

USO DE APLICACIONES EN EMPREENDEDORES INICIALES

Use of applications in initial entrepreneurs

Belén Velázquez Gatica, Rocío Edith López Martínez

Universidad Autónoma de Querétaro, Querétaro, México
belenvelazquez.gatica@gmail.com rocio_edithlopez@hotmail.com

PALABRAS CLAVE

Uso de aplicaciones
Actividades emprendedoras
Emprendedores iniciales

KEY WORDS

Use of applications
Entrepreneurial activities
Initial Entrepreneurs

RESUMEN

El emprendimiento exitoso está relacionado con las características psicológicas de las personas. No obstante, el contexto actual requiere de habilidades y recursos digitales que permitan afrontar los retos cotidianos y futuros. Por ello, el objetivo de la presente investigación fue explorar el uso de aplicaciones en emprendedores iniciales. Se entrevistó a 13 estudiantes de la Universidad Tecnológica del Mar que tenían experiencias iniciales de emprendimiento. Los resultados establecidos con base en dinámicas escolares y de proyección local apuntan a que el uso de las aplicaciones en los participantes es homogéneo y aún no diferenciado.

ABSTRACT

Successful entrepreneurship is often related to the people's psychological characteristics. However, the current context requires digital resources and new skills in order to manage today's and future challenges. Therefore, the objective of this research was to explore the use of applications in initial entrepreneurs. Thirteen students from the Universidad Tecnológica del Mar were interviewed, they had initial entrepreneurial experiences. The results based on school dynamics and local projection suggest that the participant's applications use is homogeneous and not yet differentiated.

ANTECEDENTES

El emprendimiento se define como aquellos actos y procesos por los cuales, las personas identifican y desarrollan oportunidades de negocio con el fin de generar riqueza a través de una actividad económica (Palos-Sánchez, Baena-Luna, & Casablanca, 2019). En este sentido, el emprendedor es un sujeto que, influenciado por las condiciones del contexto, descubre y explota una actividad, para lo cual es necesario que tome iniciativas, asuma riesgos y se adapte a los cambios (Zapata, Corredor, & Mena, 2019).

Históricamente se ha asociado el emprendimiento con la capacidad de las personas para identificar y aprovechar oportunidades empresariales convirtiéndolas en rentables (Palos-Sánchez et al., 2019). Dada su importancia como un conjunto de factores que producen efectos en el emprendimiento exitoso, las capacidades personales se han estudiado continuamente.

Entre estas variables se encuentran la inteligencia emocional, la autoeficacia emprendedora, la experiencia laboral (Torres-Coronas & Vidal-Blasco, 2019), las motivaciones para crear y administrar una empresa (Marulanda-Valencia, Montoya Restrepo, & Vélez Restrepo, 2019), las transiciones de la carrera (Rivero, Dabos, Marino, & Rodríguez, 2017), el perfil de las personas emprendedoras (Jolonch & Ferreira, 2016; Palos-Sánchez et al., 2019), la actitud, la intención y el comportamiento emprendedor (Guachimposa, Lavín, & Santiago, 2019b), entre otras.

Las características personales anteriormente descritas, son relevantes para las actividades de emprendimiento. No obstante, el panorama actual y cambiante requiere, además, de un nuevo conjunto de habilidades y recursos que aprovechen al máximo las oportunidades y hagan posible afrontar los retos futuros (Palos-Sánchez et al., 2019). Entre estas habilidades se encuentran las competencias digitales, mismas que están generando crecientes cantidades de estudios en todos los ámbitos de la vida humana, dada la imbricación de la tecnología y su capacidad para mejorar procesos.

En este esquema de competencias digitales, el uso cotidiano de las aplicaciones se está popularizando gracias al desarrollo de apps que están dirigidas a ciertas poblaciones y que sirven para propósitos específicos, cubriendo así determinadas necesidades y facilitando las actividades humanas diarias. El uso de aplicaciones para las actividades emprendedoras puede ser de gran importancia, debido a que los emprendedores comúnmente son personas que llevan a cabo múltiples acciones entre las que se encuentran la gestión, la administración de tiempo y recursos, la comunicación, búsqueda de información, análisis, entre otras. Los conocimientos, habilidades y acciones que demanda el emprendimiento pueden ser diversos y requieren una adecuada integración (Aldana-Rivera, Tafur-Castillo, Gil, & Mejía, 2019), por lo que el uso de aplicaciones puede facilitar su quehacer cotidiano.

Sin embargo, la enseñanza sobre el uso de aplicaciones para la actividad emprendedora es un asunto al que no se le ha dado la suficiente formalidad en las escuelas, especialmente en las universidades que se encargan de formar, guiar y dar seguimiento a los emprendedores iniciales, debido a que se considera que el uso de apps es una actividad informal y

que se adopta de forma espontánea. Esta problemática también se observa en la literatura debido a que el uso de las aplicaciones por parte de los emprendedores ha sido escasamente documentado. De forma general, se ha comprobado que existe un impacto del ambiente tecnológico (banda ancha, computadoras personales y la telefonía móvil) sobre el nivel de emprendimiento, por lo que es necesario que los emprendedores se apropien y usen las tecnologías (Vélez, 2011).

Pese a esta problemática educativa, se considera que los emprendedores en su compromiso con sus actividades de emprendimiento, asumen una responsabilidad mayor en el desarrollo de su propia carrera y buscan constantemente adquirir nuevos conocimientos y habilidades que garanticen su actividad futura (Rivero et al., 2017). Esto, debido a que pocos estudiantes refieren que las asignaturas de los planes de estudios en México han influido en cómo emprender (Hernández & Sánchez, 2017).

En este sentido, el objetivo del presente trabajo es explorar el uso de aplicaciones para las actividades cotidianas en emprendedores iniciales. Lo anterior, permitirá conocer y documentar algunas de sus prácticas relacionadas con el emprendimiento, como las aplicaciones que usan, los propósitos de estos usos, la forma en que las incorporaron en su actividad emprendedora, entre otras.

Los resultados de esta investigación ayudarán a establecer un diagnóstico relacionado con la formación digital de los emprendedores que apoye los esfuerzos que las universidades están realizando para promover a través de sus programas de estudios el fomento emprendedor (Guachimbosa, Lavín, & Santiago, 2019a; Mayer, Charles, & De la Garza, 2019; Zapata et al., 2019) y la implementación de experiencias de aprendizaje aplicadas en ambientes similares al empresarial (Contreras-Velásquez, Wilches-Duran, Graterol-Rivas, & Bautista-Sandoval, 2017). Asimismo, para establecer estrategias que mejoren los cursos ofrecidos y los procesos de enseñanza de los emprendedores, mismos que requieren de nuevas herramientas, técnicas y métodos que les permitan evaluar y anticipar problemas, con el fin de disminuir el riesgo futuro de su emprendimiento (Nikulin, Viveros, Dorochesi, Crespo, & Lay, 2017; Torres-Coronas & Vidal-Blasco, 2019).

METODOLOGÍA

El enfoque metodológico de la investigación fue cualitativo, debido a que se trató de un proceso en donde la subjetividad de los emprendedores iniciales era importante para explicar sus experiencias en el uso de aplicaciones para realizar sus actividades emprendedoras cotidianas. Es decir, el interés de estudio estaba en conocer y analizar los aspectos subjetivos de la acción humana, además de comprender la conducta humana desde el propio marco de referencia de quien actúa (Sandín, 2003).

Método

El método que se utilizó para la investigación fue la fenomenología debido a que el propósito de este tipo de diseños es explorar, describir y comprender las experiencias de las personas con respecto a un fenómeno y descubrir qué elementos tienen en común de tales vivencias (Hernández-Sampieri, Fernández-Collado, & Baptista-Lucio, 2014).

En este caso, interesaba recopilar información de los emprendedores iniciales que han experimentado el uso de aplicaciones para sus actividades de emprendimiento. Esto permitirá desarrollar una descripción compartida de las estrategias que utilizaron para solucionar diversas problemáticas o conseguir objetivos de emprendimiento.

Estrategia de recolección de datos

Para responder al objetivo de la investigación se diseñó una guía de entrevista para cubrir los puntos relevantes a tratar con los participantes, de tal forma que se abordarán dichos aspectos y a la vez, se permitiera recoger otros elementos importantes que los estudiantes relataban durante la sesión de entrevista.

Entre los aspectos a tratar que se incluyeron en la guía, se encontraban las experiencias previas de emprendimiento y en qué consistían; las aplicaciones que utilizaban para organizar, buscar, analizar, presentar y almacenar información; aplicaciones para la gestión del tiempo; aplicaciones para la comunicación y el trabajo en equipo, entre otras. También se indagó sobre las actividades de emprendimiento que apoyaban dichas aplicaciones y la forma en la que habían incorporado su uso.

Población

La población estuvo conformada por estudiantes inscritos en el programa educativo de Tecnologías de la Información y la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Mar del Estado de Guerrero, ubicada en Marquelia, Guerrero. El tipo de muestreo que se utilizó fue por conveniencia, es decir, el acceso a los participantes era fácil para los investigadores.

Los estudiantes que participaron en la investigación formaban parte de un grupo escolar que tuvo experiencias previas de emprendimiento en el marco de dos asignaturas denominadas Integradoras, mismas que cursaron en el tercer y quinto cuatrimestre. Estas asignaturas tuvieron como propósito integrar las competencias adquiridas, y los contenidos revisados en unidades anteriores para la creación de proyectos. Dichos proyectos estuvieron encaminados principalmente, al desarrollo de habilidades digitales para el comercio electrónico.

Las actividades que se demandaron a los estudiantes no solo consistían en diseñar un sitio web, sino generar ideas para posicionar servicios o productos, es decir, el sitio debía contar con un enfoque en marketing. Esto también implicó que los estudiantes crearan su propia empresa para ofertar sus servicios a otras de carácter local para vender sus ideas. Asimismo, varios estudiantes lograron concretar la adquisición de servicios de soporte, mantenimiento y marketing con estas empresas.

En este grupo escolar que sirvió como caso de estudio, el número de estudiantes que accedieron a las entrevistas fue de 13. La caracterización de los participantes fue la siguiente: 58% eran hombres y 42% mujeres. La mayoría de los estudiantes tenían entre 20 y 24 años (77%), mientras que pocos se encontraban en el rango entre 30 y 35 años (23%). En cuanto al grado que cursaban, todos los estudiantes estaban en el séptimo cuatrimestre.

Criterios de inclusión de participantes: Estudiantes universitarios de la Universidad Tecnológica del Mar del Estado de Guerrero que voluntariamente aceptaron participar en el estudio. Criterios de exclusión: Estudiantes universitarios de la Universidad Tecnológica del Mar del Estado de Guerrero que no aceptaron participar. Estudiantes universitarios de la Universidad Tecnológica del Mar del Estado de Guerrero que no tenían ninguna experiencia en emprendimiento. Estudiantes universitarios de la Universidad Tecnológica del Mar del Estado de Guerrero que eran emprendedores consolidados, es decir, tenían numerosas experiencias en emprendimiento.

Procedimiento para la recolección de información

Para la realización de la presente investigación se solicitó autorización por escrito al rector de la Universidad Tecnológica del Mar del Estado de Guerrero. Una vez que se obtuvo el permiso correspondiente, se capacitó a dos entrevistadores con el propósito de efectuar el trabajo de campo.

El procedimiento para la recolección de información fue el siguiente: a) en un horario de clase se presentaron los entrevistadores a los grupos para hacer la invitación, explicar los objetivos, mencionar el nombre de la investigación, así como los riesgos mínimos y beneficios de esta; b) se les exhortó a participar y se proporcionó más información sobre el proceso a quienes aceptaron; c) se programó una sesión con cada participante para las entrevistas individuales y se efectuaron según lo acordado. En el transcurso de la entrevista, se respondieron las dudas que surgieron sobre la participación. Cada entrevista tuvo una duración promedio de 30 minutos. Por último, se les agradeció su participación.

Consideraciones éticas

La presente investigación se apegó a lo dispuesto en los Principios Éticos de la American Psychological Association (APA) relacionados con los procesos de publicación e investigación con participantes humanos (American Psychological Association, 2010). Para esta investigación se consideró omitir la extensión del consentimiento informado puesto que de acuerdo con estos principios (Estándar 8.05):

La investigación no provocó ningún perjuicio o daño en los participantes, puesto que el estudio se catalogó dentro de las prácticas educativas, programas académicos o métodos de manejo del aula que son normales y se llevan a cabo en contextos educativos; asimismo, el cuestionario fue anónimo y la divulgación de las respuestas no pondría en evidencia a los participantes en riesgo de responsabilidad civil o penal, ni perjudicaba su reputación ni su condición económica o laboral. Finalmente, la omisión del consentimiento informado se posibilita cuando las leyes o reglamentos federales o institucionales así lo permiten. En este sentido, la institución sede autorizó que se llevara a cabo la investigación en dichas condiciones.

Pese a que no se elaboró un consentimiento informado, se tomaron en consideración ciertos incisos que señala el Estándar 3.10, estos puntos que se describen a continuación, fueron aclarados al momento de invitar a los estudiantes y durante la programación de las entrevistas: 1) El propósito de la investigación, la duración esperada y los procedimientos; 2) Su derecho a retirarse antes, durante o después de iniciar su participación; 3) Que no habría consecuencias si decidían declinar o retirarse de la investigación; 6) Los límites de confidencialidad; 7) Que no existían incentivos para la participación; 8) A quién contactar en caso de tener dudas sobre la investigación.

Análisis de datos

El análisis de datos se realizó con el apoyo del programa Excel versión 2010. A través de Excel, se categorizaron las respuestas de los participantes y se calcularon sus frecuencias y porcentajes. Los resultados se muestran en el siguiente apartado a través de gráficas.

RESULTADOS

Con el objetivo de identificar el cumplimiento de los criterios de inclusión y exclusión de los participantes, se cuestionó a los estudiantes durante la entrevista sobre las experiencias previas que habían tenido sobre emprendimiento, de tal manera que se determinara su nivel de experticia. La mayoría de los entrevistados describieron que participaron en dos o tres experiencias de emprendimiento, entre las que destacan la creación de páginas Web para negocios locales, principalmente el turismo y las ventas.

Otros relacionaron sus experiencias de emprendimiento con el apoyo a los negocios familiares. En menor medida, algunos estudiantes explicaron que habían desarrollado aplicaciones, catálogos digitales, sistemas de organización para inventarios, modelos 3D e instalación de sistemas para optimizar procesos.

Con base en estas descripciones sobre experiencias previas se pudo constatar que todos los participantes eran emprendedores iniciales. De tal manera que no se excluyó ninguna entrevista para el análisis.

Con relación al objetivo central de este trabajo, además de conocer las aplicaciones que utilizaban los estudiantes para diversas actividades de emprendimiento, también se les cuestionó sobre el motivo por el que decidieron incorporar la aplicación y las actividades para las que utilizaban dichas aplicaciones.

Se categorizaron las respuestas de los participantes en ambas preguntas. Entre las respuestas más frecuentes que señalaron los estudiantes para decidir la incorporación de las aplicaciones, se encuentra la funcionalidad de la aplicación, el prestigio y la popularidad, así como la facilidad para manejarla (Ver Gráfica 1).

Otras respuestas menos frecuentes para la incorporación fueron debido a las recomendaciones de profesores, el uso en el marco del desarrollo de un proyecto, por descubrimiento e iniciativa propia, por seguridad, porque es gratuita y porque tiene más funciones que otras aplicaciones similares (Ver Gráfica 1).

Respecto a las actividades para las que utilizaban las aplicaciones, estos se dividieron en los usos para los que habían sido diseñadas las aplicaciones (usos de origen) y otros usos (apropiación). La mayoría de los estudiantes describieron actividades asociadas a los usos de origen (79%), no obstante, también un número importante de ellos refirió además otros usos que han adaptado según sus necesidades (apropiación) (21%).

En cuanto a las aplicaciones que utilizaban para buscar información con relación a sus actividades de emprendimiento, los participantes describieron Google Chrome, Facebook, Google, YouTube, Opera y páginas Web relacionadas con temas específicos (por ejemplo, buscadores de sitios turísticos) (Ver Gráfica 2).

Entre las aplicaciones para organizar información que apoyan las actividades de emprendimiento de los participantes se encuentran algunas convencionales como Word y Excel, mientras que hay aplicaciones para organizar información específica como Gantry 5, Joomla, Photoshop, Finerio y Google Keep (Ver Gráfica 3).

Referente a las aplicaciones para presentar información, todos los emprendedores iniciales señalaron utilizar únicamente Power Point. Es decir, existe un uso generalizado preferente de esta aplicación. Mientras que en las aplicaciones para analizar información se encuentran Visio, Excel, Google Académico y Finerio, siendo la primera aplicación la más utilizada para estas actividades (Ver Gráfica 4), en especial para agrupar y graficar información, así como para construir diagramas de forma rápida y fácil.

La categoría de aplicaciones para la comunicación y el trabajo en equipo fue la que obtuvo mayor variedad de respuestas (Ver Gráfica 5). Los participantes señalaron que algunas de estas aplicaciones se utilizan para la comunicación de individuo a individuo, de individuo a grupo e incluso aplicaciones que permiten la comunicación para llegar a un número mayor de personas (páginas Web, Facebook y Radio), es decir, para la promoción de algún servicio o producto, o para ganar seguidores.

Entre las aplicaciones que los estudiantes empleaban para la gestión y organización de su tiempo se señaló con mayor frecuencia la Agenda móvil que se incluye en los diferentes Smartphones, Google Calendar y Word. Mientras que, en las aplicaciones para almacenar datos, Google Drive fue la más referida, seguida de Mega, My Cloud, Word y Akeeba (Ver Gráfica 6).

En cuanto a las aplicaciones para la gestión y organización de proyectos que los estudiantes describieron se encuentran Excel, Explorer, Agenda Web y Visio (Ver Gráfica 7). Mientras que solo uno de los participantes refirió utilizar una aplicación fuera de estas categorías generales. Dicha aplicación es Gimp y el entrevistado señaló que su utilidad se relaciona con la edición de fotografía.

Finalmente, se cuestionó a los participantes a partir de lo señalado en las experiencias previas de emprendimiento, donde mencionaron que habían diseñado aplicaciones, si utilizaban algunas de estas aplicaciones para sus actividades de emprendimiento. Entre las Apps propias se encuentran La Guitarra, que tiene funciones de un catálogo digital; Agenda, para la organización del tiempo y Adventure time apk una aplicación relacionada con el ocio.

CONCLUSIONES

El presente trabajo tuvo como objetivo explorar el uso de aplicaciones para las actividades emprendedoras cotidianas en emprendedores iniciales. Esto era relevante debido a que permitiría hacer un diagnóstico de la formación digital de los emprendedores, mismo que apoyaría los esfuerzos que las universidades están realizando para promover a través de sus programas de estudios el fomento emprendedor.

Asimismo, para establecer estrategias que mejoren los cursos que ofrecen las instituciones, las cuales requieren de nuevas herramientas, técnicas y métodos que les permitan evaluar y anticipar problemas, con el fin de disminuir el riesgo futuro de emprendimiento. En este trabajo se puede concluir que los emprendedores noveles tienen usos preferentes por las

aplicaciones que son funcionales para sus actividades cotidianas de emprendimiento, más que por la popularidad o el prestigio de la aplicación. Esto en parte limita el número de aplicaciones que se utilizan para cada rubro, con excepción de aquellas que se usan para buscar y organizar información, así como para la comunicación y el trabajo en equipo.

Lo anterior podría deberse a que la información que se busca y se organiza es cualitativamente diferente, por lo que requiere procesos diferenciados para un resultado efectivo. Asimismo, la variedad de las aplicaciones para la comunicación y el trabajo en equipo se debería a los diferentes tipos de comunicación que se establecen, desde una configurada de individuo a individuo, de individuo a grupo, hasta la que se establece de individuo a comunidad. Estos tipos de comunicación serían efectivos a través de aplicaciones distintas adecuadas para el propósito que se busca.

Otro motivo que podría limitar el número de aplicaciones utilizadas para cada objetivo sería que los estudiantes no realizan dichas actividades debido a su nivel de complejidad. Por ejemplo, pocos estudiantes refieren utilizar aplicaciones para la gestión y organización de proyectos, debido a que no han participado en muchas experiencias de este tipo. En este sentido, no han necesitado resolver las problemáticas ligadas a esta exigencia.

Asimismo, pocos estudiantes reportaron utilizar otras aplicaciones para otro tipo de actividad, además de las preestablecidas. Por ejemplo, para el control de gastos, bancos o el pago de impuestos. Esto podría deberse a que se trata de emprendedores iniciales con proyección escolar y local, por lo que sus requerimientos tienen menos exigencias que emprendedores más consolidados.

Por lo anterior, se concluye con base en los usos de las aplicaciones en emprendedores iniciales que estos tienen prácticas homogéneas y aún no diferenciadas, establecidas con base en las dinámicas institucionales escolares y con proyección local. Esto contrasta con lo reportado en otros trabajos en donde se ha señalado que los emprendedores tienen características diversas (Jolonch & Ferreira, 2016; Ramírez, 2019). Esto podría deberse al número de experiencias que han vivenciado y su mayor complejidad.

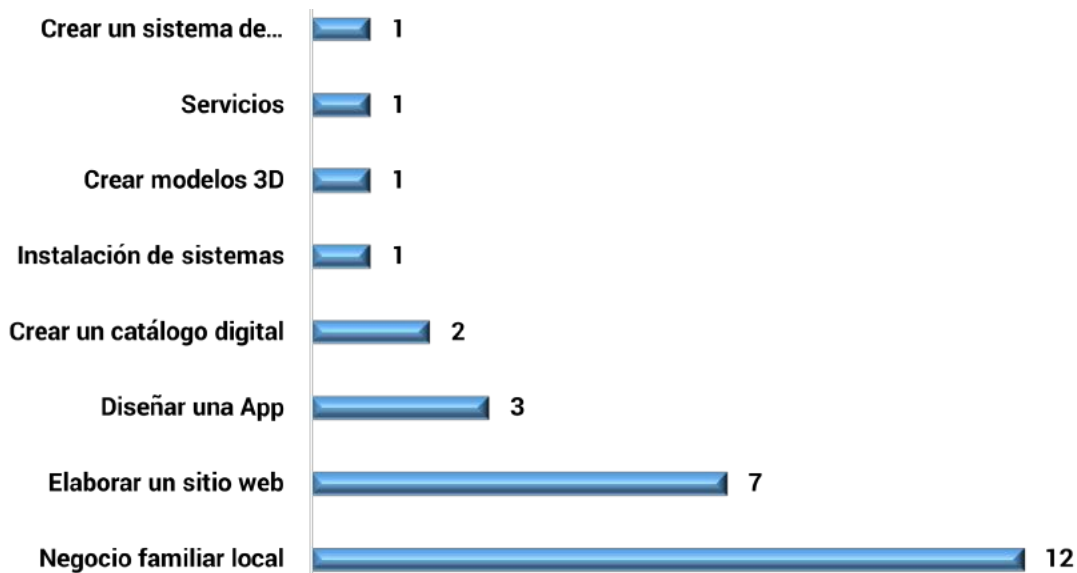
Con base en los resultados señalados hasta aquí, se pueden establecer dos sugerencias. Primero, realizar un diagnóstico a partir de las problemáticas que este grupo de emprendedores presenta, debido a que este acercamiento fue con base en las actividades que realizaban con apoyo de aplicaciones y su uso se producía con base en experiencias y problemáticas, en su mayoría ya resueltas.

Lo anterior permitiría sugerir la incorporación de otras aplicaciones que apoyen en la resolución de estas nuevas problemáticas. Como segundo punto se sugiere que los actores educativos y las instituciones que organizan nuevas experiencias de emprendimiento, diseñen su programa apoyado en aplicaciones que gestionen los nuevos escenarios de emprendimiento, sobre todo si la exigencia se posiciona en un nivel mayor respecto al que han vivenciado los emprendedores iniciales.

Finalmente, se destacan algunas limitaciones del presente trabajo. Primero, que el número de encuestados fue pequeño y basado en un caso específico, configurado en un grupo escolar, por lo que los resultados no pueden generalizarse. En este sentido, serán necesarios otros estudios que caractericen a otros emprendedores iniciales para establecer diferencias y aspectos en común sobre estos grupos, o bien, estudios con muestras más amplias y representativas, a fin de que mejore la fiabilidad de los resultados.

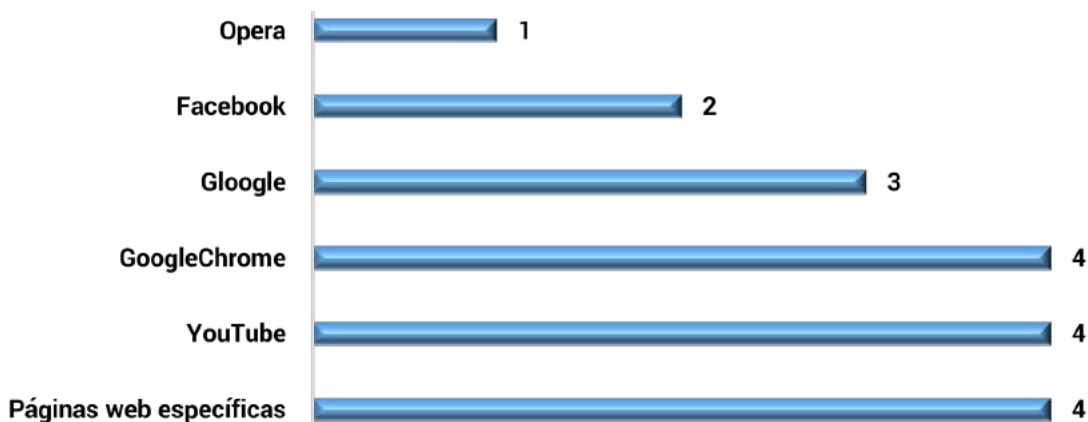
La segunda limitación está relacionada con el instrumento que fue diseñado para dirigir las entrevistas de los participantes, el cual no se validó para su aplicación. Por ello, se recomienda el uso de otros instrumentos (escalas), estrategias metodológicas (encuestas), y metodologías (cuantitativas) que mejoren la validez de los resultados, por ejemplo, a través de la triangulación de datos.

Gráfica 1. Experiencias previas de emprendimiento de los participantes.



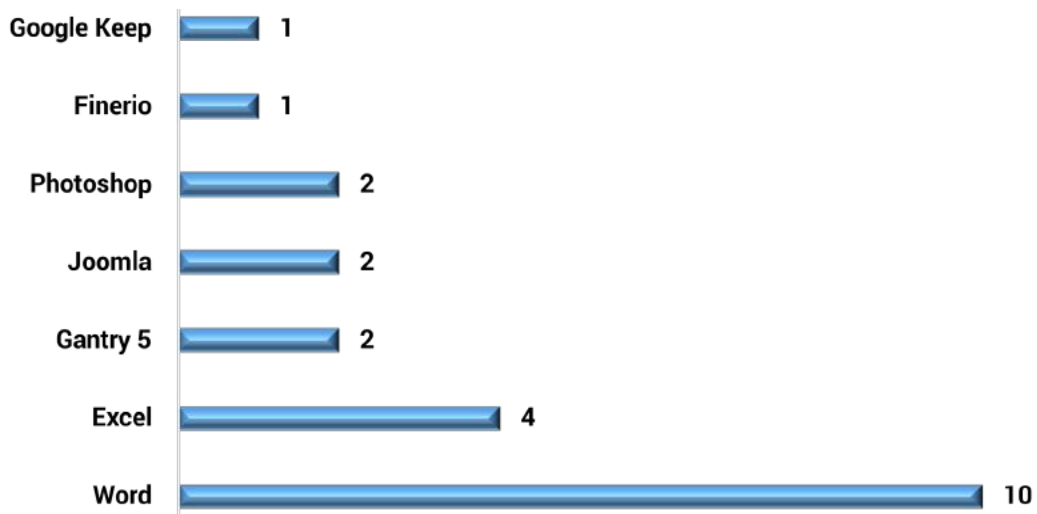
Fuente: Elaboración propia.

Gráfica 2. Aplicaciones para buscar información utilizadas por emprendedores iniciales.



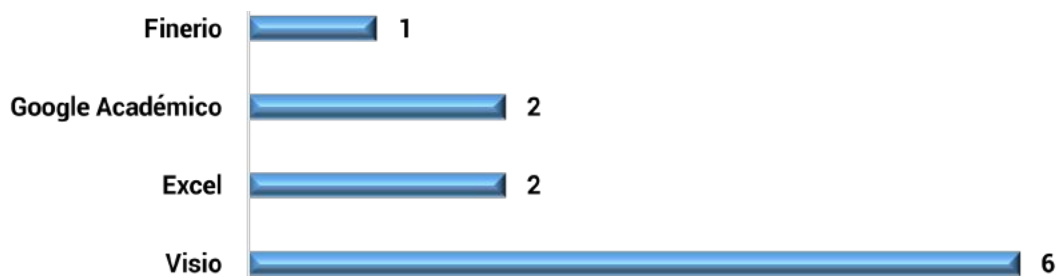
Fuente: Elaboración propia.

Gráfica 3. Aplicaciones para organizar información utilizadas por emprendedores iniciales.



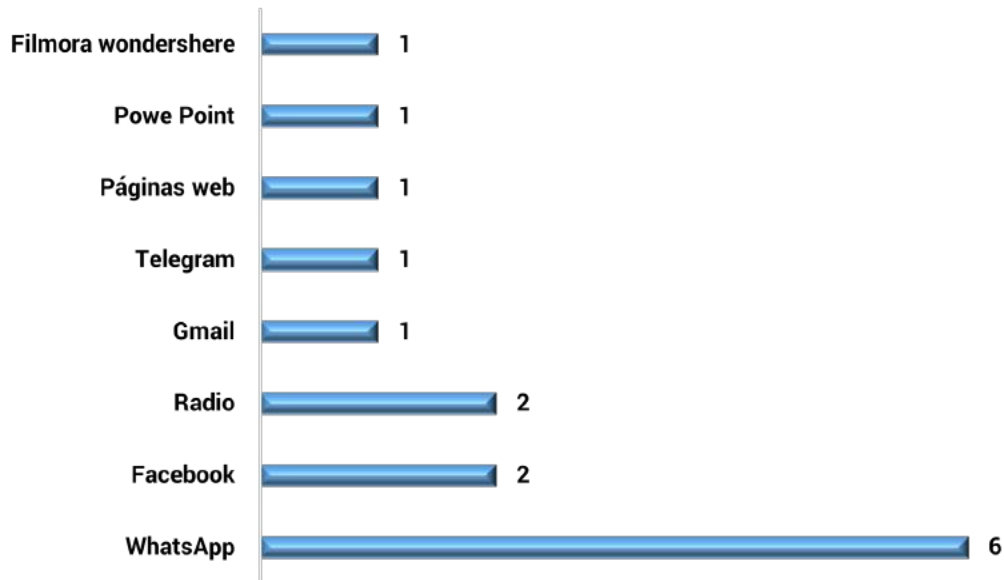
Fuente: Elaboración propia.

Gráfica 4. Aplicaciones para analizar información utilizadas por emprendedores iniciales.



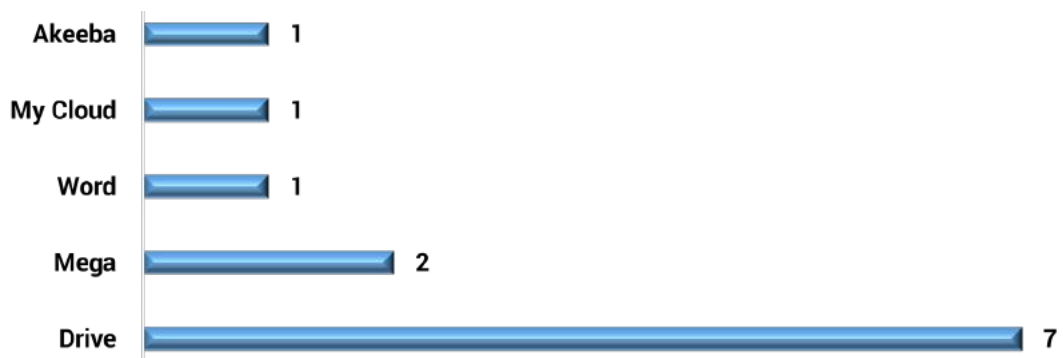
Fuente: Elaboración propia.

Gráfica 5. Aplicaciones para la comunicación y el trabajo en equipo utilizadas por emprendedores iniciales.



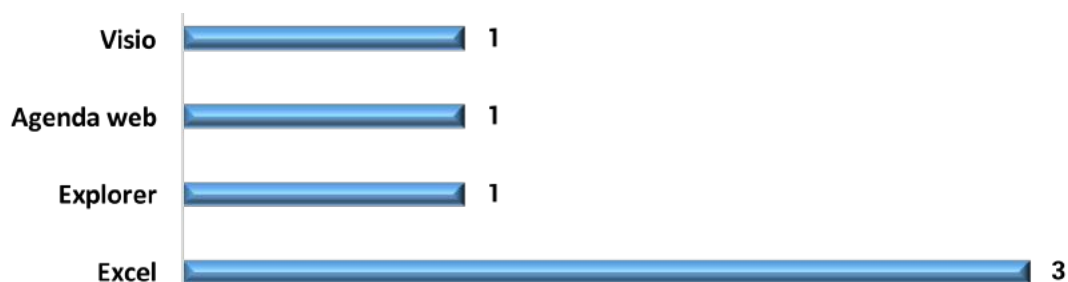
Fuente: Elaboración propia.

Gráfica 6. Aplicaciones para almacenar datos utilizadas por emprendedores iniciales.



Fuente: Elaboración propia.

Gráfica 7. Aplicaciones para la gestión y organización de proyectos utilizadas por emprendedores iniciales.



Fuente: Elaboración propia.

REFERENCIAS

- American Psychological Association. (2010). *Manual de publicaciones de la American Psychological Association* (Tercera ed). México: El Manual Moderno.
- Contreras-Velásquez, J. C., Wilches-Duran, S. Y., Graterol-Rivas, M. E., & Bautista-Sandoval, M. J. (2017). *Educación superior y la formación en emprendimiento interdisciplinario: Un caso de estudio*. *Formacion Universitaria*, 10(3), 11–20. <https://doi.org/10.4067/S0718-50062017000300003>
- Guachimbosa, V. H., Lavín, J. M., & Santiago, N. I. (2019a). *Universidad para el emprendimiento. Perfil formativo profesional y vocación de crear empresas*. Universidad Técnica de Ambato, Ecuador. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(85), 2019. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29058864001>
- Guachimbosa, V. H., Lavín, J. M., & Santiago, N. I. (2019b). *Vocación de crear empresas y actitud, intención y comportamiento emprendedor en estudiantes del Ecuador*. *Revista de Ciencias Sociales*, 25(1), 71–81.
- Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C., & Baptista-Lucio, M. del P. (2014). *Metodología de la investigación* (Sexta). México: McGrawHill. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Hernández, C. A., & Sánchez, S. (2017). *La educación empresarial: un acercamiento desde los estudiantes universitarios en dos instituciones de educación superior*. *Innovación Educativa*, 17(75), 81–102.
- Jolonch, X., & Ferreira, S. (2016). *¿De qué están hechos nuestros emprendedores? Universidad & Empresa*, 18(30), 179–189. <https://doi.org/10.12804/rev.univ.empresa.30.2016.09>

- Marulanda-Valencia, F. Á., Montoya Restrepo, I. A., & Vélez Restrepo, J. M. (2019). *El Individuo y sus motivaciones en el proceso emprendedor*. *Universidad & Empresa*, 21(36), 149–174. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.6197>
- Mayer, E. L., Charles, J. A., & De la Garza, M. I. (2019). *Universidad para el emprendimiento. Perfil formativo profesional y vocación de crear empresas*. Universidad Técnica de Ambato, Ecuador. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(85), 31–47.
- Nikulín, C., Viveros, P., Dorochesi, M., Crespo, A., & Lay, P. (2017). *Metodología para el análisis de problemas y limitaciones en emprendimientos universitarios*. *Innovar*, 27(63), 91–105. <https://doi.org/10.15446/innovar.v26n63.60669>
- Palos-Sánchez, P., Baena-Luna, P., & Casablanca, A. (2019). *Análisis de las competencias educativas para evaluar a las personas emprendedoras*. *Interciencia*, 44(5), 291–297.
- Ramírez, M. L. (2019). *Las visiones estratégicas de los emprendedores aplicadas en el Business Model Social: propuesta de una tipología*. *Universidad & Empresa*, 21(36), 196–227. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.6525>
- Rivero, A. G., Dabos, G. E., Marino, J., & Rodríguez, M. C. (2017). *Impacto de la educación formal de postgrado en Management: Análisis de las transiciones de carrera de los graduados de un Master of Business Administration*. *Innovar. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 27(63), 107–124. <https://doi.org/10.15446/innovar.v26n63.60672>
- Sandín, M. P. (2003). *Investigación Cualitativa en Educación: fundamentos y tradiciones*. España: McGrawHill.
- Torres-Coronas, T., & Vidal-Blasco, M. A. (2019). *La importancia del control conductual percibido como elemento determinante de la intención emprendedora entre los estudiantes universitarios*. *Universidad & Empresa*, 21(37), 108–135. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.6522>
- Vélez, J. A. (2011). *Impacto de las TIC en el emprendimiento empresarial: Estimaciones econométricas a nivel de un panel de países*. En Actas de la V Conferencia ACORN-REDECOM. Lima: Red Americana de Investigación en Información y Comunicación. Recuperado de http://www.acorn-redecom.org/papers/2011Ospina_Espanol.pdf
- Zapata, Á., Corredor, A., & Mena, A. (2019). *Emprendimiento y cultura en instituciones universitarias: Una revisión de la literatura*. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(85), 85–97.