



UNIVERSIDAD AUTONOMA DE NAYARIT
Unidad Académica de Contaduría y Administración
XV Congreso Internacional sobre Innovaciones en Docencia e
Investigación en Ciencias Económico Administrativas



**“LA INFLUENCIA QUE TIENE LA EDAD DE LOS ESTUDIANTES
UNIVERSITARIOS EN LA ACTITUD EMPRENDEDORA,
COMPARACIÓN CON ESPAÑA, PUERTO RICO Y MEXICO”**

Autores: Georgina del Carmen López Agraz.

Juan Francisco Gómez Cárdenas

José Francisco Haro Beas

Temática: Evaluación del aprendizaje, del desempeño docente,
la investigación y la vinculación.

Datos de identificación: ginaagraz102@hotmail.com

fragc@hotmail.com

fcoharo@hotmail.com

Teléfono: (311) 2-11-88-18

(311) 169-28-31

Remitido: L.C. María Eva Ruelas, Directora Ejecutiva de la APCAM

apcam@prodigy.net.mx

ÍNDICE	PAGINA
<i>Resumen.</i>	1
<i>1. Introducción.</i>	2
<i>2. Planteamiento del problema.</i>	3
<i>3. Objetivo.</i>	4
<i>4.- Revisión de la literatura e hipótesis de investigación..</i>	4
<i>5. Metodología de la investigación.</i>	8
<i>6. Resultados.</i>	11
<i>7. Conclusiones.</i>	17
<i>8. Futuras líneas de investigación.</i>	18
<i>9 Referencias bibliográficas.</i>	19

Resumen

El presente estudio comparativo se cuestiono ¿qué influencia tiene la edad de las personas con la intención de crear su propia empresas?, se realizo en diferentes países y épocas, con estudiantes universitarios en Nayarit-México, Puerto Rico y Cataluña-España aborda la influencia de la edad con la percepción del deseo, viabilidad e intención de la creación de empresas. Los resultados encontrados tienen relación en Cataluña, con la percepción de intencionalidad; para México con la percepción de viabilidad, en Puerto Rico resulto no ser significativa, concluyendo que la edad crea las fuerzas relacionadas en la creación de empresas con la experiencia y maduras de las personas mayores, así como la jovialidad, vitalidad, actualización y destrezas informáticas de los estudiantes jóvenes.

Palabras Claves: Edad del Empresario, Jóvenes Emprendedores, Emprendedores y Creación de Empresas.

1. Introducción

Los factores de influencias en los tipos socio demográficos y económicos incluyen la edad (Grilo y Irigoyen, 2006), la edad vuelve a ser una variable no determinante de la intencionalidad de crear una empresa (Toledano, 2006), considera que la edad de una población puede afectar a los niveles de creación de empresas, ante esta gente en cierta etapas de la edad son más disponibles a crear un negocio (Verheul, et al., 2001); la edad puede ser conectada con ciertos aspectos de creación de empresas, como actitudes hacia la empresa, la experiencia profesional y por consiguiente el capital humano y social (Holtz-Eakin et al., 1994); la edad del empresario se encuentra en tener un efecto negativo sobre la ambición de hacer crecer la empresa o el tamaño que la empresa espera tener (Bager y Schott, 2004), en otro estudio no se encuentra un efecto significativo de la edad sobre la ambición de crecimiento (Cassar, 2006); Tiene una diferente opinión, declarando que la edad de los individuos no tiene influencia sobre la creación de empresas (Cowling y Taylor, 2001); La variable edad no muestra la influencia en los estudiantes en la intención a crear una empresa (Almeida y Borges, 2009).

La edad del empresario es un factor categórico de dos fuerzas relacionadas con la actuación empresarial: la experiencia y la vitalidad, los jóvenes tienen conocimientos más actualizados y son más propensos a la asunción de riesgos, si están más joven tienen más vitalidad y si son adultos más experiencia y a más adultos reducen el reconocimiento de oportunidades (Sandberg y Hofer, 1987), los individuos de mayor edad se ven mermados en sus capacidades físicas y mentales o pueden estar menos capacitados para generar nuevas ideas y aprender nuevos comportamientos, y que son los jóvenes que carecen de cargas familiares y compromisos los que mayormente tienen la tendencia a crear su propia empresa (Espíritu y Sastre, 2007).

En una investigación contribuye a la literatura en el origen y causas de la creación de nuevas empresas para los niveles de microeconomía y macroeconomía; en el nivel de microeconomía presenta un simple modelo de cambio de estatus de empleo, en el cual la edad, la aversión al riesgo y riqueza, estos muestran tener una importante determinación en la elección de iniciar a ser o no empresario y en el nivel de macroeconomía el modelo contribuye al entendimiento de la relación entre comportamiento empresarial y agregar la actividad empresarial (Levesque y Minniti, 2006).

Las personas dividen su tiempo entre actividades que producen ingresos y el tiempo libre, si un individuo es empleado asalariado, recibe ingresos en el tiempo en el cual desarrolla su actividad, si un individuo dedica tiempo a iniciar un nuevo negocio no recibe ingresos inmediatamente, pero si una corriente de rendimientos futuros (Levesque y Minniti, 2006); Se argumenta que la edad influye en la decisión con respecto a creación de empresas en caminos a ser relativo a percepciones de auto-eficacia y no depende de incentivos socio-económicos. Aunque la edad cambia a lo largo del tiempo, y altera el camino en el cual los individuos de diferentes edades piensan acerca de ellos mismos y sus roles tomados en la sociedad en el largo tiempo (Levesque y Minniti, 2006), se explica no solo por tener menos edad se inicia un negocio también porque ellos son menos maduros, requieren un elevado costo de amortización, como iniciando los recién licenciados (Levesque y Minniti, 2006).

En la creación de nuevas empresas, muestra que la gente joven es más activa que las personas mayores, esta investigación estudia el rol de edad en la motivación con el crecimiento empresarial, el grupo de 25-34 años es el más activo en términos de iniciar un nuevo negocio, sugiere que los estudiantes de bachillerato muchos individuos ya pueden seriamente considerar el proceso de iniciar su propia empresa (Reynolds et al., 2002).

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 (Veciana, (1989).

El análisis del Marco Institucional Informal, está basado en la réplica del estudio en España, de Genescá y Veciana, (1984) sobre las “Actitudes hacia la Creación de Empresas” y en estudios posteriores que repiten y amplían éste (Aponte, 2002, Urbano, 2006 y López, 2010).

2. Planteamiento del problema.

Los programas de estudios y las unidades de aprendizaje pretenden incentivar la noción en el ámbito de la creación de empresas entre los estudiantes universitarios, considerando su juventud y el apoyo de las personas mayores, desde su percepción de deseo, viabilidad e intención de crear una empresa propia.

3. Objetivo.

En esta investigación se centra en buscar los factores del entorno que condicionan las actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios y empresarios nayaritas, considerando el marco de la Teoría Institucional, el objetivo que se planteo es el siguiente: Analizar la relación de dependencia entre la variable tipológica del potencial empresarial de la edad y la percepción de deseo, viabilidad e intención de crear una empresa propia en Nayarit comparada con España y Puerto Rico.

4.- Revisión de la literatura e hipótesis de investigación.

Los más jóvenes.

Existe literatura que muestra que aunque la probabilidad de iniciar un negocio es grande entre individuos mayores, la probabilidad de iniciar una empresa naciente es mayor entre individuos jóvenes (Blanchflower, 2004). El 91% son jóvenes emprendedores (Espí, et al., 2007); lo relacionado entre edad y la posibilidad de iniciar un negocio, la probabilidad de acometer la puesta en marcha de un nuevo negocio crece en individuos jóvenes y decrece a medida que se incrementa el número de años de vida, la distribución de la edad de una población puede ser importante para la parte de creación de nuevas empresas y por lo mismo presenta un modelo de acuerdo a la dinámica en la interacción de la edad, la aversión al riesgo y la riqueza de ser dependiente del tiempo, en el análisis en las implicaciones de edad para las opciones de estatus de empleo (Levesque y Minniti, 2006).

La probabilidad de ser emprendedor en iniciativas nacientes (de 0 a 3 meses de vida) se maximiza entre individuos jóvenes, los más jóvenes de un grupo de empresarios nacientes están preparando la puesta en marcha de sus negocios, el rango de la edad en la muestra de 18-26 años, con una media de 21.5, tiene a ser una ligera tendencia para gente joven a proveer calificación en la escala asignadas atractivo emprendedor, soporte normas nacionales e involucrados familiares cercanos en emprendedores (Blanchflower, 2004).

Los empresarios más jóvenes tienen más probabilidad, tienen una ambición de crecimiento que los empresarios mayores, esto puede ser atribuido al hecho de que los empresarios de más edad son menos innovadores, tienen más probabilidades de adherirse al status quo y tienen más

aversión al riesgo (Terjesen y Szerb, 2007), la corta edad de empresarios y de habilidades directivas son otros de los impedimentos a emprendedores en la transición económica; debajo del desarrollo de los sistemas de regulación, burocratismo y el tiempo consumiendo registros; necesidad para modernización de infraestructura y comunicación de redes, limitando el acceso a capital y limitado conocimiento y organización de servicios de mercado (Mugler, 2000)

Mediana Edad.

En estudios realizados respecto a la edad, la persona que toma la decisión de convertirse en empresario suele tener entre 25 y 40 años (Veciana, 1989), revela que los empresarios españoles tienen una edad media de 45 años y suelen comenzar su actividad a los 30 años, lo que coincide con lo observado en la mayoría de los países desarrollados (García et al., 2009), el promedio de edad de 22 años quienes son todavía universitarios son aún en general inciertos e indecisos respecto a sus intenciones de carrera (Van Gelderen et al., 2008).

La media de la edad de la CEOs para el rápido crecimiento compañías privadas americanas es de 34 años en 2001, y 32 en 2000 (Inc, 500, 2000, 2001); La edad media de los empresarios que comienzan un negocio es de 37 años (Honig y Karlsson, 2001); La estructura de edad de los emprendedores españoles para el año 2002 refleja unos rasgos generales similares a los del total de la muestra GEM para el año 2001, en el sentido de una preponderancia del grupo de edad entre 22 y 44 años (Coduras y Justo, 2002).

En un estudio realizado en EEUU, más del 60% de los emprendedores entre los 18 y 29 años afirman desear poseer su propio negocio y cerca del 80% de los que querrían ser emprendedores están entre los 18 y los 34 años de edad (Kuratko y Hodgetts, 2004); En otro estudio con 215 estudiantes de MBA. Autoeficacia empresarial - Entrepreneurial Self-Efficacy (ESE) muestran una edad media entre 29 años (Mueller y Conway, 2008).

En un estudio en China, Vietnam y las Filipinas en la muestra el rango de la edad (18-26 años, con una media de 21.5) tiene a ser una ligera tendencia para gente joven a proveer calificación en la escala asignadas atractivo emprendedor, soporte normas nacionales e involucrados con familiares cercanos en emprendedores, el rango de edad es muy probable atribuirlo a los

estudiantes de Filipinas que son generalmente más jóvenes que los estudiantes de China y Vietnam (Bauchn et al., 2006).

La investigación muestra la edad de 25-34 años son con frecuencia los más interesados en la creación de nuevos negocios (Harris y Gibson, 2008) coincide con (Minniti et al, 2005) esto es fundamental para universidades que ofrecen relevantes programas de educación empresarial ya que muchos jóvenes interesados en crear su propio negocio asistirán a estas instituciones.

Mayores.

Los importantes factores en la creación de empresas son los factores desencadenantes relativos a condiciones externas tales como la disponibilidad de financiación, educación, mercado laboral y la calidad de la existente infraestructura (Miller, 1983). La idea en creación de empresas de la relación entre género y la edad mostro que los hombres de 55 a 64 años los que continúan, tal vez después de la prejubilación o la jubilación, su actividad laboral a través de la creación de su propia empresa (Alvarez y Valencia, 2009).

La propensión a emprender se ve disminuida a media que el individuo tiene más años. (Blanchflower, 2004; Ruiz et al., 2009); Estudio GEM desde un enfoque multipaís, de 22 países, el índice TEA (Total Entrepreneurial Activiti), calculado a partir de la encuesta a la población de 18 a 64 años, registra el porcentaje de iniciativas emprendedoras llevadas a cabo en el periodo de un año (GEM, 2007), los factores del perfil sociodemográfico de los empresarios nacies y nuevos inciden en su comportamiento emprendedor, muestra que el grupo de emprendedores jóvenes de mayor relevancia es el comprendido en el rango de 25 a 34 años; el emprendedor naciente es un joven que inicia su carrera profesional por cuenta propia a una temprana edad.

También se observa un grupo de empresarios maduros, los hombres entre 54 y 64 años es un grupo emprendedor, este nuevo grupo de empresarios, tanto en las sociedades desarrolladas como en vías de desarrollo son jubilados o prejubilados con una esperanza de vida cada vez mayor que ven en la creación de empresas una oportunidad de continuar su desarrollo profesional, basándose en la experiencia profesional, logran aprovechar oportunidades de negocios detectadas y continuar explotando sus capacidades, conocimientos, destrezas y habilidades adquiridas (Álvarez y Valencia, 2009).

La mayoría de las nuevas empresas creadas en EEUU están entre los 25 y 34 años. (Reynolds, 1997), demuestra que las personas de entre 25 y 34 años de edad son las más propensas a la creación de nuevas empresas, la propensión a emprender se ve disminuida a media que el individuo tiene más años (Reynolds et al., 2003), las mujeres empresarias asiáticas en el Reino Unido de la muestra son mayores de edad y se sienten inhibidas y con más contrariedades que los hombres en la contraparte en su facilidad a actuar. (Dhaliwal y Kangis, 2006)

La influencia que tiene la edad de los emprendedores en la probabilidad de crear una empresa, diversos estudios ponen de manifiesto que existe una relación entre ambas variables, algunos determinan que esta relación no es lineal sino en forma de “U” invertida encontrándose su máximo en torno a los 35 años, esto depende del entorno social y del nivel de desarrollo de los territorios analizados (Arenius y Minniti, 2005; Reynolds et al., 2002).

Se supone que es normal que el 85% de los estudiantes universitarios sean menores de 26 años, están completando su ciclos formativos y los estudiantes mayores de 26 años, son un semillero de potenciales iniciativas empresariales, con mayor probabilidad de creación de una empresa propia. Esta variable, sirve para analizar como el paso por la universidad, a medida que aumenta el tiempo, afecta a las percepciones sobre la creación de empresas de los estudiantes (Ruiz et al., 2008).

Con respecto al efecto de la edad, en el análisis nos encontramos con que los empresarios de más edad tienen menos probabilidad de tener una ambición de crecimiento, la edad parece importante sólo en la fase inicial y no en fases posteriores, los empresarios que tienen más experiencia de la vida son más realistas y, por tanto, menos probabilidades de estado que quiere crecer su empresa tan grande como sea posible. En la revisión de la edad del empresario tiene un efecto negativo sobre el crecimiento de la naciente ambición empresarial. Los empresarios de edad avanzada tienen más experiencia (en la vida y los negocios) y por tanto, pueden ser más realistas con respecto al crecimiento (Verheul y Van Mil, 2009); La ausencia de un efecto de la edad de los jóvenes empresarios, que han adquirido experiencia empresarial, como alternativa, como las personas mayores pueden adjuntar menos valor a las ganancias futuras (Levesque y Minniti, 2006); Los resultados en este estudio se pueden argumentar en ser altos en especificación,

utilidad y formación de varios estudios que se utilizaron anteriormente (Van Gelderen et al., 2008)

Por lo que se considera la hipótesis: Existe relación entre la variable edad con la deseabilidad, viabilidad y la intención de los estudiantes universitarios de crear su propia empresa.

5. Metodología de la Investigación.

Cuestionario utilizado

El cuestionario utilizado se aplicó en diversos países y épocas en España, Puerto Rico y México, consta de un total de 25 preguntas, abiertas, cerradas y de Escala de Likert, esta validado por varias aplicaciones desde su construcción original por Genescá y Veciana, Cataluña-España (1984), Aponte, Puerto Rico (2002), Urbano, Cataluña-España (2006) y López, Nayarit-México (2010); En la pregunta cuatro sobre la edad esta relacionada con cuatro rangos: 1) menores de 20 años, 2) entre 20 y 35 años, 3) entre 36 y 55 años y 4) más de 56 años; la pregunta seis ¿Consideras deseable crear tu propia empresa? Si/no; La pregunta siete ¿Será más fácil o más difícil crear una empresa en la actualidad que en el pasado? Más fácil/Más difícil; y la pregunta ocho ¿Has pensado seriamente en crear tu propia empresa? No, nunca/ No, pero pienso integrarme en una empresa de mi familia/ Si, vagamente/ Si, tengo el firme propósito de crear una nueva empresa/ Otros (especifique).

Análisis de datos y resultados.

Para el análisis del Marco Institucional Informal se optó por obtener dos muestras representativas: una de 25 empresarios nayaritas y otra de 215 estudiantes universitarios en la Universidad Autónoma de Nayarit (U.A.N.).

Análisis del marco institucional informal.

La Teoría Económica Institucional de (North, 1990, 2005), en el análisis de los datos del Marco Institucional Informal, lo vamos a realizar de una serie de conclusiones relacionadas con las percepciones que sobre la deseabilidad, viabilidad e intencionalidad de crear una nueva empresa, que tienen las dos muestras investigadas al efecto: la de los empresarios y la de los estudiantes universitarios nayaritas comparándolas con las ya realizadas anteriormente en España y Puerto Rico..

Análisis del perfil de las muestras para el marco institucional informal.

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 las áreas de conocimiento: Económicas-Administrativas y Ciencias de la Salud; con una muestra de población de 215 encuestas.

Así como a los empresarios de Nayarit afiliados a Coparmex, la Secretaría 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.

Ficha Técnica de la Investigación:

A continuación en la tabla 1, se muestran los datos de la ficha técnica de los estudiantes encuestados en las investigaciones realizadas en los diversos países y épocas.

Tabla 1. Ficha técnica del estudio			
REFERENCIAS	ESPAÑA	PUERTO RICO	MÉXICO
ÁMBITO GEOGRÁFICO	Barcelona, España	Recinto de Cayey, Mayagüey, Río Piedras. (Puerto Rico)	Tepic, Nayarit, México
UNIDAD DE ANÁLISIS	Universidad Autónoma de Barcelona	Universidad de Puerto Rico	Universidad Autónoma de Nayarit
UNIVERSO DE LA POBLACIÓN	Curso de creación de empresas	Administración de Empresas, economía e ingeniería.	Área Económico Administrativas y ciencias de la salud.
PERIODO ESCOLAR	2003	2002	2008
TAMAÑO DE LA MUESTRA	837	435	215

Fuente: Presentamos los datos conjuntamente con los resultados de las investigaciones anteriores realizadas en España-Cataluña: Urbano (2003); para Puerto Rico: Aponte (2002) y México-Nayarit: López (2010).

Ficha técnica del estudio de Nayarit- México		
Datos	Estudiantes	Empresarios
Unidad de Análisis	Estudiantes Universitarios de la Universidad Autónoma de Nayarit.	Empresarios Nayaritas
Ámbito Geográfico	Tepic, Nayarit, México	Tepic, Nayarit, México
Universo de la Población	Estudiantes universitarios inscritos en 1° y último curso. Áreas: Económico Administrativas y Ciencias de la Salud.	Participantes 1ª Expo Coparmex
Periodo Escolar	2007-2008	2007-2008
Tamaño de la Población	2 886 estudiantes	213 empresarios
Tamaño de la muestra	215 estudiantes	25 empresarios
Fecha de realización	Abril a junio 2008.	Abril a mayo 2008

Fuente: Elaboración propia.

El procesamiento de datos de todos los datos primarios obtenidos en el trabajo de campo ha sido realizado mediante métodos cuantitativos, a través del programa estadístico SPSS, Versión 11.0. Las técnicas estadísticas utilizadas han sido una serie de estadísticas descriptivos, de una y dos variables, así como análisis de frecuencias o tablas de contingencias; comparaciones de medias, como el test estadístico “t”; las correlaciones bivariantes de Pearson o algunas pruebas no paramétricas, como la Chi-cuadrado.

El planteamiento de la investigación tiene un carácter tanto cualitativo como cuantitativo, siguiendo un enfoque exploratorio y descriptivo de tipo transversal múltiple. Enfoque exploratorio porque se buscan indicios sobre la naturaleza del problema de la creación de empresas bajo el marco institucional informal, tiene un carácter preliminar al incluir fuentes de información secundarias y entrevistas con expertos universitarios sobre las unidades de aprendizaje de sus licenciaturas cursadas y las posibles opciones de acción y las variables más relevantes a considerar, sobre las que descubrir posibles conexiones y así seleccionar diferentes precedencias para futuras investigaciones.

El método de recogida de la información fue la cumplimentación presencial de cuestionarios mediante encuesta estructurada y autoadministrada. El tipo de muestreo que se utilizó fue el muestreo aleatorio estratificado, con asignación proporcional por licenciatura y por las diferentes áreas de titulación.

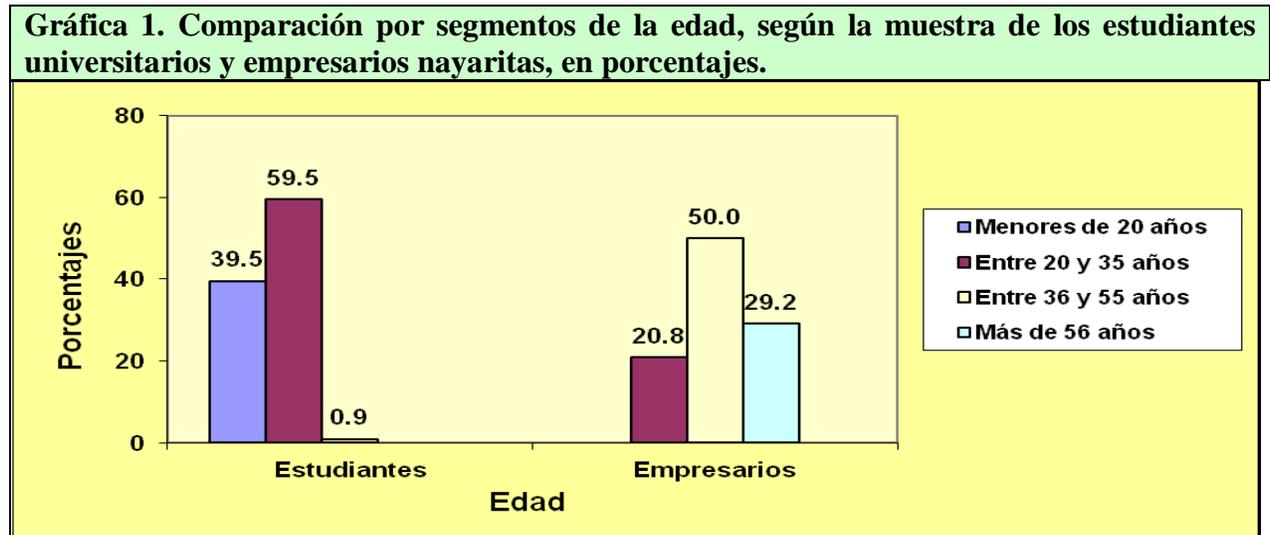
6. Resultados.

A continuación se muestran en las diferentes gráficas los resultados obtenidos según las encuestas aplicadas a las muestras seleccionadas de los estudiantes como a los empresarios nayaritas, el resumen conjunto de los perfiles de las dos muestras sería el siguiente:

Tabla 2. Características de la edad de las muestras de los estudiantes universitarios y empresarios nayaritas, en porcentajes.					
Variables tipológicas		Estudiantes	Nivel de Significancia	Empresarios	Nivel de Significancia
		n=214 %		n=24 %	
Edad	Menores de 20 años	39.53	P=197.07	0.00	P=1.6667
	Entre 20 y 35 años	59.54		20.83	
	Entre 36 y 55 años	0.93		50.00	
	Más de 56 años	0.00		29.17	

Fuente: Elaboración propia.

La edad media de la muestra de los empresarios es de entre 36 y 55 años (50.0%), mientras que la gran mayoría de los estudiantes está entre 20 y 35 años (59.54%), resultando no significativa en los estudiantes universitarios y empresarios (ver tabla 2).



Fuente: Elaboración propia.

Cruce deseabilidad con edad.

La siguiente tabla 3 nos muestra si existe una relación entre la variable edad de la muestra de estudiantes nayaritas y el deseo de crear o fundar su propia empresa.

En ella observamos, que todos los grupos de edad muestra unos mayores porcentajes afirmativos que negativos ante la pregunta de deseabilidad de crear una empresa propia.

Estudiantes		Deseo		Nivel de Significancia
Variables tipológicas		SI %	NO %	Valor de Chi-cuadrado
Deseo-Edad	Menos de 20 años	92.94	7.06	P=0.6571
	Entre 20 y 25 años	89.34	10.66	
	Más de 26 años	100	-0-	

Fuente: Elaboración propia.

La influencia de la variable edad sobre el deseo de fundar una empresa propia, no resulto estadísticamente significativo, valor de Chi-cuadrado 0.6571, como podemos ver en la tabla 3.

Gráfica 2. Comparación entre la edad y el deseo de crear una empresa, según la muestra de los estudiantes universitarios, en porcentajes.



Fuente: Elaboración propia.

Cruce viabilidad con edad.

La siguiente (tabla 4) nos muestra si existe una relación entre la variable edad de los estudiantes universitarios nayaritas y la percepción de viabilidad de crear o fundar una nueva empresa.

Tabla 4. Tabulación cruzada entre la variable edad y la viabilidad de crear una empresa propia, según la muestra de los estudiantes universitarios nayaritas.				
Estudiantes		Viabilidad		Nivel de Significancia
Variables tipológicas		Más Fácil %	Más difícil %	Valor de Chi-cuadrado
Viabilidad - Edad	Menos de 20 años	40.0	60.0	P=0.0828
	Entre 20 y 25 años	58.0	42.0	
	Más de 26 años	67.0	33.0	

Fuente: Elaboración propia.

La relación entre la variable edad y la percepción de viabilidad de crear una empresa, ha resultado estadísticamente significativa (P=0.0828). El nivel de dificultad para crear una empresa en la actualidad con relación al pasado. Si difiere, del rango de edades de los estudiantes de la UAN; La población de estudiantes que más se les facilita crear una empresa en la actualidad que en el pasado son los del rango de mayores de 26 años y la población de estudiantes que más se les dificulta crear una empresa en la actualidad que en el pasado tienen menos de 20 años de edad.

Gráfica 3. Comparación entre la edad y la viabilidad de crear una empresa, según la muestra de los estudiantes universitarios nayaritas, en porcentajes.



Fuente: Elaboración propia.

Cuando analizamos la (tabla 4), observamos que el grupo de menor edad es el que respondió con porcentaje más bajos, sobre la mayor facilidad de crear una empresa en la actualidad que en décadas anteriores (siendo menores que la muestra total), mientras que los grupos intermedios, creen que es más fácil (siendo mayores al total de la muestra).

Si tenemos en cuenta que los estudiantes universitarios se encuentran en un 58% de los casos incluidos en el grupo de edad de 20-25 años; los estudiantes de más de 26 años con el 67% consideran más fácil crear una empresa propia, esto resulta significativo, sólo un 55% en promedio considere más fácil crear hoy una empresa que en décadas pasadas.

Cruce intencionalidad con edad.

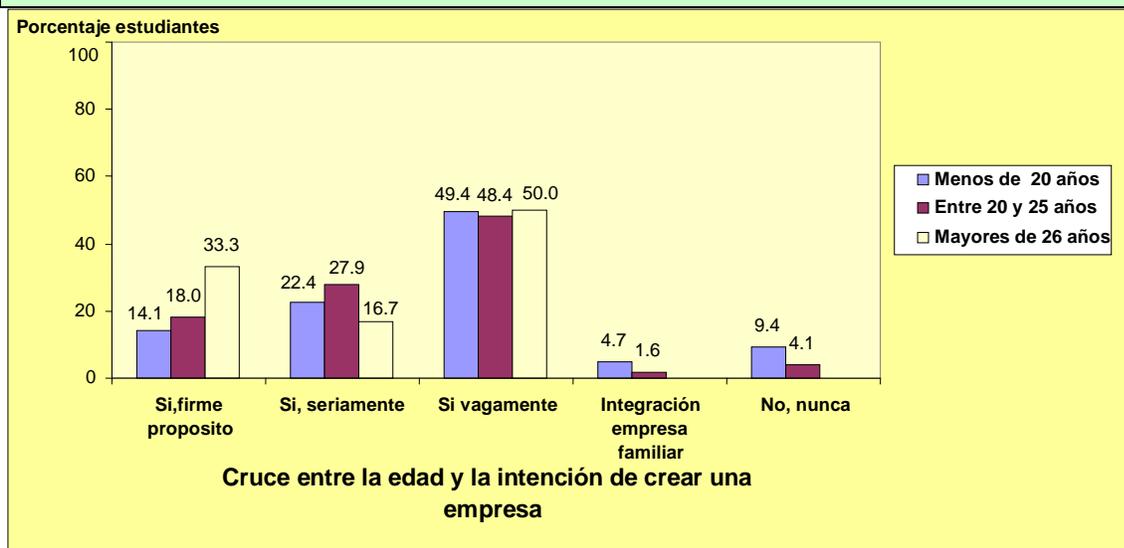
La siguiente tabla nos muestra no existe una relación significativa a nivel estadístico resultando el valor de Chi-cuadrado 0.4029, entre la variable edad de los estudiantes universitarios y la intención de crear o fundar su propia empresa,

Tabla 5. Tabla de contingencias del cruce entre la Intención de crear una empresa y la variable tipológica edad de la muestra de los estudiantes universitarios nayaritas, en porcentajes y nivel de significancia.												
Estudiantes		Intención										Nivel de Significancia
Variables tipológicas		Si, firme propósito		Si seriamente		Si vagamente		No, pero integración empresa familiar		No nunca		Valor de Chi-cuadrado
Intención - Edad	Menos de 20 años	14.1	5.8	22.4	8.8	49.4	19.5	4.7	1.9	9.4	3.7	P= 0.4029
	Entre 20 y 25 años	18.0	10.2	27.9	15.8	48.4	27.5	1.6	0.9	4.1	2.3	
	Entre 26 y 35 años	33.3	0.9	16.7	0.5	50.0	1.4	-0-	-0-	-0-	-0-	
	Más de 35 años	-0-	-0-	100	0.9	-0-	-0-	-0-	-0-	-0-	-0-	
	Total	-0-	16.9	-0-	26.0	-0-	48.4	-0-	2.8	-0-	6.0	

Fuente: Elaboración propia.

Como podemos observar en la tabla 5, los estudiantes que dicen que nunca han pensado en crear su propia empresa, tienen sus porcentajes más altos los menores de 20 años (9.4%) y baja de entre los de 20 y 25 años (4.7%). Es lógico, que las personas cuando más jóvenes son, menos se hayan planteado fundar una empresa. Se lo plantean fundamentalmente entre los 20 y 25 años, como nos demuestran los porcentajes afirmativos; “sí, vagamente” (48.4%), “sí seriamente” (27.9%) y “sí, tengo el firme propósito...” (18.0%).

Gráfica 4. Comparación entre la edad y la intención de crear una empresa, según la muestra de los estudiantes universitarios nayaritas, en porcentajes.



Fuente: Elaboración propia.

Resumen de los diferentes cruces.

Por último, para terminar con las diferentes tabulaciones cruzadas que hemos llevado a cabo, nos gustaría resumir en la (tabla 6) con los diferentes resultados obtenidos en la muestra de estudiantes universitarios nayaritas.

Tabla 6. Resumen de la existencia de relaciones de dependencia entre las variables consideradas según la muestra de los estudiantes universitarios nayaritas			
Variables	DESEABILIDAD	VIABILIDAD	INTENCIONALIDAD
¿Existe relación?	Estudiantes	Estudiantes	Estudiantes
Edad	NO	SI P.0828	NO

Fuente: Elaboración propia.

Así mismo presentar el resumen de la variable edad, en la muestra de los estudiantes universitarios, comparando con las diversas aplicaciones del cuestionario utilizado en España, Puerto Rico y México, referente a la deseabilidad, viabilidad e intención de crear una empresa propia, resultando los siguientes datos..

Tabla 7. Resumen de la existencia de relaciones de dependencia entre las variables consideradas, según las muestras de los estudiantes universitarios de las investigaciones de Nayarit-México, Cataluña-España, Puerto Rico y primera Investigación en España 1984.

Variables:	NAYARIT MÉXICO López			ESPAÑA Cataluña Urbano			PUERTO RICO Aponte			INVESTIG. Genescá y Veciana		
	D	V	I	D	V	I	D	V	I	D	V	I
Edad	X	Si	X	X	X	Si	X	X	X	X	X	X

D: Deseabilidad, V: Viabilidad, I: Intencionalidad; X=No Significativa.

Fuente: Para Cataluña: Urbano (2006); para Puerto Rico: Aponte (2002); para Cataluña: Genescá y Veciana (1984) y para Nayarit-México: López (2010).

La tabla 8 nos muestra, para los diversos estudios efectuados, las diferentes respuestas y niveles de intencionalidad dados para la pregunta “¿Has pensado seriamente en crear tu propia empresa?”

Tabla 8. Intencionalidad de crear una empresa propia en Nayarit-México, Cataluña-España, Puerto Rico e Investigación 1984, según la muestra de los empresarios, directivos de empresas y estudiantes universitarios.

Pregunta: Intención ¿Has pensado seriamente en crear tu propia empresa?	NAYARIT MÉXICO López 2010		ESPAÑA Cataluña Urbano 2006		PUERTO RICO Aponte 2002	INVESTIG. Genescá y Veciana 1984
	Empresarios %	Estudiantes %	Directivos de Empresas	Estudiantes %	Estudiantes %	Estudiantes %
Si, firme propósito	54.17	16.7	25.0	10.0	16.1	6.5
Si, seriamente	37.50	26.0	35.3	18.7	28.7	14.2
Suma=	91.67	42.7	60.3	28.7	44.8	20.7
Si, vagamente	8.33	48.4	21.2	56.8	40.3	43.5
No, integración empresa familiar	-o-	2.8	1.4	3.5	2.1	3.9
No, nunca	-o-	6.1	10.3	11.0	10.8	31.6
Otros /no indica	-o-	-o-	6.8	-o-	-o-	-o-

Fuente: Para Cataluña: Urbano 2006; para Puerto Rico: Aponte 2002; para Cataluña: Genescá y Veciana 1984 y para Nayarit-México: López 2010.

Si comparamos las muestras de estudiantes universitarios en las cuatro investigaciones, tal como se hace en la tabla anterior, podemos observar que la intencionalidad es mayor, con el firme propósito en crear su propia empresa, en los estudiantes de Nayarit (16.7%) y los de Puerto Rico (16.1%), frente al 10% en Cataluña, incrementando la intencionalidad a la de año 1984 que era (6.5%).

Los resultado encontrados en la muestra de estudiantes en los tres países comparados, en relación con la variable edad con la percepción de deseabilidad, viabilidad e intención, siendo significativas para Urbano (2006) en Cataluña, con la percepción de intencionalidad; para México (2010) con la percepción de viabilidad, en las demás investigaciones resultaron no ser significativa.

7. Conclusiones.

Los resultados en los tres países comparados, en la muestra de los estudiantes nayaritas la edad del empresario influye positivamente en la percepción de viabilidad considerando que es más fácil la creación de la empresa; y en la muestra de los estudiantes en España, influye positivamente en la percepción de la intención en tener un firme propósito de crear una empresa propia.

A continuación se plantean las conclusiones más relevantes de las investigaciones y las principales implicaciones de los resultados obtenidos tanto de la perspectiva de los estudiantes coincidiendo los países comparados desde tres puntos de vista diferentes pero complementarios entre ellos: el académico, el empresarial y el económico.

Desde el punto de vista académico:

Estos estudios ayudan a las universidades a revisar y actualizar sus planes de estudios, a fomentar las actividades de vinculación con el sector productivo incluyendo programas de educación empresarial con conocimientos actualizados y habilidades en las prácticas profesionales. Lo que resulta que los estudiantes universitarios son más activos, con más vitalidad, con experiencia y más conocimientos en habilidades directivas estimulando la intención de crear su propia empresa.

Desde el punto de vista empresarial:

La creación de empresas y el emprendedurismo social hacen hincapié en el entorno eficiente del fenómeno emprendedor con la creación y gestión de nuevas empresas. Con estas investigaciones se procura dar una noción precisa del marco institucional informal de la creación de empresas y los resultados empíricos de este trabajo podrían servir de ejemplo, sensibilizando a los estudiantes universitarios a ser potenciales empresarios y a la sociedad en general de la importancia de generar una actitud emprendedora, tanto en representaciones económicas como sociales, cuyo resultado obtenido es la viabilidad e intención de crear empresas propias.

Desde el punto de vista de política económico:

Con los resultados de estas investigaciones se procura gestionar el apoyo que las universidades les proporciona a los universitarios al vincularse con el sector productivo, al potenciar las prácticas en empresas supervisadas, crear foros empresariales, visitas de los empresarios a las universidades y ofrecer bolsas de trabajo, imaginando que esta relación les permite tener una visión más generalizada sobre el manejo y la decisión de crear una empresa propia, fomenta la mentalidad de dejar de ser empleados y convertirse en exitosos empresarios.

8. Futuras líneas de investigación.

El análisis de los perfiles, en la medida que lo permitan los tipos de datos obtenidos, lo realizaremos conjuntamente para dar mayor riqueza comparativa al análisis de Nayarit con los países de España y Puerto Rico, se puede aplicar el cuestionario validado en otros Estados de la Republica Mexicana para comparar los resultado.

Seguimiento de los estudiantes egresados y análisis de su actitud emprendedora, si modifican su intención de crear una empresa propia al tener mayor edad e incentivar la noción en el ámbito de la creación de empresas entre los universitarios.

9. Referencias bibliográficas.

- Almeida, J. y Borges, M. (2009): "Propensity for Entrepreneurship among university students", *The Business Review*, vol. 12, no. 1, pp. 308-314.
- Álvarez, A. y Valencia, P. (2009): "Empresario y Entorno: Creación de Empresas en los países participantes en el GEM". IV Internacional Workshop of Research based on GEM, Contribution of GEM data to Advancing Entrepreneurship Research, June, Cádiz, Spain.
- Aponte, M. (2002): "Factores condicionantes de la creación de empresas en Puerto Rico: Un enfoque institucional". Tesis doctoral. Universidad Autónoma de Barcelona, Abril.
- Arenius, P. y Minniti, M. (2005): Perceptual variables and nascent Entrepreneurship. *Small Business Economics*, vol. 24, no. 3, pp. 249-265.
- Bager, T. y Schott, T. (2004): Growth expectation by entrepreneurs in nascent firms, baby businesses and mature firms: analysis of GEM population data 2000-2003, inc: T. Bager and Hancock, M. (eds.) *Global Entrepreneurship Monitor*. Denmark, 2003 (281-291), Borsens Forlag. En Verheul, I. y Van Mil, L. (2009): "What determines the growth ambition of dutch early-stage entrepreneurs?", GEM workshop paper Cadiz, June.
- Bauchn, Ch., Cao, J., Thi L., Lim, V. y Neupert, K. (2006): "Normative, social and cognitive predictors of entrepreneurial interest in China, Vietnam y las Filipinas", *Journal of Developmental Entrepreneurship*, vol. 11, no. 1, pp. 57-77.
- Blanhflower, D.G. (2004): "Self-employment: More may not be better" NBER Working paper, no. 10286. En Minniti, M. y Nardone, C. (2007): "Being in someone else's shoes: the role of gender in nascent Entrepreneurship", *Small Business Economics*, vol. 28, pp. 223-238.
- Cassar, G. (2006): Entrepreneur opportunity costs and intended venture growth, *Journal of Business Venturing*, 21, pp. 610-632. En Verheul, I. y Van Mil, L. (2009): "What determines the growth ambition of dutch early-stage entrepreneurs?", GEM workshop paper Cadiz, June.
- Coduras, A. y Justo, R. (2002) *Global Entrepreneurship Monitor*. Informe GEM España.
- Cowling, M. and Taylor, M. (2001): Entrepreneurial women and men: two different species? *Small Business Economics*, vol. 16, no. 3, pp. 167. En Almeida, J. y Borges, M., (2009):

- Propensity for Entrepreneurship Among University Students”, *The Business Review*, Cambridge, vol. 12, no. 1, summer, pp. 308-316.
- Dhaliwal, S. y Kangis, P. (2006): “Asians in the UK: gender generations and Enterprise”, *Equal Opportunities International*, vol. 25, no. 2, pp. 92-108.
- Espíritu, R. y Sastre, M. (2007): “La actitud emprendedora durante la vida académica de los estudiantes universitarios”, *Cuadernos de Estudios Empresariales*, vol. 17, pp. 95-116.
- Espí, M., Arana, G., Heras, I. y Díaz, A. (2007): “Perfil emprendedor del alumnado universitario del campus de Gipuzkoa de la UPV/EHU”, *Revista de Dirección y Administración de Empresas*, no. 14, pp. 83-110.
- García, A., Crespo, J.L., Pablo, F. y Crecente, F. (2009): “Emprendedores y Empresas en España: Un enfoque Ecléctico”, *IV Internacional Workshop of Research based on GEM, Contribution of GEM data to Advancing Entrepreneurship Research*, June, Cádiz, Spain.
- Gelderen, M.; Bosma, N. y Thurik, R. (2001): “Setting up a business in the Netherland: Who starts, who gives up, who is still tryin”, *Frontiers of Entrepreneurship Research*. <http://www.babson.edu/entrep/fer/Babson2001/IG/IG.htm> consultado el 29 de mayo de 2010.
- Genescá, E. y Veciana, J. (1984): “Actitudes hacia la creación de empresas” *Información Comercial Española ICE*, n.º 611, julio pp.147-155
- Global Entrepreneurship monitor. Informe ejecutivo GEM, España, 2007.
- González, F. (2006) “Creación de Empresas, Guía del emprendedor” Ediciones Pirámide, España. pp. 397.
- Grilo, I. y Irigoyen, J.M. (2006): “Entrepreneurship in the EU: to wish and not to be. *Small Business Economics*, vol. 26, no. 4, pp. 305-318.
- Harris, M. y Gibson, S., (2008): “Examining the entrepreneurial attitudes of US business students”, *Education+Training*, vol. 50, no. 7, pp. 568-581.
- Holtz-Eakin, D., Joulfaian, D. y Rosen, H.S. (1994): Entrepreneurial decision and liquidity constraints. *The Rand Journal of Economics* vol. 25, no. 2, pp. 334-347. En Almeida, J. y Borges, M., (2009): Propensity for Entrepreneurship Among University Students”, *The Business Review*, Cambridge, vol. 12, no. 1, summer, pp. 308-316.

- Honig, B. y Karlsson, T. (2001): "Business plans and the nascent firm: A study of instrumental and institutional theories, *Frontiers of Entrepreneurship Research*. <http://www.babson.edu/entrep/fer/Babson2001/I/IB/IB.htm> consultado abril 2010.
- Inc. 500, 2001, 2000. The 2001, 2000. Inc. 500 almanac, p. 77. p. 58. En Levesque, M. y Minniti, M. (2006): "The effect of aging on entrepreneurial behavior", *Journal of Business Venturing*, vol. 21, no. 2, pp. 177-194.
- Kuratko, D.F. y Hodgetts, R.M. (2004): "Entrepreneurship", 6th edition, Thompson, South, Western.
- Levesque, M. y Minniti, M. (2006): "The effect of aging on entrepreneurial behavior", *Journal of Business Venturing*, vol. 21, no. 2, pp. 177-194.
- López, G. (2010): "La actitud emprendedora de los universitarios y empresarios de Nayarit: Un análisis institucional", Tesis doctoral. Universidad de Cantabria, España.
- Miller, D., (1983): "The correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Management Science* 29 (7), pp. 770-791. En Levesque, M. y Minniti, M. (2006): "The effect of aging on entrepreneurial behavior", *Journal of Business Venturing*, vol. 21, no. 2, pp.177-194.
- Minniti, M. Allen, I.E. y Langowitz, N. (2005): *Global Entrepreneurship Monitor: 2005 Report on women and Entrepreneurship*, Babson College, Babson Park, MA.
- Mueller, S. Conway, M., (2008): "Gender role orientation as a determinant of entrepreneurial self efficacy", *Journal of Developmental Entrepreneurship*, vol. 13, no. 1, pp. 3-20.
- Mugler, J. (2000): "The climate for entrepreneurship in european countries in transition, in Sexton, D.L. y Landström, H. (eds), *The blackwell handbook of Entrepreneurship* (Oxford/Malden: Bkackwell), pp. 150-175. En Verheul, I., van Stel, A. y Thurik R. (2006): "Explaining female and male Entrepreneurship at the country level", *Entrepreneurship and Regional Development*, vol. 18, march, pp. 151-183.
- North, D. (2005): *Understanding the Process of Economic Change*. Princeton. University Press. En Caballero, G. y Kingston Ch. (2005): "Cambio cultural, dinámica institucional y ciencia cognitive: Hacia una comprensión multidisciplinaria del desarrollo económico", *Revista de Economía Institucional*, vol. 7, no. 13, pp. 327-335.

- North, D.C. (1990), "Institutions, Institutional Change and Economic Performance". Cambridge (UK) Cambridge University Press; en González F. (2006): "Creación de empresas, Guía del emprendedor", Ediciones Pirámide, España.
- Reynolds, P.D. Bygrave, B., y Hay, M. (2003): Global Entrepreneurship monitor report. Kansas city, MO: E.M. Kauffman Foundation.
- Reynolds, P., Carter, N. Gartner, W. Greene, P. y Cox, L. (2002): "The entrepreneur next door, characteristics of individuals starting companies in América" Ewing Marion Kauffman Foundation, Kansas City, MO.
- Reynolds, P.D. (1997): "Who starts new firms? Preliminary explorations of firms-in-gestation", Small Business Economics, vol. 9, pp. 449-462. En De la Vega, I.; Justo, R.; Coduras, A.; Nogueira, M. P. (2006) Global Entrepreneurship Monitor. Informe GEM España.
- Ruiz, M., Fuentes, M., Rodríguez, L. y Rodríguez, S. (2009): "El emprendedor potencial en España: Factores socioeconómicos, perceptuales y relacionales", IV Internacional Workshop of Research based on GEM, Contribution of GEM data to Advancing Entrepreneurship Research, june, Cádiz, Spain.
- Ruiz, J., Rojas, A. y Suárez, A. (2008): "Actitudes de los estudiantes universitarios de Andalucía ante la creación de empresas", Servicio de publicaciones de la universidad de Cádiz. Primera edición. Fueca.
- Sandberg, W.R. y Hofer, C.W. (1987): "Improving new venture performance: The role of strategy, industry structure, and the entrepreneur", Journal of Business Venture, vol. 2, pp. 5-28. En Levesque, M. y Minniti, M. (2006): "The effect of aging on entrepreneurial behavior", Journal of Business Venturing, vol. 21, no. 2, pp. 177-194.
- Terjesen, S. y Szerb, L. (2007): Dice thrown from the beginning? Determinants of entrepreneurial firm growth expectations, unpublished manuscript (January 15 th,) En Verheul, I. y Van Mil, L. (2009): "What determines the growth ambition of dutch early-stage entrepreneurs?", GEM workshop paper Cadiz, june.
- Toledano, N. (2006): "Las perspectivas empresariales de los estudiantes universitarios: un estudio empírico" Revista de Educación, 341, septiembre-diciembre, pp. 803-825.

- Urbano, D. (2006): “La creación de empresas en Catalunya: organismos de apoyo y actitudes hacia la actividad emprendedora” Colección de estudios, 1ª edición, Departamento de Trabajo e Industria, Gobierno de Catalunya, Fondo Social Europeo, pp. 230.
- Van Gelderen, M., Brand, M., Van Praad, M., Bodewes, W., Poutsma, E. y Van Gils, A. (2008): “Explaining entrepreneurial intentions by means of the theory of planned behaviour”, *Career Development International*, vol. 13, no. 6, pp. 538-559.
- Veciana, J.M. (1989): “Características del empresario en España”, *Papeles de economía española*, no. 39/40. En Toledano, N. (2006): “Las perspectivas empresariales de los estudiantes universitarios: un estudio empírico” *Revista de Educación*, 341, septiembre-diciembre, pp. 803-825.
- Verheul, I., Wennekers, S., Audretsch, D. y Thurik, A.R. (2001): *An eclectic theory of entrepreneurship: Policies, institutions and cultura*. Discussion Paper 01-030/3. Tinbergen Institute. En Almeida, J. y Borges, M., (2009): *Propensity for Entrepreneurship Among University Students*”, *The Business Review*, Cambridge, vol. 12, no. 1, summer, pp. 308-316.
- Verheul, I. y Van Mil, L. (2009): “What determines the growth ambition of dutch early-stage entrepreneurs?”, GEM workshop paper Cadiz, june.