



Revista Colombiana de Ciencias Sociales
E-ISSN: 2216-1201
revista.csociales@funlam.edu.co
Fundación Universitaria Luis Amigó
Colombia

Durán-Aponte, Emilse; Arias-Gómez, Diana
INTENCIÓN EMPRENDEDORA EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS: INTEGRACIÓN
DE FACTORES COGNITIVOS Y SOCIO-PERSONALES
Revista Colombiana de Ciencias Sociales, vol. 6, núm. 2, julio-diciembre, 2015, pp. 320-
340
Fundación Universitaria Luis Amigó
Medellín, Colombia

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=497856275007>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

INTENCIÓN EMPRENDEDORA EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS: INTEGRACIÓN DE FACTORES COGNITIVOS Y SOCIO-PERSONALES¹

ENTREPRENEURIAL INTENTION IN UNDERGRADUATE STUDENTS: INTEGRATION OF COGNITIVE AND SOCIO-PERSONAL FACTORS

Emilse Durán-Aponte*, Diana Arias-Gómez**

Universidad Simón Bolívar, Venezuela

Recibido: 6 de mayo de 2015 – Aceptado: 9 de junio de 2015

Forma de citar este artículo en APA:

Durán-Aponte, E. y Arias-Gómez, D. (julio-diciembre, 2015). Intención emprendedora en estudiantes universitarios: integración de factores cognitivos y socio-personales. *Revista Colombiana de Ciencias Sociales*, 6(2), 320-340.

Resumen

Esta investigación tuvo como *objetivo* analizar la existencia o ausencia de relación entre la intención emprendedora y un conjunto de variables cognitivas (autoeficacia emprendedora, actitud emprendedora y estilo emocional) y variables socio-personales (sexo, experiencia laboral, trabajar actualmente, poseer una empresa familiar, vivir con padres o no) en estudiantes universitarios. *Método*: participaron 159 estudiantes de los cuales 73 eran mujeres y 86 hombres. A través de una regresión logística se encontró que una alta autoeficacia para el liderazgo de recursos claves y un bajo estilo emocional de rumiación, contribuyen con la intención de emprender. Se discuten estos *resultados* en el contexto latinoamericano y se recomienda el énfasis que debe hacerse en la formación de futuros profesionales universitarios orientados a emprender, dando mayor relevancia a aspectos psicológicos del individuo en vez de la visión estrictamente económica y gerencial presente en los planes de formación para emprendedores de la actualidad. Por último, la principal contribución del estudio estuvo en la combinación de factores cognitivos y socio-personales en una misma muestra, la utilización de dimensiones más claras de las variables autoeficacia y actitud emprendedora, la promoción de instrumentos validados en la población de estudio y el uso de una técnica estadística potente y multicausal, como lo es la regresión logística. *Se recomienda* la investigación longitudinal para comprobar si efectivamente se convierten en emprendedores y verificar los factores explicativos de ello, además, comparar los resultados con población emprendedora para establecer relaciones más claras y eliminar aquellos factores que no contribuyan en la explicación del fenómeno.

Palabras clave:

Plan de estudios universitarios, investigación psicológica, comportamiento innovador

¹ Este trabajo ha sido realizado dentro del grupo de Investigación denominado *Laboratorio de Investigación en Bienestar y Rendimiento Estudiantil* (Libre) adscrito al Decanato de Investigación y Desarrollo de la Universidad Simón Bolívar, bajo el código: GID-084.

* Doctora en Ciencias Sociales y Humanidades. Magíster en Psicología. Licenciada en Educación. Profesora a dedicación exclusiva Universidad Simón Bolívar. Correo electrónico: emilseaponte@usb.ve

** Magíster en Educación, mención Procesos de Enseñanza y Aprendizaje. Especialista en Dinámica de Grupos, Licenciada en Educación, mención Ciencias Pedagógicas. Profesora a tiempo integral Universidad Simón Bolívar. Correo electrónico: darias@usb.ve

Abstract

This research had as *aim* to analyze the existence or absence of a relationship between entrepreneurial intention and a set of cognitive variables (entrepreneurial self-efficacy, entrepreneurial attitude and emotional style) and socio-personal variables (sex, work experience, currently working, to possess family business, to live or not with parents) in undergraduate students. *Method:* 159 students participated of which 73 were women and 86 men. A logistic regression found that high self-efficacy for leadership of key resources and a low emotional style of rumination, contribute with the intention of being entrepreneur. These *results* are discussed in the Latin American context and the emphasis should be on the training of university professionals oriented to entrepreneurial intention, giving more relevance to psychological aspects of the individual rather than the strictly economic and managerial vision present in the training plans for entrepreneurs today. Finally, the main contribution of the study was the combination of cognitive and socio-personal factors in a single sample, using more clear dimensions of the self-efficacy variables and entrepreneurial attitude, the promotion of validated instruments in the population studied and using a powerful multi-causes statistical technique, such as the logistic regression. It is *recommended* a longitudinal study to see if indeed become entrepreneurs and to verify the factors that explain it. Furthermore compare the results with entrepreneurial population to establish clearer relationships and eliminate those factors that do not contribute to the explanation of the phenomenon.

Keywords:

University curriculum, psychological research, innovation behavior

Introducción

En los actuales momentos el desarrollo económico de países y regiones se relaciona entre otras cosas con el emprendimiento. Es conocido que algunas personas cuentan con habilidades innatas que les ayudan a enfrentar retos empresariales y asumir actividades de emprendimiento, también es cierto que estas habilidades pueden ser fortalecidas al introducir, en los planes de estudio de todos los niveles de enseñanza, temáticas relacionadas con aquellas que predicen o moderan la intención emprendedora, por lo tanto es necesario estudiarlas y analizarlas.

El emprendimiento es una de las actividades humanas más complejas pues en ella convergen factores socio-personales, cognitivos, económicos, políticos y culturales, que al combinarse pueden resultar como predictores eficaces de iniciativas de emprendimiento o de la intención emprendedora en los individuos.

En el caso de Latinoamérica y países del Caribe recientes estudios sobre el emprendimiento destacan una relación entre la actividad emprendedora y la competitividad empresarial (Amorós, & Cristi, 2008), confirmado en los ejemplos dados por Chile, Costa Rica, Colombia y Barbados en los últimos años, donde se ha visto un incremento del emprendimiento. En medio de este panorama debe reconocerse que, tal como lo mencionaba Varela Villegas (2001), Latinoamérica se enmarca en una cultura de dependencia hacia la empleabilidad forzosa, motivada en gran parte por las políticas paternalistas de los gobiernos y además por las condiciones económicas y políticas que en algunos casos se muestran desfavorables e inciertas.

Estas dos realidades coexisten por diversas razones, entre otras cosas porque el complejo fenómeno del emprendimiento es influenciado por múltiples factores, entre los que se encuentran características asociadas a la personalidad y las condiciones del momento que impulsan al individuo a emprender una actividad económica, lo cual ha sido ampliamente abordado en variadas investigaciones, entre ellas las más recientes son: Ortiz Riaga, Duque Orozco y Camargo Mayorga (2008); Salvador (2008); Roth y Laco (2009); Sánchez García (2010); Amorós (2011); Merino y Vargas Chanes (2011), y Moriano, Topa, Morelo, Entenza y Lévy-Mangin (2012).

Antes de crear una empresa se considera que debe existir en el individuo la intención de hacerlo. Ajzen (1991) señala que la intención de una persona es el antecedente inmediato a su comportamiento. Rodríguez y Prieto Pinto (2009, p. 75) exponen que “una intención es una expresión de un comportamiento, sólo si el comportamiento en cuestión se encuentra bajo control deliberado por parte del individuo”. A partir de allí que pueda definirse para efectos de esta investigación a la intención emprendedora como una conducta planificada, orientada a la creación de una nueva empresa, donde

se identifican oportunidades de negocio y se asumen riesgos con la idea de generar ganancias. Dicho esto, es posible creer que aquellos individuos con intención de emprender tienen altas posibilidades de materializar dicho pensamiento.

Los estudios relacionados con esta temática también hacen énfasis en la importancia de investigar la intención emprendedora con muestras constituidas por estudiantes universitarios, pues se les considera potenciales emprendedores en comparación con otras muestras de estudio. Sin embargo, no deben perderse de vista las observaciones hechas por Thompson (2009), quien indicó que la intención emprendedora es un aspecto importante entre quienes aspiran a iniciar una carrera empresarial, pero no necesariamente llega a convertirse en realidad a futuro.

Según Salvador (2008) se considera emprendedor un sujeto cuyas acciones están más influenciadas por factores internos que por los externos, pero no existe un acuerdo sobre esos factores. Por ello, resulta importante identificar aquellas características de posibles emprendedores, puesto que se convierten de alguna forma en indicadores relativamente estables de lo que puede influenciar a una generación de hombres y mujeres, dispuestos a iniciar actividades de emprendimiento al servicio del desarrollo de una región o nación. Como lo menciona, Durán-Aponte (2013a), esta información también es relevante para dar orientaciones precisas de la formación gerencial en las aulas universitarias, debido a que es posible encontrar un perfil social y cognitivo de los futuros emprendedores y equilibrar tal como lo recomienda Bernal (2014), la importancia que se da a las características personales y los conocimientos sobre aspectos gerenciales, en dicha formación.

Factores que intervienen en la intención emprendedora

Uno de los modelos más influyentes sobre el emprendimiento fue desarrollado por Shapero (1982, citado en Sánchez, Lanero y Yurrebaso, 2005) llamado el “Modelo sobre el evento emprendedor”, el cual indica que para dar inicio a una actividad de emprendimiento se requiere que el individuo considere que es factible lograrlo y que además posea una inclinación a no desaprovechar las oportunidades. Este modelo asigna una particular influencia a las condiciones del medio pero también a las actitudes del individuo.

Puede entenderse entonces que entre los aspectos considerados como influyentes en la intención emprendedora se encuentran dos vertientes: por un lado los de tipo cognitivo y por otro lado los de tipo socio-personal.

Factores cognitivos

Según Delgado Piña, Gómez Martínez, Romero Martínez y Vázquez Inchausti (2008) los factores cognitivos son aquellos que miden el conocimiento y las destrezas necesarias de un individuo para poner en funcionamiento un nuevo negocio. Uno de los factores cognitivos más asociados a la intención emprendedora, se denomina la autoeficacia emprendedora, la cual ha sido estudiada por diferentes investigadores no solo en Latinoamérica sino también en otros continentes (Ortí González, 2001; Moriano, Palací y Morales, 2006; Salvador, 2008; Sánchez García, 2010; Moriano et al. 2012).

El término autoeficacia proviene del planteamiento teórico de Bandura (2001), definido por este autor como la creencia del individuo sobre su capacidad para realizar con éxito determinadas actividades. Entre las recomendaciones de Bandura está que las escalas basadas en la autoeficacia se deben adecuar al dominio particular de funcionamiento que se desee investigar, esto quiere decir que los ítems deben diseñarse en función de aspectos específicos y no de modo general.

Cuando se trata de la autoeficacia emprendedora se tiene cuidado de cumplir con la recomendación de Bandura (2001), al estar relacionada con el juicio positivo del individuo sobre actividades particulares, en este caso concernientes al emprendimiento. Sánchez et al. (2005, p. 40) la definen como “una atribución de competencia personal y control en una situación dada y refleja la percepción de una capacidad personal para realizar un trabajo o tarea concreto”. De modo específico, cuando se trata del emprendimiento, Durán-Aponte indica que se refiere al “juicio que hacen las personas sobre su capacidad de manejar un negocio, captar fuentes de financiamiento, dirigir empleados y otros, aspectos inherentes al negocio” (2013b, p. 60). En general, se cree que posee un poder predictivo sobre la intención de crear una nueva empresa, tanto directa como indirectamente y para Moriano León, Palací Descals y Morales Domínguez (2006) es efectiva para diferenciar entre emprendedores y los que no lo son.

Sumado a lo anterior, la intención de emprender un negocio parece estar relacionada de forma positiva con el carácter innovador de un individuo, el cual es definido por la actitud emprendedora (Roth y Laco, 2009) que, según estos autores, se orienta a la actividad creativa y a la imaginación y resta valor a la suerte, es decir se ubica en un locus de control interno. Esta variable difiere de la autoeficacia emprendedora y ha sido abordada ampliamente en el estudio de Durán-Aponte (2013b), quien concluye que la actitud consiste en ser optimista, proactivo, persistente y creativo, lo cual está más relacionado con la personalidad, mientras que la autoeficacia consiste en sentirse capaz de lograr una meta.

Espíritu Olmos (2011) reportó que los estudiantes con alta propensión al riesgo (actitud emprendedora) asumían la intención de emprender un negocio. Además, un individuo con actitud emprendedora, lejos de copiar emprendimientos, se esfuerza por desarrollar y crear cosas nuevas, relación que también se observa en los resultados de Moriano et al. (2012).

En cuanto al manejo de las emociones y la intención emprendedora, según Salvador (2008), se cree que la claridad emocional y utilización de las emociones son predictores eficaces del desarrollo de nuevos productos y oportunidades de mercado, lo que en gran parte se debe a que las personas que pueden manejar la información sobre sus emociones y las de los demás, responderán mejor al medio que otras. Guarino (2011) considera que, cuando por el contrario, el individuo tiene dificultad para comprender y expresar sus emociones y las de los demás, se inhibe emocionalmente, lo que puede causar un efecto negativo respecto a la posibilidad de asumir riesgos, la actitud emprendedora y por ende, la intención de emprender.

Para el contexto en el que se desarrolla esta investigación, es importante resaltar los comentarios de Lipset (2000), quien indica que los empresarios latinoamericanos acostumbran anteponer los intereses personales y emocionales por delante de los negocios. Por lo tanto, resulta lógico pensar en lo necesario que es un adecuado manejo de las emociones para la intención de emprender. Los recientes estudios de Bernal Guerrero (2014), afirman que “los sujetos con una identidad personal más lograda reúnen mejores condiciones emprendedoras” (p. 385).

En definitiva, tal como lo expresó Toledo Nickels (2001), los aspectos psicológicos del individuo que desea emprender, se sustentan en las experiencias que anticipan un futuro inspirador, generando a su vez un proyecto de vida orientado a transformarse en algo real; por lo tanto, son las situaciones personales o factores socio-personales los que ocupan un especial interés en su discurso y pueden ser también determinantes en la intención de emprender un negocio.

Factores socio-personales

Los factores relacionados con circunstancias del individuo o llamados socio-personales se basan en numerosas investigaciones que evalúan la relación entre tener intenciones de crear una empresa y variables relacionadas con el ambiente familiar, la experiencia laboral, responsabilidades familiares, así como el sexo.

En principio se cree que los individuos que se encuentran trabajando o poseen experiencia laboral tienen una mayor inclinación por desarrollar su propio negocio. Del mismo modo Moriano León et al. (2006b) encuentran que la experiencia laboral ocupa un papel importante en la intención de crear una empresa. Loli P., Dextre J., Del Carpio G. y La Jara G. (2010) encuentran una relación significativa entre quienes tienen experiencia laboral y el deseo de iniciar un emprendimiento.

Por otro lado Bolaños (2006) afirma que en Latinoamérica la familia juega un rol importante y es lógico pensar que influya como modelo a seguir. En su investigación advierte que los que tienen un modelo a imitar, sea externo o familiar, pueden tener mayor intención de crear una empresa. De igual manera Loli P. et al. (2010) aseguran que es probable que la experiencia familiar en creación de empresas favorezca la intención emprendedora.

Además Aponte, Urbano y Veciana (2006) y Moriano León et al. (2006) afirman que los antecedentes de empresarios en la familia aportan un efecto positivo en la creación de nuevas empresas. Sin embargo, Delgado Piña et al. (2008) no encontraron que las experiencias cercanas en creación de empresas tuvieran un efecto significativo en el espíritu emprendedor. A pesar de esta diferencia, la mayoría de los estudios se inclinan por otorgarle efectos positivos a estas dos variables (experiencia laboral y familiares con experiencia emprendedora) sobre la intención de emprender.

Por otro lado, en cuanto al género, según Merino y Vargas Chanes (2011), Salazar-Carvajal, Herrera-Sánchez, Rueda-Méndez y León-Rubio (2014) las mujeres son menos propensas a iniciar nuevos proyectos empresariales. Además, Merino y Vargas Chanes (2011) encuentran que las personas jóvenes presentan una mayor propensión hacia la actividad emprendedora, al igual que los individuos con mayores niveles de preparación académica. Rodríguez y Prieto Pinto (2009) encontraron que en estudiantes del sexo femenino había una alta disposición a emprender una empresa. No obstante, Fuentes García y Sánchez Cañizares (2010) reportaron una menor iniciativa emprendedora en las mujeres, quienes además evidenciaron temor al fracaso como un obstáculo a la hora de pensar en la creación de una empresa propia.

De acuerdo con los lineamientos de la literatura revisada, la presente investigación plantea un enfoque interdisciplinario del emprendimiento, combinando aspectos sociales y psicológicos del individuo. De este modo se pretende contribuir con el entendimiento de factores que se relacionan con la intención de emprender un negocio, conjugando dos vertientes. El objetivo general es analizar la existencia o ausencia de relación entre la intención emprendedora y un conjunto de variables cognitivas (autoeficacia emprendedora, actitud emprendedora y estilo emocional) y variables socio-personales (sexo, experiencia laboral, trabajar actualmente, poseer una empresa familiar, vivir con padres o no) en estudiantes universitarios. Como hipótesis se formularon las siguientes:

- Hipótesis 1: La autoeficacia emprendedora ejerce un efecto positivo y directo sobre la intención de crear una empresa.
- Hipótesis 2: La actitud emprendedora ejerce un efecto positivo y directo sobre la intención de crear una empresa.
- Hipótesis 3: Los puntajes altos en la inhibición emocional y la rumiación ejercen un efecto negativo en la intención emprendedora.
- Hipótesis 4: Poseer experiencia laboral, tener familiares cercanos con experiencia en emprendimientos y contar con el apoyo familiar ejerce un efecto positivo en la intención de crear una empresa.
- Hipótesis 5: Los hombres mostrarán mayor intención emprendedora que las mujeres.

Método

Participantes

Participaron 159 estudiantes: 88 (55,34%) pertenecían a carreras técnicas o cortas (tres años de duración) entre las que se encuentran Administración de Aduanas, Organización Empresarial, Administración del Turismo, Administración Hotelera, Administración del Transporte y Comercio Exterior y 71 (44,65%) a las carreras largas (cinco años de duración): Ingeniería de Materiales, Ingeniería en Computación, Licenciatura en Administración y Licenciatura en Contaduría Pública. 73 eran mujeres y 86 hombres. Las edades estaban entre 17 y 27 años con una media de 20,22 y una DT de 2,110.

Instrumentos

Escala de Autoeficacia Emprendedora (EAE).

Se utilizó la escala bidimensional de la autoeficacia emprendedora en la versión de Salvador (2008), la cual fue validada en población universitaria venezolana por Durán-Aponte (2013b). El instrumento cuenta con 17 reactivos con opción de respuesta tipo Likert, adaptada para esta investigación en puntajes del 1 al 4 (1 completamente incapaz a 4 perfectamente capaz). Se dividió en cuatro dimensiones: posicionamiento en el mercado, desarrollo de productos, liderazgo de recursos claves y construir un entorno innovador. El índice de alfa de Cronbach para la escala total fue de 0,871. A continuación se definen las respectivas dimensiones:

Posicionamiento en el mercado: se refiere a tener un juicio positivo acerca de la posibilidad de manejar las relaciones económicas que el negocio requiere para obtener resultados financieros exitosos, entre los que está relacionarse con posibles inversores, hacer cambios, y reconocer oportunidades de negocio.

Desarrollo de productos: implica la creencia que se tiene sobre la capacidad para planificar, ejecutar y controlar lo relacionado con el presente y el futuro del negocio.

Liderazgo de recursos claves: indistintamente del negocio, sentirse capaz para conducir al personal. Este liderazgo incluye estimular el trabajo en equipo y lograr que se genere sinergia y compromiso entre los mismos, con miras a lograr el éxito en la organización.

Construir un entorno innovador: el individuo tiene la confianza de que podrá persistir ante situaciones adversas y también convencer a los que están a su alrededor de hacerlo.

Escala ¿Soy del tipo emprendedor? (STE).

Se utilizó la escala unidimensional original de Gassé (1983, adaptada por Roth y Lacoa, 2009) para medir la actitud emprendedora. El instrumento cuenta con 15 reactivos y se midieron en una escala tipo Likert con puntuaciones del 1 al 4 (1 totalmente en desacuerdo al 4 totalmente de acuerdo). El índice de alfa de Cronbach para la escala total fue de 0,845. La validación en población universitaria venezolana (Durán-Aponte, 2013b) arrojó una distribución de cuatro dimensiones:

Optimismo: es la respuesta positiva ante adversidades relacionadas con el negocio, en donde se tiene una alta confianza de lograr proyectos exitosos, sortear problemas sin miedo y con disposición a emprender ideas nuevas.

Proactividad: es la exigencia autoimpuesta por el individuo para hacer de la mejor forma posible todo lo que emprende, involucra retarse, apuntar a la excelencia y dar lo mejor de sí mismo.

Persistencia: comprende el reconocimiento de los errores propios, aprender de los mismos y la persistencia para sobreponerse e intentar nuevamente la tarea, por lo cual no abandona la actividad emprendedora cuando tiene situaciones adversas, sino que busca soluciones alternativas.

Creatividad e innovación: se trata de una actitud imaginativa y creativa que facilita el funcionamiento de las cosas, la satisfacción de necesidades y la búsqueda de respuestas nuevas a problemáticas planteadas.

Cuestionario de Estilo Emocional (CEE).

Se utilizó la escala bidimensional adaptada por Guarino (2011) para población de habla hispana, que cuenta con 39 reactivos que se miden con dos opciones: cierto (C) o falso (F). La estructura factorial en este estudio requirió la eliminación de 6 reactivos que no obtuvieron saturaciones mayores a 0,30 en ninguna de las dos dimensiones, resultando una escala con 33 reactivos divididos en dos dimensiones: 17 reactivos que miden la inhibición emocional y 16 para la rumiación. El alfa para la dimensión de rumiación fue de 0,787 y el de la dimensión emocional fue de 0,844.

Inhibición emocional: se refiere al “embotellamiento” o inhibición en la expresión de las emociones experimentadas. Incluye el miedo a pedir ayuda y a ser expuesto ante otros.

Rumiación: mide la tendencia de los individuos a mantenerse preocupados por eventos molestos ocurridos en el pasado. Incluye poca confianza en las personas, dificultad para superar los fracasos y miedo a enfrentar el futuro.

La intención emprendedora se midió con la siguiente pregunta: ¿Tienes la intención de crear tu propia empresa dentro cinco años?

Los factores socio-personales se midieron preguntando si el padre o madre laboraban en empresa pública/privada o empresa familiar. También los alumnos contestaron si trabajaban actualmente, si tenían experiencia laboral y si vivían o no con los padres.

Procedimiento

Se tramitaron los permisos en las instancias correspondientes y se contactó a los profesores para aplicar el cuadernillo durante el horario de clases. Este cuadernillo contenía interrogantes sobre datos personales (carrera, sexo, edad, antecedentes familiares) y los instrumentos denominados: Escala de Autoeficacia Emprendedora (EAE), Escala ¿Soy del tipo emprendedor? (STE) y Cuestionario de Estilo Emocional (CEE). Para medir la intención se preguntó: “¿Tienes la intención de crear tu propia empresa dentro cinco años?” A los estudiantes se les informaron los objetivos de la investigación y participaron voluntariamente, firmando el consentimiento para usar sus datos. La duración de aplicación aproximada fue de 15 minutos. Una vez transcritos los datos, se procesaron en el paquete estadístico SPSS v. 18.

La variable intención emprendedora se categorizó en dos opciones (sí y no). Las dimensiones pertenecientes a cada instrumento se incluyeron individualmente en el modelo predictivo. Se realizó una regresión logística binaria con el método *enter* o introducir para lograr el objetivo de la

investigación, debido a que la variable a predecir es dicotómica y porque esta técnica permite el uso de variables independientes definidas como continuas y categóricas (Alderete, 2006). Otro aspecto considerado es que su aplicación requiere el cumplimiento de menos supuestos en comparación con la regresión múltiple (Kerlinger y Lee, 2002).

Posteriormente fueron analizados el estadístico de Wald, el coeficiente B y los coeficientes de *odds ratio*.

Resultados

De los resultados descriptivos se desprende que solo 42 estudiantes estaban trabajando para el momento del estudio y 59 estudiantes afirmaron que uno de los padres o ambos trabajaban en una empresa familiar. 50 de los estudiantes vivían independientes de su familia. La Tabla 1 muestra estos resultados para las variables nominales.

Tabla 1

Frecuencias de la intención emprendedora y variables socio-personales

Variables	Sí	%	No	%
Intención Emprendedora	90	57	69	43
Trabaja	42	26	117	74
Vive independiente	50	31	109	69
Trabajo familiar	59	37	100	63

Fuente: elaboración propia

En la Tabla 2 se muestran las variables continuas y las relaciones entre ellas. Para efectos de esta investigación se resaltarán las relaciones con la variable a predecir. Primeramente existe relación entre la intención de crear una empresa y tres dimensiones de autoeficacia emprendedora. Específicamente con el Desarrollo de productos ($r = 0,288$; $p < 0,001$), liderazgo de recursos claves ($r = 0,315$; $p < 0,001$) y crear un entorno emprendedor ($r = 0,263$; $p < 0,001$), correlacionando de forma baja y positiva con la intención de crear una empresa.

Tabla 2.

Media, desviación estándar y correlaciones entre la intención emprendedora y variables cognitivas

Variable	Intención Emprendedora	Autoeficacia emprendedora			Actitud emprendedora				Inteligencia Emocional		
		Posicionamiento	Des.-productos	Liderazgo	Entorno	Optimismo	Proactividad	Persistencia	Creatividad	Inhibición	Rumiación
Posicionam.	0,123	1									
Des. P.	0,288**	0,529**	1								
Liderazgo	0,315**	0,595**	0,579**	1							
Entorno	0,263**	0,634**	0,588**	0,926**	1						
Optimismo	0,153	0,561**	0,382**	0,436**	0,435**	1					
Proactividad	0,129	0,344**	0,203*	0,230**	0,290**	-0,551**	1				
Persistencia	0,043	0,399**	0,170*	0,130	0,213**	0,447**	0,473**	1			
Creatividad	0,010	0,340**	0,233**	0,297**	0,295**	0,470**	0,464**	0,447**	1		
Inhibición	0,18	-0,125	0,034	-0,099	-0,135	-0,105	-0,173*	-0,028	-0,047	1	
Rumiación	-0,112	-0,229**	-0,162*	-0,109	-0,115	-0,238**	-0,199*	-0,141	-0,073	0,176*	1
Media	—	4,07	3,20	3,18	3,27	3,27	3,47	3,59	3,22	9,95	7,02
Desv.		0,61	0,51	0,52	0,47	0,50	0,47	0,46	0,55	2,15	3,66
Min-Max		2-5	1-4	1-4	1-4	1-4	1-4	1-4	1-4	4,15	1-19

Fuente: elaboración propia. * = Significativo al 0,05; ** = Significativo al 0,01.

Otra relación de interés se da entre la intención emprendedora y las variables socio-personales. En la tabla 3 pueden verse las relaciones significativas con tener experiencia laboral ($r = -0,329$; $p < 0,005$), y trabajar actualmente ($r = -0,140$; $p < 0,005$), con la intención emprendedora.

Tabla 3.

Media, desviación estándar y correlaciones entre la intención emprendedora y variables socio-personales

Variable	Intención Emprendedora	Sexo	Tipo de carrera	Experiencia Laboral	Trabaja actualmente	Empresa familiar
Sexo	-0,050	1				
Tipo de carrera	-0,133	0,089	1			
Experiencia Laboral	-0,329*	-0,067	0,065	1		
Trabaja actualmente	-0,140*	0,129	0,272**	0,546**	1	
Empresa familiar	-0,034	-0,154	0,095	-0,017	0,053	1

Fuente: elaboración propia. ** = Significativo al 0,01; * = Significativo al 0,05.

En la tabla 4 se muestran los resultados para la regresión logística binaria a fin de predecir la intención emprendedora a partir de los factores cognitivos y socio-personales. Se observa que el estadístico Wald es significativo y el coeficiente B difiere significativamente de 0, por lo tanto se entiende que produce cambios sobre la variable dependiente. El valor explicativo del modelo es del 30,6%, con dos variables significativas en la ecuación.

Tabla 4*Resumen del modelo de regresión Logística Binaria*

	B	E.T.	Wald	gl	Sig.	Exp(B)	
Paso 0	Constante	0,306	0,181	0,436	1	0,000	0,218

Fuente: elaboración propia

La tabla 5 muestra que la variable con mayor contribución en la predicción de la intención emprendedora es la autoeficacia para el liderazgo de recursos claves ($B = 0,336$), y la dimensión de inteligencia emocional llamada ($B = -0,256$). La tabla 5 también muestra coeficientes de *odds ratio* $Exp(B)$ los cuales, al ser positivos en las variables significativas, aumentan la probabilidad de ocurrencia.

Tabla 5*Variables en la ecuación*

		B	E.T.	Wald	gl	Sig.	Exp (B)
Paso 1 ^a	Posicionamiento	-0,564	0,458	1,519	1	0,218	0,569
	Des. Productos	0,954	0,499	3,660	1	0,069	2,596
	Liderazgo	0,336	1,115	3,669	1	0,045	1,462
	Entorno	-0,967	1,260	0,590	1	0,443	0,380
	Optimismo	-0,191	0,557	0,118	1	0,732	0,826
	Proactividad	0,636	0,564	1,272	1	0,259	1,826
	Persistencia	0,335	0,532	0,396	1	0,529	1,397
	Creatividad	-0,714	0,453	2,487	1	0,115	0,490
	Inhibición	0,071	0,104	0,463	1	0,496	1,073
	Rumiación	-0,256	0,104	0,851	1	0,036	0,946
	Sexo	-0,093	0,503	0,034	1	0,853	0,911
	Tipo de carrera	-0,353	0,453	0,606	1	0,436	0,703
	Experiencia Laboral	0,459	0,471	0,948	1	0,330	1,582
	Trabaja actualmente	-0,353	0,453	0,606	1	0,436	0,703
	Empresa familiar	0,045	0,457	0,010	1	0,921	1,406
	Constante	-3,610	2,887	1,563	1	0,211	0,027

Fuente: elaboración propia

Discusión

No es extraño encontrar que la mayoría de los estudiantes que componen la muestra de estudio tengan intenciones de iniciar un emprendimiento a futuro. Las investigaciones revelan que esto puede deberse a la preparación (Loli P. et al., 2010; Terán Rosero y León Gómez, 2010; Alvarado Muñoz y Rivera Martínez, 2011; Salazar-Carvajal et al. 2014).

En cuanto a las correlaciones encontradas con la variable autoeficacia emprendedora es claro que aquellos individuos que se consideran capaces para el emprendimiento, también tienen una actitud favorable hacia el mismo, comenzando por sentirse capaces. La relación más fuerte la compone la autoeficacia para el liderazgo de recursos claves, lo cual puede ser atribuible a las características de la muestra compuesta por estudiantes del área administrativa y gerencial. Además, la correspondencia con el desarrollo de productos puede deberse a la percepción que tienen de planificar y establecer metas propias. Por último, la idea de crear un entorno innovador es clave en la intención de emprender, pues el individuo cree que podrá hacerle frente a situaciones adversas. En suma, estas tres relaciones confirman los hallazgos de las investigaciones de Lanero, Sánchez, Villanueva y D'Almeida (2007), Espíritu Olmos (2011), Moriano et al. (2012), Durán-Aponte, & Durán-García (2013).

Las otras relaciones encontradas con la intención de emprender pertenecen a factores socio-personales, en específico: tener experiencia laboral y estar trabajando actualmente. Estas relaciones son comprensibles debido a que es probable que el individuo considere que puede replicar una idea de negocio, pues se siente con las capacidades adquiridas en sus trabajos anteriores. Esto se debe, probablemente, a lo dicho por Loli P. et al. (2010) quienes afirman que tener experiencia les permite percibir mejor el sentido de creatividad y emprendimiento.

Siguiendo con el objetivo de la investigación, los resultados encontrados con los análisis de regresión para la variable intención emprendedora y el conjunto de variables explicativas, indican un nivel aceptable de predicción. La intención emprendedora es multicausal, explicada por la autoeficacia emprendedora, como puede verse en los estudios de Delgado Piña et al. (2008) y Moriano et al. (2012) entre muchos otros. Específicamente la dimensión de autoeficacia para el liderazgo de recursos claves, indica que este grupo de estudiantes se siente capaz no solo de conducir personal, sino además de lograr que la gente a su alrededor se comprometa con el éxito en la organización. Esta relación es comprensible debido a que los individuos que se sienten más capaces de liderar y gerenciar el capital humano, pueden creer que existe mayor probabilidad de hacerlo en una empresa propia que como empleado dentro de una organización, como se evidencia en los estudios de Salvador Ferrer y Morales Jiménez (2009).

La otra variable significativa en el modelo es la dimensión de rumiación, de modo que cuando esta es menor, se tiene más intención de emprender. Es comprensible, debido a que un individuo debe estar dispuesto a olvidar los errores y enfrentar positivamente el futuro, para así atreverse a independizarse laboralmente. Los estudios de Durán-Aponte (2013a) y Bernal Guerrero (2014) coinciden en afirmar que el manejo adecuado de las emociones es importante en el emprendedor, porque es bastante probable que iniciar un negocio propio conlleve a un posible desgaste emocional.

Las demás variables introducidas en el modelo no resultaron significativas. Tal vez el hecho de que la autoeficacia para el desarrollo de productos y la actitud emprendedora creativa no resultaron significativas en la predicción de la intención emprendedora, puede ser explicado a través del informe para la competitividad para las Américas elaborado por Vicens y Grullon (2011), el cual afirma que una gran proporción de la población venezolana no está preparada ni educada para innovar y crear nuevos productos, lo cual ha sido extrapolado por estos autores al resto de los países de Latinoamérica y el Caribe.

Por otro lado, aunque se esperaba que los hombres tuvieran mayor intención de emprendimiento que las mujeres, no hubo diferencias, lo que puede deberse a que los estudios que respaldan esta relación se basan principalmente en profesionales y de mayor edad a la muestra, donde posiblemente si la mujer ha formado una familia o tiene hijos, le resulta más seguro o menos riesgoso emplearse en una organización, distinto a lo esperado por Merino y Vargas Chanes (2011) y Salazar-Carvajal et al. (2014).

Tampoco se encontró similitud con los resultados referidos por Bolaños (2006) y Loli P. et al. (2010) en cuanto a la experiencia familiar de emprendimiento y la experiencia laboral personal. Esto es igualmente comprensible debido a las diferencias muestrales, las cuales, aunque en la mayoría de los estudios pertenecen a estudiantes universitarios, todos difieren en edades, tipos de carreras y experiencias personales. Además también se debe tener en cuenta que posiblemente la situación económica en la que se encuentra el país y la región (control de divisas, procesos electorales decisivos, inflación, control de precios), pueden limitar la decisión de arriesgarse a emprender un negocio, lo cual confirma la “multifactoriedad” de variables que se deben involucrar en el proceso de explicación y predicción de un futuro emprendedor.

Conclusiones

Retomando el objetivo del estudio que consistió en analizar la existencia o ausencia de relación entre la intención emprendedora y un conjunto de variables cognitivas (autoeficacia emprendedora, actitud emprendedora y estilo emocional) y variables socio-personales (sexo, experiencia laboral, trabajar actualmente, poseer una empresa familiar, vivir con padres o no), se tiene que el modelo resultante se ajusta parcialmente a los resultados de investigaciones anteriores y a los modelos teóricos que sustentan el estudio.

Este estudio tiene como principal contribución la combinación de factores cognitivos y socio-personales en una misma muestra, junto con la utilización de dimensiones más claras de la variable autoeficacia emprendedora y actitud emprendedora en la predicción de la intención emprendedora, lo que representa un aporte teórico en la línea de investigación sobre emprendimiento. Como aporte metodológico, la investigación permitió el uso de instrumentos validados y confiables que se encuentran disponibles para la identificación de estos factores en otras investigaciones, y la incorporación de una técnica estadística potente y multicausal como lo es la regresión logística, la cual permite analizar, estimar, medir o predecir las relaciones entre las variables, sin la restricción de que exista una distribución normal en las variables predictoras o explicativas, distanciándose de las investigaciones de tipo descriptivo o cualitativo.

Al considerar estos resultados es necesario tener presente que por las características del método empleado, procedimiento y muestra de la investigación, los datos aquí mostrados deben ser tomados como resultados iniciales y no como indicadores concluyentes, sin embargo abren nuevos horizontes a la investigación y respaldan las sugerencias de Roth y Lacoa (2009), quienes defienden la idea de investigar de manera longitudinal estas poblaciones dentro de otros años, para comprobar si efectivamente se convierten en emprendedores. Asimismo, incorporar un mayor número de factores que puedan intervenir en la explicación y de ser posible comparar resultados con población emprendedora, en vista de que se pueden establecer relaciones interesantes con los que tienen intención de emprender y eliminar aquellos factores que, por su naturaleza, no contribuyan a la explicación del fenómeno.

Por tales motivos, este estudio puede considerarse positivo al dar indicios más claros acerca del énfasis que debe hacerse en la formación de futuros profesionales universitarios orientados al emprendimiento, en donde los aspectos psicológicos del individuo deben cobrar más relevancia a la hora de sentir una expectativa o deseo de emprender. Entonces, es importante tener en cuenta las implicaciones de los resultados obtenidos sobre el diseño y desarrollo del trabajo docente, con la finalidad de incorporar en los planes de formación de profesionales universitarios de cualquier área, aquellos aspectos que puedan estimular o incentivar la creación de empresas: aunque los factores situacionales o contextuales puedan influenciar de forma significativa el emprendimiento, el estimular a los jóvenes a que se sientan capaces de hacerlo, superen sus miedos, desconfianzas y temores al fracaso y tengan una actitud proactiva, puede contribuir positivamente con el hecho que se conviertan en emprendedores.

Con esto, las instituciones universitarias deberán sentir la necesidad de dejar a un lado la visión estrictamente contable y económica que se le da a la formación de emprendedores y equilibrarla con la búsqueda del desarrollo de habilidades personales basadas en aspectos psicológicos como vía para influenciar el emprendimiento.

Referencias

- Ajzen, I. (December, 1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. DOI:10.1016/0749-5978(91)90020-T
- Alderete, A. M. (2006). Fundamentos del análisis de regresión logística en la investigación psicológica. *Evaluación*, 6, 52-67. Recuperado de <http://revistas.unc.edu.ar/index.php/revaluar/article/view/534/474>
- Alvarado Muñoz, O. y Rivera Martínez, W. F. (enero-junio, 2011). Universidad y emprendimiento, aportes para la formación de profesionales emprendedores. *Cuadernos de Administración*, 27(45), 61-74. Recuperado de <http://dintev.univalle.edu.co/revistasunivalle/index.php/cuadernosadmin/article/view/617/629>
- Amorós, J. E. (2011). El proyecto Global Entrepreneurship Monitor: una aproximación desde el contexto latinoamericano. *Academia. Revista Latinoamericana de Administración*, (46), 1-15. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=71617238002>
- Amorós, J., & Cristi, O. (2008). Entrepreneurship and competitiveness development: A longitudinal analysis of Latin American countries. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 4(4), 381-399.
- Aponte, M., Urbano, D. y Veciana, J. M. (2006). Actitudes hacia la creación de empresas: un estudio comparativo entre Catalunya y Puerto Rico. *Forum Empresarial*, 11(2), 52-75. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=63111203>
- Bandura, A. (2001). *Guía para la construcción de escalas de autoeficacia*. Recuperado de <http://www.uky.edu/~eushe2/Pajares/effguideSpanish.html>
- Bernal Guerrero, A. (enero-abril, 2014). Competencia emprendedora e identidad personal. Una investigación exploratoria con estudiantes de Educación Secundaria Obligatoria. *Revista de Educación*, (363), 384-411. DOI: 10-4438/1988-592X-RE-2012-363-192

- Bolaños, R. (agosto, 2006). Impacto del modelo a imitar en la intención de crear una empresa. *Estudios de Economía Aplicada*, 24(2), 491-508. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=30113180007>
- Delgado Piña, M. I., Gómez Martínez, L., Romero Martínez, A. M. y Vázquez Inchausti, E. (2008). Determinantes sociales y cognitivos en el espíritu emprendedor: un estudio exploratorio entre estudiantes argentinos. *Cuadernos de Gestión*, 8(1), 11-24. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=274320547001>
- Durán-Aponte, E. (mayo, 2013a). Análisis del perfil emprendedor en estudiantes universitarios del área administrativa: aportes a la formación gerencial emprendedora. *V Congreso de Gerencia en América Latina: Tendencias gerenciales desde una visión crítica*. Venezuela: Universidad del Zulia.
- Durán-Aponte, E. (septiembre, 2013b). Distinción entre actitud emprendedora y autoeficacia emprendedora: Validez y confiabilidad en estudiantes universitarios. *Educación y futuro digital*, (7), 59-69. Recuperado de http://www.cesdonbosco.com/documentos/revistaeyfd/EYFD_7.pdf
- Durán-Aponte, E., & Durán-García, M. (July, 2013). Entrepreneurial Profile in Venezuelan University Students: Gender Differences and Study Area. *Edulearn 13. V International Conference on Education and New Learning Technologies*. Barcelona, España.
- Espíritu Olmos, R. (enero-abril, 2011). Análisis de la intención emprendedora en estudiantes universitarios a través de los rasgos de personalidad. *Multiciencias*, 11(1), 65-75. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=90418851009>
- Fuentes García, F. J. y Sánchez Cañizares, S. M. (2010). Análisis del perfil emprendedor: una perspectiva de género. *Estudios de Economía Aplicada*, 28(3), 1-28. Recuperado de <http://www.revista-eea.net/documentos/28306.pdf>
- Guarino, L. (enero-abril, 2011). Adaptación y validación de la versión hispana del Cuestionario de Estilo Emocional. *Universitas Psychologica*, 10(1), 197-209. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64719284017>
- Kerlinger, F. N. y Lee, H. B. (2002). *Investigación del comportamiento*. Métodos de investigación en Ciencias Sociales. 4^a ed. México: McGraw-Hill.

- Lanero, A., Sánchez, J. C., Villanueva, J. J. y D'Almeida, O. (septiembre, 2007). La perspectiva cognitiva en el proceso emprendedor. *X Congreso Nacional de Psicología Social: un encuentro de perspectivas*. España: Universidad de Cádiz. Recuperado de <http://psi.usal.es/emprendedores/documentos/Lanero07.pdf>
- Lipset, S. M. (2000). Values and entrepreneurship in the Americas. In R. Swedberg (Ed.), *Entrepreneurship. The Social Science View* (pp. 110-128). Padstow: Oxford University Press.
- Loli P., A. E., Dextre J., E., Del Carpio G., J. y La Jara G., E. (2010). Actitudes de creatividad y emprendimiento en estudiantes de la Universidad Nacional de Ingeniería y su relación con algunas variables socio demográficas. *Revista de Investigación en Psicología*, 13(2), 139-151. Recuperado de http://sisbib.unmsm.edu.pe/brevistas/investigacion_psicologia/v13_n2/pdf/a09v13n2.pdf
- Merino, M. y Vargas Chanes, D. (2011). Evaluación comparativa del potencial emprendedor de Latinoamérica: una perspectiva multinivel. *Academia, Revista Latinoamericana de Administración*, (46), 38-54. Recuperado de <http://132.248.9.34/hevila/AcademiaRevistaLatinoamerica-nadeadministracion/2011/no46/3.pdf>
- Moriano, J. A., Palací, F. J. y Morales, J. F. (2006). Adaptación y validación en España de la escala de Autoeficacia emprendedora. *Revista de Psicología Social*, 22(1), 51-64. Recuperado de http://www.uned.es/dpto-psicologia-social-y-organizaciones/paginas/profesores/moriano/copiasseguridad/J.A.Moriano_archivos/21_1%5B1%5D.%20MORIANO%20ET%20AL.pdf
- Moriano León, J. A., Palací Descals, F. J. y Morales Domínguez, J. F. (2006). El perfil psicosocial del emprendedor universitario. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 22(1), 75-99. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=231317045004>
- Moriano, J. A., Topa, G., Morelo, F., Entenza, A. M. y Lévy-Mangin, J.-P. (enero, 2012). Autoeficacia para el liderazgo emprendedor. Adaptación y validación de la Escala CESE en España. *Anales de psicología*, 28(1), 171-179. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16723161019>
- Ortí González, A. M. (2001). Componentes subjetivos del éxito emprendedor: aportes de la teoría social cognitiva. La autoeficacia percibida. En *Publicación en Homenaje al Profesor Dr. D. Manuel Ortigueira Bouzada* (pp. 254-270). Santander: Universidad de Sevilla.

Ortiz Riaga, C., Duque Orozco, Y. V. y Camargo Mayorga, D. (junio, 2008). Una revisión a la investigación en emprendimiento femenino. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, 16(1), 85-104.

Rodríguez, C. A. y Prieto Pinto, F. A. (diciembre, 2009). La sensibilidad al emprendimiento en los estudiantes universitarios. Estudio comparativo Colombia-Francia. *Innovar, Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 19, 73-89. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81819025007>

Roth, E. y Lacoa, D. (marzo, 2009). Análisis psicológico del emprendimiento en estudiantes universitarios: medición, relaciones y predicción. *Ajayu*, 7(1), 2-38.

Salazar-Carvajal, P. F., Herrera-Sánchez, I. M., Rueda-Méndez, S. y León-Rubio, J. M. (mayo, 2014). El efecto de la conservación de recursos sobre la intención emprendedora en el contexto de crisis económica: el rol moderador de la autoeficacia y la creatividad. *Anales de Psicología*, 30(2), 549-559. DOI: <http://dx.doi.org/10.6018/analesps.30.2.159281>

Salvador, C. M. (marzo, 2008). Impacto de la inteligencia emocional percibida en la autoeficacia emprendedora. *Boletín de Psicología*, (92), 65-80. Recuperado de <http://www.uv.es/seoane/boletin/previos/N92-4.pdf>

Salvador Ferrer, C. M. y Morales Jiménez, J. (marzo, 2009). Fundamentos psicológicos de la autoeficacia emprendedora en jóvenes mexicanos. *Alternativas en Psicología*, 14(20), 35-47. Recuperado de <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/alpsi/v14n20/v14n20a04.pdf>

Sánchez, J. C., Lanero, A. y Yurreboso, A. (2005). Variables determinantes de la intención emprendedora en el contexto universitario. *Revista de Psicología Social Aplicada*, 15(1), 37-60. Recuperado de <http://psi.usal.es/emprendedores/documentos/Sanchez05.pdf>

Sánchez García, J. C. (2010). Evaluación de la personalidad emprendedora: validez factorial del Cuestionario de Orientación Emprendedora (COE). *Revista Latinoamericana de Psicología*, 42(1), 41-52. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=80515880004>

Terán Rosero, A. C. y León Gómez, G. (enero-junio, 2010). Visión del emprendimiento desde el Estado y la universidad: El plan de desarrollo de Antioquia visión 2020 con el programa de emprendimiento de la UPB. *Revista Ciencias Estratégicas*, 18(23), 119-129. Recuperado de <https://revistas.upb.edu.co/index.php/cienciasestrategicas/article/view/568/508>

Thompson, E. R. (May, 2009). Individual entrepreneurial intent: construct clarification and development of an internationally reliable metric. *Entrepreneurship. Theory & Practice*, 33(3), 669-694. DOI: 10.1111/j.1540-6520.2009.00321.x

Toledo Nickels, U. (diciembre, 2001). Ejercicio de Construcción de un ideal-tipo de la vida social. El caso del emprendedor. *Cinta de Moebio*, (12), 48-68. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=10101206>

Varela Villegas, R. (2001). *Innovación empresarial. Arte y ciencia en la creación de empresas*. 2^a ed. Bogotá: Pearson.

Vicens, L. y Grullon, S. (noviembre, 2011). Innovación y emprendimiento: un modelo basado en el desarrollo del emprendedor. *V Foro de Competitividad de las Américas*. República Dominicana: Banco Interamericano de Desarrollo. Recuperado de <http://publications.iadb.org/bitstream/handle/11319/5095/Innovaci%C3%B3n%20y%20emprendimiento%20Un%20modelo%20basado%20en%20el%20desarrollo%20del%20emprendedor.pdf?sequence=1>