



Dimensiones del emprendimiento en los estudiantes universitarios

Ricardo Javier Lemos Bernal

ID 752813

Tutor

Mgs. José Londoño-Cardozo

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Sur Occidente

Sede / Centro Tutorial Cali (Valle del Cauca)

Programa Tecnología en Gestión Empresarial

noviembre de 2022

Dedicatoria

Así como el viento arrastra una hoja hasta la montaña más alta sin habérselo esperado, agradezco aquellas personas que impulsaron en mi esa intensión a la investigación, mis docentes y guías durante todo el proyecto de investigación que son: a José Londoño que vio en mí, capacidades investigativas y a Claudia Lorena Giraldo que, con su carismática forma de educar, me enseñó a ver más allá cada análisis. Por ultimo y no menos importante aquellos familiares, amigas y compañeras que siempre creyeron que podría hacerlo si realmente me lo proponía... Muchas gracias.

Tabla de contenido

	Pág.
Índice de tablas	iii
Resumen.....	iv
Abstract.....	iv
Introducción	1
1. Antecedentes.....	3
2. Planteamiento del problema	5
2.1. Definición del problema	5
2.2. Formulación del problema o Pregunta.....	5
3. Objetivos.....	6
3.1. General.....	6
3.2. Específicos.....	6
4. Justificación.....	7
5. Marcos de Referencia	9
5.1. Marco contextual	9
6. Metodología.....	11
6.1. Enfoque de la investigación.....	11
6.2. Tipo de Investigación	11
6.3. Fuentes de la información.....	12
6.4. Análisis de la información.....	12
7. Matriz de revisión	13
8. Análisis de la matriz de dimensiones	17
9. Dimensiones e indicadores	19
10. Conclusiones	21

Referencias..... 23

Índice de tablas

	Pág.
Tabla 1 Matriz de dimensiones del emprendimiento en estudiantes universitarios.....	15

Resumen

Los estudiantes universitarios tienen intención de emprender, bajo estas palabras existe un sin número de hipótesis y estudios que trata de demostrar que tan cierto es todo esto, pero para descubrirlo primero hay que reconocer las características que estas tienen para ser consideradas como una intención emprendedora, ya que el estudio del emprendimiento en la actualidad se está convirtiendo en parte importante para las personas, las universidades, la sociedad y sobre todo los gobiernos en cada país. Para ello es importante iniciar con el reconocimiento de que son las características, para luego empezar a analizarlas y así destacar sus principales dimensiones, las cuales se plasman según la variedad de características, tales como la educación la cual incentiva cuando se adquiere conocimientos y despiertan el interés en los estudiantes, las experiencias de vida que resaltan todos aquellos sucesos y momentos en la vida de cada persona que luego aparecen como intención de emprender, lo socioeconómico que forma parte de todo que reconoce la persona en su entorno y lo psicológico que es un factor el cual no se puede dejar a un lado puesto que hace parte las percepciones que se obtienen como individuos. Por ello el estudio individual de cada característica las lleva a ser analizadas desde las dimensiones propuestas, puesto que se correlacionan entre cada una de estas y es lo que genera en los estudiantes universitarios esa intención de emprender, por lo que se convierte en parte fundamental para mantener la motivación al iniciar un proyecto de emprendimiento.

Palabras clave: Emprendimiento, Estudio del emprendimiento, Intención emprendedora, Motivación, Personalidad, Características emprendedoras.

Abstract

Under these words there are a few hypotheses and studies that try to demonstrate how true all this is, but to find out first we must recognize the characteristics that these must be considered as an entrepreneurial intent, since the study of entrepreneurship today is becoming an important part for individuals, universities, society and especially governments in each country. To do this it is important to start with the recognition of what are the characteristics, and then begin to analyze them and thus highlight its main dimensions, which are embodied according to the variety of characteristics, such as education which encourages when knowledge is acquired and awaken interest in students, the life experiences that highlight all those events and moments in the life of

each person that later appear as an intention to undertake, the socioeconomic that is part of everything that the person recognizes in his environment and the psychological that is a factor which cannot be left aside since it is part of the perceptions that are obtained as individuals. Therefore, the individual study of each characteristic leads them to be analyzed from the proposed dimensions, since they are correlated between each one of these and it is what generates in university students the intention to undertake, so it becomes a fundamental part to maintain the motivation to start an entrepreneurial project.

Key Words: Entrepreneurship, Entrepreneurship research, Entrepreneurial intent, Motivation, Personality, Entrepreneurial characteristics.

Introducción

A través de los años el estudio del emprendimiento se ha convertido en un paso importante para que las personas emprendan en la sociedad y sean apoyados por los gobiernos a nivel mundial, siendo la base en la educación universitaria por parte importante para aprovechar la oportunidad de emprendimiento que surgen en las personas. Por ello, reconocer las dimensiones como factores característicos que distinguen ciertos rasgos a la hora de emprender (Serrano Orellana et al., 2017). Las cualidades como factores del porque desean emprender (Gutiérrez Rodríguez & Toro Salazar, 2020), las necesidades tanto físicas, económicas o sociales, los factores psicológicos, educativos y sociodemográficos, es importante para determinar cómo afecta a los estudiantes universitarios al momento de iniciar un emprendimiento y cuales se deberían considerar como importantes a la hora de generar un emprendimiento (Pérez Paredes et al., 2020).

Las dimensiones son los factores positivos o negativos que con llevan a determinar ciertas características que se agrupan en criterios sistemáticos que permiten identificar las diferencias en el grado clasificadorito que tienen la misma, tal como lo explica Asimov (1987) el gato y el león según la ciencia pertenecen al mismo género felino pero se diferencian según el contexto en el que se encuentre como diferencia el *Felis domesticus* que es el gato y el *Felis leo* que sería el *leo*, bajo este concepto encontrar las dimensiones más representativa a la hora de indicar porque un estudiante universitario decide realizar un emprendimiento o no en la sociedad, es lo que permitirá reconocer las características más destacables. Por lo tanto, surgen una serie de características que los empieza a identificar (Londoño-Cardozo & Hernández Madroño, 2018). Desde razones psicológicas tales como 1) la personalidad emprendedora, que comprende las razones de la psicopatología del emprendedor y 2) la cognición del emprendimiento; así como también razones educativas relacionadas con el emprendimiento. Para todo ello, es fundamental reconocer que es lo que determina a una persona emprenda y que no. Esto lleva a la pregunta ¿Cuáles son las dimensiones necesarias para estudiar la decisión de emprender en estudiantes universitarios?

En la actualidad, distinguir a un empresario de un emprendedor puede ser de carácter técnico, económico, por nivel educativo o la experiencia acumulada en el tiempo que lleva. Sin embargo, cada uno tiene una característica similar y es que deben iniciar sus ideas con un proyecto en cualquier escala, dándole un plazo de tiempo y una inversión determina. Al hablar de proyectos se buscan los fundamentos preestablecidos por los métodos administrativos los cuales determinan como hacerlo. Indagar sobre las dimensiones del emprendimiento para reconocer las características que sobresalen en los estudiantes universitarios es importante puesto que puede llevar a reconocer que diferencia una persona de otra y que le motiva a realizar dicho

emprendimiento, también se puede llegar a reconocer si estas características con llevan a que sea un emprendimiento exitoso o no.

Cuando reconocemos la valides de las dimensiones en los estudiantes universitarios, ya se logra comprender como estas afectan a la decisión de emprender, y si somos capaces de reconocer que dichas dimensiones existen, es más fácil de entender porque se puede lograr un emprendimiento, cada persona tiene visión individual y al mismo tiempo esa decisión individual se da por factores externos que con el tiempo van a dando forma a las decisiones de emprender, esto puede ver se reflejado en la motivación que nace en cada personas, y si estas motivaciones se logran percibir, es mucho más fácil entender y guiar el enfoque que tenga. Por ello a los estudiantes universitarios se les debe comprender desde una variedad de puntos, que para este tema se entienden como características y que se manejan como dimensiones, las cuales van relacionadas en la parte educativa, en sus experiencias de vida, en lo socioeconómico y sobre todo en su parte psicológica, la cual, desde un punto de vista personal, afecta en gran medida a esa motivación para ser tomada la decisión de emprender.

Cabe resaltar que dichas decisiones no solo se basan en lo personal, sino también que existen una variedad de sucesos y consecuencias en la sociedad que logran determinar la decisión de emprender, ya que a los estudiantes se les brinda un proceso educativo que logre impactarles de manera positiva, dichos estudiantes emprenderán, ya muy por el contrario si su proceso educativo es aceptable, pero en la parte socioeconómica reciben una atribución, un apoyo para que puede comenzar su emprendimiento, puede haber una alta probabilidad de que se realice dicho emprendimiento. Como se menciona, existe un serie de hipótesis las cuales pueden llevar a entender porque un estudiante universitario desea emprender o quiere realizar un emprendimiento, pero dentro de estas también existen una serie de características que logran ser percibidas, por ello una variedad de textos en donde el factor clave son las encuestas a estudiantes universitarios, muestra una secuencia de repuestas similares las cuales logran resaltar a la hora de querer emprender, dichas respuestas nos enseñan que la decisión proviene de unas variables determinantes que se logran percibir en la matriz que se viene realizando durante la investigación.

Parte importante de Colombia es la variedad de empresas que pueden surgir en cada uno de sus departamentos, gracias a ello existe una variedad de características que en cierto modo influyen a los estudiantes universitarios y generan un fenómeno de crecimiento, aquellas empresas pymes y pequeñas, surgen con un objetivo en específico y es el de generar ingresos propios, pero que pueden ser un factor motivacional para que un estudiante desee emprender. Algunas personas tienen la oportunidad de conocer algún amigo o familiar el cual decidió realizar un emprendimiento, permitiéndole aprender de este y experimentar de primera mano el proceso de emprendimiento, por ello es importante reconocer las características.

1. Antecedentes

Las características son una peculiaridad que permite distinguir o generar un rasgo distintivo entre las personas o cosas, ya sea un objeto, un lugar o una variedad conjuntos semejantes. En el emprendimiento se notan estas diferencias y con ellas influenciar a las personas para que puedan emprender o no. Como lo mencionan Rocha Jácome & Giraldo Gómez las personas son propensas a tomar decisiones o tener un nivel de tolerancia a la incertidumbre. Tras un estudio a través de encuestas en la ciudad de Valledupar se indago sobre cuáles son esas características principales que influyen en la personalidad y la conducta de los emprendedores, donde la capacidad para asumir riesgos se convierte en un rasgo típico en los perfiles de emprendedores y su personalidad se ve muy influenciada a la hora de tomar decisiones, ya sea en el momento o hacia el futuro (2015).

Por otro lado, en Hidalgo - México, bajo otro modelo de entrevista se identificó la propensión emprendedora de los estudiantes de universidades públicas (González Sierra, 2015a). La principal pregunta que se hicieron los investigadores giró en torno al vínculo emprendedor exitoso y estudiante. Quisieron verificar si esto se puede considerar como un motivante. Este estudio se aplicó a 400 participantes con temas relacionados con conocimientos sobre el emprendimiento, la educación y el hecho de conocer un emprendedor de éxito y su influencia en la persona. Aquí se puede descubrir que se convierte en un factor de motivación. Sin embargo, se identificó que los conocimientos para desarrollar un emprendimiento no son realmente significativos cuando de características se habla (González Sierra, 2015b).

Serrano Orellana et al. mencionaron que una de las características determinantes en Ecuador son los entornos económicos. Determinaron la probabilidad de que las personas tengan intención de generar un emprendimiento o la intención de no querer hacerlo desde las diferentes características del individuo, donde se resalta la personalidad, el género, el crecimiento económico, la educación y las necesidades socio económicas (Serrano Orellana et al., 2017). Para tener en cuenta, en Machala Ecuador, hay personas que se ven influenciadas a generar emprendimiento por el crecimiento y la necesidad de generar empleo en el lugar, los individuos son propensos a que tengan dicha intención de emprender por estas características; estos fueron el objeto de estudio de dicha investigación, gracias a la metodología utilizada con el *Modelo Logit* la cual es una función de distribución acumulada logística estándar que determina la probabilidad de éxito bajo una variable independiente, permite identificar las determinantes cuando la propensión a emprender está influenciada por el género, la edad, la educación, el nivel socio económico, las capacidades mismas a emprender, son determinantes importantes a tener en cuenta la probabilidad estadística

de que las personas tengan dicha intensión (Navarrete Fonseca, 2019; Serrano Orellana et al., 2017).

En Colombia el fenómeno emprendedor gracias a que a nivel mundial ha sido analizado por su gran importancia, tal importancia derivada de la creación de nuevas empresas, oportunidades de empleo y su contribución con el bienestar social en donde logra resolverse las problemáticas o necesidades existentes. Pérez Paredes et al. (2020) mencionaron que comprender los conceptos de emprendimiento como emprender, financiar, motivación y la actitud emprendedora son importantes, ya que salen a flote las características que representan el motor económico de un país. Esto, dado que el PIB es influenciado por las micro y pequeñas empresas que surgen. En Latinoamérica este hecho es representativo; Colombia no es una excepción.

Las pequeñas y medianas empresas de Colombia son, en su mayoría, emprendimientos. Encontraron resultados interesantes. Entre estos es posible mencionar que los emprendimientos fueron realizados por personas muy jóvenes; la mayor parte fueron realizados por el sexo masculino; la educación obtuvo un fuerte impacto a la hora de emprender; y sobre todo una gran influencia en personas que ya habían iniciado un emprendimiento, donde existe un factor motivacional, una influencia positiva para poder desarrollarlo. Adicionalmente, encuentra que las personas también son motivadas a emprender cuando surgen situaciones problemáticas, necesidades y crisis sociales que requieren de una solución efectiva, no solo los momentos de dificultad generan motivación, sino también cuando escuchan por medios de comunicación que un emprendimiento prosperó o que existen financiamientos para ello, aunque una problemática lleva a buscar una solución y se convierte en una oportunidad (Pérez Paredes et al., 2020).

Las dificultades son momentos donde aparecen las oportunidades, durante la pandemia de 2020, realizaron un estudio en donde trataron de identificar las características que poseen las mujeres de la universidad privada en México, la cual realizaron un análisis de los conceptos y habilidades de emprendimiento en un ambiente de aprendizaje híbrido, es decir, estudiantes que estuvieron de forma presencial y virtual, forma de aprendizaje que se desarrolló a inicios de la contingencia presentada por el COVID-19. Bajo el modelo estadístico logran visualizar que los modelos educativos híbridos permiten a las personas emprender y querer generar ingresos propios, resaltan las características como el liderazgo, la creatividad, la responsabilidad social y la persistencia, pero que al mismo tiempo perciben las debilidades en la toma de riesgos y en la gestión del tiempo (Navarrete-Báez & Samperio Casco, 2020).

2. Planteamiento del problema

2.1. Definición del problema

Debido a las necesidades que existen en el mundo por generar ingresos extra nacen las oportunidades de crear empresas. El emprendimiento es otra modalidad de trabajo que es promovida dentro del ámbito universitario (Rentería Pérez & Malvezzi, 2008). Las universidades, por su naturaleza, por mandatos legales o por fines misionales tratan de generar un impacto en la sociedad a través de la promoción de emprendimientos. Sin embargo, no todos los estudiantes deciden emprender, o las estrategias que emplean las universidades no recogen la totalidad de la información de su universo de estudiantes. En este sentido, es importante conocer las características principales que motivan a los estudiantes universitarios a iniciar un emprendimiento, que influye en la persona para hacerlo y del mismo modo, que influye en el caso contrario. Esto permitiría ajustar las estrategias de promoción del emprendimiento y garantizar una mayor efectividad.

2.2. Formulación del problema o Pregunta

¿Cuáles son las dimensiones necesarias para estudiar la decisión de emprender en estudiantes universitarios?

3. Objetivos

3.1.General

Identificar las características que influyen en la decisión de emprender de los estudiantes universitarios a partir de una revisión sistémica de literatura.

3.2.Específicos

- Realizar una revisión sistémica de la literatura sobre emprendimiento y características emprendedoras
- Preparar unas matrices de síntesis y análisis de documentos para la comprensión de la bibliografía encontrada
- Identificar las principales características que inciden en la decisión de emprender de estudiantes universitarios.

4. Justificación

Motivación, una palabra con gran fuerza para las personas, sobre todo los universitarios. Cuando las personas tienen motivación son capaces de lograr algo importante. Morán, Consuelo, Es interesante como una palabra tiene gran importancia para las personas. Pero ¿que influye a que estas se motiven? ¿cuáles son las razones por las cuales llegan a tener esa motivación algunas personas y otras no? ¿existirán características peculiares que generen motivación? Para el ámbito del emprendimiento las personas se ven altamente influenciadas por una variedad de factores que determinan el inicio o no de un emprendimiento (Morán Astorga & Menezes dos Anjos, 2016).

Los conocimientos adquiridos, las experiencias vividas o desarrolladas, los factores socioeconómicos o un ejemplo de emprendimiento desde el hogar son características que pueden llegar a determinar que una persona, o en este caso los estudiantes universitarios, desee emprender. También, hay que sacar a relucir la parte de perfiles psicológicos, puesto que se pueden generar perfiles de personas emprendedores y dentro de estos existirán una gran variedad de características personales que los hacen emprendedores. Llegar a determinar dichas características puede ayudar de manera más efectiva a determinar si la persona quiere emprender o no y a la generación de estrategias institucionales para ello (Morán Astorga & Menezes dos Anjos, 2016).

Algunos estudiantes llegan con intenciones de emprender a las universidades y otros salen de la misma universidad con ideas de emprendimiento. Aquí, resalta el factor de la educación el cual juega un papel importante a la hora de ser tomada una decisión. Cuando las personas tienen un conocimiento o lo adquieren durante sus estudios son influenciadas de manera positiva o negativa según el nivel de entendimiento de los conceptos teóricos del emprendimiento (González Sierra, 2015b).

El emprendimiento se puede dar por las características sociodemográficas y financieras, cuando las personas son cabeza de familia en la mayor parte de Colombia conocida como “el rebusque” se convierte en otro fenómeno laboral, el cual permite llevar sustento en los hogares, aquí la familia como característica es una fuerte influencia para las personas, sobre todo los estudiantes universitarios que la manera más eficaz para sostenerse o que ven como oportunidad un emprendimiento y convertirlo en empresa. Reconocer la cultura empresarial en la posición que toma según el factor social y el factor económico es otra de las características para que se lleve a cabo la intención de emprender (Morán Astorga & Menezes dos Anjos, 2016).

El perfil emprendedor es un factor determinante para reconocer las dimensiones que hay en los estudiantes universitarios para que sean susceptibles a realizar un emprendimiento, la importancia de un perfil emprendedor se da por las características según su necesidad de alcanzar logros, buscar oportunidades e iniciativa, asumir riesgos calculados, la exigencia de eficiencia y calidad, cumplir sus compromisos, la necesidad de planificar sistemáticamente, buscar información, fijar metas, ser persuasivo, construir redes de apoyo y ser persuasivo, la autoconfianza e independencia, estas características nos da un concepto para obtener un perfil de emprendimiento (Pulgarín Molina & Cardona Acevedo, 2011). No se debe olvidar que las características mencionadas anteriormente nos llevan a tres dimensiones importantes como el nivel educativo, las experiencias en la vida y los factores socioeconómicos, que se convierten en parte importante para que un estudiante universitario decida realizar un emprendimiento, la parte psicológica juega un valor de influencia notable puesto que la percepción del riesgo y la motivación se asocian a la creación de empresas, ya que es una dimensión determinante a la hora de encontrar razones que permitan decidir a los estudiantes universitarios y que a lo largo de la personalidad del estudiante ira adoptando y tomando nuevos conocimientos, nuevas percepciones, como también nuevas experiencias, nutriendo la parte psicológica del mismo y generando más oportunidades de emprender (Páez & García, 2011).

5. Marcos de Referencia

5.1.Marco contextual

Respecto al emprendimiento, las universidades pueden ayudar a generar un impacto económico, social y tecnológico como complemento a su misión de educar e investigar. La amalgama de estas acciones genera valor social en la actualidad (Orozco Castro & Chavarro-Bohórquez, 2008). Los autores hacen mención a tres niveles que destacan en el modelo tecnoeconómico de la competitividad sistemática y es que la tecnoeconomía de la competitividad se deroga en tres niveles: uno macro donde la parte política y legal del país influye, una de nivel intermedio donde todas las relaciones sociales como la política privada y pública, las decisiones a nivel sectorial y regional o incluso los mismos gremios, influyen en los emprendimientos, y por ultimo un nivel micro en donde las investigaciones científicas y los avances tecnológicos interactúan con la versión emprendedora y dan paso a que estas puedan emprender y dado el caso lo hagan de una manera innovadora (Orozco Castro et al., 2007).

Gracias a las investigaciones y registros, existen en la parte educativa de las universidades una base investigativa en la que se basan para impartir el conocimiento, la propiedad intelectual y oportunidades económicas y sociales de los mismos empresarios. Esto permite compartir de manera eficiente la información. Por otro lado, los entes de investigación para los emprendimientos, aquellas personas que brindan apoyo a los estudiantes, grupos de investigación como el centro progesa EPE de la Corporación Universitaria Minimito de Dios, que con sus esfuerzos logran impulsar e incluso innovar a esos universitarios que desean emprender y no tienen los conocimientos o que apenas están empezando hacerlo. Todo estudiante universitario tiene acceso al conocimiento, la historia detrás de cualquier emprendimiento, acceder a estos recursos es un vital punto de enfoque para que los estudiantes aprendan, visualicen, experimenten e incluso los implementen en sus emprendimientos, puesto que la finalidad de los conocimientos es que todas las personas puedan acceder a este y logren aprender aquello que hace falta (Centro Progesa EPE, 2021).

Los centros de investigación en las universidades no solo están enfocados en la historia de aquellos emprendedores, también busca poner en práctica los conocimientos adquiridos y la información obtenida, en la parte práctica empresarial. En este sentido, emprender es un proceso enriquecedor que permite a los estudiantes convertirse en empresarios a futuro. Para su logro se debe buscar la información, apoyarse de ideas anteriores y proyectarse de manera eficiente en la organización que desea tener. Por tal motivo las universidades enfocadas en las ciencias y tecnologías buscan fomentar esos pequeños comienzos, los star-up, spin-off y spin-out en los

universitarios, generando impulsos a través de bonos, inversiones y capital desde el más bajo al más alto, esto motiva o más bien impulsa a realizar el emprendimiento y se formalice el proceso en la creación de empresas (Bravo García et al., 2019, 2021; Orozco Castro & Chavarro-Bohórquez, 2008).

El concepto de emprender va ligado o relacionado a las empresas, gracias al economista Schumpeter que le dio otro significado puesto que etimológicamente viene de la para emprender, nacida del latín que significa tomar o coger, el autor Schumpeter mencionaba en su teoría del espíritu emprendedor que las personas con innovación e inventos son clave para el crecimiento económico y que estos serían implementados de manera práctica por los emprendedores o mejor dicho serian conocidos por este nombre (Navarrete y Samperio, 2020). Cuando se toman ideas y se transforman es cuando un emprendedor puede innovar de manera creativa, pero toda innovación con lleva un riesgo ya sea económico o de plagio, aunque cabe destacar que aquellos osados se consideran en el emprendimiento.

Parte fundamental de un emprendedor es su capacidad de comunicarse, contemplar la parte intercultural, el cómo afecta una cultura a un emprendimiento, por ellos siempre es vital e importante conectar con esa capacidad de adaptación y de inteligencia emocional al momento de iniciar proyectos, otras habilidades como la capacidad de negociar, trabajar en equipo y el liderazgo son importantes puesto que se convierten en parte de las dimensiones y características que influyen al emprendedor (Navarrete-Báez & Samperio Casco, 2020). A través de las diferentes bibliográficas se ha logrado determinar que las características de los emprendedores se encuentran en una variedad de determinantes. Como menciona Torres y los determinantes más importantes surgen a partir de las intenciones del individuo a la hora de emprender. Es un concepto que toma gran notoriedad por la variedad que existe. A lo largo del texto se determinan grandes similitudes a la hora de generar un emprendimiento, las personas tienden a realizar si estos determinantes aparecen, de lo contrario no lo harían. Dichos determinantes van desde lo demográfico, porque el sector influye profundamente al individuo, pasando por su personalidad, que depende si el enfoque esta desde una influencia del hogar, educativa o se siente psicológicamente motivado a hacerlo (Suárez Monzón, 2020).

6. Metodología

6.1. Enfoque de la investigación

La investigación es de tipo cualitativa donde el objetivo es la riqueza, profundidad y calidad de la información recopilada, gracias a ello permite tomar a través del método científico de la observación los diferentes datos no numéricos recopilados en el documento de investigación, por lo tanto, la utilización de entrevistas, informes, grupos de discusión análisis de datos, permite desarrollar el proceso investigativo en cuestión. Cabe resaltar que el método cualitativo también consiste en la revisión literaria de los investigado, puesto que detectar, obtener y consultar las diferentes referencias bibliografías, es de utilidad para la investigación en general y de este modo resolver la pregunta problema (Chicaíza-Becerra et al., 2017; Hernández Sampieri et al., 2014).

6.2. Tipo de Investigación

En esencia es una revisión sistémica de literatura donde se extrajo información de documentos académicos para construir las categorías de análisis de la decisión de emprender. Para ello, se llevaron a cabo tres fases. Exploratoria, búsqueda y análisis de los diferentes referentes bibliográficos a los cuales se aplica la exploratoria como método para estudiar un problema no definido y de este modo comprenderlo mucho mejor, la búsqueda referente a la forma de localizar la información como libros, revistas o artículos y el análisis de los documentos encontrados en el punto anterior, cabe mencionar que esta es la más importante porque determina lo que se va a utilizar durante la investigación (Chicaíza-Becerra et al., 2017).

Gracias a la investigación sistemática de la literatura se da la siguiente ruta de investigación:

1. Elección del tema principal: las dimensiones necesarias para estudiar la decisión de emprender en estudiantes universitarios
2. Identificación del tema principal en las lecturas, la variedad de características determinantes en un emprendedor universitario
3. Determinar los límites del tema principal, encontrando como resultado las objetivo de este.

6.3.Fuentes de la información

Se emplearán únicamente fuentes secundarias de información. Estas corresponden a libros de resultados de investigación, artículos, documentos de conferencias, documentos del gobierno entre otros de pertinencia para el tema de investigación. En general se emplearon los tipos de documentos recomendados por para una revisión sistémica de literatura.

6.4. Análisis de la información

Para la realización de la matriz bibliográfica se toma un problema de investigación principal que es ¿Cuáles son las dimensiones necesarias para estudiar la decisión de emprender en estudiantes universitarios?, a través de esta pregunta problema se consolida la información obtenida a través de la biblioteca digital de la UNIMINUTO, la cual brindo los libros de investigación y donde se organizó de manera eficiente la información, de tal manera que se obtuvo un orden numérico a la hora de tomar los documentos, un título específico de cada texto, organización del autor o autores del documento, su fecha de publicación, lugar de publicación, país, revista, editorial o institución que realiza la publicación, la ubicación del texto o enlace web, palabras clave para facilitar la búsqueda, así como también su volumen y número de publicación.

Cuando el documento requerido fue encontrado, se realizó un resumen de los aportes teóricos que estos tienen, para encontrar las similitudes en las dimensiones de los emprendedores, se realizó un resumen de los aportes metodológicos el cual permite saber los descubrimientos encontrados en las investigación, se clasificó el objetivo central del texto para descubrir si los aportes metodológicos y teóricos cumplen con la investigación, los autores que influenciaron a la investigación y una reflexión crítica del documento, dejando en evidencia los conocimientos adquiridos durante el proceso de investigación

7. Matriz de revisión

Aquí hay que hacer un párrafo o dos de introducción a los resultados donde se cuenten los hallazgos y se invite a ver la Tabla de la matriz. Esto debe terminar con el inicio de la descripción de las dimensiones que es lo que sigue hacia abajo.

La dimensión de factores psicológicos abarca un gran abanico de posibilidades desde la motivación hasta la personalidad, entre otros. Desde la literatura se identifica que existe una fuerte relación en las intenciones emprendedoras de las personas cuando están motivadas (Bravo García et al., 2021). Cuando existe la motivación correcta hay un equilibrio emocional entre sus emociones y la capacidad para ser responsable, lo cual desencadena el cumplimiento de metas y objetivos trazados (Alzate Rodríguez & Bravo Santacruz, 2018; Bravo García et al., 2021; Morán Astorga & Menezes dos Anjos, 2016).

La motivación es un factor importante pero difícil de cuantificar. Este proceso sería objeto de otras investigaciones con características similares a la presente. Por lo tanto, desde la literatura se identifican diferentes rasgos asimétricos entre los estudiantes universitarios y cuya identificación es mucho más fácil que la motivación. Se trata de a) aversión al riesgo, b) incertidumbre, c) toma de decisiones, d) creatividad e innovación y e) inteligencia emocional.

Al respecto del numeral a, hay que tener en cuenta que las personas cuando son puestas frente a un riesgo muy elevado pueden decir enfrentarlo o huir (da Silva, 2014). En general, se le tiene miedo al fracaso (Ferrándiz et al., 2021). Por otro lado, cuando el riesgo es mínimo, las personas suelen decidir enfrentarlo puesto que fracasar sería algo mínimo (Rocha Jácome & Giraldo Gómez, 2015). Los emprendedores con conocimientos sobre un tema financiero, económico, político o empresarial deciden asumir el riesgo bajo la condición de riesgo calculado (Benítez Aguilar & Riveros Paredes, 2022), aun sabiendo que hay un 50% de probabilidad de éxito (Rocha Jácome & Giraldo Gómez, 2015).

Sobre el numeral b, la incertidumbre es una característica a tener en cuenta cuando se trata de emprender. Esto, dado que los estudiantes universitarios consideran el futuro como algo importante en sus vidas. La incertidumbre de lo que depara el futuro los puede llevar a sobre pensar las situaciones y no se concentran en el presente, en la actualidad (Bridge, 2021; Rocha Jácome & Giraldo Gómez, 2015). El sobre análisis de las situaciones les hace pensar en lo que puede pasar si hacen algo. Esto no quiere decir que este incorrecto pensar acerca de lo que podría pasar a futuro pero podría provocar dudas respecto a las decisiones (Bridge, 2021).

El numeral c aborda directamente la forma en como las personas toman decisiones. Al respecto, se puede mencionar que las decisiones más difíciles requieren voluntades fuertes (Lozano

Frutos, 2014). Cuando se trata de emprendimiento hay que tener en cuenta que las personas no tienen esa capacidad de elegir libremente sin al menos considerar una opinión externa (Ajzen, 1991; Lozano Frutos, 2014). Contar con una variedad de personas o un grupo que apoye la decisión mejora los resultados (Rocha Jácome & Giraldo Gómez, 2015).

La capacidad creativa y de innovación corresponden con el numeral d. Al respecto, tener nuevas ideas, mejorar las existentes, implementar cambios, son fundamentos principales para los emprendedores (McGee et al., 2009; Mueller & Thomas, 2001; Popescu et al., 2016). Desde el nivel educativo, este factor se explica de manera eficiente. Sin embargo, hay que considerar las diferentes condiciones de la personalidad de la persona pues estas le permiten percibir los factores externos y al mismo tiempo le ayuda a incluirlos de manera interna para así aplicarlos de la manera más eficaz en sus decisiones (Zahra & Wright, 2016).

Finalmente, el numeral e aborda la inteligencia emocional. Esto, dado que se trata de un gran rasgo para todas las personas. El aprender a manejar las diferentes situaciones que debe afrontar en la vida con una variedad de emociones que albergan en las personas, es una forma de ver como los emprendedores se adaptan a los momentos y consigue sobrellevar sus ideas y proyectos (González Sierra, 2015a, 2015b; Morán Astorga & Menezes dos Anjos, 2016; Orozco Castro & Chavarro-Bohórquez, 2008).

A continuación, se presenta la siguiente tabla la cual está enfocada en organizar las dimensiones presentes en los estudiantes universitarios y como estas se desenvuelven en una variedad de indicadores que sobresalen en cada uno de estos para considerar que desean realizar un proyecto de emprendimiento para sus vidas.

Tabla 1 Matriz de dimensiones del emprendimiento en estudiantes universitarios

Dimensión	Indicador	Sistematización	Explicación
Nivel de educación	Educación universitaria	Tiene influencia en la decisión de emprender	Las universidades actualmente incentivan a que se creen emprendimientos y capacitan a los estudiantes en ello
		Inicio su estudio de pregrado para emprender	Motivan a través de ejemplos y recursos los emprendimientos, dando la oportunidad de que funcionen.
	Educación media	Existe una probabilidad por el deseo a emprender	Suele ser brindada a final de la clase media, generando proyectos o ideas que logran ser estructuradas en las universidades.
	Educación primaria	Puede influir en las decisiones de las personas	Aunque no es segura la atención total de jóvenes mentes a tan corta edad, la influencia de ideas emprendedores puede incentivarlos a continuarlas a futuro.
	Sin Educación	Carecen de conocimientos sobre el emprendimiento	Las personas no tienen el conocimiento para estructurar un emprendimiento, pero se arriesgan a hacerlo.
Experiencias de vida	Laboral	se motivan a emprender por algo que están haciendo o aprendiendo a hacer	Cuando una persona aprende a hacer alguna tarea y se vuelve experta en esta misma, descubre o ve una oportunidad en ella
	Emprendimiento	Nace por solucionar una necesidad la cual ya conocen o tienen una idea de cómo hacerla	Reconocer las necesidades es un factor importante para los emprendedores, pero saber cómo explotarlo aumenta la oportunidad
	Casos de éxito	Se motivan por ver o escuchar emprendimientos con similitudes al del individuo	Ver personas que emprenden en una idea similar a la propia, incentiva al individuo a también a hacer, ojo, también se puede dar el caso contrario
	Estatus migratorio	El hecho de haber migrado es un motivante para emprender, Las nuevas culturas atraen nuevas ideas	Dadas las experiencias migratorias de las personas y su nuevo estatus consideran que emprender es la mejor manera de sobre llevar las situaciones económicas adversas. Los cambios o las adiciones culturales generan oportunidades de emprendimiento, la variedad de cultura permite que se experimente en la sociedad un cambio, aunque en algunos casos pueden ser aceptadas o no
	Estado civil	Una relación exitosa o fracaso puede incentivar a la persona	Las personas en una relación pueden encontrar un apoyo en esa pareja y esta misma puede brindar esa motivación para realizar un emprendimiento, existe un caso en el que la ruptura enfoque a la persona a emprender.

Dimensión	Indicador	Sistematización	Explicación
Dimensión Socioeconómica	Edad	A mayor edad más probabilidad de emprender	Se estima que las personas de 25 años en adelante ya tienen o quieren emprender
	Genero	Las mujeres emprenden más rápido que los hombres	Las mujeres son más decididas en cuanto a tomar acción se refiere, los hombres por lo general tienen más iniciativa, pero carecen de decidir
	El país, ciudad o región	Hay una variedad de influencias según el lugar donde se encuentre	Las diferencias entre ubicaciones geográficas son notables, pero los individuos que desean emprender se hacen notar porque conocen el lugar o realizaron un estudio en el mercado de la región
	Entorno social-cultural	Los problemas sociales y el cómo solucionarlos	Las mismas personas que han vivido en el lugar, que conocen la situación social buscan o encuentran soluciones razonables a estos
	Salario	Influye el querer incrementar los ingresos mensuales	Ya sea por la necesidad de incrementar el salario, problemas económicos o cumplir metas familiares, las personas buscan de manera creativas para conseguir un incremento en sus ingresos, de estas formas creativas aparecen los emprendimientos
	Hogar	Mejorar la calidad de vida a la familia, más si es jefe o cabeza del hogar	El motor de algunas personas es brindarle a su familia lo mejor
Factores Psicológicas	Aversión al riesgo	El emprendedor no se arriesga fácilmente	Las personas no deciden arriesgarse por temor al fracaso, pero al mismo tiempo puede ser factor de impulso para emprender, considero que tiene un 50/50
	Incertidumbre	Afrontar el futuro de manera dudosa, será o no	Las personas siempre están dudosas por el que pasara a futuro, piensan más en lo que puede pasar, que en lo que realmente pasara
	Tomar de decisiones	La capacidad de decidir tiene un valor importante	Las personas no quieren o no pueden decidir libremente sin considerar opiniones externas, en la mayoría de los casos influye si una persona que estiman mucho les da esa confianza para realizar algo, aquellos que tienen variedad de opiniones suelen emprender de manera más lenta
	Creatividad-innovación	Crear nuevos productos o servicios e implementarlos adecuadamente	Aunque suene más un concepto educativo, realmente la creatividad no se aprende, se nace y va desde la percepción de la persona hacia el exterior y la forma de implementarla es lo que promueve a que sea innovador
	Inteligencia emocional	Aceptar las situaciones y encontrar soluciones apropiadas	El emprendedor se verá de frente a situaciones variadas que le llevarán a niveles de estrés altos, aprender a controlar o manejar esas situaciones y las emociones es un proceso que con llevará al éxito al emprender

8. Análisis de la matriz de dimensiones

Tal como se puede apreciar, la matriz de dimensiones permite identificar como afectan a la decisión de cada estudiante universitario cuando se trata de iniciar un emprendimiento, aunque no solo nos permite identificarlo por dimensiones, sino también cada una de sus ramas y características a las cuales llamaremos como indicadores y sistematización, nos permite llegar a entender cómo afecta cada una de estas a los estudiantes universitarios. La primer dimensión educativa comprende como cada uno de los niveles por los cuales pasan las personas llegan a generar una motivación en estas y al mismo tiempo les permite absorber más conocimientos los cuales pueden llegar a ser aplicados en un futuro emprendimiento, por otro lado, no tener un nivel de educación alto no es sinónimo de no querer emprender, puesto que a lo largo nos hemos topado con emprendedores que sin guías o libros, han llevado a cabo sus emprendimientos y han sido exitosos como otros no tanto, ya sea por aquello que les apasiona o adquieren las herramientas necesarias para realizar su emprendimiento y que con el transcurso del tiempo se capacitan para mejorar, un claro ejemplo es el Caso Ramo, empresa creadora del Choco ramo, que iniciaron sus ventas de ponqués de manera independiente y hoy en día cuentan con un gran organización. Este y muchos otros casos de como la educación ayudan, guían y capacitan a las personas para que puedan desarrollarse de manera eficiente y eficaz en sus proyectos.

Parte del desarrollo de los estudiantes y de todo ser humano son las experiencias de vida, las cual es una dimensión importante por sus indicadores como su experiencia laboral, su situación migratoria, su estado civil o inspiración en emprendimientos de éxito que llegan como noticias o experiencias personales de personas que reconocen, que en algún momento se convierten en familia, amigos o vecinos, por ello identificar como las experiencias no solo generan una motivación, sino también un impulso a intentar algo que vieron a través de otros y que lograron cumplir con su idea de proyecto, gracias esto los estudiantes universitarios no solo se motivan como se ha mencionado antes, sino también les da la confianza de adentrarse en el terrero del emprendedor, aun reconocimiento como existe infinidad de problemáticas en las empresas, se dan cuenta que pueden sobresalir y realizar con éxito aquellas ideas.

La economía y la sociedad son una fuerte influencia en las personas, por ello la dimensión socioeconómica nos muestra como desde la edad, la cual a mayor edad mayor probabilidad de emprender, ya que si tenemos en cuenta ciertos factores como la educación obtenida y las experiencias vividas les genera un impulso a emprender, el género en donde el hombre con su impulsividad se arriesga de manera más pronta y la mujer con su capacidad de tomar riesgos calculados, nos enseña la variedad de decisiones que toman cada persona antes de iniciar con su

proyecto o de tomar una decisión en la vida. Otros indicadores como el entorno social, el salario y el hogar se enfocan principalmente en el mejoramiento de la calidad de vida individual o grupal, no hay que entender de manera negativa este punto, puesto que el deseo de mejorar nuestras necesidades básicas; tal como lo indica la pirámide de Maslow, más que una motivación es un impulso psicológico para explicar las conductas humanas; es lo que permite a las personas dar ese paso de riesgo que sobre lleva iniciar un emprendimiento y que al mismo tiempo al afrontar esos riesgos no perder la motivación o mejor dicho el impulso que les llevo a realizarlo, al final de esta variedad de situaciones y problemas la cual deben afrontar todo emprendedor, se puede alcanzar un sentimiento de superación o autorrealización, lo cual en cierto modo mantiene al emprendedor enfocado y decidido en continuar.

Por último y no menos importante es la dimensión psicológica parte importante a la hora de comprender como los estudiantes universitarios deciden sobre realizar un emprendimiento o no, como es natural es el ser humano no arriesgarse, la aversión al riesgo es un indicador de retroceso, cuando las personas enfrentan un o notan que algo es arriesgado deciden no tomar la decisión y optar por otro medio, aunque el camino puede ser más largo, para los emprendedores el riesgo es un diario vivir al cual se deben afrontar y en algunos casos se terminan en fracaso, el cual al final se convierte en una experiencia y se suma al emprendedor, para los estudiantes universitarios los riesgos son indicadores de que algo no se está tomando en cuenta o no se está realizando de manera efectiva, por ello utilizar las experiencias de otros emprendedores, les puede vislumbrar a la hora de iniciar su proyecto de emprendimiento y al mismo tiempo brinda una capacidad de afrontar los riesgos, al mismo tiempo la incertidumbre al futuro es un indicador de notable intención, puesto que va ligado a lo que puede suceder en el futuro o a que se pueda enfrentar, la experiencia y los conocimientos ayudan a afrontar las posibles situaciones futuras, pero quien debe afrontarlas en este caso debe ser el estudiante universitario, por ellos la toma de decisiones se vuelve factor clave a la hora de emprender, ya que solo el estudiante tiene la potestad de decidir.

La creatividad es inherente de cada uno y la innovación es un proceso por cual pasan todas las personas, hay momentos de lucidez donde ambas convergen y se convierten en un proyecto de éxito, pero puede pasar que en ciertos momentos no se dé la convergencia entre creatividad e innovación, en la actualidad las personas convierten ideas en innovaciones y dan soluciones creativas a las necesidades de otros, este es un indicador que requiere comprender la parte exterior y sumarla a una solución de una problemática encontrada. Cuando las personas comprenden como sus emociones afectan a su alrededor y así mismas, son capaces de percibir la variedad de situaciones y soluciones creativas que se pueden dar ante cualquier situación, por ello la inteligencia emocional como indicador es más que todo un proceso personal en donde comprender

que emociones no se logran controlar en ciertas situaciones y comprender a manejarlas en ellas, la convierte en un factor importante para los futuros estudiantes universitarios emprendedores.

9. Dimensiones e indicadores

Hay que entender que las dimensiones se enfocan en las personas y estudiantes universitarios. Estos cuentan con diferentes percepciones según el contexto, ya sea educativo, laboral y personal. Por ello, hay que reconocer que dimensiones afectan directamente a los emprendedores es importante para poder encontrar ese grupo de características que los diferencia de aquellos que deciden emprender y aquellos que no.

Por lo tanto, dentro de cada una de las dimensiones expuestas se esconde un indicador o característica general que permite reconocer los rasgos en los perfiles de los emprendedores, ya con estas características se habla de perfiles puesto que se pone en marcha una serie de conocimientos y percepciones que permiten identificar los de manera eficiente.

Cuando se logra determinar la familia de dimensiones y subcategorías de estas características, sale a relucir de manera más completa que los emprendedores universitarios no solo están arraigados al factor educativo, del cual la universidad es la que más influencia tiene, sino también que la experiencia personal, familiar, económica y rasgos psicológicos ayudan a tomar la decisión para realizar un emprendimiento, aunque al mismo tiempo si dichas dimensiones no se cumplen podemos encontrar a jóvenes universitarios que no decidan a hacerlo. Existe una venta al determinar las dimensiones y es que al faltar una o varias de esta podemos decir que la persona no quiere emprender y por el contrario al contar con estas dimensiones puede influir en que decida emprender.

También puede existir una gran variedad de características que aún no se están tomando en cuenta. Por ello realizar los estudios de una manera centrada permitiría identificarlos y agruparlos de una forma más eficaz. De igual forma, el manejo de dimensiones en los emprendedores universitarios se convierte en una herramienta útil a la hora de realizar la investigación.

En general, el análisis de una decisión como lo es iniciar o no un emprendimiento conlleva un cumulo de dimensiones que pueden estudiarse por separado sin perder el carácter holístico del sujeto. Adicionalmente, es menester tener en cuenta que, aunque aquí se presentan algunos rasgos que se consideran importantes, es importante validar estas dimensiones a través de instrumentos empíricos, algo que los investigadores se encuentran efectuando en este momento. También, sería

importante que esta matriz fuera puesta a prueba en otros espacios y geografías pues siempre es susceptible de perfeccionamiento.

10. Conclusiones

En el emprendimiento se encuentran una gran variedad de características las cuales, al ser analizadas y estudiadas, se desprenden un sin número de cualidades que pueden tener cada persona, el caso de los estudiantes universitarios no es diferente, los rasgos de la personalidad de cada uno al momento de enfocarlo al emprendimiento derivan en unas dimensiones particulares, las cuales siendo enfocadas van desde lo educativo, lo social, lo económico y lo psicológico. Razones por las cuales un estudiante no desea emprender son variables, pero se puede analizar que desde la toma de decisiones, el riesgo y su entorno socio-económico, son características principales para que no decida hacerlo, muy por el contrario, al decidir iniciar un emprendimiento, estas características se convierten en un proceso de asumir una responsabilidad con decisión de emprender y en vez de disminuir esa decisión, la fortalece, claro está que es desde los rasgos personales de cada persona, pero si esta cuenta con una determinación y una guía de las mejores decisiones posibles, podría afrontar el emprendimiento.

Los cambios son constantes, cada persona en el transcurso de su vida empieza con un conocimiento base y con el tiempo va adquiriendo nuevos conocimientos que aportan al crecimiento personal, las costumbres y la conducta, los estudiantes universitarios que deciden ir por el camino del emprendedor cuenta con una conducta particular que son decididos, tienen inspiración de otros emprendedores, colegas o del mismo hogar y cuenta con una meta o sueño que alcanzar. La parte educativa es fundamental para tomar la decisión de emprender, puesto que la motivación, la determinación y la inspiración si son importantes para iniciar un emprendimiento, el conocimiento de cómo hacerlo o hacia dónde va dirigido es primordial, puesto que algunos emprendedores se enfrentan a decisiones complejas en los primeros inicios de sus empresas y que bajo la guía de un educador o una persona experimentada en el tema, pueden encontrar soluciones eficientes para dicha situación, cabe destacar que las experiencias y situaciones son independientes del momento y tipo de empresa, pero surgen como procesos educativos bastante importantes para aquellos que inician de cero al momento de emprender, son un camino, una base para desarrollar futuras soluciones en el camino del emprendimiento.

La vida es un cumulo de experiencias acumuladas con el pasar del tiempo, para el emprendedor es una recolección de situaciones que le enseña a formar su empresa hasta el punto en el que desea y desde ahí seguir creciendo; en oriente específicamente en Japón dicen que el bambú es la planta de los emprendedores, porque solo germina después de 7 años, puesto que tiene un proceso donde sus raíces se profundizan y se arraigan para sostener aquel tronco que germinara pasados 7 años; tal como se menciona, el tiempo y las experiencias de vida forman los rasgos de personalidad y en cierto modo los rasgos emprendedores en algunas personas, en los estudiantes

universitarios, reconocer ciertas experiencias como el haber conocido casos de éxito de emprendedores, su trabajo o situaciones por fuera de su comprensión como lo es la situación migratoria, reconocer todas estas características ayuda a identificar más fácilmente el deseo de emprender, ya que como lo hemos mencionado durante la investigación, las razones de motivación de cada persona pueden ser diferentes, pero que se entrelazan con indicadores particulares en una dimensión específica, por ello las experiencias de vida nos ayuda vislumbrar el camino emprendedor en los estudiantes universitarios, y así tener una certeza de que desea emprender.

El enfoque de la investigación se debe hacer desde las dimensiones de los estudiantes universitarios que desean ser emprendedores, pero cuando se empiezan a reconocer las dimensiones, también se empieza a reconocer unos indicadores notables que resaltan en cada uno de estos, tanto así que no se deben analizar de manera independiente, si no de una forma más macro, donde la relación de uno afecta a otro, y que bajo ciertas características se da la motivación de emprender, es importante reconocer los indicadores psicológicos, puesto que al final somos personas que se deben enfrentar a un sin número de situaciones que pueden llegar a ser positivas o negativas, y que estas pueden interferir en la toma de una decisión, que al final llegar a ser una decisión importante. La motivación tiene una fuerte vinculación con la parte psicológica de aquellos que desean emprender, ya que así como la relación que tiene realizar una acción o actividad y conseguir los resultados esperados o no esperados, despiertan sensaciones y deseos variados que logran no solo motivar a la persona, sino también inspirar a superarse constantemente hasta conseguir alcanzar su objetivo, pero cuando se logra alcanzar dicho objetivo, nace un nuevo proceso por alcanzar metas aún más altas y al mismo tiempo una nueva motivación, este proceso de motivación a raíz situacional, de conocimiento aplicado o experiencias de vida, se entrelazan con los rasgos psicológicos de la persona y se pueden aplicar a la toma de decisiones, a la capacidad de ser creativos o innovadores , a la incertidumbre del futuro que esperamos pero que no conocemos, a la aversión al riesgo donde solo se quiere tener riesgos controlados, lo cual es complejo de conseguir y a la parte de inteligencia emocional, la cual por ultimo juega como un indicador importante y es el que permite el reconocer el mejor actuar ante cualquier decisión.

Referencias

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Alzate Rodríguez, F., & Bravo Santacruz, M. E. (2018). *Aproximaciones sobre las motivaciones y las características del perfil emprendedor* [Tesis Maestría en Dirección Empresarial]. Universidad Santiago de Cali.
- Asimov, I. (1987). *Grandes ideas de la ciencia* (Segunda Edición). Alianza Editorial, S.A.
- Benítez Aguilar, D. A., & Riveros Paredes, S. E. (2022). El potencial emprendedor en los egresados universitarios. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(2), Art. 2. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i2.1868
- Bravo García, S., Benavides Bustos, J. P., Bravo Santacruz, M. E., Wagner Martínez, M. A., & Londoño-Cardozo, J. (2021). *Características emprendedoras y modelos spin-off académicos. Análisis de casos en Colombia* (Primera ed.). Universidad Santiago de Cali.
- Bravo García, S., Wagner Martínez, M. A., Benavides, J., & Londoño-Cardozo, J. (2019). Perspectivas de las spin-off académicas como modelo de emprendimiento en las universidades colombianas. *Desarrollo Gerencial*, 11(1), 131–156. <https://doi.org/10.17081/dege.11.1.3443>
- Bridge, S. (2021). Facing uncertainty: An entrepreneurial view of the future? *Journal of Management & Organization*, 27(2), 312–323. <https://doi.org/10.1017/jmo.2018.65>
- Centro Progresía EPE. (2021). *Emprendimiento en UNIMINUTO*. <https://www.uniminuto.edu/articulo/centro-progresia-epe>
- Chicaíza-Becerra, L. A., Riaño Casallas, M. I., Rojas-Berrio, S. P., & Garzón Santos, C. (2017). *Revisión sistemática de literatura en Administración*. Facultad de Ciencias Económicas. Centro de Investigaciones para el Desarrollo - CID. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3011931
- da Silva, J. A. (2014). *Neuroemprendimiento: ¿Es la toma de riesgo una característica emprendedora?* - Repositorio Institucional de Documentos [Trabajo final de Máster Universitario en Gestión de las Organizaciones, Universidad de Zaragoza]. <https://zaguan.unizar.es/record/30735>
- Ferrándiz, J., Conchado, A., & García-Martínez, G. (2021). Caracterización del perfil individual y Empresarial de la actividad emprendedora agraria. En F. J. García Rodríguez, E. Gil Soto, D. Gutiérrez Taño, & C. I. Ruiz de la Rosa (Eds.), *El emprendimiento ante las crisis* (pp. 41–46). Fundación General de la Universidad de La Laguna.
- González Sierra, J. A. (2015a). *Influencia de emprendedores en la propensión emprendedora de universitarios para la creación de empresas. Caso: Empresa de alimentos saludables* [Protocolo de investigación para el proyecto terminal de carácter profesional para obtener el grado de maestro en Administración, Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo]. <http://dgsa.uaeh.edu.mx:8080/bibliotecadigital/handle/231104/2710>

- González Sierra, J. A. (2015b). Influencia de emprendedores en la propensión emprendedora de universitarios para la creación de empresas. Caso: Empresa de alimentos saludables. *Revista de Psicología y Ciencias del Comportamiento de la U.A.C.J.S.*, 6(2), 21–35.
- Gutiérrez Rodríguez, T. E., & Toro Salazar, M. (2020). *Factores determinantes para el desarrollo del emprendimiento en la ciudad de Girardot – Cundinamarca* [Trabajo de Grado para optar al título de Administración de empresas, Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO]. <https://repository.uniminuto.edu/handle/10656/11744>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. del P. (2014). *Metodología de la investigación* (Sexta Ed.). McGraw-Hill.
- Londoño-Cardozo, J., & Hernández Madroñero, I. (2018). El problema de los conceptos científicos en la clasificación de las organizaciones. En C. Tello Castrillón & E. F. Pineda-Henao, *Conjeturas organizacionales. Fundamentos para el estudio de la organización* (Primera ed., pp. 103–128). Editorial Universidad Nacional de Colombia.
- Lozano Frutos, A. (2014). *Características personales y culturales de los emprendedores potenciales y su influencia en el autoempleo* [Tesis para optar al título de Doctor en Psicología Social y Antropología de las Organizaciones, Universidad de Salamanca]. <https://gredos.usal.es/handle/10366/125442>
- McGee, J. E., Peterson, M., Mueller, S. L., & Sequeira, J. M. (2009). Entrepreneurial Self-Efficacy: Refining the Measure. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(4), 965–988. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00304.x>
- Morán Astorga, C., & Menezes dos Anjos, E. (2016). La motivación de logro como impulso creador de bienestar: Su relación con los cinco grandes factores de la personalidad. *Revista INFAD de Psicología. International Journal of Developmental and Educational Psychology.*, 2(1), Art. 1. <https://doi.org/10.17060/ijodaep.2016.n1.v2.292>
- Mueller, S. L., & Thomas, A. S. (2001). Culture and entrepreneurial potential: A nine country study of locus of control and innovativeness. *Journal of Business Venturing*, 16(1), 51–75. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(99\)00039-7](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(99)00039-7)
- Navarrete Fonseca, A. E. (2019). *Un modelo logit para determinar la propensión emprendedora de los empresarios en la provincia de Tungurahua* [Proyecto de Investigación, previo a la obtención del Título de Economista, Universidad Técnica de Ambato]. <https://repositorio.uta.edu.ec:8443/jspui/handle/123456789/29424>
- Navarrete-Báez, E. F., & Samperio Casco, J. P. (2020). Características de las habilidades de emprendimiento de mujeres estudiantes de licenciatura evaluadas bajo un ambiente de aprendizaje híbrido en el inicio de la contingencia presentada por el COVID-19. *Recherches en Sciences de Gestion*, 141, 91–118.
- Orozco Castro, L. A., & Chavarro-Bohórquez, D. A. (2008). Universidad Y Emprendimiento. *Hallazgos*, 10, 65–97.
- Orozco Castro, L. A., Chavarro-Bohórquez, D. A., Olaya, D. L., & Villaveces, J. L. (2007). Methodology for measuring the socio-economic impacts of biotechnology: A case study of potatoes in Colombia. *Research Evaluation*, 16(2), 107–122. <https://doi.org/10.3152/095820207X223776>

- Páez, D. P., & García, J. C. (2011). Acercamiento a las características del universitario emprendedor en la Unidad de Emprendimiento Empresarial de la Universidad Nacional de Colombia. *Revista EAN*, 71, 52–69.
- Pérez Paredes, A., Torres-Flórez, D., Torralba Flores, A., & Salgado Cifuentes, W. F. (2020). Características y elementos del fenómeno emprendedor en Villavicencio, Colombia. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, 16(30), Art. 30. <https://doi.org/10.18270/cuaderlam.v16i30.2782>
- Popescu, C. C., Bostan, I., Robu, I.-B., Maxim, A., & Diaconu (Maxim), L. (2016). An Analysis of the Determinants of Entrepreneurial Intentions among Students: A Romanian Case Study. *Sustainability*, 8(8), Art. 8. <https://doi.org/10.3390/su8080771>
- Pulgarín Molina, S. A., & Cardona Acevedo, M. (2011). Caracterización del comportamiento emprendedor para los estudiantes de administración de la Universidad del Rosario. *Revista EAN*, 71, 22–39. <https://doi.org/10.21158/01208160.n71.2011.549>
- Rentería Pérez, E., & Malvezzi, S. (2008). Empleabilidad, cambios y exigencias psicosociales en el trabajo. *Universitas Psychologica*, Volumen 7(2), 9–24.
- Rocha Jácome, W. H., & Giraldo Gómez, G. D. J. (2015). Propensión a asumir riesgos, tomar decisiones y tolerar la incertidumbre en los emprendedores de Valledupar. *Revista Investigium IRE Ciencias Sociales y Humanas*, 6(2), Art. 2.
- Serrano Orellana, B., Pacheco Molina, A., & Barriga Arizabala, J. (2017). Determinantes de la propensión a emprender y del éxito en los emprendimientos. *II Congreso internacional Ciencia y Tecnología*, 1, Art. 1. <http://investigacion.utmachala.edu.ec/proceedings/index.php/utmach/article/view/149>
- Suárez Monzón, N. (2020). Formación docente universitaria y crisis sanitaria COVID-19. *CienciAmérica: Revista de divulgación científica de la Universidad Tecnológica Indoamérica*, 9(Extra 2), 109–114.
- Zahra, S. A., & Wright, M. (2016). Understanding the Social Role of Entrepreneurship. *Journal of Management Studies*, 53(4), 610–629. <https://doi.org/10.1111/joms.12149>