



Análisis del desarrollo de la actitud emprendedora en estudiantes universitarios al participar en la asignatura de emprendimiento

Analysis of the development of the entrepreneurial attitude in university students when participating in the subject of entrepreneurship

Ernesto Felipe NOVILLO Maldonado [1](#); Carlos Bolívar SARMIENTO Chugcho [2](#); Miguel Orlando ESPINOSA Galarza [3](#)

Recibido: 11/05/2017 • Aprobado: 12/06/2017

Contenido

[1. Introducción](#)

[2. Metodología](#)

[3. Resultados](#)

[4. Conclusiones](#)

[Referencias bibliográficas](#)

RESUMEN:

El emprendimiento es una de las temáticas más estudiadas en la actualidad, debido a la importancia que esta tiene en el desarrollo de los países. El objetivo de la investigación fue valorar los efectos de la asignatura emprendimiento en el desarrollo de la actitud emprendedora de los estudiantes de carreras administrativas en la Unidad Académica de Ciencias Empresariales. Los resultados indicaron que la asignatura de emprendimiento tiene un impacto favorable en los estudiantes, mejorando la actitud emprendedora de los mismos.

Palabras clave: Emprendimiento, emprendedor, desarrollo económico.

ABSTRACT:

Entrepreneurship is one of the most studied themes today, due to the importance it has in the development of countries. The objective of the research was to evaluate the effects of the subject emprendimiento in the development of the entrepreneurial attitude of students of administrative careers in the Academic Unit of Business Sciences. The results indicated that the subject of entrepreneurship has a favorable impact on the students, improving their entrepreneurial attitude.

Keywords Entrepreneurship, entrepreneur, economic development.

1. Introducción

Los países del mundo han puesto el enfoque en las actividades empresariales, las mismas son parte significativa dentro del desarrollo económico y social, considerando a las personas innovadoras como generadoras de impacto económico y social de los países, a través de la generación de empleos y de divisas (Duarte y Ruíz, 2009).

El espíritu emprendedor y la educación son temas importantes que están relacionados entre sí, pero no deberían solamente atarse al desarrollo de competencias y actitudes para la generación de empresas, más bien se debería lograr la motivación en las personas para que puedan cumplir sus sueños y metas, sin importar lo difícil que estas parezcan. Así pues, se debe buscar que los individuos estén predispuestos a generar prácticas emprendedoras, además de influir en las acciones emprendedoras (Osorio y Pereira, 2011).

Resulta importante conocer la existencia de una transformación al aplicar un instrumento que pueda causar cambios positivos en las actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios, siendo este instrumento la asignatura de emprendimiento. Para este caso de estudio se ha tomado en consideración a la Universidad Técnica de Machala (UTMACH), por ser una de las instituciones de educación superior más relevantes en la provincia de El Oro y en la región sur del Ecuador.

El objetivo del presente estudio es valorar los efectos de la asignatura emprendimiento en el desarrollo de la actitud emprendedora de los estudiantes de carreras administrativas en la Unidad Académica de Ciencias Empresariales. De manera que servirá para evaluar los resultados de la aplicación de este instrumento y poder proponer mejoras, así mismo, permitirá conocer cuál es la situación de los estudiantes universitarios en cuanto a la presente temática.

1.1. Emprendimiento

El término emprendimiento proviene del inglés "entrepreneurship", y actualmente tiene varias definiciones de las cuales se destaca la conceptualización de Crissien (2009) que dice "Un individuo que emprende, crea una empresa y se torna empresario" (p.73). Es importante destacar que esta palabra no existe en el diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, pero ha tomado gran importancia en el mundo empresarial. En el presente trabajo de investigación se toma el término emprendimiento para referirse al concepto de "entrepreneurship", es decir, a los individuos que emprenden, crean empresas y se tornan empresarios.

El emprendimiento es una de las temáticas más revisadas en los últimos años, debido a que forman parte de los procesos de desarrollo económico de los países; por este motivo es transcendental el estudio de los aspectos que contribuyen a que las ideas de emprendimiento puedan convertirse realidades exitosas (Marulanda, Correa, y Mejía, 2009).

Según González, Cerón, y Alcazar (2010) menciona que el espíritu emprendedor según las percepciones de los directivos está relacionado con términos como creativo, dinámico, innovador y capaz de aceptar riesgos. Pero estas y otras definiciones de emprendimiento es lo que buscan las empresas, y el deseo de que el personal tenga condiciones de emprendedores, pero solo algunas tienen éxito, en su gran mayoría no lo han conseguido.

La investigación sobre el espíritu empresarial, es abordada por tres escuelas de pensamiento, cada escuela con diferentes suposiciones acerca de este proceso.

1.2. Las teorías neoclásicas de equilibrio

Kihistro & Laffon (1979) propusieron la teoría del equilibrio competitivo general de la actividad empresarial. Esta teoría del equilibrio asume que los mercados están compuestos de empleados, cuyas decisiones pueden tener influencia en los resultados económicos, es decir maximizar utilidades. El modelo utilizado en esta teoría busca determinar en un número de

empresas la identidad de los empresarios que las dirigen, es decir, identificar los atributos de las personas que optan por convertirse en empresarios. Para esto se realizó la suposición de que las personas tienen que tomar una elección entre asumir el riesgo de operar una empresa, o trabajar como un empleado sin asumir riesgos. Dentro de esta elección hay factores que pueden influir en la decisión, entre los que destacan la capacidad empresarial, habilidades laborales, actitudes hacia el riesgo y el acceso al capital inicial para crear un negocio.

Este modelo plantea que los individuos que pueden asumir mayores riesgos decidirán convertirse en empresarios, y aquellos individuos con menor gusto por los riesgos decidirán ser solamente empleados. En resumen, la teoría del equilibrio competitivo supone que, todos los individuos pueden reconocer las oportunidades empresariales; y, que los atributos fundamentales de las personas pueden determinar quién se convierte en un empresario.

1.3. Las teorías psicológicas

Según Venkataraman (1997) la elección del modo de organizar influye en el rendimiento de los negocios de una empresa a otra, es decir, se tiene que ver desde muchos puntos de vista como el psicológico, sociológico, socio-psicológico, socio-biológico, económico, ético, filosófico y moral. Así mismo el autor indica que dentro del marco psicológico, generalmente se centran las decisiones de explotar las oportunidades que se presentan.

Sin embargo, varios investigadores han realizado algunas suposiciones razonables sobre las características psicológicas de los empresarios, tratando de buscar ciertas características similares que tienen los emprendedores para descubrir oportunidades, pero al final este descubrimiento depende de la capacidad de los individuos para encontrar oportunidades, y de la motivación para persistir mientras se realiza el trabajo (Shaver, & Scott, 1991). En resumen, las teorías psicológicas asumen que los atributos fundamentales de las personas conllevan a la transformación de un empresario; y, que el ser empresario resulta de la capacidad y la forma de actuar de los individuos.

1.4. Las teorías austriacas

Estas teorías nos indican que los enfoques de equilibrio no nos pueden asegurar la comprensión de los procesos del mercado, pues los mercados están compuestos por personas, y cada una de estas posee información diferente, además de sus atributos, haciendo muy difícil encontrar similitudes entre quienes logran ser emprendedores, considerando que existen varios elementos como localización, calidad y recursos que pueden influenciar en las decisiones de reconocer las oportunidades; así también mencionar que este proceso depende de factores distintos a la capacidad y voluntad de actuar de los individuos. Por consiguiente, los individuos poseen diferente información que conduce a que visualicen distintos valores en un bien o servicio dado (Hayek, 1945).

Según Thornton (1999) en cuanto a la perspectiva de lado de la oferta y de lado de la demanda, la perspectiva de la oferta ha sido criticada por su lógica de una sola causa y su falta de investigación rigurosa y apropiada; y por otro lado, la perspectiva de la demanda ha sido atacada por su falta de una teoría de la acción. Distinguió como opciones para el estudio del emprendimiento: plantear cualquier aspecto contextual, siendo la generación de nuevas empresas y el desarrollo de mercados los más estudiados; y explorarlo comenzando con las características individuales de los emprendedores.

1.5. El proceso emprendedor y la empresa emprendedora

Se han tomado en consideración tres aspectos que permiten caracterizar y distinguir los procesos emprendedores clave: orientación a la innovación, predisposición a asumir riesgos y proactividad. Estos aspectos son los que definen la orientación emprendedora que sintetiza

cómo se dirige el nuevo negocio, mientras que el emprender explica en qué consiste este proceso. En otras palabras, si la idea central que sostiene el concepto de "Entrepreneurship" es la creación de un nuevo negocio, la orientación emprendedora se refiere a la puesta en marcha del espíritu emprendedor (Fernández, Alegre, y Chiva, 2012).

Estudios en este sentido han determinado que las empresas emprendedoras se encaminan a asumir riesgos, siempre en busca de oportunidades en los negocios, teniendo a la innovación de nuevos productos como uno de los pilares en su forma de trabajo.

Según algunos autores, la mención de empresa emprendedora es más adaptable a empresas previamente establecidas que presentan un comportamiento innovador, proactivo y de asumir riesgos con respecto a las actividades operativas en el negocio entre las que se pueden destacar proyectos nuevos, nuevos productos, ofertas, implementación de nueva tecnología, retroalimentación de clientes.

Actualmente, el calificativo emprendedor es aplicable tanto a nuevas organizaciones como a aquellas que ya tienen su tiempo; empresas que manifiestan todos estos comportamientos, de forma conjunta o independiente. La orientación emprendedora origina la iniciativa y la relación de la dirección a múltiples propuestas, y añadiendo aproximaciones a lo que es un emprendedor (Bojica y Fuentes, 2008).

El crear nuevas empresas y convertirse en empresario es considerado emprendimiento, para llegar a esto se involucran varios factores de los individuos, como sociales, psicológicos, económicos, situacionales, entre otros; estos factores aparecen e impactan en el resto, en distintos tiempos y lugares; al respecto se puede manifestar que un emprendedor debe aprovechar las oportunidades que se le presentan en la vida diaria (Hidalgo, 2015).

1.6. Competencias empresariales

De acuerdo con Zabalza (2003) la competencia es el "conjunto de conocimientos y habilidades que los sujetos necesitamos para desarrollar algún tipo de actividad" (p.70). Según Morris (1998) el emprendimiento es una disciplina no formal, más bien, la considera una actividad transdisciplinaria no sujeta a una teoría universal, relacionada con distintos puntos de vista como económicos, empresariales, sociológicos, psicológicos e ingenieriles. Siendo el emprendimiento un tema actual, reconocido y tratado desde varios ámbitos, entre los que tenemos a distintos gobiernos que buscan promover el emprendimiento para reactivar la economía del país, a las organizaciones que buscan tenerlo dentro de sus procesos, las personas que buscan practicarlo, y en el sector académico que busca estudiarlo, convirtiendo al emprendimiento en una asignatura muy importante para el desarrollo de un país.

1.7. Enseñanza del emprendimiento

Según Löbler (2006), en ambientes cambiantes, inciertos y diversos, las personas deben prepararse en emprendimiento para afrontar al mundo actual, que es muy competitivo y poder marcar diferencias; aprender a tomar buenas decisiones personales y profesionales, a saber administrar los proyectos e iniciativas, a generar las soluciones a los problemas que suceden en el entorno y sobre el saber qué hacer.

Según Toca (2010) el emprendedor asume los riesgos que se le presentan, está en la búsqueda de beneficios; innova, identifica y crea oportunidades, coordina nuevas asignaciones de recursos y concibe nuevas formas de hacer las cosas. Se busca que sea una persona que sabe tomar decisiones acertadas, aun teniendo distintas limitantes en los recursos asignados. La revisión teórica pone en evidencia las posibilidades del emprendimiento político y social; así mismo se debe trabajar en las universidades en actividades de emprendimiento, considerando que se tiene un campo muy grande, no obstante, resta ahora que desde los distintos programas se lleven a cabo actividades que ayuden a desarrollar en los futuros profesionales competencias necesarias y habilidades para crear y ofrecer valor.

En las universidades, es necesario proponer cambios en los que se mantenga el espíritu y el enfoque de cada carrera. Se espera que desde los distintos campos de estudio se puedan llevar actividades de emprendimiento.

Según Osorio y Pereira (2011) el espíritu emprendedor y la educación no deben limitarse al desarrollo de habilidades para crear y gestionar nuevas empresas, más bien, se puede influir en motivar individualmente para pelear por algo que parece imposible o tiene riesgos, pero a la vez es importante para la persona. En resumen, se puede trabajar en tener actitud positiva y el deseo para crear negocios, siendo esto no suficiente para lograr los objetivos deseados, es por eso que mediante la formación se debe desarrollar competencias adecuadas para lograr impulsar a este espíritu emprendedor.

2. Metodología

2.1. Diseño

El estudio tuvo un enfoque cuantitativo, para que los resultados obtenidos de la muestra puedan ser extrapolados a la población objetivo (Hernández, Fernández, y Baptista, 2010). Se tomaron como atributos de emprendimiento analizar la valoración del resultado, autoconfianza, capital social que tiende puentes, e intención de emprender (Fernández, y Gervilla, 2013), los que brindaron la información para su desarrollo.

2.2. Población y muestra

La población objeto del estudio fue tomada a los estudiantes universitarios de las carreras administrativas de la Universidad Técnica de Machala, teniendo muestras de tipo aleatorio. Como total de las dos muestras fue de 340 estudiantes, de los cuales, 165 han cursado la asignatura de emprendimiento y 175 todavía no la han cursado.

2.3. Instrumento

El cuestionario fue el instrumento utilizado en el estudio, el cual consto de 11 ítems relacionados a la actitud emprendedora, distribuido en 4 categorías; para las mismas se usaron preguntas de escala Likert de siete puntos, con la finalidad de obtener promedios de la información levantada (Gómez, 2012). Además, preguntas de clasificación, que permitían obtener la información necesaria para el estudio.

2.4. Análisis de datos

Una vez realizadas las correcciones necesarias al cuestionario se levantó la información, la misma que fue tabulada con el programa SPSS. Además, se procedió a obtener el alfa de Cronbach a las preguntas con el fin de asegurar la fiabilidad de las preguntas de escala Likert del cuestionario (Maroco, & García, 2006).

Se realizaron pruebas necesarias para los valores correspondientes a las actitudes emprendedoras, con el objeto de conocer si existen diferencias significativas entre los estudiantes que han tomado la materia de emprendimiento comparados con los que no han tomado la asignatura. Mediante ANOVA, se obtuvieron los resultados que permitirán probar la hipótesis nula (H_0) o la alternativa (H_1), teniendo las mismas:

$H_0 = \mu_1 = \mu_2$ (las medias poblacionales son iguales) (1)

$H_1 = \mu_1 \neq \mu_2$ (las medias poblacionales no son iguales) (2)

De donde:

μ_1 = Media de los estudiantes que han cursado la materia de emprendimiento (3)

μ_2 = Media de los estudiantes que no han cursado la materia de emprendimiento (4)

3. Resultados

El alfa de Cronbach de las preguntas utilizadas con escalas de Likert fue de 0,813, ubicándose dentro del rango 0,70 y 0,90; el cual indicó que dentro de los ítems utilizados en el instrumento aplicado, existe alta correlación interna (González y Pazmiño, 2015; Maroco & García, 2006), obteniendo información confiable de las distintas dimensiones planteadas (Chavarría y Barra, 2014). Los resultados se observan en la Tabla 1.

Tabla 1. Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
0,813	0,816	8

De la información resultante se encontraron los valores correspondientes a las medias, teniendo como resultados que, μ_1 (media de los estudiantes que han cursado la materia de emprendimiento) con valor de 39,08 fue mayor a μ_2 (Media de los estudiantes que no han cursado la materia de emprendimiento) con valor de 36,94. Estos resultados se observan en la Tabla 2, pero no fueron suficientes, por lo que fue necesario realizar la prueba de ANOVA.

Tabla 2. Medias

	μ_1	μ_2
Media	39,08	36,94
Desviación estándar	8,44	8,31

Habiendo partido desde los supuestos básicos del análisis de varianza (ANOVA), se escogieron dos muestras independientes de poblaciones normales con varianzas semejantes (Corti y Paladino, 2016) dentro de la UTMACH, en la cual se pretendió comprobar que la media de los estudiantes que han cursado la asignatura de emprendimiento versus la media de los estudiantes que no han cursado dicha materia, poseen similitud, o difieren la una con la otra. Los resultados se observan en la Tabla 3.

Tabla 3. ANOVA

EMPRENDIMIENTO_TOTAL	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Entre grupos	381,073	1	381,073	5,566	0,019
Dentro de grupos	23005,687	336	68,469		

Total	23386,76	337			
-------	----------	-----	--	--	--

Los datos obtenidos a través de SPSS, determinaron que la media cuadrática entre grupos es de 381,073, lo que indica la dispersión existente de las medias de las muestras objeto de estudio, con respecto a la media global; y la media cuadrática dentro de los grupos que fue de 68,469, indicando dispersión de los valores respecto a la media de cada muestras (Camposeco, 2013); lo que mostró una de las condiciones de ANOVA, la que plantea que mientras más alejado sean ambos valores el uno con el otro, existirá mayor probabilidad de que se rechace la hipótesis nula (Badii, Guillen, y Abreu, 2014).

Obteniendo así el valor de la prueba $F=5,566$ (prueba de hipótesis) la que indicó según la significancia menor a 0,05 que la hipótesis nula (las medias de los estudiantes que han cursado la materia de emprendimiento versus la media de los estudiantes que no han cursado la materia de emprendimiento son iguales) se rechaza (Hernández y Hernández, 2011; Romero, 2016), aceptando así la postulación de la hipótesis alternativa que indica que la media de los estudiantes que han cursado la materia de emprendimiento es diferente a la media de los estudiantes que no han cursado dicha materia.

Tabla 4. Prueba de muestras independientes

EMPREND._TOTAL	Prueba de Levene de calidad de varianzas		prueba t para la igualdad de medias						
	F	Sig.	t	gl	Sig. bilateral	Difer. de medias	Diferencia de error estándar	95% de intervalo de confianza de la diferencia	
								Inf.	Sup.
Se asumen varianzas iguales	4,604	0,033	2,359	336	0,019	2,12	0,901	0,353	3,896
No se asumen varianzas iguales			2,35	323,9	0,019	2,12	0,904	0,346	3,903

Después de haber determinado a través de ANOVA que las medias de ambas poblaciones son diferentes, se aplicó para los respectivos contrastes prueba de medias independientes t de Student (Roig, Mengual, y Suárez, 2014; Fornons y Palau, 2016), en donde se observó a través del test de Levene de calidad de varianzas 0,033, significancia menor al 0,05 indicando existencia de varianzas distintas entre los dos tipos de población (Pagnussat, Piato, Schaefer, Blank, & Tamborski, 2013); resultado que se apoya con el valor de significancia bilateral 0,019 del estadístico t (López y Navarro, 2010), siendo $<0,05$ informando la no existencia de compatibilidad entre la media de ambas poblaciones de estudiantes que han cursado la materia de emprendimiento versus los estudiantes que no han cursado dicha asignatura; habiendo sido los estudiantes que han cursado la materia de emprendimiento el grupo con media más elevada, lo que significa que estos poseen mayores calificaciones y atributos en cuestión de formación para ser mejores emprendedores.

4. Conclusiones

Los análisis iniciales permitieron conocer que la media de los estudiantes que han cursado la materia de emprendimiento fue mayor a la media de los estudiantes que no han cursado la materia de emprendimiento, en este caso, valores de 39,08 versus 36,94, pero fue necesario aplicar la prueba de ANOVA para poder comprobar las hipótesis planteadas, en este caso, los valores de la significancia fue de 0,019, al ser menores de 0,05 se procede a rechazar H_0 , es decir, se acepta la hipótesis alternativa H_1 que indica que existen diferencias entre las medias de los estudiantes que han cursado la asignatura de emprendimiento versus los estudiantes que no la han cursado todavía. Con esto se confirma que aquellos estudiantes que han tomado la asignatura de emprendimiento tienen mayores valores en las actitudes de emprendimiento.

Con estos resultados se puede indicar que la asignatura de emprendimiento es un instrumento que desarrolla y mejora las actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios, brindando una oportunidad de trabajar desde el sistema educativo superior, para lograr incrementar estos resultados; que permitirán que el emprendimiento en el país sea mayor y a su vez promoverán el desarrollo social y económico del mismo.

Referencias bibliográficas

- Badii, M., Guillen, A., y Abreu, J. (2014). Aplicación de ANOVA Anidada en la Investigación Científica. *International Journal of Good Conscience*, 9(2), 12-17.
- Bojica, A., y Fuentes, M. (2008). Entrepreneurship. Principios de un largo recorrido. *Revista de la Agrupación Joven Iberoamericana de Contabilidad y Administración de Empresas*, 1, 72-81.
- Camposeco, C. (2013). Optimization of cutting parameters for minimizing energy consumption in turning of AISI 6061 T6 using Taguchi methodology and ANOVA. *Journal of Cleaner Production*, 53, 195-203.
- Chavarría, M., y Barra, E. (2014). Satisfacción vital en adolescentes: Relación con la autoeficacia y el apoyo social percibido. *Terapia psicológica*, 32(1), 41-46.
- Corti, S., y Paladino, S. (2016). Estabilización tartárica en vinos: comparación entre electrodiálisis y tratamiento de frío por contacto. *Revista de la Facultad de Ciencias Agrarias. Universidad Nacional de Cuyo*, 48(1), 225-238.
- Crissien, J. (2009). Investigando en entrepreneurship tras un marco teórico y su aporte al desarrollo económico de Colombia. *Revista EAN*, (66), 67-84.
- Duarte, T., y Ruíz, M. (2009). Emprendimiento, una opción para el desarrollo. *Scientia et Technic*, 3(43), 326-331.
- Fernández, A., Alegre, J., y Chiva, R. (2012). Orientación emprendedora, capacidad de aprendizaje organizativo y desempeño innovador. *Journal of technology management & innovation*, 7(2), 157-170.
- Fernández, R. V., y Gervilla, M. J. Q. (2013). Factores explicativos de la intención de emprender en la mujer. Aspectos diferenciales en la población universitaria según la variable género. *Cuadernos de gestión*, 13(1), 127.
- Fornons, V., y Palau, R. (2016). Flipped classroom en la asignatura de matemáticas de 3º de educación secundaria obligatoria. *EDUTEC. Revista Electrónica de Tecnología Educativa*, (55), 1-17.
- Gómez, M. (2012). El uso académico de las redes sociales en universitarios/The Academic Use of Social Networks among University Students. *Comunicar*, 19(38), 131-138.
- González, J., y Pazmiño, M. (2015). Cálculo e interpretación del Alfa de Cronbach para el caso de validación de la consistencia interna de un cuestionario, con dos posibles escalas tipo Likert. *Revista Publicando*, 2(1), 62-77.

- González, J., Cerón, C., y Alcazar, F. (2010). Caracterización emprendedora de los empresarios en los Valles de Tundama y Sugamuxi. Boyacá, Colombia. *Pensamiento y gestión*, (29), 163-189.
- Hayek, F. (1945). The Use of Knowledge in Society. *The American Economic Review*, 35(4), 519-530.
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. México DF.: Mc Graw Hill.
- Hernández, E., y Hernández, L. (2011). El conducto de serres: alta prevalencia en mandíbulas infantiles. *Kiru*, 8(2), 64-68.
- Hidalgo, L. (2015). La cultura del emprendimiento y su formación. *Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina*, 3(2), 1-8.
- Kihistro, R., & Laffon, J. (1979). A General Equilibrium Entrepreneurial Theory of Firm Formation Based on Risk Aversion. *Journal of Political Economy*, 87(4), 719-748.
- Löbler, H. (2006). Learning entrepreneurship from a constructivist perspective. *Technology Analysis & Strategic Management*, 18(1), 19-38.
- López, O., y Navarro, J. (2010). Influencia de una metodología creativa en el aula de primaria. *European Journal of Education and Psychology*, 3(1), 89-102.
- Maroco, J., & García, T. (2006). Qual a fiabilidade do alfa de Cronbach? Questões antigas e soluções modernas?. *Laboratório de Psicologia*, 4(1), 65-90.
- Marulanda, J., Correa, G., y Mejía, L. (2009). Emprendimiento: Visiones desde las teorías del comportamiento humano. *Revista EAN*, (66), 153-168.
- Morris, M. (1998). *Entrepreneurial Intensity: Sustainable Advantages for Individuals, Organizations and Societies*. Westport, Connecticut: Quorum Books.
- Osorio, F., y Pereira, F. (2011). Hacia un modelo de educación para el emprendimiento: una mirada desde la teoría social cognitiva. *Cuad. admon.ser.organ.*, 24(43), 13-33.
- Pagnussat, N., Piato, A., Schaefer, I., Blank, M., & Tamborski, A. (2013). One for All and All for One: The Importance of Shoaling on Behavioral and Stress Responses in Zebrafish. *ZEBRAFISH*, 10(3), 338-342.
- Roig, R., Mengual, S., y Suárez, C. (2014). Evaluación de la calidad pedagógica de los MOOC. *Profesorado*, 27-41.
- Romero, J. (2016). Influence of the test parameters of sliding friction of a austeniticferritic stainless steel using methodologies Taguchi and Anova. *Revista Ingeniería*, 23(1), 41-48.
- Shaver, K., & Scott, L. (1991). Person, Process, Choice: The Psychology of New Venture Creation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(2), 23-45.
- Thornton, P. (1999). The Sociology of Entrepreneurship. *Annual Review of Sociology*, 25, 19-46.
- Toca, C. (2010). Consideraciones para la formación en emprendimiento: explorando nuevos ámbitos y posibilidades. *Estudios Gerenciales*, 26(117), 41-60.
- Venkataraman, S. (1997). The Distinctive Domain of entrepreneurship Research. *Advances in Entrepreneurship*, 3(1), 119-138.
- Zabalza, M. (2003). *Competencias docentes del profesorado universitario: Calidad y desarrollo profesional*. Madrid, España: Narcea.

1. Unidad Académica de Ciencias Empresariales. Universidad Técnica de Machala. Docente e investigador. enovillo@utmachala.edu.ec

2. Unidad Académica de Ciencias Empresariales. Universidad Técnica de Machala. Docente e investigador

3. Unidad Académica de Ciencias Empresariales. Universidad Técnica de Machala. Docente e investigador

[Índice]

[En caso de encontrar algún error en este website favor enviar email a [webmaster](#)]