El 39.9% de los estudiantes encuestados y el 41.7% de los empresarios encuestados manifestaron que la ocupación de la madre son ama de casa; Por lo que se considera que en la actualidad todavía existen personas dedicadas en exclusiva a su hogar. (Fig. 4)

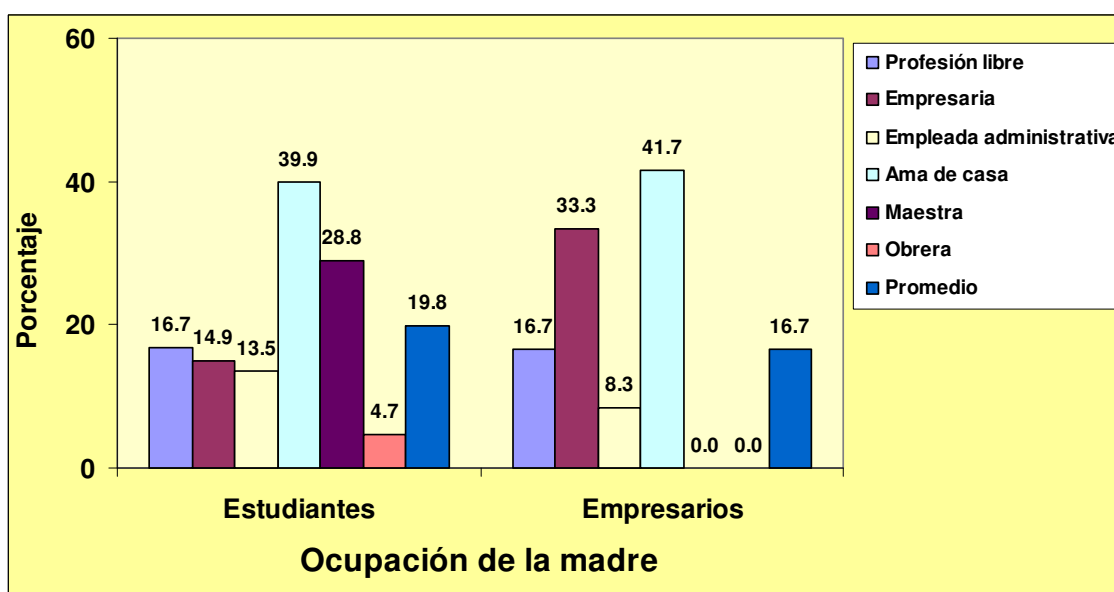


Figura 4. Comparación de la ocupación de la madre, según la muestra de los estudiantes y empresarios, en porcentajes.

e) En promedio 50% según la muestra de los estudiantes y empresarios encuestados tienen algún antecedente de familiar empresario; continuando la tradición familiar lo cual sirve como una motivación para la creación de su empresa propia. (Fig. 5)

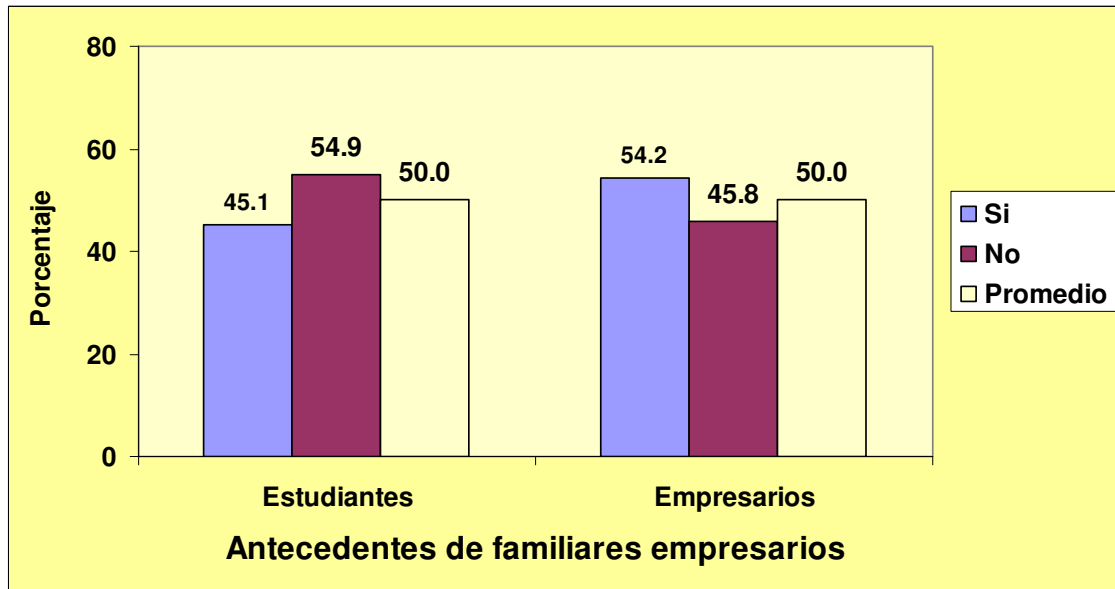


Figura 5. Comparación de los antecedentes de familiares empresarios, según la muestra de los estudiantes y empresarios, en porcentajes.

f) El considerar deseable el crear o fundar una empresa propia, el 91.2 % de los estudiantes encuestados tienen el deseo y el 100% de los empresarios encuestados en su totalidad manifestaron el deseo de nuevo de crear o fundar otra empresa propia. (Fig. 6)

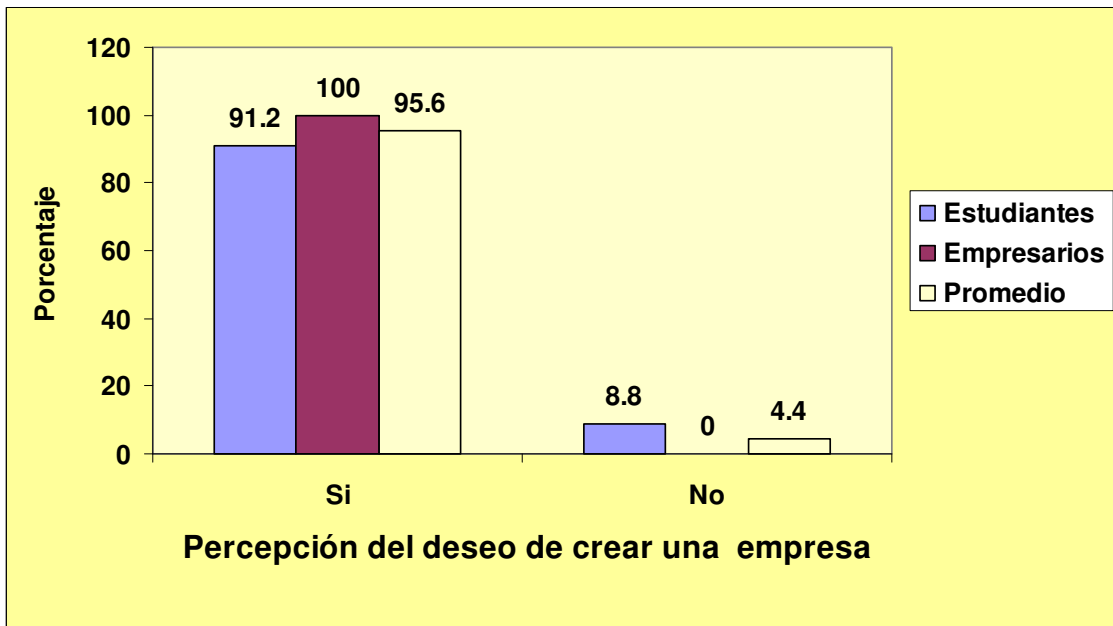


Figura 6. Comparación de la percepción del deseo de crear una empresa, según la muestra de los estudiantes y empresarios, en porcentajes.

g) El considerar si es más fácil o más difícil crear una empresa en la actualidad que en el pasado, el 50.7% de los estudiantes entrevistados y el 70.8% de los empresarios encuestados manifestaron en especial la viabilidad de crear su empresa en realidad consideraron que en la actualidad es más fácil crearla que en épocas pasadas. (Fig. 7)

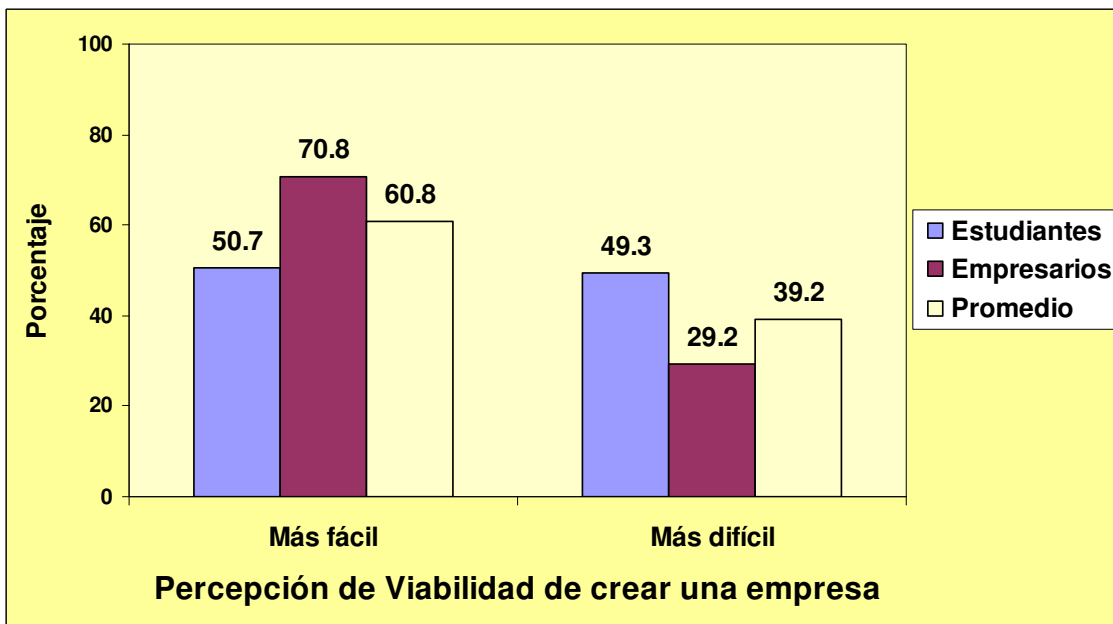


Figura 7. Comparación de la percepción de la viabilidad de crear una empresa, según la muestra de los estudiantes y empresarios, en porcentajes.

h) El considerar si se ha pensado seriamente en crear o fundar una empresa propia, el 16.7% de los estudiantes encuestados manifestó el firme propósito de tener la intención de crear una nueva empresa; el 26.1 % de los estudiantes encuestados manifestó pensar seriamente en crear una empresa propia y el 48.4% de los estudiantes encuestados manifestó pensar vagamente en crear una empresa propia: Así mismo el porcentaje mayor el 54.1% de los empresarios entrevistados si tienen la intención de crear una nueva empresa al tener un firme propósito de crear otra nueva empresa. Lo que significa la agregación del 95.7% en tener la intención de crear una empresa propia. (Fig. 8)

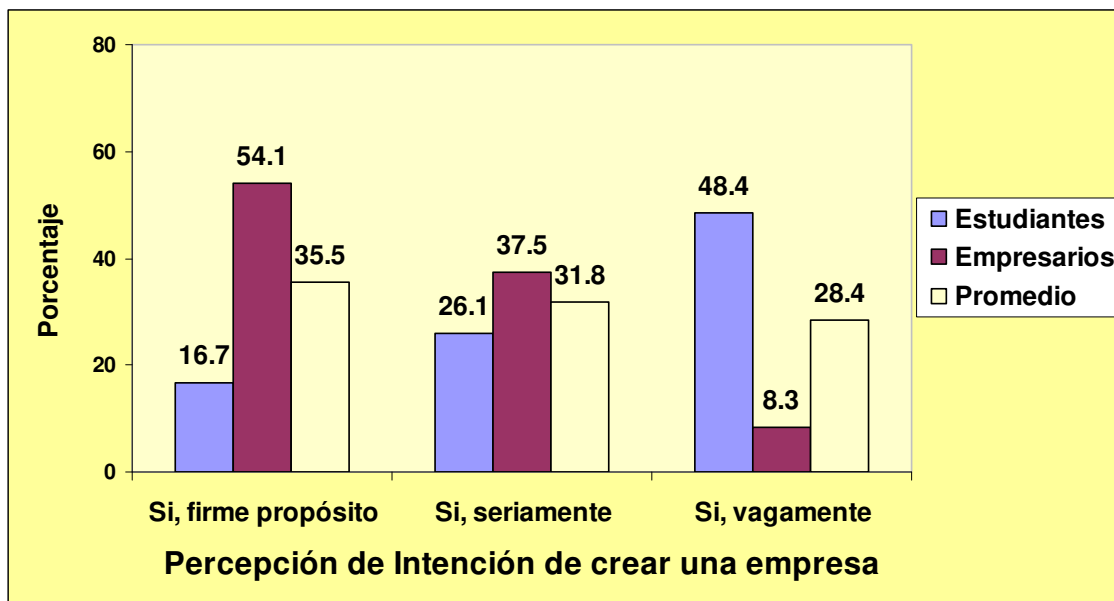


Figura 8. Comparación de la percepción de la intención de crear una empresa, según la muestra de los estudiantes y empresarios, en porcentajes.

i) Entre los tres principales factores en orden de importancia que consideran que favorecen la creación de empresas son: acceso a financiamiento, apoyo gubernamental y las nuevas tecnologías; el cual destaca los que más favorecen el 18.6% de los estudiantes encuestados manifiesto el acceso a financiación, el 17.7% de los estudiantes encuestados revelo que el apoyo gubernamental y el 7.9% de los estudiantes encuestados con el 44.2% de los empresarios entrevistados dejo ver en contraste que son las nuevas tecnologías. (Fig. 9)

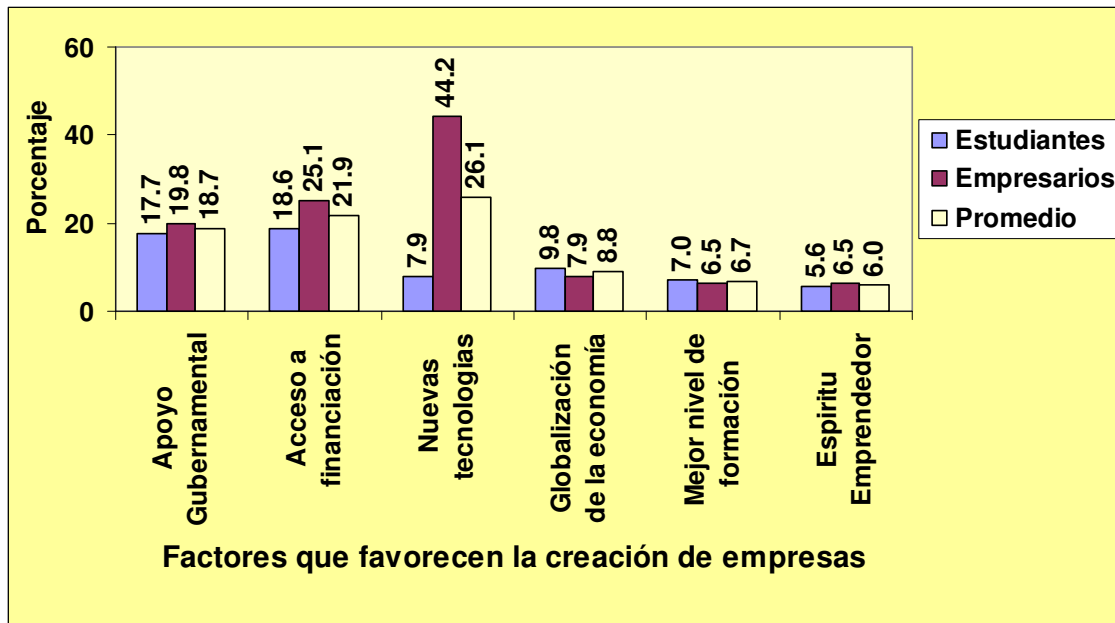


Figura 9. Comparación de los factores que favorecen la creación de empresas, según la muestra de los estudiantes y empresarios, en porcentajes.

j) Entre los principales factores en orden de importancia que consideran más relevante que dificultan la creación de empresas son: Situación económica del estado, Falta de capital inicial, demasiadas cargas fiscales y tramitación burocrática; en el cual destacan los que más dificultan para los estudiantes encuestados con el 44.2% se refiere a la situación económica del estado, el 25.1% a la falta de capital inicial y el 9.8% de la tramitación y burocracia; en contraste con los empresarios entrevistados con el 26.1% a la situación económica del estado, la de mayor porcentaje el 48.4% la falta de capital inicial, siendo el 16.7% demasiadas cargas fiscales y el 6.1% la tramitación y burocracia. (Fig. 10)

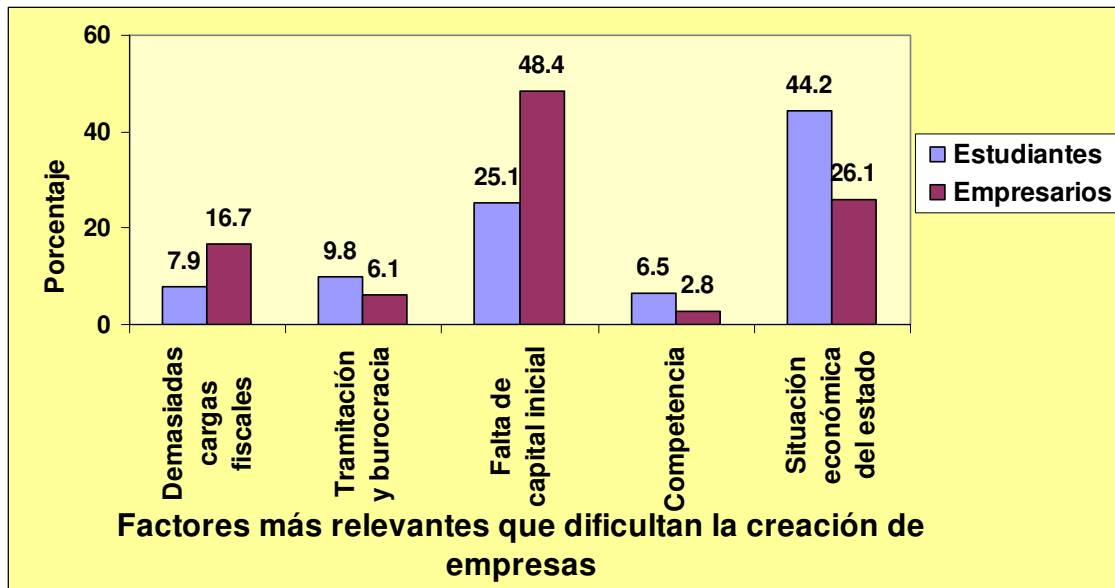


Figura 10. Comparación de los factores más relevantes que dificultan la creación de empresas, según la muestra de los estudiantes y empresarios, en porcentajes.

k) Entre los cuatro principales motivos para la creación de empresas propias en orden de importancia se encuentran, retribución justa al trabajo, poner en práctica nuevas ideas, invertir un patrimonio personal y prestigio del empresario; para los estudiantes encuestados existe variabilidad en los resultados expresados considerando el principal motivo para crear su propia empresa con el 75.7% la retribución justa al trabajo, el 68.2% el poner en practica las ideas, el 57% el invertir un patrimonio personal y el 60.8% el prestigio del empresario; Para los empresarios entrevistados existe uniformidad con el 75% el poner en practica las ideas, el invertir un patrimonio personal y el prestigio del empresario y con el 66.7% la retribución justa a su trabajo. (Fig. 11)

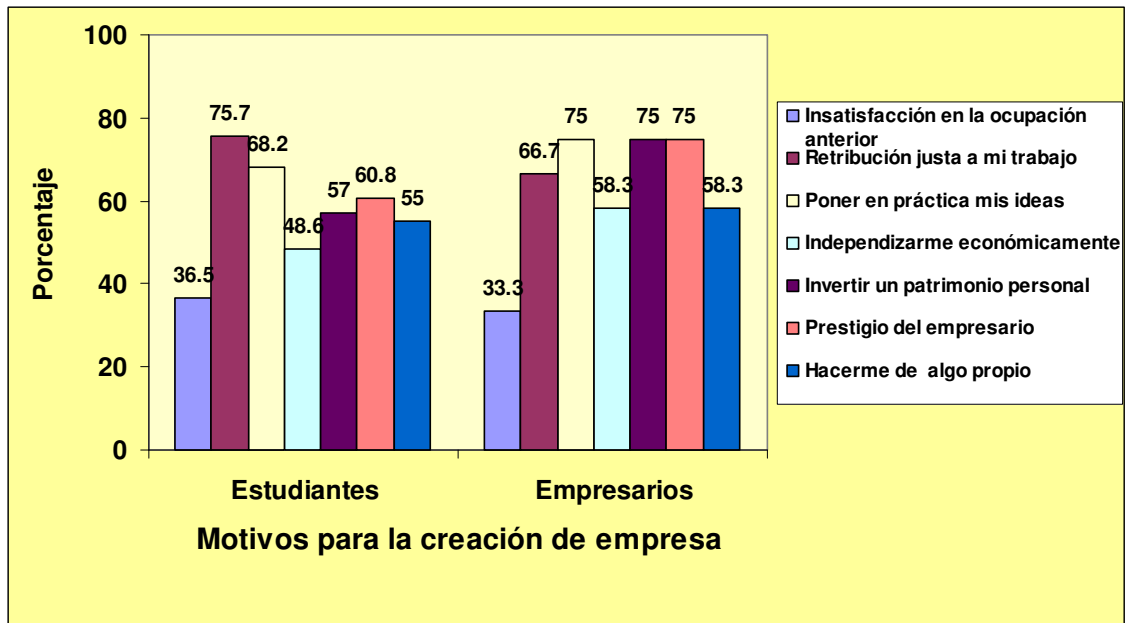


Figura 11. Comparación de los motivos para la creación de empresas propias, según la muestra de los estudiantes y empresarios, en porcentajes.

l) El nivel de importancia de los obstáculos que pueden impedir la creación de la propia empresa, los tres principales considerados como muy importantes son: la situación económica del país, la falta de capital inicial y jubilación insatisfactoria. Para los estudiantes encuestados la principal es con el 62.3% la falta de capital inicial y para los empresarios entrevistados la principal es con el 66.7% la situación económica del país. (Fig. 12)

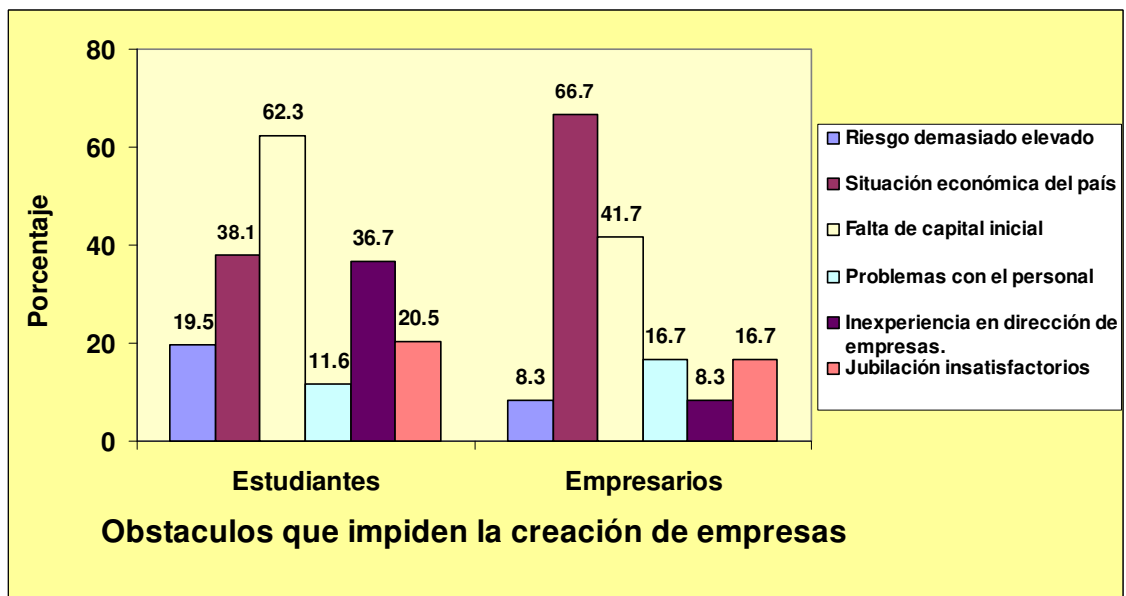


Figura 12. Comparación de los obstáculos que pudieran impedir la creación de empresas propias, según la muestra de los estudiantes y empresarios, en porcentajes.

m) Los tres principales atributos relacionados con los empresarios que se encuentran totalmente de acuerdo están los siguientes: que son personas dinámicas, son capaces de asumir riesgos en su empresa y tienen una gran visión de futuro; el cual destaca según el 45.8 % los estudiantes encuestados y el 41.7% de los empresarios entrevistados consideran que son capaces de asumir riesgos en su empresa y el 43.9 % de los estudiantes encuestados y el 58.3% de los empresarios entrevistados creen que tienen una gran visión de futuro, así como el 43% de los estudiantes encuestados y el 50% de los empresarios entrevistados piensan que son personas muy dinámicas. (Fig. 13)

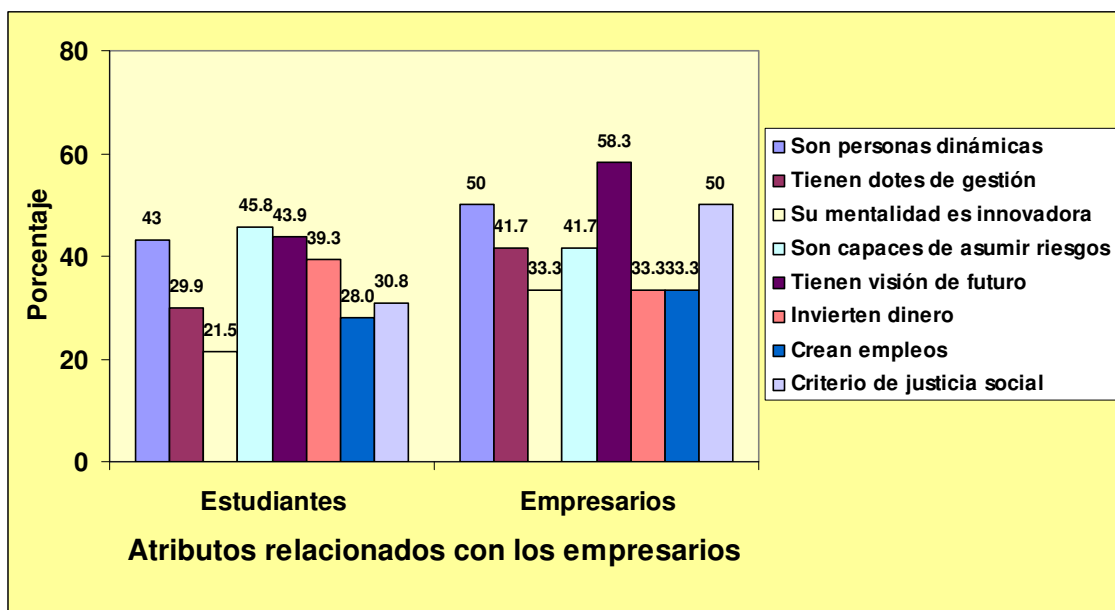


Figura 13. Comparación de los atributos relacionados con los empresarios, según la muestra de los estudiantes y empresarios, en porcentajes.

n) La valoración que según su juicio merezcan algunas de las profesiones en la sociedad nayarita, de las principales tres profesiones mencionadas se encuentran la de abogado (a), economista y traductor (a) o intérprete; el cual destaca la mayor valoración de las profesiones según los estudiantes encuestados con el 71.23% y los empresarios con el 66.67 % por la de abogado; los estudiantes encuestados con el 69.2% y los empresarios entrevistados con el 50% por la profesión de traductor e interprete y así mismo la profesión de economista con el 30.8% por los estudiantes encuestados y con el 41.7% por los empresarios entrevistados. (Figura 14)

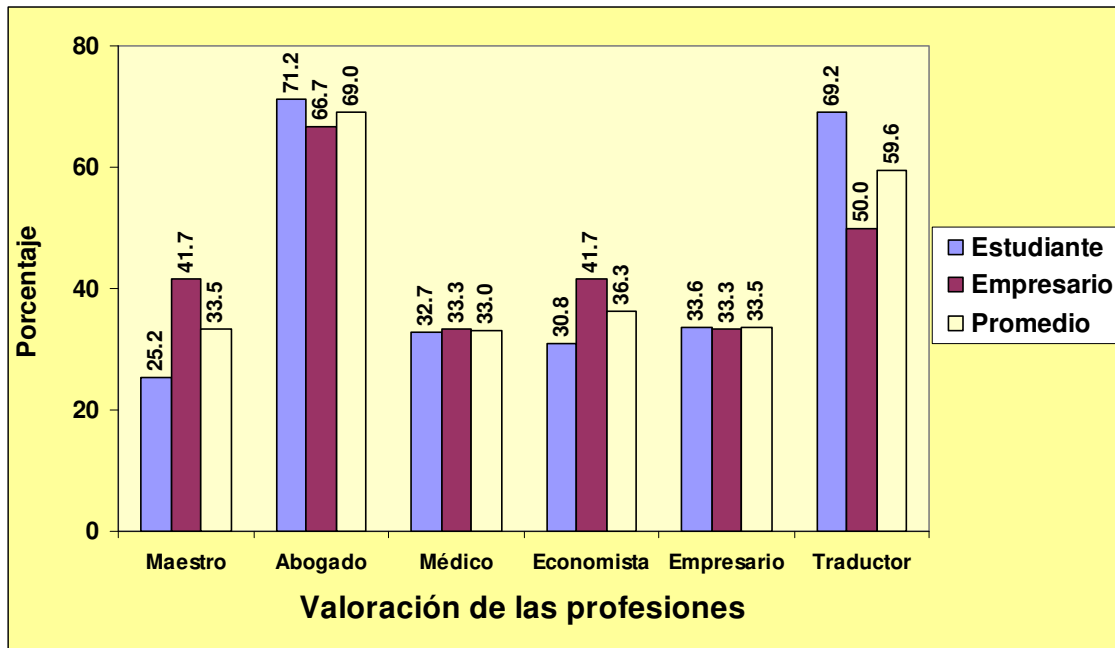


Figura 14. Comparación de la valoración de las profesiones, según la muestra de los estudiantes y empresarios, en porcentajes.

ñ) La autoevaluación realizada por los estudiantes encuestados, se encuentra por arriba de la media, con una autoestima para considerarse con cualidades para ser empresario, en la que destacan la de la responsabilidad con el 69.2%, la iniciativa con el 63.5%, la autoconfianza y perseverancia con el 60.8%.

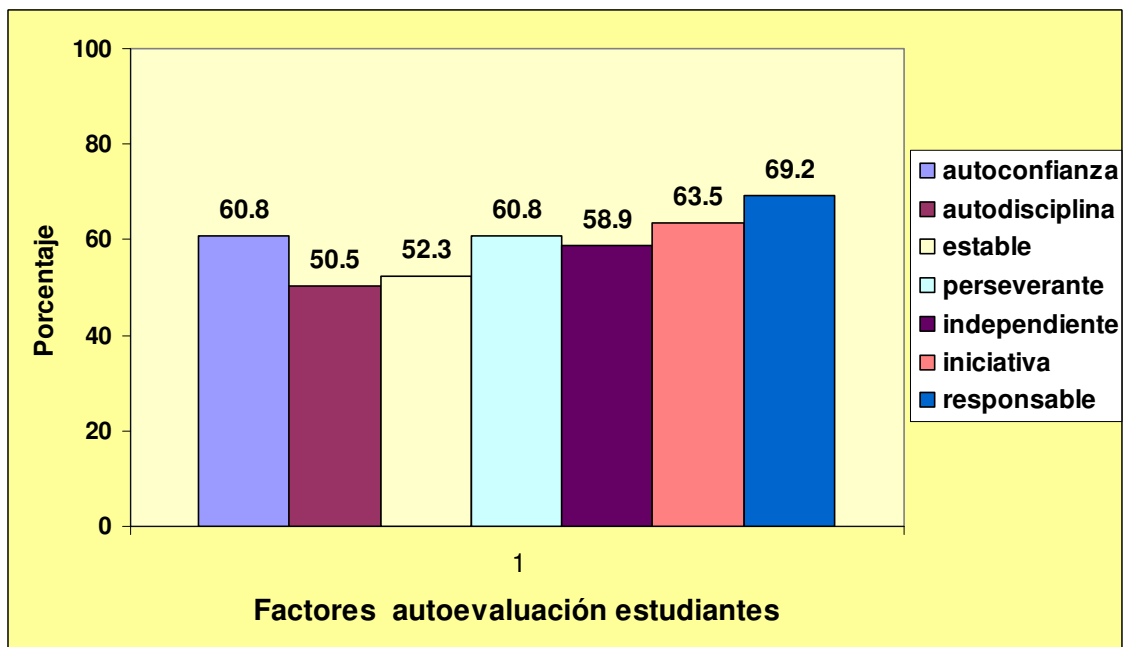


Figura 15. Comparación de los factores a considerar como autoevaluación, según la muestra de los estudiantes, en porcentajes.

8. Conclusiones

La formación de eventos empresariales se basa en la influencia del entorno “cultural y social” que alienta a la elección de una trayectoria empresarial. El propósito de crear una empresa es el resultado tanto de la percepción del atractivo de crearla así también en la percepción de su viabilidad en el ámbito de un emprendedor visionario.

Se plantea la transformación de la cultura empresarial de la sociedad nayarita, con el cambio del entorno a la mejora de las actitudes hacia la creación de empresas, la figura del estudiante, el empresario y la función empresarial, para fomentar la responsabilidad mediante instrumentos tales como la información, asesoramiento, formación, investigación, comunicación y ofrecer la ayuda necesaria desde el ámbito de la universidad a los estudiantes interesados en involucrarse en la creación de su propia empresa.

En la muestra seleccionada, los estudiantes universitarios nayaritas que representan el 91.2% considera deseable crear su propia empresa, con lo que refleja una actitud claramente positiva en cuanto al deseo de crear una empresa. Los resultados a la percepción de viabilidad referentes a si lo consideran mas fácil o mas difícil que en épocas pasadas la creación de una empresa propia, los empresarios entrevistados manifestaron que consideran mas fácil, ya que los factores que mas favorecen son las nuevas tecnologías, en cuanto al mismo cuestionamiento los estudiantes encuestados manifiestan que es mas fácil por el acceso a financiamiento.

La intención de crear una empresa propia por parte de las muestras de estudiantes universitarios la mayoría si lo ha considerado aunque sea en forma vagamente, sin embargo manifiesta que consideran que la mayor dificultad la encuentran en la situación económica del estado, la tramitación y burocracia y demasiadas cargas fiscales.

Las principales diferencias las encontramos en los obstáculos que impiden la creación de empresas, ya que los estudiantes encuestados y los empresarios entrevistados tienen una visión diferente, los estudiantes estiman la falta de capital inicial y su inexperiencia en dirección de empresas tienen conocimientos pero les falta practica; sin embargo, para los empresarios con su experiencia manifiestan como un obstáculo los problemas relacionados con el personal ya sea por conflictos con los sindicatos.

Los estudiantes universitarios nayaritas en su autoevaluación manifiestan ser muy responsables, con iniciativa y con autodisciplina a la hora de llevar a término un trabajo entre ellos se consideran personas adaptables a los cambios, sienten autoconfianza en sus capacidades y

posibilidades personales y profesionales y tienen facilidad para comunicarse con otras personas, se consideran personas creativas a la hora de resolver los problemas, sienten curiosidad por conocer temas nuevos o maneras diferentes de hacer las cosas, se enfrenta a las dificultades de forma animada y optimista, tolera los fracasos y los utiliza para aprender, considerando estas unas de las características para una buena actitud emprendedora.

Los estudiantes y el empresario han de estar convencidos de que el éxito de su nueva empresa depende más de sus motivaciones, conocimientos, experiencias y habilidades que de factores externos; Hay que considerar la labor del empresario y la creación de empresas como una profesión que se puede enseñar y aprender, sería equivocado concluir de cuanto antecede que la actividad empresarial está sólo al alcance de muy pocas personas.

9. Bibliografía

- Aponte, M. (2002). *“Factores Condicionantes de la Creación de Empresas en Puerto Rico: Un enfoque Institucional”*. Tesis Doctoral. Universidad Autónoma de Barcelona.
- Autio, E., Keeley, R.H., Klofsten, M. y Ulfstedt, T. (1997): “Entrepreneurial Intent Among Students. Testing an Intent Model in Asia, Scandinavia and USA”, *Frontiers of Entrepreneurship Research*, pp. 133-147.
- Audet, J. (2002): “A Longitudinal Study of the Entrepreneurial Intentions of University Students”. Comunicación presentada en *Babson Kaufman Entrepreneurship Conference* in Boulder. Colorado.
- Boyd, N. y Vozikis, G. (1994) “*The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurial intentions and actions*”, *Entrepreneurship, Theory and Practice* 18, pp. 63-77.
- Crant, M. (1996) “The proactive personality scale as a predictor of entrepreneurial intentions”, *Journal of Small Business*, Julio, pp.43-49
- Erikson, T. (1998). “A study of entrepreneurial intentions among a cohort MBAS”. *Journal of Entrepreneurship Culture*, 7 (1) pp 1-17.
- Genescá, E. y Veciana, J. (1984): “Actitudes hacia la Creación de Empresas”, *Información Comercial Española*, No. 611. pp. 147-155.
- González, F. (2006) “*Creación de empresas*” Guía del emprendedor; 5ª Edición; Ed. Pirámide; pp. 397.
- Jenkins, M. y Johnson G. (1997) “Entrepreneurial intentions and outcomes: a comparative causal zapping study”, *Journal of Management Studies* 34, pp.895-920.
- Kolvereid, L. (1996). “Prediction of Employment Status Choice Intentions”. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 21(1), pp.47-57.

- Kruger, N. (1993) "The Impact of Prior Entrepreneurial Exposure on Perceptions". *Entrepreneurship Theory and Practice* 18, pp. 5-21.
- Lüthje, C.; Franke, N. (2002). "The Making of a Entrepreneur: Testing a Model of Entrepreneurial Intent among Engineering Students at MIT". *Working Paper MIT*.
- North, D. (1993): "Instituciones, Cambio Institucional y Desempeño Económico"; Fondo de Cultura Económica; México.
- Ramos, H., Ruiz, J, Ollero, J., Peinado, A., Álvarez, F. y Martínez, S. (2004): "Actitudes Emprendedoras de los Alumnos de las Universidades Andaluzas" Universidad de Cádiz. España.
- Rubio, E.A., Cordón, E. y Agote, A.L. (1999): "Actitudes hacia la creación de empresas: un modelo explicativo". *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, Vol. 8, nº 3, pp. 37-52.
- Sánchez, J. R. y Redondo, A. (1997): "Actitudes Hacia la Creación de Empresas: Estudio Empírico Aplicado a la Diplomatura de Relaciones Laborales de la Universidad de Valencia"; *Revista de debate sobre Economía Pública, Social y Cooperativa*; No. 27; pp. 157-181.
- Scott, M. G.; Twomey, D. F. (1988): "The Long-Term Supply of Entrepreneurs: Students Career Aspirations in Relation to Entrepreneurship", *Journal of Small Business Management*, 26(4), pp.5-13.
- Slywotxky, A., Baumgartner, P., Alberts, L. y Moukanas, H. (2006): "Are You Enjoying Globalization Yet? The Surprising Implications for Business"; *Journal of Business Strategy*; Vol. 27, No. 4; 23-32.
- Veciana, J., Aponte, J. y Urbano, D. (2000): "Actitudes Towards Entrepreneurship: Two Countries Comparison", Paper presented at *entrepreneurship Summit 2000: At the Caribbean*. Puerto Rico, 28-30 January.
- Veciana, J., Aponte, J. y Urbano, D. (2005) "University students' attitudes towards entrepreneurship: A two countries comparison"; *International Entrepreneurship and management Journal*, No. 1 (2), pp. 35-48
- Wang, C. K.; Wong, P. K.; Lu. Q. (2002). "Entrepreneurial Intentions and Tertiary Education in Singapore" Comunicación presentada en *International Conference On Management Education For The 21st Century - Managing in the Digital Age*. Vietnam, pp 52-68