

## **LA INFLUENCIA QUE TIENE LA EDAD DE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS EN LA ACTITUD EMPRENDEDORA**

### **THE INFLUENCE THAT THE AGE OF UNIVERSTY STUDENTS HAS ON THEIR ENTREPRENEURIAL ATTITUDE**

**Georgina del C. López<sup>1</sup>, Juan F. Gómez<sup>1</sup>, José F. Haro<sup>1</sup>**

Universidad Autónoma de Nayarit, Unidad Académica de Contaduría y Administración,  
Ciudad de la Cultura Amado Nervo, Tepic, Nayarit - México  
(e-mail: ginaagraz102@hotmail.com, fragc@hotmail.com, fco.haro@hotmail.com)

#### **RESUMEN**

El presente estudio se aborda la influencia que tiene la edad de las personas con la intención de crear su propia empresa. Se analiza 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 diferentes países y épocas con estudiantes universitarios en Nayarit-México comparada con otros autores en Cataluña-España y Puerto Rico. 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 madurez de las personas mayores, así como la jovialidad, vitalidad, actualización y destrezas informáticas de los estudiantes jóvenes.

#### **ABSTRACT**

This study deals with the influence of the age of people with the intention of starting their own business. It analyzes the dependence relationship between variable business potential typological age and perception of desire, feasibility and intention of setting up a business in different countries and eras with university students in Nayarit, Mexico compared to others in Catalonia, Spain and Puerto Rico. The results are related in Catalonia, with the perception of intentionality to Mexico with the perception of viability, in Puerto Rico resulted not to be significant, concluding that creates age-related forces in the creation of enterprises with the experience and maturity of the seniors and the joviality, vitality, and upgrade computer skills of young students.

Palabras clave: edad del empresario; jóvenes emprendedores; estudiantes universitarios; creación de empresas  
Keywords: age of the entrepreneur; young entrepreneurs; university students; entrepreneurship

## INTRODUCCIÓN

La edad del empresario es un factor categórico de dos fuerzas relacionadas con la actuación empresarial: la experiencia y la vitalidad. Los jóvenes tienen vitalidad, conocimientos actualizados, son más propensos a la asunción de riesgos (Sandberg & Hofer, 1987), y los individuos adultos tienen más experiencia, pero también pueden reducir el reconocimiento de oportunidades, en algunas ocasiones se ven mermados en sus capacidades físicas y mentales o pueden estar menos capacitados para generar nuevas ideas y aprender nuevos comportamientos (Espíritu & Sastre, 2007), por lo que se considero investigar si la edad de las personas influye en la intención de crear su propia empresa.

La edad como uno de los factores socio demográficos que influyen en la creación de empresas (Grilo & Irigoyen, 2006), fundamento que en diversas investigaciones realizadas la variable edad no tiene influencia en la intencionalidad y ambición sobre la creación de empresas (Toledano, 2006; Bager & Schott, 2004; Cowling & Taylor, 2001; Almeida & Borges, 2009), sin embargo discrepar en sentido favorable, se reflexiona que en ciertas etapas de la vida hay más disponibilidad en crear un negocio, por diversos aspectos como actitudes, la experiencia profesional, la aversión al riesgo y riqueza, así como más capital humano y social (Verheul *et al.*, 2001; Holtz-Eakin *et al.*, 1994; Levesque & 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 & Minniti, 2006). Se argumenta que la edad influye en la decisión con respecto a creación de empresas encaminado a ser relativo a percepciones de auto-eficacia y no depende de incentivos socio-económicos (Urbano, 2006). Aunque la persona cambia de opinión con el paso 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, se explica no solo por tener menos edad al iniciar un negocio, que los jóvenes universitarios tienen menos madurez (Levesque & Minniti, 2006), por ello requieren un elevado costo de amortización, como inician los recién egresados hasta adquirir experiencia profesional.

Por lo comentado en diversas investigaciones sobre la creación de nuevas empresas (Harris & Gibson, 2008; Minniti *et al.*, 2005), estudiando el rol de edad en la motivación con el crecimiento empresarial, muestran que la gente joven es más activa que las personas mayores, el grupo de 25-34 años de edad es el más dinámico en términos de iniciar un nuevo negocio, sugieren que los estudiantes universitarios son los individuos que ya pueden seriamente considerar el proceso de iniciar su propia empresa.

De acuerdo con investigaciones recientes (Harris & Gibson, 2008; Ruiz *et al.*, 2008), comprometidas 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, son los estudiantes universitarios las fuentes más prometedoras de futuros empresarios, y por ende de empleo con alto valor desarrollado, la edad es considerada como una de las causas de la creación de nuevas empresas en el nivel microeconómico, con la determinación de iniciar a ser o no empresario; y en el macroeconómico, contribuye a la actividad empresarial.

La presente investigación se centra en buscar los factores del entorno que condicionan las actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios nayaritas, considerando el marco de la Teoría Institucional. Se analiza la relación de dependencia entre la variable tipológica del potencial empresarial de la edad y la percepción de deseo, la viabilidad e intención de crear una empresa propia en Nayarit (México) comparando la intención de crear una empresa propia con otras investigaciones realizadas anteriormente por otros autores en España y Puerto Rico.

## ANTECEDENTES

La presente investigación, sobre la influencia que tiene la edad de los estudiantes universitarios en la actitud emprendedora, tiene como referencia la Teoría Institucional, desde la perspectiva de Douglas North, constituye un marco teórico excelente para el estudio de la creación de empresas. Su principal idea es que para que se produzca crecimiento económico a largo plazo deben existir una serie de instituciones que protejan los derechos individuales y eviten las corrupciones políticas, económicas, legales o sociales. North plantea que "las instituciones son las reglas de juego en una sociedad o, expresado más formalmente, las instituciones serían las limitaciones ideadas por las personas que dan forma a la interacción humana" North (1990; 2005). La Teoría Institucional distingue entre aspectos formales e informales, los formales que condicionan las nuevas empresas, son los organismos y las medidas de apoyo a la creación de empresas y comprenden las leyes, los reglamentos y los procedimientos gubernamentales; los informales, que se refiere a las actitudes de la sociedad hacia la creación de empresas e incluyen las ideas, las creencias, las actitudes y los valores de las personas, o sea la cultura de una sociedad determinada.

Para esta investigación se referirá en el análisis del Marco Institucional en el aspecto Informal (Actitudes de los estudiantes universitarios hacia la creación de empresas), la cual está basado en la investigación original del estudio realizado en España por Genescá y Veciana (1984) sobre las "Actitudes hacia la Creación de Empresas" y en la réplica de estudios posteriores que repiten y amplían el cuestionario original, aplicado en diferentes países y épocas, Puerto Rico (Aponte, 2002); España (Urbano, 2003) y la actual México (López, 2010).

Se pretende fomentar el interés en las instituciones de educación superior, ya que se considera que la intención de crear su propia empresa crece en individuos jóvenes y decrece a medida que se incrementa el número de años de vida (Levesque & Minniti, 2006), los jóvenes emprendedores tienen mayor probabilidad de iniciar una empresa naciente que los individuos mayores, considerando el rango de edad entre 18-26 años, para formar un atractivo emprendedor (Blanchflower, 2004), indicando que entre las principales características en los jóvenes emprendedores destacan las siguientes: tienen una mayor ambición de crecimiento, son más innovadores y tienen más aversión al riesgo (Terjesen & Szerb, 2007), así como la actualización en habilidades directivas, la facilidad en redes sociales de comunicación (Mugler, 2000), aprovechando dichas cualidades para incentivar a los jóvenes estudiantes universitarios en la creación de su propia empresa.

En estudios realizados revisando la literatura en España respecto a la edad, se encontró que en cierto sentido la persona que toma la decisión de convertirse en empresario suele tener una edad media entre 25 y 40 años (Veciana, 1989), también revelan 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), 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 & Justo, 2002), en consecuencia 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). Se puede entender, entonces, a los estudiantes cuando ingresan a su vida universitaria lo inimaginable que es para ellos, por su juventud, considerar la intención de crear su propia empresa.

Examinando otras investigaciones efectuadas en EEUU, se mostro que más del 60% de los estudiantes entre los 18 y 34 años afirman desear poseer su propio negocio y cerca del 80% de los que querrian ser emprendedores están entre los 18 y los 29 años de edad (Kuratko & Hodgetts, 2004); por otro lado en la mayoría de las nuevas empresas creadas en EEUU, la edad de los empresarios está entre los 25 y 34 años (Reynolds, 1997). Esto demuestra que las personas entre esos rangos de edad, son las más propensas a la creación de nuevas empresas, no obstante, el interés a emprender se ve disminuido a medida que el individuo tiene más años (Reynolds *et al.*, 2003; Blanchflower, 2004; Ruiz *et al.*, 2009). Otro estudio similar con 215 estudiantes de MBA, sobre autoeficacia empresarial (Entrepreneurial Self-Efficacy - ESE), muestran una edad media de 29 años

(Mueller & Conway, 2008). Contrario a lo mencionado anteriormente, que decrece el interés a mayor edad, en otro estudio resultó que la edad media de los empresarios que comienzan un negocio es de 37 años (Honig & Karlsson, 2001).

De la misma forma en otro estudio efectuado en los países de China, Vietnam y Filipinas, sobre el atractivo emprendedor considerando la edad, se obtuvo como resultados que los jóvenes de 18- 23 años en Filipinas son más emprendedores que en los otros países (Bauchn *et al.*, 2006), suponen que tienen menos edad en esos países para considerarse emprendedores; en sentido contrario con las diversas investigaciones en la muestra de los jóvenes con edad entre 25-34 años, son con frecuencia los más interesados en la creación de nuevos negocios, como lo que revelan una serie de estudios realizados (Harris & Gibson, 2008; Minniti *et al.*, 2005; Verheul *et al.*, 2001; Reynolds, 1997).

Es significativo en el curso de esta búsqueda un estudio GEM realizado desde un enfoque multipaís (22 países), el índice TEA (Total Entrepreneurial Activity), 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), indican que los factores del perfil sociodemográfico de los empresarios nacientes y nuevos inciden en su comportamiento emprendedor, mostrando que el grupo de emprendedores jóvenes de mayor relevancia es el comprendido en el rango de 25 a 34 años, de manera que el emprendedor naciente es un joven que inicia su carrera profesional por cuenta propia a una temprana edad.

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 a los 35 años, esto depende del entorno social y del nivel de desarrollo de los territorios analizados (Arenius & Minniti, 2005; Reynolds *et al.*, 2002), se supone que es normal que el 85% de los estudiantes universitarios sean menores de 26 años, que están completando su ciclo formativo, y los estudiantes egresados mayores de 26 años, son un semillero de potenciales iniciativas empresariales, con mayor probabilidad de crear una empresa propia. Los autores de este trabajo coinciden que esta variable, sirve para analizar como el paso por la universidad, a medida que aumenta la edad, fomenta la percepción de intención sobre la creación de empresas de los estudiantes (Ruiz *et al.*, 2008).

Los factores importantes en la creación de empresas son los que están asociados a condiciones externas, tales como: la disponibilidad de financiación, educación, mercado laboral y la calidad de la existente infraestructura (Miller, 1983), en la idea de la creación de empresas, la relación entre género y la edad mostro que los hombres de 55 a 64 años son los que continúan su actividad laboral, tal vez después de la prejubilación o la jubilación, a través de la creación de su propia empresa (Álvarez & Valencia, 2009). En sentido opuesto al género, un estudio sobre mujeres empresarias asiáticas en el Reino Unido, la muestra son mayores de edad, concluye que se sienten inhibidas y con más contrariedades que los hombres en la contraparte en su facilidad a actuar como empresarias (Dhaliwal & Kangis, 2006).

Muy al contrario de lo que pasa con los jóvenes, se observa un grupo de empresarios maduros, 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, logrando aprovechar oportunidades de negocios detectadas y continuar explotando sus capacidades, conocimientos, destrezas y habilidades adquiridas (Álvarez & Valencia, 2009). Con respecto al efecto de las personas con mayor edad, con la posibilidad de iniciar un negocio, en el análisis se encuentra 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" (Verheul & Van Mil, 2009), los adultos empresarios tienen más experiencia de la vida y los negocios, son más realistas con respecto al crecimiento empresarial, y, por tanto, es menos probable de querer crear o hacer crecer su empresa, tan grande como sea posible (Verheul & Van Mil, 2009; Cassar, 2006).

## METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Se aplicó un cuestionario, el cual se utilizó 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 (1984) en España; Aponte (2002) en Puerto Rico; Urbano (2003) en Cataluña-España y López (2010) en Nayarit-México. En la pregunta cuatro sobre la edad esta relacionada con cuatro rangos: 1) menos de 20 años, 2) entre 20 y 25 años, 3) más de 25 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 familiar; Si, vagamente; Si, seriamente; Si, tengo el firme propósito de crear una nueva empresa/ Otros (especifique).

El ámbito de aplicación se realizó en el Estado de Nayarit, México, el método de recogida de la información fue la cumplimentación presencial de cuestionarios mediante encuesta estructurada y auto administrada personalmente al inicio de una sesión de clase. El tipo de muestreo que se utilizó fue el muestreo aleatorio estratificado, para el análisis del Marco Institucional Informal; el total de la población es de 2,886 estudiantes, se optó por obtener la muestra representativa: de 215 estudiantes universitarios en 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.

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, De Río Piedras. (Puerto Rico) y Interamericana, Recinto Metropolitano.	Tepic, Nayarit, México
UNIDAD DE ANÁLISIS	Universidad Autónoma de Barcelona	Universidad de Puerto Rico	Universidad Autónoma de Nayarit
UNIVERSO DE LA POBLACIÓN	Estudiantes del curso de Creación de empresas	Estudiantes en Administración de Empresas, economía e ingeniería.	Estudiantes de las Áreas Económico Administrativas y Ciencias de la Salud.
PERIODO ESCOLAR	2001	1999	2008
TOTAL DE LA POBLACIÓN	18,071	15,000	2,886
TAMAÑO DE LA MUESTRA	837	435	215
ERROR MUESTRAL	+/- 4.90%	+/- 4.70 %	+/- 5.0%
NIVEL DE CONFIANZA	98%	95%	95%

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

El procesamiento 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 fueron las correlaciones bivariantes de Pearson o algunas pruebas no paramétricas, como la prueba de independencia de Chi-cuadrado. 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 razonar, para descubrir posibles conexiones y así seleccionar diferentes precedencias que sirvan para las conclusiones y futuras investigaciones.

## RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El interés de la presente investigación es demostrar como lo indica la literatura que, el 91% de los empresarios exitosos iniciaron siendo jóvenes emprendedores (Espí *et al.*, 2007). Coincide con la literatura en demostrar el interés cada día más de los jóvenes, de la conveniencia de crear su propia empresa como se demuestra la utilidad en la presente investigación, para motivar la actividad emprendedora y el desarrollo económico del país.

A continuación se muestran en los diferentes cuadros los resultados obtenidos, según la encuesta aplicada a la muestra seleccionada de los estudiantes universitarios nayaritas, la mayoría el 59.54% son jóvenes de entre 20 y 25 años, como se pueden observar en la Tabla 2 (y Figura 1).

Tabla 2: Características de la edad de las muestras de los estudiantes universitarios nayaritas

Variables tipológicas		Estudiantes	Nivel de significancia
		n=214 (%)	
Edad	Menos de 20 años	39.53	P=1.9707
	Entre 20 y 25 años	59.54	
	Más de 25 años	0.93	

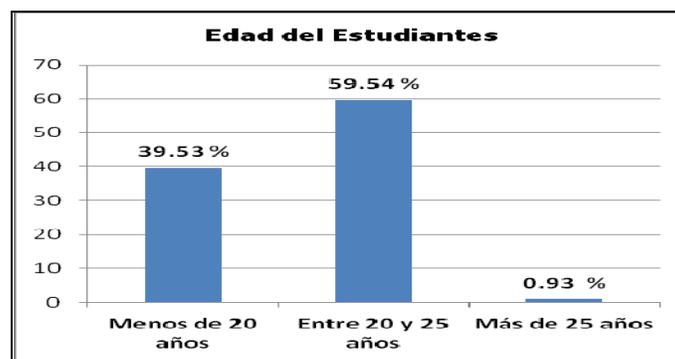


Fig. 1: Comparación por segmentos de la edad, según la muestra de los estudiantes universitarios nayaritas, en porcentajes.

### Cruce deseabilidad con edad

La Tabla 3 (y Figura 2) muestra si existe una relación entre la variable edad en la muestra de estudiantes nayaritas y el deseo de crear su propia empresa. En ella se observa que todos los grupos de edad muestran

mayores porcentajes afirmativos que negativos, ante le pregunta de deseabilidad de crear una empresa propia. No obstante, 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 se aprecia en la Tabla 3.

Tabla 3: Tabla de contingencia entre la variable edad y la deseabilidad de crear una empresa propia según la muestra de los estudiantes universitarios nayaritas, en porcentajes

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

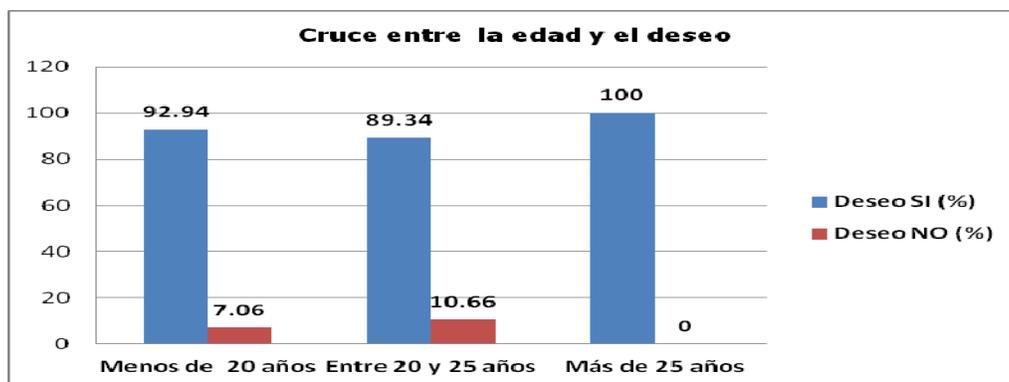


Fig. 2: Comparación entre la edad y el deseo de crear una empresa, según la muestra de los estudiantes universitarios, en porcentajes.

Cruce viabilidad con edad

La Tabla 4 y (Figura 3), muestra si existe una relación entre la variable edad de los estudiantes universitarios nayaritas y la percepción de viabilidad de crear una nueva empresa. La relación entre la variable edad y la percepción de viabilidad de crear una empresa, ha resultado estadísticamente significativa el valor de chi-cuadrado (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 más de 25 años (67%) 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 (60%).

Tabla 4: Tabla de contingencia 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 (%)	
Viabilidad-Edad	Menos de 20 años	40	60	P=0.0828
	Entre 20 y 25 años	58	42	
	Más de 25 años	67	33	

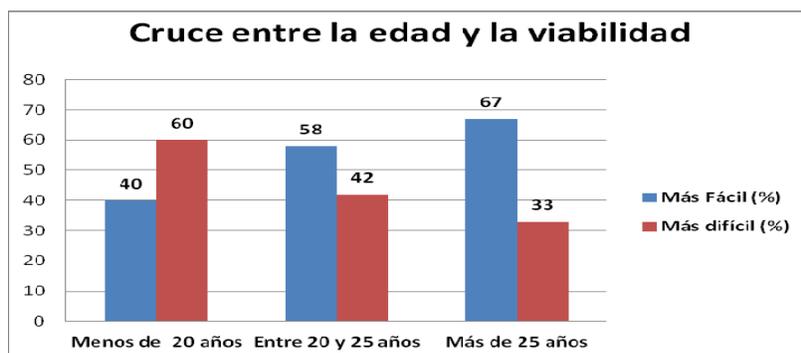


Fig. 3: Comparación entre la edad y la viabilidad de crear una empresa, según la muestra de los estudiantes universitarios nayaritas.

Cuando se analiza la Tabla 4, se observa que el grupo de menor edad es el que respondió con porcentajes 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 se tiene en cuenta que los estudiantes universitarios se encuentran en un 58% incluidos en el grupo de edad de 20-25 años pensando que es más fácil crear una empresa propia; los estudiantes de más de 25 años, con el 67%, consideran más fácil crear una empresa propia, esto resulta significativo considerar más fácil crear en la actualidad una empresa que en décadas pasadas. Estos datos coinciden con la literatura en lo referente con EEUU y España, donde el rango de mayor edad (25-34) es el más propenso a la creación de nuevas empresas.

Cruce intencionalidad con edad

La Tabla 5 (y Figura 4) muestra que 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 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
		Si, firme Propósito (%)	Si Seriamente (%)	Si Vagamente (%)	No, pero integración empresa familiar (%)	No, nunca (%)	
<b>Intención-Edad</b>	Menos de 20 años	14.1	22.4	49.4	4.7	9.4	P=0.4029
	Entre 20 y 25 años	18.0	27.3	48.4	1.6	4.7	
	Más de 25 años	33.3	16.7	50.0	-0-	-0-	

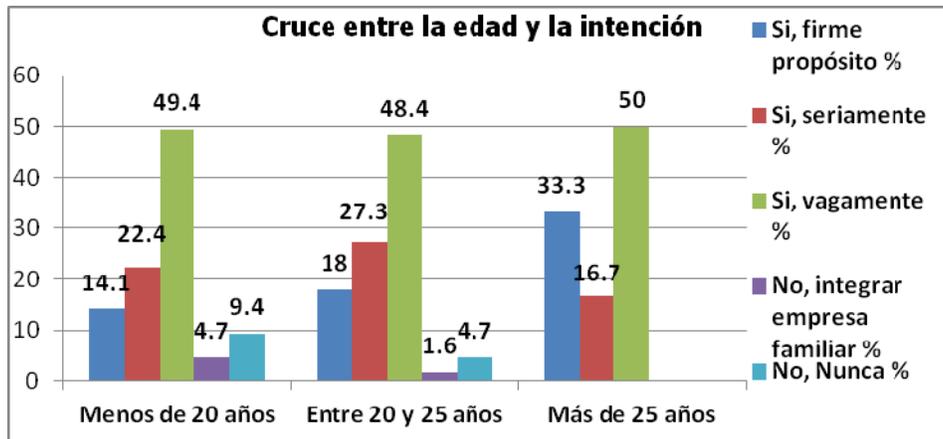


Fig. 4: Comparación entre la edad y la intención de crear una empresa, según la muestra de los estudiantes universitarios nayaritas

Como se puede observar en la Tabla 5, los estudiantes que dicen que nunca han pensado en crear su propia empresa, tienen los porcentajes más altos los menores de 20 años (9.4%) y baja entre los de 20 y 25 años (4.7%). Es lógico, que las personas cuando más jóvenes son, menos se hayan planeado fundar una empresa. Se lo plantean fundamentalmente los mayores a 25 años, como lo demuestran los porcentajes afirmativos; “sí, vagamente” (50%), “sí seriamente” (16.73%) y “sí, tengo el firme propósito...” (33.3%); análogamente cabe preguntarse si, el firme propósito y la seria intención de crear la empresa propia se fomenta en los jóvenes menores de 20 años, con esto en mente ello demuestra que las personas entre los rangos de edad entre 20 y 25 años, son las más propensas a la creación de nuevas empresas, no obstante, en estos resultados no coincide con que el interés a emprender se ve disminuido a media que el individuo tiene más años.

Resumen de los diferentes cruces

En la Tabla 6, se resumen los diferentes resultados obtenidos en la muestra de estudiantes universitarios nayaritas, afirmando que consideran más fácil crear una empresa propia en la actualidad que en épocas pasadas, claro que esto no lo explica todo, ya que los atributos personales, el tipo de estudios que los jóvenes van adquiriendo en el transcurso por la universidad y su vida personal favorecen o dificultan su capacidad emprendedora.

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=0.0828	NO

Así mismo, se presenta en la Tabla 7 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, los resultados encontrados tienen relación en Cataluña, con la percepción de intencionalidad; para México con la percepción de viabilidad, en Puerto Rico resultado no ser significativa, concluyendo que la edad crea las fuerzas relacionadas en la creación de empresas mejorando el desarrollo económico de los países; en México considerando la percepción de viabilidad donde se aprecie que es más fácil crear una empresa en la actualidad; como en España con la intención de crearla, esto supera tener solo el simple deseo de ser empresarios.

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.

Estudiantes	NAYARIT MÉXICO López			ESPAÑA Cataluña Urbano			PUERTO RICO Aponte			ESPAÑA INVESTIGACIÓN Genescá y Veciana		
	D	V	I	D	V	I	D	V	I	D	V	I
Edad	X	<b>Si</b>	X	X	X	<b>Si</b>	X	X	X	X	X	X

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

Fuentes: Cataluña: Urbano (2003); Puerto Rico: Aponte (2002); Cataluña: Genescá y Veciana (1984) y Nayarit-México: López (2010).

Los resultados encontrados en la muestra de estudiantes en las regiones de los tres países comparados, en relación con la variable edad con la percepción de deseabilidad, viabilidad e intención, indican que son significativas para Urbano (2003) en Cataluña, con la percepción de intencionalidad; para López (2010) en Nayarit con la percepción de viabilidad, en las demás investigaciones resultaron no ser significativa.

La Tabla 8 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?”, si se comparan las muestras de estudiantes universitarios en las cuatro investigaciones, tal como se hace en la Tabla 8, se puede observar que la intencionalidad es mayor, con el firme propósito en crear su propia empresa, en los estudiantes de Nayarit (18%) y los de Puerto Rico (16.1%), frente al (10%) en España, incrementando la intencionalidad a la de año 1984 que era (6.5%).

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

Pregunta: <b>Intención</b> ¿Has pensado seriamente en crear tu propia empresa?	NAYARIT MÉXICO López 2010	ESPAÑA Cataluña Urbano 2003	PUERTO RICO Aponte 2002	ESPAÑA INVESTIGACIÓN Genescá y Veciana 1984
	Estudiantes %	Estudiantes %	Estudiantes %	Estudiantes %
Si, firme propósito	18.0	10.0	16.1	6.5
Si, seriamente	27.3	18.7	28.7	14.2
Suma=	<b>45.3</b>	<b>28.7</b>	<b>44.8</b>	<b>20.7</b>
Si, vagamente	48.4	56.8	40.3	45.5
No, integración empresa familiar	1.6	3.5	4.1	3.9
No, nunca	4.7	11.0	10.8	29.9
Otros /no indica	-0-	-0-	-0-	-0-

Fuente: Cataluña: Urbano (2003); Puerto Rico: Aponte (2002); Cataluña: Genescá y Veciana (1984) y Nayarit-México: López (2010).

## CONCLUSIONES

Como conclusión, representada a este contexto, la relación entre la edad y la influencia de la actitud emprendedora, como lo muestra la literatura (Sandberg & Hofer, 1987; Espíritu & Sastre, 2007; Terjesen & Szerb, 2007; Mugler, 2000; Verheul & Van Mil, 2009; Cassar, 2006), se infieren las características referente a la edad, que los jóvenes tienen más vitalidad, interés, activos, creativos, joviales, innovadores, ambiciones de

crecimiento, se relacionan fácilmente en redes sociales, reconocen oportunidades, aprenden nuevos comportamientos, tienen menos compromisos, disponibilidad en tiempo libre, carecen de cargas familiares, actualización de conocimientos, poseen destrezas informáticas y habilidades directivas; y las personas mayores, son prudentes que engrandecen sus actitudes maduras, juzgan oportunidades de auto-eficacia en acciones detectadas y adquiridas con su experiencia en la vida y negocios, tienen perfeccionamiento en su práctica profesional que amplifica su capital humano y social, incrementa su disponibilidad de financiamiento para realizar proyectos con esperanza de vida que extiende su desarrollo profesional utilizando con maestría sus capacidades, conocimientos, destrezas y habilidades adquiridas que lo hacen ser experto y competitivo.

A continuación se plantean las conclusiones más relevantes de las investigaciones con los resultados en los tres países comparados México, Puerto Rico y España, relacionando la edad de los estudiantes con la percepción de deseabilidad, viabilidad e intención 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.

**Académico:** Como lo señala la literatura (Levesque & Minniti, 2006; Blanchflower, 2004; Bauchn *et al.*, 2006), lo que importa observar es que la edad promedio de los jóvenes interesados en crear una empresa propia es de 25 años, coincide con lo observado en la muestra de Nayarit, de los resultados en lo referente al rango de edad entre 20 y 25 años, quienes son jóvenes estudiantes o recién egresados, manifestando el deseo (89.34%), la viabilidad (58%) y la intención (33.3%); por lo que las universidades convendrían revisar y actualizar los planes de estudios, para fomentar las actividades de vinculación con el sector productivo incluyendo programas de educación empresarial con conocimientos actualizados y habilidades en las prácticas profesionales, estimulando la intención de crear su propia empresa. El Centro de Negocios instalado en la Universidad Autónoma de Nayarit pretende incentivar la noción en el ámbito de la creación de empresas entre los estudiantes universitarios, considerando su juventud y con el apoyo de las personas mayores, acrecentando la percepción de deseo, viabilidad e intención de crear una empresa propia.

**Empresarial:** Se comprende con las investigaciones comparadas, que los resultados empíricos obtenidos sirven para demostrar que la edad del grupo de jóvenes emprendedores de mayor relevancia es el comprendido en el rango entre 20 y 25 años, coincidiendo con la mayoría de la literatura consultada (Reynolds *et al.*, 2003; Blanchflower, 2004; Ruiz *et al.*, 2009), referente a la intención de la juventud en crear su propia empresa, si se suman los resultados obtenidos en la Tabla 8, Si firme propósito y Si, seriamente, se obtiene en México (45.3%), en España (28.7%) y en Puerto Rico (44.8%), fructificando su percepción de intención en los estudiantes de México. Así beneficiar en sensibilizar a los jóvenes estudiantes, ya que el interés a emprender se ve disminuido a media que el individuo tiene más años, y a la sociedad en general de la importancia de generar una actitud emprendedora en las personas mayores, coincidiendo con la literatura (Álvarez & Valencia, 2009; Verheul & Van Mil, 2009; Cassar, 2006), tanto en representaciones económicas como sociales, tratando de evitar el desempleo y favorecer el entorno social.

**Económico:** Es conveniente aprovechar las características favorables de la edad en los jóvenes universitarios para interesarlos en la creación de su propia empresa, como lo muestra la literatura (Van Gelderen *et al.*, 2008; Ruiz *et al.*, 2008), coincidiendo en incentivar la creación de empresas, con los conocimientos adquiridos en la universidad, al potenciar las prácticas en empresas vinculadas con el sector productivo, crear foros empresariales, visitas de los empresarios a las universidades, ofrecer bolsas de trabajo, percibiendo que estas relaciones nos permiten tener una visión más generalizada sobre el manejo y la decisión de crear una empresa propia, concluyendo fomentar la mentalidad de dejar de ser empleados y convertirse en exitosos empresarios.

## REFERENCIAS

1. Almeida, J. & Borges, M. (2009). Propensity for Entrepreneurship among university students. *The Business Review*, 12 (1), 308-314.

2. Álvarez, A. & 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.
3. Aponte, M. (2002). Factores condicionantes de la creación de empresas en Puerto Rico: Un enfoque institucional. Tesis doctoral. Universidad Autónoma de Barcelona. Barcelona, España. Teseo tesis doctorales <https://www.educacion.gob.es/teseo/mostrarRef.do?ref=271626>, consultado septiembre 2012.
4. Arenius, P. & Minniti, M. (2005). Perceptual variables and nascent Entrepreneurship. *Small Business Economics*, 24 (3), 249-265.
5. Bager, T. & 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 & Hancock, M. (eds.) Global Entrepreneurship Monitor. Denmark, 2003 (281-291), Borsens Forlag. En Verheul, I. & Van Mil, L. (2009): "What determines the growth ambition of dutch early-stage entrepreneurs?", GEM workshop paper Cadiz, june.
6. Bauchn, Ch., Cao, J., Thi L., Lim, V. & Neupert, K. (2006). Normative, social and cognitive predictors of entrepreneurial interés in China, Vietnam y las Filipinas. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 11 (1), 57-77.
7. Blanchflower, D.G. (2004). Self-employment: More may not be better. NBER Working papel, no. 10286. En Minniti, M. & Nardone, C. (2007). Being in someone else's shoes: the role of gender in nascent Entrepreneurship. *Small Business Economics*, 28, 223-238.
8. Cassar, G. (2006). Entrepreneur opportunity costs and intended venture growth, *Journal of Business Venturing*, 21 (610-632). En Verheul, I. & Van Mil, L. (2009). What determines the growth ambition of dutch early-stage entrepreneurs?, GEM workshop paper Cadiz, june.
9. Coduras, A. & Justo, R. (2002). Global Entrepreneurship Monitor. Informe GEM España. <http://www.ie.edu/gem/img/informes/7.pdf>, consultado septiembre 2009
10. Cowling, M. & Taylor, M. (2001). Entrepreneurial women and men: two different species? *Small Business Economics*, 16(3), 167-175. En Almeida, J. & Borges, M., (2009): Propensity for Entrepreneurship Among University Students", *The Business Review*, Cambridge, 12 (1), 308-316.
11. Dhaliwal, S. & Kangis, P. (2006). Asians in the UK: gender generations and Enterprise. *Equal Opportunities International*, 25 (2), 92-108.
12. Espí, M., Arana, G., Heras, I. & Díaz, A. (2007). Perfil emprendedor del alumnado universitario del campus de Gipuzkoa de la UPV/EHU. *Revista de Dirección y Administración de Empresas*, 14, 83-110.
13. Espíritu, R. & Sastre, M. (2007). La actitud emprendedora durante la vida académica de los estudiantes universitarios. *Cuadernos de Estudios Empresariales*, 17, 95-116.
14. García, A., Crespo, J.L., Pablo, F. & 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.
15. Genescá, E. & Veciana, J. (1984). Actitudes hacia la creación de empresas. Información Comercial Española ICE, nº 611, julio, 147-155.

16. GEM-Global Entrepreneurship Monitor (2007). Informe ejecutivo GEM, España. [http://www.emekin.net/documentos/es/Informe\\_Ejecutivo\\_GEM07.pdf](http://www.emekin.net/documentos/es/Informe_Ejecutivo_GEM07.pdf), consultado septiembre 2012.
17. Grilo, I. & Irigoyen, J.M. (2006). Entrepreneurship in the EU: to wish and not to be. *Small Business Economics*, 26 (4), 305-318.
18. Harris, M. & Gibson, S. (2008). Examining the entrepreneurial attitudes of US business students. *Education+Training*, 50 (7), 568-581.
19. Holtz-Eakin, D., Joulfaian, D. & Rosen, H.S. (1994). Entrepreneurial decision and liquidity constraints. *The Rand Journal of Economics*, 25 (2), 334-347. En Almeida, J. & Borges, M., (2009): Propensity for Entrepreneurship Among University Students. *The Business Review*, Cambridge, 12 (1), 308-316.
20. Honig, B. & 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.
21. Kuratko, D.F. & Hodgetts, R.M. (2004). *Entrepreneurship*, 6th edition, Thompson, South, Western.
22. Levesque, M. & Minniti, M. (2006). The effect of aging on entrepreneurial behavior. *Journal of Business Venturing*, 21 (2), 177-194.
23. López, G. (2010). La actitud emprendedora de los universitarios y empresarios de Nayarit: Un análisis institucional. Tesis doctoral. Universidad de Cantabria, Cantabria, España. Teseo tesis doctorales. <https://www.educacion.gob.es/teseo/imprimirficherotesis.do?fichero=22724>, consultado septiembre 2012.
24. Miller, D. (1983). The correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Management Science*, 29 (7), 770-791. En Levesque, M. & Minniti, M. (2006). The effect of aging on entrepreneurial behaviour. *Journal of Business Venturing*, 21 (2), 177-194.
25. Minniti, M., Allen, I.E. & Langowitz, N. (2005). *Global Entrepreneurship Monitor: 2005 Report on women and Entrepreneurship*, Babson, College, Babson Park, MA.
26. Mueller, S. & Conway, M., (2008). Gender role orientation as a determinant of entrepreneurial self efficacy. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 13 (1), 3-20.
27. Mugler, J. (2000). The climate for entrepreneurship in european countries in transition, in Sexton, D.L. & Landström, H. (eds), *The blackwell handbook of Entrepreneurship* (Oxford/Malden: Bkackwell), pp. 150-175. En Verheul, I., van Stel, A. & Thurik R. (2006). Explaining female and male Entrepreneurship at the country level", *Entrepreneurship and Regional Development*, 18, 151-183.
28. North, D. (2005). *Understanding the Process of Economic Change*. Princeton. University Press. En Caballero, G. & Kingston Ch. (2005). Cambio cultural, dinámica institucional y ciencia cognitive: Hacia una comprensión multidisciplinaria del desarrollo económico, *Revista de Economía Institucional*, 7 (13), 327-335.
29. 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.
30. Reynolds, P.D., Bygrave, B. & Hay, M. (2003). *Global Entrepreneurship Monitor report*. Kansas city, MO: E.M. Kauffmann Foundation.

31. Reynolds, P., Carter, N., Gartner, W., Greene, P. & Cox, L. (2002). The entrepreneur next door, characteristics of individuals starting companies in América. Ewing Marion Kauffman Foundation, Kansas City, MO.
32. Reynolds, P.D. (1997). Who starts new firms? Preliminary explorations of firms-in-gestation, *Small Business Economics*, 9, 449-462. En De la Vega, I., Justo, R., Coduras, A, & Nogueira, M.P. (2006). Global Entrepreneurship Monitor. Informe GEM España.
33. Ruiz, M., Fuentes, M., Rodríguez, L. & 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.
34. Ruiz, J., Rojas, A. & 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.
35. Sandberg, W.R. & Hofer, C.W. (1987). Improving new venture performance: The role of strategy, industry structure, and the entrepreneur. *Journal of Business Venture*, 2 (5-28). En Levesque, M. & Minniti, M. (2006). The effect of aging on entrepreneurial behavior, *Journal of Business Venturing*, 21 (2), 177-194.
36. Terjesen, S. & Szerb, L. (2007). Thrown from the beginning? Determinants of entrepreneurial firm growth expectations, unpublished manuscript (January 15 th,) En Verheul, I. & Van Mil, L. (2009): "What determines the growth ambition of dutch early-stage entrepreneurs? GEM workshop paper Cadiz, june.
37. Toledano, N. (2006). Las perspectivas empresariales de los estudiantes universitarios: un estudio empírico. *Revista de Educación*, 341 (septiembre-diciembre), 803-825.
38. Urbano, D. (2006). La creación de empresas en Cataluña: organismos de apoyo y actitudes hacia la actividad emprendedora. Colección de estudios, 1ª edición, Departamento de Trabajo e Industria, Gobierno de Cataluña, Fondo Social Europeo, pp. 230.
39. Urbano, D. (2003). Factores que condicionantes de la creación de empresas en Cataluña: Un enfoque institucional, Tesis doctoral, Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona, España. Teseo tesis doctorales. <https://www.educacion.gob.es/mostrarRef.do?ref=291606>, consultado septiembre 2012.
40. Van Gelderen, M., Brand, M., Van Praad, M., Bodewes, W., Poutsma, E. & Van Gils, A. (2008). Explaining entrepreneurial intentions by means of the theory of planned behaviour. *Career Development International*, 13 (6), 538-559.
41. 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, 803-825.
42. Verheul, I. & Van Mil, L. (2009). What determines the growth ambition of dutch early-stage entrepreneurs? GEM Workshop paper Cadiz, España, june.
43. Verheul, I., Wennekers, S., Audretsch, D. & Thurik, A.R. (2001). An eclectic theory of entrepreneurship: Policies, institutions and culture. Discussion Paper 01-030/3. Tinbergen Institute. En Almeida, J. & Borges, M., (2009): Propensity for Entrepreneurship Among University Students". *The Business Review*, Cambridge, 12 (1), 308-316.