



UANL

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN



FACPYA

FACULTAD DE CONTADURÍA PÚBLICA Y ADMINISTRACIÓN



Generación de proyectos sociales de emprendimiento en una universidad del norte de México a través de la misión organizacional

Generation of social entrepreneurship projects at a university in northern Mexico through the organizational mission)

María Mayela Terán-Cázares^{*1} ; Ivon Abigail González-Garza²  y Laura Leticia Gaona-Tamez³ 

¹ Universidad Autónoma de Nuevo León – Facultad de Contaduría Pública y Administración (México), mayela.teran@gmail.com

² Universidad Autónoma de Nuevo León – Facultad de Contaduría Pública y Administración (México), ivon.gonzalezga@uanl.edu.mx

³ Universidad Autónoma de Nuevo León – Facultad de Contaduría Pública y Administración (México), lauragaonatamez@hotmail.com

* Autor de Contacto

Resumen

Cómo citar: Terán-Cázares, M. M., González-Garza, I. A., & Gaona-Tamez, L. L. Generación de proyectos sociales de emprendimiento universitarios latinoamericanos a través de la misión organizacional. *Vinculatégica EFAN*, 11(3), 116–127.
<https://doi.org/10.29105/vtga11.3-1079>

El emprendimiento hoy en día ha sido ampliamente estudiado con el objetivo de entender y comprender la capacidad de las personas por iniciar un nuevo negocio o producto, esto conlleva entender el esfuerzo y dedicación hacia estos proyectos de trabajo, así como a los miembros que participan en este. Asimismo, la persona que emprende debe de tener ese sentido por cumplir lo cual se debe de ver reflejado en su misión como elemento de trascendencia en el proyecto. Por lo que el estudio se trabajó bajo el enfoque cuantitativo y transversal dentro de una institución pública en el área metropolitana de Monterrey, siendo la muestra el 100% de la población estudiantes que participaron en diversos proyectos de emprendimiento social. Los resultados muestran la influencia en que la misión como factor de aspiración, es influenciada por la eficiencia de los proyectos a partir de la generación de conductas propias dentro de los grupos de trabajo, los cuales se ven reflejados en su funcionamiento y prevalencia en el tiempo.

Información revisada por arbitraje tipo doble par ciego.

Palabras clave: *Emprendimiento social, México, rasgo de cultura organizacional, misión, estudiantes universitarios.*

Recibido: 25 de abril 2024

Códigos JEL: L26, I2, I23

Aceptado: 11 de junio 2024

Publicado: 30 de mayo 2025

Abstract



Copyright: © 2025 por los autores; licencia no exclusiva otorgada a la revista Vinculatégica EFAN. Este artículo es de acceso abierto y distribuido bajo una licencia de Creative Commons Atribución 4.0 Internacional (CC BY 4.0). Para ver una copia de esta licencia, visite <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Entrepreneurship today has been widely studied in order to understand and comprehend the ability of people to start a new business or product, this involves understanding the effort and dedication to these work projects, as well as the members who participate in it. members who participate in it. Likewise, the person who undertakes must have that sense of accomplishment which must be reflected in his mission as an element of transcendence in the project. Therefore, the study worked under a quantitative and transversal approach within a public institution in the metropolitan area of Monterrey, the sample being 100% of the student population that participated in various social entrepreneurship projects. The results show the influence that the mission as a factor of aspiration is. The results show the influence that the mission as an aspiration factor is influenced by the efficiency of the projects from the generation of behaviors within the work groups, which are reflected in their operation and prevalence over time.

Key words: *Social entrepreneurship, Mexico, organizational culture trait, mission, university students.*

JEL Codes: L26, I2, I23

Introducción

La educación y el emprendimiento son conceptos que van de la mano es a partir de los conocimientos de Vázquez (2015), en donde se establece que, en dentro del contexto mundial actual, la innovación y el conocimiento se vuelven fundamentales para impulsar el crecimiento económico y el desarrollo de las naciones. De esta forma las empresas en desarrollo emergen como actores destacados gracias a su habilidad para generar innovaciones y su agilidad para adaptarse a los cambios, otorgándoles una ventaja significativa en el escenario competitivo.

A partir de las ideas de Guerra y Pizarro (2015), indican que la innovación académica puede surgir a partir de una serie de ideas ante la amplia gama de disciplinas, que abarcan desde las ciencias fundamentales. Además, puede fomentarse mediante colaboraciones entre emprendedores y académicos, facilitadas por incubadoras de negocios u otros medios similares. De esta forma González y Velázquez (2015), una comprensión más profunda del entorno permite acceder a información más precisa para administrar de manera más eficiente los recursos financieros y materiales, así como para diseñar políticas públicas que respalden y promuevan el desarrollo y la expansión de nuevas empresas.

Asimismo McClelland & Swail, (2005), describen una serie de elementos que influyen en los jóvenes para que pueda así impulsarse hacia la actividad emprendedora, en primer lugar se destacan los principios positivos, los cuales se conocen como de atracción, donde tienen como principal característica, el poder tener la capacidad de poder iniciar un negocio, por ende los indicadores negativos denominados de “empuje”, ya que impulsan a emprender a partir de las consecuencias generadas por el desempleo, así como la insaciabilidad del mercado laboral, así como la falta de oportunidades para generar un ingreso para progresar de forma económica.

De igual manera, Zabludovsky (2013), desarrolla una serie de motivos por los que principalmente un estudiante puede emprender en donde destaca en primer lugar El anhelo de poder ser independiente y formar parte de su propio negocio, así mismo tener la oportunidad de mejorar su situación de vida, satisfacer sus necesidades, y el poder obtener ingresos por cuenta propia signifique un hecho de superación personal.

Por ello es que el presente estudio surge con la finalidad de comprender en qué medida la misión como elemento de la cultura organizacional de los estudiantes, forma parte del desarrollo de su proyecto de emprendimiento, a partir de que acciones el estudiantado va encaminado con su misión de continuar con su negocio.

Revisión de Literatura

La conceptualización del emprendimiento

Desde principios del siglo XXI, el término emprendimiento ha adquirido suma importancia, debido a su gran relevancia en el desarrollo de la economía mundial. Entre los principales beneficios que genera el emprendimiento a la sociedad se encuentran: la conceptualización de nuevas empresas, a partir de la optimización de los recursos económicos, disminución de la indigencia, incremento de las entradas, múltiples así como la formación de diversas redes de carácter empresarial (Leiva, 2008).

Para alcanzar todos los objetivos del emprendimiento, es esencial contar con el actor clave: el emprendedor. Este individuo posee la capacidad de generar soluciones innovadoras que contribuyan al progreso económico de una comunidad (Espíritu, González y Alcaraz, 2012). El concepto de emprendimiento implica la habilidad de iniciar desde cero la creación de un proyecto, una iniciativa o un negocio. En la actualidad, el emprendimiento adopta diversas formas, como lo señala Pérez, experto en Contenidos de OBS Business School, incluyendo tecnoemprendedores, intraemprendedores, emprendedores sociales, trabajadores autónomos, entre otros. A los emprendedores también se les conoce como empresarios o personas de negocios, y comparten un rasgo común, identificado coloquialmente como espíritu empresarial (Pérez, 2019).

El autor Pérez (2019) resalta que el espíritu empresarial, conocido en inglés como Entrepreneurship, se refiere al proceso de desarrollar proyectos. Este proceso constituye un fenómeno multifacético que engloba una variedad de actividades con aspectos técnicos, humanos, administrativos y empresariales, cuya ejecución demanda un conjunto diverso de habilidades. La combinación y el énfasis de estas habilidades determinarán las distintas categorías y tipos de empresarios.

Además, según Rodríguez (2016), el espíritu empresarial se define como una mentalidad, un proceso de pensamiento y acción motivado por la búsqueda de oportunidades comerciales. Este enfoque conduce a la creación, mejora, realización y renovación de valor en un sentido amplio, que abarca tanto el valor económico como el social. Este valor no se limita únicamente a los propietarios (empresarios), sino que también beneficia a todos los grupos de interés involucrados en su entorno (empleados, clientes, proveedores, etc.).

En la práctica los emprendedores muestran que, en general, comparten ciertas actitudes y comportamientos. Como lo indica Jordan et al., (2016), a partir de actitudes creativas y optimistas, habilidades de gestión muy sólidas, una manera de saber hacer y los contactos necesarios. El emprendedor a fin de alcanzar las intenciones de emprender y desarrollar éxito, debe contar con una intención emprendedora bien desarrollada y con preparaciones referente a las acciones. La ausencia de habilidades adecuadas y de una percepción de autoeficacia puede obstaculizar la consecución de resultados satisfactorios para las personas. Por lo tanto, la capacidad emprendedora está estrechamente ligada a la actitud positiva de los individuos y a su disposición para asumir riesgos.

Emprendedores Sociales

El emprendimiento se materializa en un proyecto cuando la visión del emprendedor para un nuevo negocio se entrelaza con dos elementos fundamentales: conexiones y oportunidades. Este proceso es el punto de partida del concepto de emprendimiento, aunque según Pérez (2019), existen diversas perspectivas al respecto. Emprender implica emplear la creatividad y aplicar ideas innovadoras para superar desafíos en la vida mediante la productividad, ofreciendo soluciones, estableciendo empresas, abordando necesidades y aprovechando las oportunidades y el cambio continuo para desarrollar un negocio con conciencia social.

El espíritu empresarial se define como un enfoque mental que integra la colaboración, la disposición para asumir riesgos y la acción. Un emprendedor promueve el trabajo en equipo y fomenta la colaboración productiva, aprovechando las fortalezas y debilidades de cada miembro del grupo. Por su parte, un empresario se caracteriza por ser innovador, creativo y astuto, lo que conlleva a menudo a tomar riesgos que requieren acción para materializar sueños, ideas y pensamientos en realidades tangibles (Bombini, y Labeur, (2013).

Según Santamaría y Tapia (2017), diversas investigaciones sobre emprendimiento han resaltado la importancia de desarrollar un ecosistema emprendedor que mejore la innovación y los mecanismos asociados al posicionamiento de emprendedores tanto en el sector privado como en el social, con el fin de impactar positivamente en al menos cinco factores específicos:

- Generación de oportunidades laborales.
- Fortalecimiento y expansión de las cadenas de valor a nivel local.
- Empoderamiento de hombres y mujeres en la participación económica y social.
- Educación con efectos en el desarrollo.
- Mejora del bienestar y optimización de los niveles de calidad de vida.

El emprendimiento implica una serie de elementos relacionados con la innovación, la capacidad para introducir nuevos productos, explorar mercados, mejorar el entorno empresarial y contribuir positivamente al desarrollo económico y social de las comunidades, entonces el emprendimiento femenino se define como la actividad llevada a cabo por una mujer, ya sea de manera individual o en colaboración, con un enfoque innovador y creativo con el objetivo de alcanzar su independencia económica. Este tipo de emprendimiento también busca generar oportunidades de empleo y mejorar la calidad de vida de otras personas en diversos ámbitos profesionales, sociales y personales (Bizkaia, 2016).

De esta forma, un emprendedor social es catalogado como un agente de cambio donde su principal objetivo es contribuir a dar respuesta a la creación de nuevas empresas cuyo propósito principal sea incrementar la inclusión socio laboral Melián, Campos y Sanchis (2011).

Se espera principalmente que los alumnos a través de sus proyectos sociales destaquen en:

- Trabajar y atiendan a personas que padezcan exclusión social, económica o cultura
- En conjunto búsqueda de un cambio social especialmente en los valores como la equidad y la cohesión social

De esta forma el concepto de emprendimiento social conlleva al desarrollo de un conjunto de comportamientos los cuales se muestran de forma voluntaria y adicional al cumplimiento de la legalidad (Robbins y Judge, 2007).

El rasgo de la misión como elemento de la cultura organizacional

Un factor imprescindible desde la perspectiva de Duarte (2013), para el desarrollo en los niveles económico, social y cultural de un país es el fortalecimiento de la capacidad emprendedora. De esta forma González y Rodríguez (2008), afirman que el emprendedor se destaca como el principal motor en la generación de nuevas ideas y el impulso de la innovación, además de desempeñar un papel fundamental en el mantenimiento del bienestar social. Como figura clave en el progreso empresarial, el emprendedor asume la responsabilidad de impulsar la creación de empresas. Aquellos que optan por emprender deben comprender la necesidad de mantener la constancia, adquirir conocimientos, desarrollar habilidades y asumir la responsabilidad de su propio crecimiento personal y profesional.

La propensión al riesgo, la proactividad, la autonomía, la autoeficacia son algunos de los rasgos de la personalidad que ayudan a tener una carrera exitosa como emprendedor pues resultan determinantes en el comportamiento de cada individuo. Los cuales se ven reflejados en los valores y

comportamientos en este caso de los emprendedores a manera de tener una mayor influencia significativa dentro de sus proyectos (Jordán, et. al. 2016).

Como tal la personalidad y los valores son importantes precursores de los patrones de comportamiento, en conjunto con la cultura organizacional, se convierte en una fuente importante de información sobre la ordenes normativas O'Reilly, et al., (2014). El autor Lund, (2003). Establece que, si la cultura organizacional es proactiva, tendrá una mayor influencia positiva y significativa dentro del rendimiento empresarial, obteniendo mejores resultados.

Para poder estudiar que el rasgo de la misión se determina a partir de la cultura organizacional desde la perspectiva de Fey y Dennison (2003), y este se cataloga como un pilar angular de toda organización y además determinan el perfil de los emprendedores, además este es conceptualizado como el rasgo que indica la comprensión en materia de dirección y organizaciones determinadas Denison et al., (2011), aunado a ello este rasgo conlleva tener un claro sentido en metas.

Por lo que la misión se reconoce a partir de sus funciones de orientar, contener a los individuos además de disminuir las roces entre el grupo y las personas (Ming Liu, 2005). Asimismo, otorga un sentido de identidad, facilita la generación del compromiso que va más allá de los intereses propios del individuo.

Tomando en cuenta lo anterior, se indica que la aportación al comportamiento del emprendimiento es favorable debido a que es fundamental el analizar si existe una relación entre la misión de los estudiantes emprendedores con el desarrollo de proyectos sociales, lo que permite observar como la cultura de estos alumnos promueve el correcto y eficiente funcionamiento de los proyectos sociales con los que están involucrados. Dada la situación planteada, el objetivo del presente estudio es determinar si la misión como rasgo de la cultura organizacional influye en la efectividad en la generación de proyectos sociales de los emprendedores sociales

Dado el contexto bibliográfico la pregunta de investigación consiste en saber la influencia significativa en la variable de misión, como rasgo de la cultura organizacional en la efectividad de los proyectos de emprendimiento social, en estudiantes universitarios, el análisis metodológico que a continuación se presenta permite inferir que el alumno se centre en analizar el futuro de su emprendimiento a partir de las necesidades sociales que en un momento dado llega a percibir y sensibilizarse sobre ello.

Método

Este estudio adopta un enfoque exploratorio, descriptivo, correlacional y explicativo de

naturaleza transversal, utilizando una metodología de investigación cuantitativa no experimental. Se realizó una investigación de campo que incluyó la aplicación de un cuestionario.

El cuestionario se diseñó de manera digital por medio de la plataforma Google forms, y este a su vez fue tropicalizado a un lenguaje académico para mejor entendimiento de los estudiantes, además es importante señalar que el instrumento para ambas variables fue desarrollado por Terán et al., (2018), el cual se divide en 3 partes, en primer lugar, está el apartado del rasgo de misión el cual incluye un total de 8 preguntas, en la 3da parte se aplicaron 15 preguntas vinculadas con el desarrollo del emprendimiento social.

Para las respuestas se trabajó con la escala Likert enumerada del 1 al 5, el cual #1 significa estar totalmente en desacuerdo con la afirmación hasta el 5 totalmente de acuerdo. En la 3era parte se conformó por los datos demográficos con el propósito de obtener el perfil del emprendedor.

Con respecto al universo del estudio, la integraron un total de 92 emprendedores sociales pertenecientes a una institución privada del área metropolitana de Monterrey, los cuales participaron en el desarrollo de una causa social, los estudiantes pertenecen a la carrera de licenciado en administración, donde el promedio de edad oscila entre 18-21 años de edad.

Resultados

Con la finalidad de obtener los resultados estadísticos y validar las variables dentro del estudio, se desarrollaron los siguientes datos a partir del uso del estadístico SPSS V.22

Análisis de Alfa de Cronbach

Principalmente, se evaluó la validez y la confiabilidad del instrumento de medición, seguido de la determinación de los niveles de correlación entre los ítems de cada uno de los constructos de las variables independientes y dependientes. Los resultados del análisis de las Alfas de Cronbach se presentan en la Tabla 1 y muestran que son satisfactorios, ya que superan el umbral de 0.7. Esto indica que las preguntas son independientes entre sí y no existe la necesidad de eliminar ningún ítem debido a la falta de relación entre ellos.

Tabla 1. *Alphas de Cronbach*

Variable	Total de Items	Alpha de Cronbach
Variable dependiente Y= Capacidad de emprendimiento y efectividad en los proyectos	15	0.851

Variable independiente X1= Misión como rasgo de cultura organizacional	9	0.963
--	---	-------

Considerando la tabla 1 ambas variables se encuentran por encima del 0.7 lo cual indica que realmente cuenta con indicadores que miden el constructo de la investigación, por lo que enseguida se muestra la estadística inferencia, por medio de la regresión lineal simple para comprender la relación entre las variables.

Análisis de Resultados del modelo

A continuación, se presenta la estadística inferencial, la cual se desarrolló por medio de la regresión lineal múltiple, a partir de los promedios de cada variable, que se obtuvieron a partir de la suma producto de cada uno de los ítems, asimismo se muestra el valor correspondiente del Durbin Watson, como se observa en la tabla 2

Tabla 2 Resumen del modelo

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación	Durbin Watson
1	.562	.316	.309	.73259	2.016

a. Predictores: (Constante), PROMISION

b. b. Variable dependiente: PROEFIC

Fuente: SPSS V21

En la Tabla 2 se destaca que el estadístico Durbin-Watson se utiliza para verificar la independencia de los residuos. En este caso, el valor obtenido es de 2.016, lo que indica que no hay autocorrelación en el modelo de estudio. Además, se emplea un coeficiente de correlación (r) aceptado de 0.562 para el modelo de investigación, lo que resulta en un coeficiente de determinación (r^2) de 0.316. Este resultado es significativo para comprender cómo la misión como un aspecto de la cultura organizacional se relaciona con el emprendimiento en los estudiantes universitarios.

Análisis de Varianza

Tiene como objetivo comparar las medias de cada variable para identificar si existe independencia entre las variables independientes, de esta forma se deduce que el modelo es aceptado donde en la tabla 3 marca la independencia contra las variables por tener un valor inferior del 5% de significancia.

Tabla 3. Análisis de Varianza (ANOVA)

Modelo	Suma de cuadrados	de gl	Media cuadrática	F	Sig
1 Regresión	22.063	1	22.603	42.115	.000
Residuo	48.838	91	.537		
Total	71.441	92			

a. Variable dependiente: PROEFECTIVIDAD
b. Predictores: (Constante), PROMISION
Fuente: SPSS-V21

De esta forma se comparan las medias entre las variables siendo efectivamente por el rango de la significancia dentro del grupo de estudio.

T- Student

Con el propósito de determinar si hay diferencias significativas entre las medias del grupo se muestra la distribución t de Student dentro de la tabla 4

Tabla 4. Significancia de la T-student

Modelo	B	Desv. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constante)	1.497	.373		4.016	.000
PROMISION	.599	.092	.562	6.490	.000

A. Variable dependiente: PROEFIC
Fuente: SPSS-V21

De esta se comprueba que la ecuación lineal para la variable es: Efectividad de los proyectos de emprendimiento social = 1.497 + .562 Misión + ϵ , lo que permite predecir que para lograr una mayor eficiencia en los proyectos de emprendimiento social la misión como rasgo de la cultura organizacional, es significativa en un 56.7%, siempre y cuando se dé un óptimo trabajo en equipo ante las necesidades de sus consumidores, por lo que deben de considerar las recomendaciones además de un adecuado proceso de toma de decisiones que les permita formar estrategias hacia el futuro del negocio.

Discusión

Los emprendedores sociales, le dan importancia a la misión al momento en el que impulsan el trabajo en equipo y colaboran de manera proactiva a partir de las fortalezas y debilidades de cada integrante

del grupo. Un empresario es innovador, creativo, ingenioso, lo que a menudo implica tomar riesgos. El espíritu empresarial necesita de la activación, que convertirá los sueños, pensamientos e ideas en realidad a partir de las aspiraciones hacia el querer ser donde la misión es el factor clave que impulsa a desarrollar estos comportamientos.

Con base en ello Salazar, et. al (2009), señala que la misión como rasgo de la cultura organizacional, sirve como un elemento que facilita o dificulta la solución de problemas en cualquier equipo, vinculados con la adaptación al entorno y la integración interna, ésta última es la forma de organización y adaptación hacia una institución o empresa, para lograr una efectividad en su quehacer y un bienestar.

De esta forma dicho rasgo en este estudio se desarrolla en los emprendedores al momento de desplegar la innovación y aceptación del riesgo: Se mide a partir de la estimulación de los empleados en cuanto a la innovación y el asumo de riesgos atención al detalle: Valor en donde se tiene como expectativa que el trabajador desarrolle su capacidad de exactitud, análisis y atención por los detalles que se presentan en su entorno laboral.

Cada uno de los estudiantes que forman parte del proyecto de emprendimiento desarrollaron conductas significativas que les permite generar un sentimiento de compromiso con la sociedad, con la capacidad de fomentar personas adheridas a una sociedad demandante la cual sea capaz de trabajar comportamientos que apoyen a prevalecer la cultura de emprendimiento social.

Como futuras líneas de investigación es significativo estudiar el comportamiento de los emprendedores jóvenes, tal como lo puede ser la cultura organizacional, el rendimiento y el compromiso hacia su proyecto ya sea de cualquier rubro, además permite identificar el factor interno de los integrantes, sin embargo, es recomendable estudiar desde el ámbito externo como es realmente percibido el proyecto de emprendimiento social.

En conclusión, los emprendedores sociales otorgan gran importancia a la misión organizacional, la cual impulsa el trabajo en equipo y permite la colaboración proactiva aprovechando las fortalezas y debilidades de cada miembro del grupo. Estos empresarios se caracterizan por ser innovadores, creativos e ingeniosos, lo que a menudo implica tomar riesgos.

El espíritu empresarial requiere activación para convertir sueños e ideas en realidad, donde la misión juega un papel fundamental al fomentar estos comportamientos. Este estudio revela que los emprendedores desarrollan la innovación y la aceptación del riesgo al estimular a los empleados hacia la innovación y la atención al detalle, lo que implica una capacidad de exactitud y análisis en el entorno laboral. Los estudiantes participantes en proyectos de emprendimiento adquieren conductas

significativas que fomentan un compromiso social, creando una cultura de emprendimiento social sostenible.

Referencias

- Bizkaia. (2016). Emprendimiento con perspectiva de género. Buenas prácticas. Disponible en: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/---sro-san_jose/documents/publication/wcms_179034.pdf
- Bombini, G., & Labeur, P. (2013). Escritura en la formación docente: *los géneros de la práctica. Enunciación*, 18(1), 19–29. <https://doi.org/10.14483/22486798.5715>
- Denison, D., Nieminen, L. & Kotroba, L. (2011). Diagnosing organizational cultures: A conceptual and empirical review of culture effectiveness surveys, *European Journal of work an organizational psychology*, 23(1), 145-161 DOI: <https://doi.org/10.1080/1359432X.2012.713173>
- Duarte, S. (2013). *Factores de terminantes de la actitud emprendedora investigativa en científicos del Paraguay*. CTS, 8(23), 67-87.
- Espíritu, R., González, R., & Alcaraz, E. (2012). Desarrollo de competencias emprendedoras: Un análisis explicativo con estudiantes universitarios. *Cuadernos de Estudios Empresariales*, 22(22), 29-53. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4730220>
- Fey, F. Denison, R. (2003). Organizational Culture And Effectiveness: *Can American Theory Be Applied In Russia?*. Paper 598 Davidson Institute Working Paper Series.
- González, J., & Rodríguez, M. (2008). Diagnóstico y valoración del nivel de desarrollo del espíritu empresarial (entrepreneurship) de los estudiantes de la Facultad seccional Sogamoso de la UPTC. *Pensamiento y Gestión* (24), 225-255.
- González, M. y Velázquez, L. (2015). El caso del Tecnológico de Monterrey (135-154). España: RedEmprendia.
- Guerra, M. y Pizarro, O. (2015). Emprendimiento académico liderado por Mujeres en Chile. En *Emprendimiento Femenino en Latinoamérica* (53-69). España: RedEmprendia.
- Jordán, J., Serrano, B., Pacheco, A., & Brito, L. (2016). *Capacidad emprendedora desde la perspectiva de género. Opción*, 32 (81), 238-261. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31048807012>
- Leiva, J. C. (2008). ¿Nacen empresas de las actividades de fomento al espíritu emprendedor? *TEC Empresarial*, 2(1), 16-27. Disponible en: https://revistas.tec.ac.cr/index.php/tec_empresarial/article/view/771
- Lund, B. (2003). Organizational culture and job satisfaction, *Journal of Business and Industrial Marketing*, 18(3): 219-236 Disponible en: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/0885862031047313/full/html>
- McClelland; E. Swail; J. Bell; J. & Ibbotson; P. (2005). "Following the pathway of female entrepreneurs: A six-country investigation", *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 11, (2) 84-107. <https://doi.org/10.1108/13552550510590527>
- Melián, A.; Campos, V., Sanchis, P. (2011). Emprendimiento Social Y Empresas De Inserción En España. Aplicación Del Método Delphi Para La Determinación Del Perfil Del Emprendedor Y Las Empresas Sociales Creadas Por Emprendedores. *REVESCO: Revista de Estudios Cooperativos*. 106: 150-172.
- Ming L. (2005). The Case Análisis On Failures Of Enterprise Internal Control In Mainland China. Cambridge. *Journal Of American Academy Of Business*.

- O'Reilly, Ch. Caldwell, D. Chatman, J. & Doerr, B. (2014). The promise and problems of organizational culture: CEO Personality, Culture and Firm Performance, *Group & Organization Management* 39 (6): 595-625. DOI: <https://doi.org/10.1177/1059601114550713>
- Pérez, A. (2019). Qué es emprendimiento: definición y perspectivas. OBS Business School. Disponible en: <https://www.obsbusiness.school/blog/que-es-emprendimiento-definicion-y-perspectivas>
- Robbins, S. & Judge, T. (2007). *Organizational Behavior*. 12a. Ed. Prentice Hall.
- Rodríguez, R. (2016). El rol de la familia en el emprendimiento. septiembre, de El Columnero Sitio web: <http://www.elcolumnero.com/rosymer-rodriguez/el-rol-de-la-familia-en-el-emprendimiento>
- Salazar, J., Guerrero, J., Machado, Y., & Cañedo, R. (2009). Clima y cultura organizacional: dos componentes esenciales en la productividad laboral. *ACIMED*, 20(4), 67-75. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1024-94352009001000004&lng=es&tlng=es
- Santamaría, E., & Tapia, D. (2017). Emprendimiento y género en México. Disponible en: <http://www.caiinno.org/wp-content/uploads/2017/05/Genero-emprendimiento.pdf>
- Terán Cazares, M. M., Rodríguez Garza, B. N., & Partida Puente, A. (2018). Formación De Una Herramienta Confiable Para Evaluar El Comportamiento De Ciudadanía Y La Cultura Organizacional En México. *Revista Hitos* 24 (69), 224-245. <http://148.236.18.55/bitstream/20.500.12107/3677/1/FORMACI%C3%93N%20DE%20UNA%20HERRAMIENTA%20CONFIABLE.pdf>
- Vázquez, M. (2015). Emprendimiento universitario en base tecnológica: El caso de mujeres en Argentina. *En Emprendimiento Femenino en Latinoamérica* (70-93). España: RedEmprendia.
- Zabludovsky K. (2013). *Empresarias y ejecutivas en México. Diagnóstico y desafíos*, IPADE, México. Obtenido de: <https://ginazabludovsky.com/2013/07/19/empresarias-y-ejecutivas-en-mexico-diagnosticos-y-desafios/>