

Una división Norte – Sur en la Intención Emprendedora del estudiante universitario: el caso de 8 universidades

Resumen

En el estudio se trata de sugerir diferencias y particularidades en los estudiantes de empresariales en las universidades participantes. La investigación académica ha demostrado que la educación en emprendedurismo, incrementa la intención de emprender. El presente trabajo tiene como objetivo, analizar una tipología latinoamericana de la intención de emprender de jóvenes universitarios. Para llevar a cabo la investigación se encuestaron a más de mil quinientos alumnos de universidades localizadas en México, Chile, Uruguay, Brasil, Colombia, Ecuador y Puerto Rico en donde, las universidades participantes buscan promover el emprendimiento entre sus estudiantes.

Se analizó la relación entre la intención emprendedora, actitudes emprendedoras personales, la motivación institucional y el apoyo familiar a la hora de emprender. Con los resultados se concluye una mayor intención de emprender en las universidades del norte que en las del sur.

Palabras clave: intención emprendedora; estudiante universitario; emprendedor universitario.

Introducción

Schumpeter en 1943 define al emprendedor como quien implementa nuevas combinaciones de medios de producción, con un rol innovador y como figura en el desarrollo económico (Yoguel, Barletta, & Pereira, 2013) y (Cardozo, 2010).

Según Bergmann, Hundt y Sternberg (2015), citando a Bercovitz y Felman 2008; Welter 2011; Wennberg et al. 2011, en emprendedurismo en general y específicamente el académico es fuertemente dependiente del contexto.

Para el Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2015), el emprendimiento es un fenómeno que ocupa un lugar central en las estrategias de las regiones que se basa en el afán del individuo de crecer y transformar.

Revisión de literatura

Estudios realizados en estudiantes universitarios muestran que las actitudes emprendedoras están positivamente relacionadas a la intención emprendedora (IE), pero en menor grado en mujeres (Maresch, Harms, Kailer, & Wimmer-Wurm, 2016).

Van Gelderen et al (2015) y Sánchez (2009) citan a Ajzen (1991, 2011/2014) mencionando que las intenciones aparecen como un buen predictor de la teoría del comportamiento planificado futuro (TPB- Theory of Planned Behavior) como es el de emprender. Sánchez (2009) también menciona a (Kim & Hunter, 1993) indicando que las intenciones predicen satisfactoriamente el comportamiento; refiriendo a los antecedentes individuales y situacionales (Krueger & Carsrud, 1993); (Krueger, 2008)

Para Goldstein (2010) el impacto de la enseñanza del emprendimiento universitario se observa por los indicadores de performance de las instituciones. En cambio Serra & Kabadayi (2014) y Yang (2013) relacionan la educación con la IE como predictora de futuros emprendedores.

Los estudios de Yu y Chen (2016) aportan sobre el efecto positivo de la auto eficacia y propensión al riesgo sobre la innovación en nuevos emprendimientos; y del efecto moderador que tiene el género sobre estos factores cognitivos. Van Gelderen et al (2015) hallaron que la implementación de la intenciones emprendedoras depende del auto control en forma positiva.

Para este estudio la IE se analizará como el firme propósito de iniciar un emprendimiento propio una vez finalizada su carrera universitaria, describiendo la medición de algunas características emprendedoras individuales, por género, universidad e intención de emprender.

El estudio se realiza en: México, Chile, Uruguay, Brasil, Colombia, Ecuador y Puerto Rico. De acuerdo al *Global Entrepreneurship Monitor GEM (2016)*, los países analizados corresponden a economías basadas en la eficiencia.

Según el reporte anual del GEM (2014), estas economías se caracterizan por alta educación y training, eficiencia en los mercados de bienes y en el laboral; mercados financieros sofisticados; preparación tecnológica y tamaño del mercado.

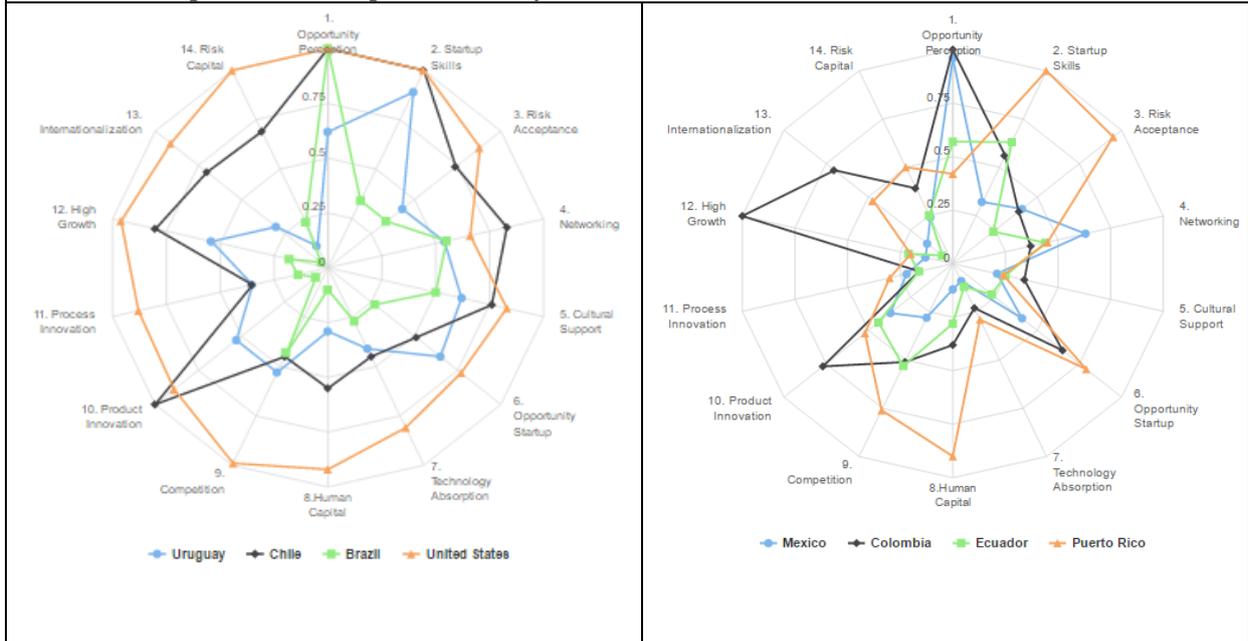
Para poder entender mejor como es el entorno de cada país, es que se recurrió al Global Entrepreneurship Index (GEI). Para los países en los que se realiza, el índice proporciona una visión general de su ecosistema de negocios, y contribuye a diagnosticar los desafíos que pueden impactar sustancialmente en la formación de nuevas empresas (GEDI, 2016).

A los efectos del estudio se compararán los ecosistemas de los países donde se realizó el estudio considerando al ecosistema de Estados Unidos de América (USA) como parámetro de una Economía Basada en la Innovación (según clasificación GEM) frente a cada bloque analizado.

Se considera bloque Sur: países del Cono Sur: Brasil, Chile y Uruguay y del Norte: Colombia, Ecuador México y Puerto Rico (aparece como un país separado de USA en el estudio)

Chile y Colombia comparten en ambos bloques el mayor desarrollo de sus ecosistemas en la percepción de la oportunidad en innovación y crecimiento de mercado despegándose de los otros de su grupo.

Gráfica 1 Comparación de los países del Sur y Norte



Fuente: (The Global Entrepreneurship and Development Institute, 2016)

En el caso de Puerto Rico destacan los valores para habilidades y oportunidades para las startups; así como también el capital humano y la competición. Pero en el caso de las otras economías se observa una mayor concentración en valores menores en el Norte que en el Sur, indicando un menor desarrollo.

Objetivos

El objetivo general del estudio es identificar factores que se relacionan con la IE del estudiante universitario en América Latina.

Como objetivos específicos se encuentran:

- Identificar la relación entre la IE del estudiante con actitudes emprendedoras personales, la motivación institucional y el apoyo familiar a la hora de emprender.
- Realizar un análisis comparativos con los resultados de distintas universidades y países para la identificación de posibles vínculos comunes en los ecosistemas de Latinoamérica.

Metodología de investigación

En la Tabla 1, se muestra las universidades que participaron de esta investigación, así como la distribución por género, y si provenían de empresas familiares.

La recolección de los datos se realizó durante 2015 y 2016, sobre alumnos de carreras empresariales. La mayor cantidad de estudiantes que participaron fue en la UCU (477 en 1.532 estudiantes). En ESPOL se puede apreciar el mayor porcentaje de estudiantes masculinos (67%), y en el TEC de Puebla es donde la mayor cantidad de estudiantes que provienen de empresas familiares alcanza un 54%.

Tabla 1. Población encuestada

	PAÍS	INSTITUCIÓN	Conteo	Género %		Empresas familiares	
				Masc	Fem	SI	NO
1	Chile	EICO: Universidad de Valparaíso	127	63%	37%	17%	83%
2	Uruguay	UCU: Universidad Católica del Uruguay	477	53%	47%	44%	56%
3	Brasil	IFRS: Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul – Campus Restinga y Porto Alegre	87	51%	49%	13%	87%
4	Ecuador	ESPOL: Escuela Superior Politécnica del Litoral	135	67%	33%	16%	84%
5	Ecuador	UCSG: Universidad Católica Santiago de Guayaquil	315	63%	37%	39%	61%
6	México	TEC: Tecnológico de Monterrey en Puebla	97	44%	56%	54%	46%
7	Puerto Rico	UIPR: Universidad Interamericana de Puerto Rico Recinto Bayamon	192	51%	49%	23%	77%
8	Colombia	UMNG: Universidad Militar Nueva Granada	102	47%	53%	38%	62%
	TOTAL		1.532	56%	44%	34%	66%

Es de destacar que en las cuatro universidades privadas se presentan los mayores porcentajes de estudiantes con empresas familiares; TEC (54%), UCU (44%), UCSG (39%), salvo en UIPR (23%). En las cuatro públicas, el porcentaje es similar salvo en la UMNG de Colombia que alcanza a 38%.

Para estudiar si existen diferencias significativas en el propósito de iniciar la propia empresa entre los estudiantes de las distintas universidades se procedió a construir una tabla de contingencia con los perfiles de porcentaje por fila y las frecuencias absolutas (conteos) para las respuestas a la pregunta *“Tengo el firme propósito de iniciar mi propio negocio al*

terminar mis estudios” y las respectivas universidades. Se calculó el test exacto de Fisher para determinar la significación de la asociación entre las variables. Al encontrar una asociación significativa, se procedió al cálculo del coeficiente V de Cramer para medir la fuerza de la asociación.

Se realizó un análisis de conglomerados (análisis *cluster*) con la intención de agrupar a las universidades de acuerdo a sus similitudes en cuanto a la IE de sus estudiantes.

En una primera etapa se formaron clusters considerando únicamente la variable que mide la IE del estudiante (*“Tengo el firme propósito de iniciar mi propio negocio al terminar mis estudios”*). En una segunda instancia se aplicó el análisis de clusters con el objetivo de agrupar a las universidades considerando un conjunto amplio de variables, esto es, se intenta encontrar si las universidades pueden agruparse tomando en cuenta las siguientes diez variables:

V1: El poder; V2: El logro; V3: El placer; V4: La estimulación; V5: La autodirección; V6: Oportunismo; V7: Dirigir equipos; V8: Motivación Institucional para emprender; V9: Apoyo familiar para emprender; V10: Intención emprendedora.

Cada variable se midió a través de una escala Likert de 5-puntos. Algunos autores sostienen que las mismas deben ser tratadas como variables cualitativas con escala de medición ordinal (Jamieson, 2004; Carifio y Perla, 2008; Norman, 2010; Rickards y col., 2012; Sullivan y Artino, 2013), mientras otro número de autores postulan que las mismas pueden llegar a ser tratadas como variables cuantitativas con escala de medición de intervalo y por tanto validan el uso de test paramétricos y el cálculo de estadísticos tales como promedios y desviaciones estándares en la descripción de las mismas (Hawkins y col. 1974; Clason y Dormody, 1994; Albaum, 1997; Babbie, 2001; Russell, 2010; Boone y Boone, 2012; Yussoff and Mohd, 2014).

Para la conformación de los clusters se consideró el carácter cualitativo ordinal de las variables, esto es, se procedió a la obtención de una matriz de distancias de Gower en lugar de considerar las distancias Euclidianas (Gower & Legendre, 1986), que fue usada como insumo en la formación de los aglomerados. El proceso de creación de cada cluster se realizó utilizando el procedimiento de mínima varianza de Ward.

Para la descripción de los clusters se adoptaron los criterios establecidos por (Clason & Dormody, 1994) así como (Boone Jr & Boone, 2012), esto es, se distingue entre variables tipo-Likert (ordinales) y variables en escala-Likert propiamente dichas (cuantitativas de intervalo). Se identificaron en el set de 10 variables de interés como variables de escala-Likert las que son combinadas y usadas para describir una tercer variable subyacente (IE) justificando el uso de promedios en la descripción de los conglomerados.

Resultados

La muestra de 1.532 estudiantes respecto a la intención de emprender luego de finalizados sus estudios, se distribuyó globalmente de la siguiente manera: un 4% de los estudiantes optaron por la opción 1 (totalmente en desacuerdo), un 7% por la opción 2 (en desacuerdo), un 25% por la opción 3 (ni de acuerdo, ni en desacuerdo), un 30% por opción 4 (de acuerdo) y un 34% optaron por las opción 5 (totalmente de acuerdo).

Si el propósito de iniciar la propia empresa y la universidad a la que asiste el estudiante fueran independientes, se esperaría esa misma distribución de porcentajes dentro de cada universidad.

Tabla 2: “Universidad” vs.”Tengo el firme propósito de iniciar mi propio negocio al terminar mis estudios” ¹.

		Respuestas					Total
		1	2	3	4	5	
UNIVERSIDADES	EICO	5 4%	14 11%	45 35%	34 27%	29 23%	127 100%
	UCU	17 4%	44 9%	161 34%	145 30%	110 23%	477 100%
	IFRS	3 3%	10 11%	31 36%	26 30%	17 20%	87 100%
	ESPOL	1 1%	8 6%	32 24%	46 34%	48 36%	135 100%
	UCSG	15 5%	6 2%	37 12%	118 37%	139 44%	315 100%
	TEC	9 9%	3 3%	10 10%	16 16%	59 61%	97 100%
	UIPR	5 3%	11 6%	53 28%	59 31%	64 33%	192 100%
	UMNG	11 11%	7 7%	17 17%	16 16%	51 50%	102 100%
	Total	66 4%	103 7%	386 25%	460 30%	517 34%	1,532 100%

¹ La primera línea de cada celda indica la frecuencia absoluta (conteo), la segunda línea indica el porcentaje con respecto al total de la fila.

Los porcentajes respecto al total de cada fila pueden no sumar 100% debido a errores de redondeo.

Observando la Tabla 2 se nota que la distribución de los porcentajes en las ocho universidades difirió de la distribución global. Por ejemplo, la opción 5 (Totalmente de Acuerdo) fue la más frecuente para los estudiantes de la UMNG (50%), UCSG (44%), TEC (61%), ESPOL (36%) y UIPR (33%), mientras que esta opción fue elegida por solo el 20% de IFRS y el 23% tanto de UCU como EICO.

La opción 3 (Neutro) fue la más elegida por los estudiantes de EICO (35%), UCU (34%) e IFRS (36%), mientras que solo un 10% del TEC, un 12% de la UCSG, un 17% de la UMMG y un 28% de UIPR optaron por esta opción.

Para estudiar si existen diferencias significativas en el propósito de iniciar la propia empresa entre los estudiantes de las distintas universidades se realizó el test exacto de Fisher. El mismo proporcionó un valor-p < 0,0001 por lo que se concluye que las diferencias fueron significativas y la opción elegida no es independiente de la universidad a la que asiste.

Para determinar la fortaleza (grado) de asociación, se procede a calcular el coeficiente V de Cramer. El valor hallado fue de 0.1753 que confirma la existencia de asociación entre las características de interés. Valores del coeficiente superiores a 0.30 se consideran altos, por lo que el valor hallado puede interpretarse como moderado-alto (Healey et al (2009))

El resultado del análisis de conglomerados se muestra en el dendrograma de la Figura 1, incluyendo las 10 variables de interés (considerando valores de R-Cuadrado o las distancias entre medianas). Si se considera la primera gran división, se observa una partición de las universidades en dos grandes grupos, con peso relativo similar en cantidad de encuestados:

Cluster 1: Universidades del Cono Sur
EICO, UCU, IFRS

Cluster 2: Universidades del Norte Latam
ESPOL, UCSG, TEC UIPR, UMNG

Esta división explica aproximadamente el 35% de la varianza total. Si bien el valor explicado no es muy alto, es interesante observar la separación geográfica asociada a las 10 variables de interés, que además tienen un peso relativo similar en la cantidad de respuestas de cada uno. La próxima separación (explicando el 58% de la varianza total) agrupa las universidades del sur (Chile, Uruguay y Brasil) en un cluster (EICO, UCU e IFRS), las de Ecuador con México (ESPOL, UCSG y el TEC) en un segundo cluster, y Puerto Rico con Colombia (UIPR, UMNG) en un tercer grupo.

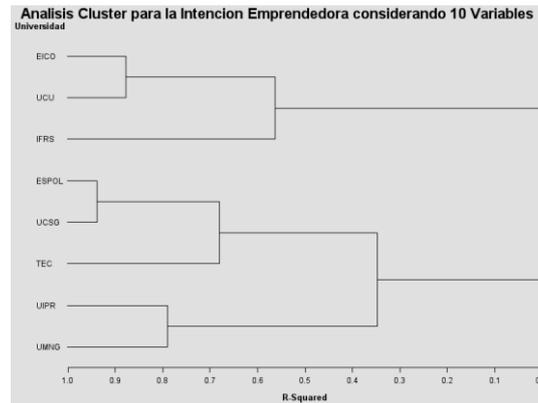
Cluster 1
EICO, UCU, IFRS

Cluster 2
ESPOL, UCSG, TEC

Cluster 3
UIPR y UMNG

Los estadísticos de la solución de clusters son los siguientes: RMS STD (Root-Mean-Squared Standard Deviation) es de 0.2660, SPR-squared (semipartial R-Squared) es de 0.16324 y el R-Squared dando 0.52178. Los resultados del análisis conjuntamente con la visualización de los grupos que aporta el dendrograma sugieren la formación de los 3 clusters mencionados anteriormente.

Figura 1. Análisis de conglomerados



Analizando la composición de los conglomerados a través de las diez variables, las tablas 3 y 4 muestran las respuestas promedio por Universidad y Cluster, respectivamente para la solución de 2 clusters.

Tabla 3- Respuesta promedio por Universidad y Cluster para la solución de 2 clusters.

Cluster	Universidad	V1- poder	V2- logro	V3- placer	V4- estimulación	V5- autodirección	V6- oportunismo	V7- dirigir equipos	V8- motivación institucional	V9- apoyo familiar	V10- intención emprendedor
1	EICO	3.13	4.36	3.82	4.03	4.08	3.34	3.81	3.50	4.39	3.54
1	UCU	3.31	4.37	4.09	4.00	4.03	3.08	3.70	3.90	4.42	3.60
1	IFRS	3.08	4.31	4.16	3.89	4.10	3.14	3.94	3.89	3.90	3.51
2	ESPOL	3.07	4.42	3.20	3.94	3.99	3.63	3.94	3.87	4.33	3.98
2	UCSG	3.30	4.37	3.12	3.97	4.14	3.75	3.91	3.83	4.39	4.14
2	TEC	3.42	4.45	3.42	4.15	4.11	3.76	3.93	4.30	4.38	4.16
2	UIPR	3.42	4.54	3.68	4.06	4.35	3.42	4.03	3.78	4.39	3.86
2	UMNG	3.73	4.30	4.00	4.15	4.25	3.90	4.05	3.81	4.34	3.87

Tabla 4- Respuesta promedio por Conglomerado para la solución de 2 clusters y diferencia

Cluster	Numero de Universidades	V1- poder	V2- logro	V3- placer	V4- estimulación	V5- autodirección	V6- oportunismo	V7- dirigir equipos	V8- motivación institucional	V9- apoyo familiar	V10- intención emprendedora
1	3	3.18	4.35	4.02	3.97	4.07	3.19	3.82	3.76	4.23	3.55
2	5	3.39	4.42	3.48	4.06	4.17	3.69	3.97	3.92	4.37	4.00
(Diferencia)		-0.21	-0.07	0.54	-0.09	-0.10	-0.50	-0.15	-0.16	-0.14	-0.45

Se puede observar en las diferencias de la percepción de los estudiantes, que en las universidades del sur, poseen una menor IE (-0.45), ven menos oportunidades para emprender (-0.50) y el poder no es un factor relevante para ellos (-0.21). Es de destacar que el único valor positivo corresponde al hedonismo con 0.54.

Los estudiantes de las universidades del norte, perciben que se les brinda un mayor apoyo institucional a la hora de emprender que los del sur, así como en el apoyo que reciben de sus familias.

A continuación se realiza el análisis de la división en 3 conglomerados en las Tablas 5 y 6:

Tabla 5- Respuesta promedio por Universidad y Cluster para la solución de 3 clusters.

Cluster	Universidad	V1-poder	V2- logro	V3- placer	V4- estimulación	V5- autodirección	V6- oportunismo	V7-dirigir equipos	V8- motivación institucional	V9-apoyo familiar	V10- intención emprendedora
1	EICO	3.1	4.4	3.8	4.0	4.1	3.3	3.8	3.5	4.4	3.5
1	UCU	3.3	4.4	4.1	4.0	4.0	3.1	3.7	3.9	4.4	3.6
1	IFRS	3.1	4.3	4.2	3.9	4.1	3.1	3.9	3.9	3.9	3.5
2	ESPOL	3.1	4.4	3.2	3.9	4.0	3.6	3.9	3.9	4.3	4.0
2	UCSG	3.3	4.4	3.1	4.0	4.1	3.7	3.9	3.8	4.4	4.1
2	TEC	3.4	4.5	3.4	4.2	4.1	3.8	3.9	4.3	4.4	4.2
3	UIPR	3.4	4.5	3.7	4.1	4.4	3.4	4.0	3.8	4.4	3.9
3	UMNG	3.7	4.3	4.0	4.1	4.2	3.9	4.0	3.8	4.3	3.9

Tabla 6- Respuesta promedio por Conglomerado para la solución de 3 clusters.

Cluster	V1-poder	V2- logro	V3- placer	V4- estimulación	V5- autodirección	V6- oportunismo	V7-dirigir equipos	V8- motivación institucional	V9-apoyo familiar	V10- intención emprendedora	Promedio total
1	3.2	4.3	4.0	4.0	4.1	3.2	3.8	3.8	4.2	3.5	3.81
2	3.3	4.4	3.2	4.0	4.1	3.7	3.9	4.0	4.4	4.1	3.91
3	3.6	4.4	3.8	4.1	4.3	3.7	4.0	3.8	4.4	3.9	4.00

Se visualiza en las respuestas promedio total por cluster, que el menor valor corresponde al cluster 1 que es 3.81 y que el mayor al Cluster 3 con 4.00.

Discusión

De acuerdo al informe del Banco Mundial, para datos de 2014, el PBI per cápita promedio de la región América Latina es de U\$S 9.095 (Banco Mundial , 2016). En la tabla 7 muestra que los países estudiados superan este promedio, en el caso del sur, Chile U\$S 22.071, Uruguay U\$S 20.874, y Brasil U\$S 15.893 (en el caso particular de Rio Grande Do Sul, de donde está radicada la universidad, tiene un PBI per cápita superior al nacional).

Algunos indicadores de competitividad que pueden estar aportando indicios sobre las diferencias del clima de negocios, facilidad de apertura de nuevas empresas según datos del Doing Business (Grupo Banco Mundial, 2015) se pueden observar en la tabla 7

Tabla 7- Indicadores de Clima Económico

PAÍS	PBI per cápita (2014) U\$S	crecimiento PBI (2014)	inflación- 2015	Orsegun Banco Mundial 2014 (%)	Número de procedimientos para abrir la empresa	Indicador de tiempo de creación de empresa	abrir empresas (% de ingreso per indicadores	Competitividad por estado - ranking en 140 países
Chile	22,071	1.9%	4.4%	6.4%	7	5.5	0.7	35
Uruguay	20,874	3.5%	8.7%	7.0%	5	6.5	22.0	73
Brasil	15,893	0.1%	9.0%	6.8%	11	83,0	3,8	75
Ecuador	11,372	3.7%	4.0%	4.6%	12	50.5	22.0	76
México	17,315	2.2%	2.7%	4.9%	6	6.3	17.9	57
Puerto Rico	s/d	s/d	s/d	14.3%	6	6.0	1.3	3
Colombia	13,357	5.0%	4.6%	10.1%	8	11.0	7.5	61

Fuente: (Banco Mundial , 2016) (Grupo Banco Mundial, 2015)

Los tres países del Cono Sur son los que tienen PBI per cápita mayores, y respecto a la inflación, tanto Brasil como Uruguay presentan las mayores tasas (9.0% y 8.7% respectivamente) seguidos por Colombia y Chile (4.6% y 4.4%). Este podría ser en parte el argumento para pensar que en el Cluster 1 se privilegia el trabajo seguro y no el emprendimiento propio y que en las economías con menor PBI per cápita suele aumentar el número de emprendedores por necesidad.

Con respecto al desempleo Ecuador y México tienen la menor tasa, y Colombia y Puerto Rico la mayor, en concordancia con los 3 clusters.

Analizando los indicadores de competitividad: en zona norte los mejores son: 3 Puerto Rico, 57 México y 61 Colombia. En la zona sur, se destaca Chile en el lugar 35. (Banco Mundial , 2016)

De acuerdo al reporte global del GEM (2014, pág. 41), en el porcentaje de TEA (Tasa de actividad emprendedora temprana) impulsados por la oportunidad, para Uruguay (82.4%) y para Chile (81%) son de los más altos de la región.

Tabla 8- Actitudes sociales en torno al emprendimiento- GEM 2014

País	Tasas de actividad emprendedora (%población adulta)	% TEA por Necesidad	% TEA por oportunidad	Emprendimiento como buena opción de carrera	Emprendedores gozan de alto status	Atención de los medios a los emprendedores
Chile	26.8	17.6	81.0	69.4	64.4	65.2
Uruguay	16.1	16.0	82.4	62.1	56.7	60.8
Brasil	17.2	29.0	70.6	s/d	s/d	s/d
Ecuador	32.6	29.4	70.1	66.4	67.1	82.9
México	19.0	22.5	77.3	53.2	50.8	45.5
Puerto Rico	10.0	20.5	79.1	18.5	51.1	77.7
Colombia	18.6	33.3	66.0	70.5	67.1	74.4

Fuente: (GEDI, 2016), (GEM, 2015)

Si bien las Tabla 7 y 8 muestran indicadores para los países de clima económico y actitudes sociales frente al emprendimiento, representan los datos generales de cada país con las desigualdades propias de cada uno, pero la población estudiada son universitarios públicos y privados, cuyas condiciones no se ven totalmente reflejadas.

Conclusiones

El resultado del análisis mostró una división geográfica interesante a través de los conglomerados hallados, con una primera separación Norte de América Latina y el Cono Sur.

Las Universidades del norte, tuvieron mayor IE, ven mayores oportunidades para emprender aunque no se ve reflejado en el porcentaje de la TEA por oportunidad (porque ésta se mide sobre toda la población adulta).

La percepción de los estudiantes de las universidades del sur es que reciben menos apoyo institucional, así como el de sus familias a la hora de emprender, provocando una menor IE.

En el norte, la atención de los medios a los emprendedores es mayor que en sur, salvo por México, siendo de destacar que la TEA por oportunidad de los 7 países es alta, lo que también se refleja en la valoración de los ecosistemas que hace el GEDI.

Los ecosistemas del sur están desarrollados en forma más equilibrada que los del norte. A pesar de esto la IE de los países de Uruguay, Chile y Brasil son menores que las del norte del continente (GEDI, 2016).

La situación económica y social de Latinoamérica, especialmente en el sur ha mostrado un crecimiento de la economía muy grande que actualmente se ha detenido, por situaciones coyunturales. En particular el PBI per cápita más alto y una inclinación mayor hacia el hedonismo hace que los estudiantes del cono sur, tengan una menor IE.

Este trabajo brinda ciertos indicios para explicar una diferencia entre el norte y el sur en donde futuras investigaciones deberán profundizar en el efecto que tiene, el clima económico y las actitudes sociales en torno al emprendimiento en el tipo de población estudiada. Futuros estudios interculturales deben comprobar si los hallazgos son extrapolables a las poblaciones.

Bibliografía

Albaum, G. (1997). The Likert scale revisited: An alternate version. *Journal of the Market Research Society*, 39 (2), 331-348.

Babbie, E. (2011). *The practice of social research (9th ed.)*. (W. Thomson, Ed.) Belmont, CA.

- Banco Mundial . (2016). *El Banco Mundial - Datos* . Retrieved 06 2, 2016, from <http://datos.bancomundial.org/region/LAC>
- Bergmann, H. (2015). The formation of opportunity beliefs among université entrepreneurs: an empirical study of research- and non-research-driven venture ideas. *Springer Science* .
- Boone Jr, H., & Boone, D. (2012). Analyzing Likert Data. *Journal of Extension* , 50 (2).
- Cardozo, A. (2010). *La Motivación para Emprender. Evolución del Modelo de Rol en Emprendedores Argentinos*. Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- Carifio, L., & Perl, R. (2008). Resolving the 50-year debate around using and misusing Likert-type scales. *Med Education* , 42 (12), 1150-1152.
- Clason, D., & Dormody, T. (1994). Analyzing data measured by individual Likert-type items. *Journal of Agricultural Education* , 35 (4), 31-35.
- GEDI. (2016). *The Global Entrepreneurship and Development Institute*. Retrieved 05 26, 2016, from <https://thegedi.org/2016-global-entrepreneurship-index/>
- GEM. (2015). *Reporte nacional 2014 México*. Tecnológico de Monterrey.
- Goldstein, H. (2010). The 'entrepreneurial turn' and regional economic development mission of universities. *Annals of Regional Science* , 83-109.
- Gower, J. C., & Legendre, P. (1986). Metric and Euclidean properties of dissimilarity coefficients. *Journal of Classification* , 3, 5-48.
- Grupo Banco Mundial. (2015). *Doing Business with - Apertura de una empresa* . Retrieved 06 02, 2016, from <http://espanol.doingbusiness.org/methodology/starting-a-business>
- Hawkins, D., Albaum, G., & Best, R. (1974). Stapel scale or semantic differential in marketing research? *Journal of marketing research* , 11 (3), 318-322.
- Healey, J., Boli, J., Babbie, E., & and Halley, F. (2009). *Exploring Social Issues: Using SPSS for Windows* (Vol. 3 edition 376 pages.). Thousand Oaks: SAGE Publications, Inc; .
- Krueger, N. (2008, 06 08). <http://papers.ssrn.com/>. Retrieved 03 10, 2016, from Entrepreneurial Resilience: real & perceived barriers to implementing entrepreneurial intentions.: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1155269
- Maresch, D., Harms, R., Kailer, N., & Wimmer-Wurm. (2016). The impact of entrepreneurship education on the entrepreneurial intention of students in science and engineering versus business studies university programs. *Technological Forecasting & Social Change* , 104, 172-179.
- Norman, G. (2010). Likert scales, levels of measurement and the "laws" of statistics. *Adv Health Sci Educ Theory Pract.* , 15 (5), 625-632.

- Rickards, G., Magee, C., & Artinom, A. J. (2012). You can't fix by analysis what you've spoiled by design: developing survey instruments and collecting validity evidence. *J Grad Med Educ* , 4 (4), 407-410.
- Russell, G. Itemized Rating Scales (Likert, Semantic Differential, and Stapel). In *International Encyclopedia of Marketing* (pp. 138-146). John Wiley & Sons, Ltd.
- Sánchez, J. C. (2009). Aprendizaje social e intenciones emprendedores: un estudio comparativo entre México, España y Portugal. *Revista Latinoamericana de Psicología* , 41 (1), 109-119.
- Serra, E., & Kabadayi, Z. D. (2014). Exploring the antecedents of entrepreneurial intention on Turkish university students. *Procedia. Social and Behavior Sciences* , 150, 841-850.
- Singerm, S.; Amorós, J. E; Moska, D.; General Entrepreneurship Research Association. (2014). *Global Entrepreneurship Monitor 2014*.
- Sullivan, G., & Artino, A. (2013). Analyzing and interpreting data from Likert type scales. *J Grad Med Educ* , 5 (4), 541-542.
- The Global Entrepreneurship and Development Institute. (2016). *Data Explorer*. Retrieved 05 26, 2016, from <https://thegedi.org/tool/>
- Van Gelderen, M., Kautonen, T., & Fink, M. (2015). From entrepreneurial intentions to actions: Self-control and action-related doubt, fear, and aversion. *Journal of Business Venturing* , 30, 655-673.
- World Economic Forum. (2016). *Competitiveness Rankings*. Retrieved 06 02, 2016, from <http://reports.weforum.org/global-competitiveness-report-2015-2016/competitiveness-rankings/>
- Yang, J. (2013). The theory of planned behavior and prediction of entrepreneurial intention among chinese undergraduates. *Social Behavior & Personality* , 41 (3), 367-376.
- Yoguel, G., Barletta, F., & Pereira, M. (2013). De Schumpeter a los Poschumpeterianos: Viejas y Nuevas Dimensiones Analíticas. *Problemas del Desarrollo. Revista Latinoamericana de Economía.* , 174, 35-59.
- Yu, J., & Chen, S. (2016). Gender Moderates firms' innovation performance and entrepreneurs' self-efficacy and risk propensity. *Social Behavior and Personality* , 44 (4), 679-692.