

LA DECISIÓN DE EMPRENDER: DIMENSIONES Y CARACTERÍSTICAS PARA SU ANÁLISIS EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS

RICARDO JAVIER LEMOS BERNAL ²⁶

JOSÉ LONDOÑO-CARDOZO ²⁷

²⁶Estudiante, Tecnología en Gestión Empresarial, Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO, integrante del Semillero de Investigación en Administración, Emprendimiento y Responsabilidad Social Organizacional y del Semillero de investigación en Gestión Empresarial y Mercadeo SIGEM, Colombia, Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-9660-6768> Correo: ricardojl2019@gmail.com

²⁷ Profesor tiempo completo, programa de contaduría pública COA CALI, líder del Semillero de Investigación en Administración, Emprendimiento y Responsabilidad Social Organizacional e integrante del Grupo de Investigación en Ciencias Administrativas, Económicas y Financieras – GICAEF de la Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO. Magister en Administración y administrador de empresas de la Universidad Nacional de Colombia. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-5739-1191> Correo: jodlondonoca@unal.edu.co

Resumen

Se presenta un avance de resultados de un proyecto busca identificar las variables que inciden en la decisión de emprender en estudiantes universitarios en la Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO Rectoría Suroccidente. Se muestra el resultado de la exploración bibliográfica y el ejercicio de identificar, documentar y operacionalizar dichas variables. En un primer momento se presentan algunos aspectos generales del problema. En el segundo, se sintetiza el resultado de indagar sobre lo producido frente al emprendimiento estudiantes universitarios. Luego se documentan las generalidades de los aspectos metodológicos de lo avanzado. En el cuarto momento se exponen los hallazgos que tiene como eje de desarrollo la documentación de las dimensiones seleccionadas y los indicadores identificadas a su interior. Para terminar, se presentan las conclusiones en las que se destaca el valor de lo avanzado en función del estudio de emprendimiento en general y en especial en la población de estudiantes universitarios.

Palabras clave

Propensión a emprender, emprendimiento, creación de empresas, intensidad emprendedora, operacionalización de datos cualitativos.

Abstract

A preview of the results from a project aimed at identifying the variables influencing the decision to undertake among university students at the Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO, Southwest Headquarters, is presented. The outcome of the literature review and the process of identifying, documenting, and operationalizing these variables are showcased. Initially, some general aspects of the problem are outlined. Secondly, the results of the investigation into existing literature regarding entrepreneurship among university students are synthesized. Subsequently, the methodological aspects of the progress are documented. In the fourth stage, the findings are presented, focusing on documenting the selected dimensions and the identified indicators within them. Finally, conclusions are drawn, emphasizing the value of the progress made in the context of entrepreneurship studies in general, and particularly among the population of university students.

Keywords

Propensity for entrepreneurship, entrepreneurship, business creation, entrepreneurial intention, operationalization of qualitative data.

La investigación sobre la decisión de emprender en estudiantes universitarios ha sido poco abordada. Se encuentran diferentes estudios que abordan aspectos sobre la decisión de emprender en todo tipo de personas en los que se describen algunas de las dimensiones a considerar, siempre desde el punto de vista de cada investigación.

La Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO Rectoría Suroccidente, al interior de su actividad misional, destina importantes recursos para promover el emprendimiento entre sus estudiantes. Así, para ella resulta de especial interés identificar las variables que inciden en la decisión de emprender en estudiantes universitarios.

Se formuló un proyecto que permitiera identificar aquellas variables o dimensiones e indicadores que inciden directamente sobre la decisión de emprender de los estudiantes de pregrado de la sede Cali. El primer reto de este proyecto era la identificación, desde la teoría, de las dimensiones e indicadores que influyen en este hecho. El presente documento da cuenta de la revisión bibliográfica realizada para tal fin y presenta las dimensiones de análisis para la decisión de emprender de los estudiantes universitarios. A partir de esta consideración teórica se construyeron otros instrumentos que son objeto de otros trabajos.

Por su esencia, este trabajo da cuenta de metodología cualitativa, con principios de hermenéutica, puesto que se utilizaron documentos académicos para desarrollar la investigación. Los resultados se consolidan en una tabla, que aquí se llama Matriz de dimensiones para el análisis de la decisión de emprender. Esta matriz se construyó a partir de los principios para la operacionalización de datos cualitativos y guarda relación con la metodología presentada originalmente por Cea D’Ancona (2001) y Sánchez Sánchez (2007), cuyo perfeccionamiento se ha dado en el tiempo por distintos investigadores, especialmente en los trabajos de master de Londoño-Cardozo (Londoño-Cardozo, 2022) y doctoral de Salcedo Serna (2021).

En camino al logro de este propósito se realizó una revisión bibliográfica que permitiera construir una base teórica que facilitará el

desarrollo de las etapas y análisis posteriores. En este documento se presenta como resultado parcial la documentación y operacionalización de las dimensiones e indicadores que inciden en la decisión de emprender en estudiantes universitarios para ser aplicados inicialmente en la Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO Rectoría Suroccidente. Este resultado se sintetiza en una matriz con las dimensiones y los indicadores que permiten descomponer este fenómeno social con la intención de entender de mejor forma por qué los estudiantes deciden iniciar o no emprendimientos.

En general, se identificaron cuatro dimensiones; el nivel de educación, las experiencias de vida, la dimensión socioeconómica y la psicológica. Se concluye que dada la amplia gama de referentes abordados y aunque estos resultados son susceptibles de perfeccionamiento, es posible construir instrumentos y poner a prueba su solidez para la identificación de las razones de los estudiantes.

Emprendimiento en Estudiantes Universitarios

En la revisión se encontraron pocos documentos que abordaran plenamente el tema de la decisión de emprender en estudiantes universitarios. Sin embargo, sí se encontraron suficientes documentos que intentaron analizar el hecho de decidir ser emprendedor en general. Adicionalmente, dos temas relacionados aparecen como un referente que se debió tener en cuenta: la intención emprendedora y la motivación. A continuación, se describe todo ello con mayor detalle.

Al respecto de la decisión de emprender en estudiantes universitarios es posible mencionar el documento de Belás et al. (2017). Los autores emplearon un modelo de regresión lineal sobre una base de datos que construyeron a partir de una encuesta en que les preguntaban a los estudiantes de varias universidades de República Checa y Eslovaquia acerca de sus intenciones emprendedoras, la calidad de la educación, el soporte institucional de las universidades al

emprendimiento y el sistema educativo en general. Según los resultados, los factores institucionales son determinantes para la decisión de emprender. El acompañamiento de las universidades percibido por los estudiantes les hace decidir en mayor medida iniciar un emprendimiento (Belás et al., 2017). En este mismo sentido, se encuentra el trabajo de Bergmann et al. (2016)

El soporte institucional es un determinante para el emprendimiento en estudiantes universitarios. Según el trabajo de Bergmann et al. (2016), la emergencia de Star-ups, spin-off y de emprendimientos con participación de estudiantes está determinado por el acompañamiento, la investigación y los cursos sobre emprendimientos ofertados por la facultades. Las condiciones de educación, tiene, entonces, un alto grado de relación con la decisión de emprender (Peterman & Kennedy, 2003). Sin embargo, las características, las condiciones y demás factores que influyen en las personas, como la ubicación geográfica, es un determinante en la decisión de emprender (Bravo García, Araque Jaramillo, et al., 2021).

Al respecto de los factores que influyen en los emprendedores, el trabajo de Estrin et al. (2016) identificó que aquellos que influyen para la generación de emprendimientos sociales suelen ser diferentes de los que influyen en la decisión de crear emprendimiento comerciales; a esta misma conclusión llegó Hossain (2021) en Bangladesh, lo que justifica que se indague con mayor profundidad en estos dos grupos de factores. En el trabajo de Rocha Jácome & Giraldo Gómez (2015) se da cuenta de la aplicación de un instrumento en la ciudad de Valledupar, Colombia, a partir del modelo de la *Global Entrepreneurship Monitor*, enfocado, principalmente, en los aspectos psicológicos que influyen en la personalidad de los emprendedores. Los factores sociales, familiares y económicos y su influencia en la decisión emprendedora fueron el objeto del trabajo de Gutiérrez Rodríguez & Toro Salazar (2020). Para este propósito, las autoras llevaron a cabo una encuesta a sesenta emprendedores de la ciudad donde analizaban las condiciones a partir de preguntas de caracterización.

Metodología

La metodología de esta investigación se enmarca en el paradigma de investigación cualitativa. Esto dado que su carácter es exploratorio descriptivo (Álvarez-Gayou Jurgenson et al., 1999). En general, se busca operativizar e identificar las dimensiones (Arenas-García, 2021; González Blasco, 1986) que influyen en la decisión de emprender en estudiantes universitarios. Para este propósito se emplearon únicamente fuentes secundarias de información ubicadas a partir de una revisión sistémica de literatura. A continuación, se describe todo esto con un mayor detalle.

Fuentes de Información y Procedimiento de Búsqueda

Por la naturaleza de la investigación, todas las fuentes fueron secundarias. Para encontrarlos se realizaron los pasos de una revisión sistémica de literatura según los lineamientos de Chicaíza-Becerra et al. (2017). La primera es una exploración inicial donde, una vez se tuvo identificado y delimitado el tema, se procedió a buscar fuentes que permitieran establecer los criterios para una búsqueda más precisa. De esta etapa se identificaron algunos criterios clave que permitieron crear la ecuación de búsqueda siguiente:

*(propensity for entrepreneurship OR Propensión a emprender)AND
(Intencion emprendedora OR Entrepreneurial Intentions)AND
(entrepreneurial student OR Estudiante emprendedor)AND
(entrepreneurial characteristics OR Características emprendedoras)*

La segunda etapa corresponde a la búsqueda propiamente dicha. Sin embargo, esta revisión arrojó únicamente quince resultados, por lo que se ajustó la ecuación de búsqueda a dos criterios en idioma inglés:

(propensity for entrepreneurship) AND (entrepreneurial characteristics)

Posteriormente, y con la intención de incluir referentes en español, se repitieron estos criterios de búsqueda en este idioma. Con la ecuación de búsqueda identificada se seleccionaron los documentos arrojados en *Web of Science*, tanto en inglés como en español. Los documentos encontrados en esta búsqueda fueron analizados mediante unas matrices de lectura, donde se identificaron los principales aspectos metodológicos, los referentes teóricos y los principales resultados entre otros asuntos.

Operativización de Características Cualitativas

El estudio de algunos fenómenos sociales es complejo dadas la diversidad de razones que pueden causarlos y volverlos inobservables por sus características abstractas (Cea D'Ancona, 2001; Sánchez Sánchez, 2007). Para su medición, en términos propios del paradigma cuantitativo, es necesario descomponer el fenómeno estudiado en dimensiones (Arenas-García, 2021; González Blasco, 1986) comúnmente conocidas como factores (González Blasco, 1986). En este proceso, González Blasco menciona que “al realizar esta operación se va ganando en precisión, pero se pierde en riqueza, ya que en general, y por muchas dimensiones que se consideren, no se toman nunca todos los aspectos que entraña una noción compleja” (1986, p. 213).

Por lo anterior, es necesario llegar a un acuerdo al respecto de la cantidad y el tipo de dimensiones que se emplearán en una medición. Con esto se debe garantizar el entendimiento del fenómeno, su delimitación y su operativización (González Blasco, 1986). Sin embargo, hay que tener en cuenta que

No hay reglas teóricas para fijar las dimensiones que hemos de considerar en un concepto. En muchos casos es la intuición y la experiencia del investigador la que le marca los límites de las dimensiones más representativas de un concepto, ya sea analizando el mismo concepto o bien

deduciendo empíricamente esas dimensiones; aplicando los resultados de estudios previos. (González Blasco, 1986, p. 213).

Cada dimensión está compuesta por un número de indicadores que cumplen con las siguientes características: 1) son analíticos o descriptivos, 2) tienen relación con la medición y el fenómeno a medir, 3) pueden ser de naturaleza numérica, 4) no son simples abstracciones matemáticas, 5) su procedencia se da desde la observación y la experiencia, 6) contienen datos de fuentes primarias o secundarias y 7) guardan exclusividad entre dimensiones y no pueden pertenecer a varias (Cea D'Ancona, 2001; González Blasco, 1986).

Para cumplir con el objeto de este trabajo, se decidió que se haría una identificación de indicadores encontrados en la revisión de literatura. Posteriormente, se agruparían en dimensiones a partir del trabajo de Popescu et al. (2016) que identificó que las principales influencias para esta decisión eran la dimensiones socioeconómicas y psicológicas. Posteriormente, se crearon nuevas dimensiones acorde con los resultados de la revisión.

Por lo anterior, se construyó una matriz donde se siguen los lineamientos de Londoño-Cardozo (2022) y Salcedo Serna (2021) en la que se presentan la dimensión, el indicador, la explicación de cada una de estos y las características para sistematización o ubicación de los hallazgos, ver **¡Error! No se encuentra el origen de la referencia..** Se debe aclarar que la versión presentada en este documento es una versión preliminar de la matriz final que aún se encuentra en construcción al momento de la escritura de este trabajo.

Resultados

Con la documentación recopilada, se consigue analizar la información y con esta se logra encontrar una familia de dimensiones principales que se ramifican en características que dan como resultado unos aportes teóricos enriquecedores. Estos se agrupan en cuatro

dimensiones, ver **Error! No se encuentra el origen de la referencia.** 1) nivel educativo, 2) experiencias de vida, 3) factores socioeconómicos y 4) factores psicológicos. A continuación, se describe cada una de estas dimensiones y su importancia para el estudio de la decisión de emprender.

Al respecto del nivel educativo se puede mencionar que cuando es más alto la persona presenta una mayor probabilidad de emprender, al igual que cuando se posee un conocimiento técnico previo (Salcedo Serna et al., 2021; Villarreal-Álvarez & Roque-Hernández, 2022). Al mismo tiempo, el nivel educativo es contraproducente, porque ante un mayor nivel educativo existe la posibilidad de que la persona decida no emprender (León Mendoza, 2017; Villarreal-Álvarez & Roque-Hernández, 2022). Esta parte es interesante de analizar porque da dos perspectivas diferentes bajo una misma dimensión.

El nivel educativo es entonces objeto de análisis para el estudio de la decisión. A su vez, es posible descomponer esta categoría según el nivel educativo: a) educación universitaria, b) educación media, c) educación primaria o d) sin educación. Cabe destacar que los niveles educativos juegan un valor importante como lo mencionan Estrin et al. (2016) y Johansson (2000). Otra perspectiva reconoce que el nivel universitario tiene un valor agregado más alto por ser de carácter técnico, tecnológico o profesional (Orozco Castro & Chavarro-Bohórquez, 2008; Schlaegel & Koenig, 2014; Villarreal-Álvarez & Roque-Hernández, 2022).

Sobre las experiencias de vida, estas se derivan en categorías como la parte a) laboral, ya sea porque la persona desempeña un cargo en una empresa, está en busca de desempeñar un cargo en una empresa o dejó de estar desempeñando un cargo en la misma (Serrano Orellana et al., 2017); b) sobre emprendimiento, nacido del deseo de solucionar una necesidad actual y se hace con los conocimientos adquiridos hasta ese momento para realizarlo (Salcedo Serna et al., 2021; Serrano Orellana et al., 2017); c) conocimiento de casos de éxito es de los motivadores más relevantes en las experiencias de vida y se derivan de

escuchar o ver cómo un familiar, conocido o amigo decidió emprender y decidieron hacer lo mismo porque generó una influencia positiva en ellos (Chen et al., 1998; Krueger et al., 2000); d) estado migratorio, suceso o acontecimiento que surge por una crisis en un municipio, ciudad o país en donde no hubo más alternativa que migrar; esta clase de personas salen con un conocimiento y encuentran la oportunidad de aplicarlo en un ambiente diferente al que estaban relacionados (Vinogradov & Kolvereid, 2007; Webster & Kontkanen, 2021); y e) estado civil, las parejas tienen gran influencia en las personas, conocer a alguien que motive e impulse las cualidades es una característica importante y un motivador de interés para un emprendimiento. De igual forma, las rupturas y fracasos en las relaciones también funcionan como motivadores, de hecho, para que una persona decida emprender o no (Serrano Orellana et al., 2017).

Se considera que los factores socioeconómicos son los que más afectan la decisión emprendedora (Contreras Torres et al., 2017; León Mendoza, 2017; Navarrete Fonseca, 2019; Rocha Jácome & Giraldo Gómez, 2015). En la sociedad existen necesidades a solucionar o que buscan una respuesta oportuna. Por ello, los emprendedores siempre analizan qué problemas existen y de qué forma innovadora darle solución (Ibarvo Urista et al., 2018). En este sentido, León Mendoza (2017) mencionó que las condiciones de vida y pobreza estiman los modelos económicos y brindan la oportunidad de establecer que un individuo decida crear o no un negocio.

Los indicadores que permiten delimitar la influencia de la dimensión socioeconómica en la decisión emprendedora de un estudiante universitario son las siguientes: en primer lugar, la edad. Estudios que muestran que aquellas personas con 25 años o más deciden empezar un emprendimiento (Oelckers, 2015; Ortega-Lapiedra, 2020). En contraste, personas con menos de 25 años suelen no considerar iniciar emprendimientos (Castelao Naval et al., 2015; Marulanda Valencia & Morales Gualdrón, 2016; Oelckers, 2015). De igual forma se estima que cada vez más las personas de mayor edad

consideran el emprendimiento como una opción (Marulanda Valencia & Morales Gualdrón, 2016; Ortega-Lapiedra, 2020).

En segundo lugar, el género. Dentro de las diferencias entre hombres y mujeres es notable que las mujeres suelen ser más propensas a iniciar emprendimiento que los hombres (L. E. Gutiérrez Rodríguez et al., 2021). Un ejemplo sobre la propensión de las mujeres hacia el emprendimiento es la toma de decisiones. Un hombre lo hace de manera rápida o espontánea, al contrario que una mujer, pero cuando se trata de tomar acción, las mujeres son más decididas que los hombres (Figuerola Ferretti Garrigues et al., 2022; L. E. Gutiérrez Rodríguez et al., 2021).

En tercer lugar, la ubicación geográfica. Ella influye en tanto el lugar en donde se encuentra una persona determina la decisión de emprender, dado que este impulso responde a la necesidades del sector o la imposibilidad de satisfacer necesidades (León Mendoza, 2017; Torres Marín et al., 2019).

En cuarto lugar, el entorno socio-cultural. Aunque en la sociedad existen necesidades, el factor cultural representa un valor agregado, esto puesto que aquellos que han convivido en el sitio por mucho tiempo reconocen las necesidades y encuentran soluciones para su satisfacción de manera eficaz o razonable (Contreras Torres et al., 2017; Krueger et al., 2000; Mancilla & Amorós, 2012).

En quinto lugar, aparece el salario. Las personas, cuando perciben un ingreso, buscan satisfacer las necesidades básicas y emocionales. Cuando las necesidades incrementan, o los ingresos se reducen, buscan la manera de que generar alternativas que permitan solventar estas situaciones (León Mendoza, 2017; Torres Marín et al., 2019).

En sexto lugar está el hogar como gran motivador e influenciador en las personas. Las condiciones familiares, la calidad de vida, los integrantes de un hogar son determinantes para la decisión emprendedora (Kimmitt et al., 2020). En este contexto, mejorar la calidad de vida se convierte en un factor fundamental para que una

persona decida emprender un negocio (Gholami & Tahoo, 2021; Kautonen et al., 2017; Zahra & Wright, 2016).

La dimensión de factores psicológicos abarca un gran abanico de posibilidades que va desde la motivación hasta la personalidad. Desde la literatura se identifica una fuerte relación entre la motivación y la intención emprendedora (Bravo García, Benavides Bustos, et al., 2021). Cuando existe la motivación correcta, hay un equilibrio entre las emociones y la capacidad para ser responsable, lo cual desencadena el cumplimiento de metas y objetivos trazados (Alzate Rodríguez & Bravo Santacruz, 2018; Bravo García, Benavides Bustos, 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, 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 literal a, hay que tener en cuenta que las personas cuando son puestas frente a un riesgo muy elevado pueden decidir 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 poco probable (Rocha Jácome & Giraldo Gómez, 2015). Los emprendedores con conocimientos sobre un tema financiero, económico, político o empresarial deciden emprender 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 literal b, la incertidumbre es una característica a tener en cuenta cuando se trata de emprender, 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 (Bridge, 2021; Rocha Jácome & Giraldo Gómez, 2015). El sobre análisis de las situaciones les hace pensar en lo que puede pasar si hacen algo. No resulta incorrecto pensar acerca de lo que podría pasar a futuro, pero podría provocar dudas respecto a las decisiones (Bridge, 2021).

El literal c aborda directamente la forma en cómo 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 algunas personas no tienen la capacidad de elegir sin considerar al menos 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 al literal d. Al respecto, tener nuevas ideas, mejorar las existentes, implementar cambios, son fundamentos 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.

Finalmente, el literal e aborda la inteligencia emocional. Aprender a manejar las situaciones que se deben afrontar en la vida con una variedad de emociones es una forma en que los emprendedores se adaptan a los momentos y consiguen sobrellevar sus ideas y proyectos (González Sierra, 2015a, 2015b; Morán Astorga & Menezes dos Anjos, 2016; Orozco Castro & Chavarro-Bohórquez, 2008).

Tabla 2

Matriz de dimensiones para el análisis de la decisión de emprender

Dimensión	Indicador	Sistematización	Explicación
Nivel de educación	Educación universitaria.	Tiene influencia en la decisión de emprender. Inicio su estudio de pregrado para emprender. Existe una probabilidad por el deseo a emprender. Puede influir en las decisiones de las personas. Carecen de conocimientos sobre el emprendimiento.	Las universidades actualmente incentivan a que se creen emprendimientos y capacitan a los estudiantes en ello. Motivan a través de ejemplos y recursos los emprendimientos, dando la oportunidad de que funcionen. El desarrollo de competencias hacia el emprendimiento en la educación media podría generar proyectos o ideas que logran ser estructuradas en las universidades. Aunque no es segura la atención total de jóvenes mentes a tan corta edad, la influencia de ideas emprendedoras puede incentivarlos a continuarlas a futuro. Las personas no tienen el conocimiento para estructurar un emprendimiento, pero se arriesgan a hacerlo.
Laboral	Emprendimien to.	Se motivan a emprender por algo que están haciendo o aprendiendo a hacer. Nace por solucionar una necesidad la cual ya conocen o tienen una idea de cómo satisfacerla. Se motivan por ver o escuchar emprendimientos con similitudes al del individuo.	Cuando una persona aprende a hacer alguna tarea y se vuelve experta en esta misma, descubre o ve una oportunidad en ella. Reconocer las necesidades es un factor importante para los emprendedores, pero saber cómo explotarlo aumenta la posibilidad de éxito.
Experiencias de vida	Casos de éxito. Estatus migratorio. Estado civil.	El hecho de haber migrado es un motivante para emprender. Las nuevas culturas atraen nuevas ideas que pueden ser o no aceptados. Una relación exitosa o un fracaso puede incentivar a la persona.	Ver personas que emprenden en una idea similar a la propia, incentiva al individuo a también a hacer. También se puede dar el efecto contrario. Dadas las experiencias migratorias de las personas y su nuevo estatus consideran que emprender es la mejor manera de sobre llevar la situación económica adversa. Los cambios culturales generan oportunidades de emprendimiento, la multiculturalidad permite que se experimente en la sociedad un cambio que pueden ser o no aceptados. Las personas en una relación pueden encontrar un apoyo en la pareja, ella puede brindar motivación para realizar un emprendimiento. Existen casos en que la ruptura enfoca a la persona a emprender.
Edad.		A mayor edad más probabilidad de emprender.	De acuerdo con los autores revisados, se estima que las personas de 25 años en adelante son más propensas a emprender.

Dimensión	Indicador	Sistematización	Explicación
Dimensión Socioeconómica	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 capacidad de decidir. 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.
	El país, ciudad o región.	Hay una variedad de influencias según el lugar donde se encuentre.	Las mismas personas que han vivido en el lugar, que conocen la situación social buscan o encuentran soluciones razonables a estos.
	Entorno social-cultural	Los problemas sociales y el cómo solucionarlos.	Ya sea por la necesidad de incrementar el salario, problemas económicos o cumplir metas familiares, las personas buscan maneras creativas para conseguir un incremento en sus ingresos, de estas formas creativas aparecen los emprendimientos.
	Salario.	Influye el querer incrementar los ingresos mensuales.	El motor de algunas personas es brindarle a su familia lo mejor.
	Hogar.	Mejorar la calidad de vida a la familia, más si es jefe o cabeza del hogar.	
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.
	Incertidumbre.	Afrontar el futuro de manera dudosa ¿será o no?	Las personas siempre están dudosas por qué pasará a futuro. Piensan más en lo que puede pasar, que en lo que realmente está pasando en el momento.
	Toma de decisiones.	La capacidad de decidir tiene un valor importante.	Las personas, generalmente, no quieren, o no pueden decidir libremente sin considerar opiniones externas, en algunos 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 es posible desarrollar la creatividad, suele ser una capacidad que nace con las personas. En este contexto, algunas personas suelen tener una mayor propensión hacia la innovación y la generación de ideas que otras.
	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 conllevará al éxito al emprender.

Conclusiones

Para el presente proyecto 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, identificar qué dimensiones afectan directamente a los emprendedores es importante para poder encontrar ese grupo de características que los diferencia de aquellos que deciden no emprender y favorecer la definición de correctivos en las estrategias de formación, motivación y apoyo al emprendimiento universitario.

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 identificarlos de manera eficiente. En general, el análisis de una decisión como iniciar o no un emprendimiento conlleva la revisión de un cúmulo de dimensiones que pueden estudiarse por separado sin perder el carácter holístico del sujeto.

Cuando se logra determinar las dimensiones y sus indicadores 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 se cumplen, es posible encontrar a jóvenes universitarios que decidan no hacerlo. Existe una ventaja al determinar las dimensiones, dado que una persona que no cumpla con una combinación específica de estas tiene una menor tendencia a emprender. El ajuste final de esta matriz de dimensiones y su contrastación empírica será objeto de trabajos futuros devenidos de esta misma investigación.

También puede existir una gran variedad de características que este estudio no toma en cuenta dada la metodología y el alcance de la investigación. Aquí es necesario ajustar la matriz de dimensiones acorde a las poblaciones a estudiar. La búsqueda bibliográfica que dio origen a los resultados expuestos en este documento tenía su enfoque en estudiantes universitarios. Dada la naturaleza del estudio, no es posible generalizar la herramienta para la identificación de los criterios que llevan a las personas a tomar la decisión de emprender.

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)
- Álvarez-Gayou Jurgenson, J. L., Camacho y López, S. M., Maldonado Muñiz, G., Trejo García, C. Á., Olgún López, A., & Pérez Jiménez, M. (1999). Investigación cualitativa. *Archivos Hispanoamericanos de Sexología*, 5(2), 117–125.
- 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.
- Arenas-García, L. (2021). Constructing and validating an instrument for comparing national criminal justice policies. *Revista Criminalidad*, 63(3), Article 3. <https://doi.org/10.47741/17943108.313>
- Belás, J., Dvorský, J., Tyll, L., & Zvarikova, K. (2017). Entrepreneurship of University Students: Important Factors and the Propensity for Entrepreneurship. *Revista »Administratie Si Management Public« (RAMP)*, 28, 6–24.
- Benítez Aguilar, D. A., & Riveros Paredes, S. E. (2022). El potencial emprendedor en los egresados universitarios. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(2), Article 2. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i2.1868
- Bergmann, H., Hundt, C., & Sternberg, R. (2016). What makes student entrepreneurs? On the relevance (and irrelevance) of the university and the regional context for student start-ups. *Small Business Economics*, 47(1), 53–76. <https://doi.org/10.1007/s11187-016-9700-6>
- Bravo García, S., Araque Jaramillo, W., Martínez Lizarralde, M., Argüello Salazar, A., Mera Porras, J. D., & Londoño-Cardozo, J. (2021). Comparativo de la actitud emprendedora entre

- estudiantes de dos organizaciones de Educación Superior: UNICUCES de Colombia y Andina Simón Bolívar de Ecuador. En J. Londoño-Cardozo, M. A. Salcedo Serna, & D. M. Cifuentes Leiton (Eds.), *Emprendimiento y Universidad: Giros y desafíos de una relación problemática* (Primera ed., pp. 291–317). Editorial Universidad Santiago de Cali.
- 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.
- 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>
- Castelao Naval, M. O., González Pascual, J. L., Jordán Ramos, A., & Ruiz Pomedá, A. (2015). Universidad y emprendimiento: Intención emprendedora en estudiantes de universidades privadas madrileñas. *Revista de Investigación en Educación*, 13(2), 187–205.
- Cea D’Ancona, M. Á. (2001). *Metodología cuantitativa: Estrategias y técnicas de investigación social* (Tercera reimpresión). Síntesis.
- Chen, C. C., Greene, P. G., & Crick, A. (1998). Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? *Journal of Business Venturing*, 13(4), 295–316. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(97\)00029-3](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(97)00029-3)
- 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
- Contreras Torres, F., Espinosa Méndez, J. C., Soria Barreto, K., Portalanza Chavarría, A., Jáuregui Machuca, K., & Omaña Guerrero, J. A. (2017). Intención de emprendimiento en

- estudiantes de cinco países latinoamericanos y su relación con liderazgo, propensión al riesgo y locus de control. *International Journal of Psychological Research*, 10(2), Article 2. <https://doi.org/10.21500/20112084.2794>
- 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>
- Estrin, S., Mickiewicz, T., & Stephan, U. (2016). Human capital in social and commercial entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 31(4), 449–467. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2016.05.003>
- 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.
- Figuerola Ferretti Garrigues, I. C., Aracil Jordá, J., & Infante Infante, J. (2022). *Emprendimiento y brecha de género un mapa para el caso español*. Universidad Pontificia Comillas. <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/handle/11531/67823>
- Gholami, M., & Tahoo, L. A. (2021). Investigating the Influence of Entrepreneurship on Entrepreneur's Life. *International Journal of Business Ethics and Governance*, 69–95. <https://doi.org/10.51325/ijbeg.v4i2.67>
- González Blasco, P. (1986). Medir en las ciencias sociales. En M. García Ferrando, J. Ibáñez, & F. Alvira, *El análisis de la realidad social Métodos y técnicas de investigación* (Primera ed, pp. 209–268). Alianza Editorial.
- 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, L. E., Winkler Benítez, K. T., & Campos Sánchez, A. (2021). Comportamientos socio culturales y el género como factores clave para el espíritu emprendedor, un análisis al GEM. *XV Congreso de la Red Internacional de Investigadores en Competitividad*, 15, 19.
- 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>
- Hossain, U. (2021). Relationship between Individual Characteristics and Social Entrepreneurial Intention: Evidence from Bangladesh. *Business and Economics Research Journal*, 12(2), 385–397. <https://doi.org/10.20409/berj.2021.328>
- Ibarvo Urista, V., Quijano Vega, G. A., & Loya Olivas, E. M. (2018). Actitud hacia el emprendimiento social en los alumnos del Instituto Tecnológico de Chihuahua, como respuesta a una problemática nacional. En *Desigualdad regional, pobreza y migración*. Universidad Nacional Autónoma de México y Asociación Mexicana de Ciencias para el Desarrollo Regional A.C, Coeditores. <http://ru.iiec.unam.mx/3889/>

- Johansson, E. (2000). Self-employment and the predicted earnings differential—Evidence from Finland. *Finnish Economic Papers*, 13(1), 45–55.
- Kautonen, T., Kibler, E., & Minniti, M. (2017). Late-career entrepreneurship, income and quality of life. *Journal of Business Venturing*, 32(3), 318–333. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2017.02.005>
- Kimmitt, J., Muñoz, P., & Newbery, R. (2020). Poverty and the varieties of entrepreneurship in the pursuit of prosperity. *Journal of Business Venturing*, 35(4), 105939. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2019.05.003>
- Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5), 411–432. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(98\)00033-0](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00033-0)
- León Mendoza, J. C. (2017). Influencias de las características sociodemográficas individuales en la creación de negocios en Perú. *Semestre Económico*, 20(43), 37–59. <https://doi.org/10.22395/seec.v20n43a2>
- Londoño-Cardozo, J. (2022). *Ética y responsabilidad social en los programas de pregrado y posgrado en Marketing: Análisis del currículo* [Trabajo de investigación presentado como requisito parcial para optar al título de: Magister en Administración]. 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>
- Mancilla, C., & Amorós, J. E. (2012). La influencia de factores socio-culturales en el emprendimiento, evidencia en Chile 2007-2010. *Multidisciplinary Business Review*, 5(1), Article 1.

- Marulanda Valencia, F. Á., & Morales Gualdrón, S. T. (2016). Entorno y motivaciones para emprender. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 81, 12–28. <https://doi.org/10.21158/01208160.n81.2016.1556>
- 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), Article 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>
- Oelckers, F. (2015). Emprendimiento en la Tercera Edad: Una Revisión de la Situación Actual. *Journal of technology management & innovation*, 10(3), 143–153. <https://doi.org/10.4067/S0718-27242015000300015>
- Orozco Castro, L. A., & Chavarro-Bohórquez, D. A. (2008). Universidad Y Emprendimiento. *Hallazgos*, 10, 65–97.
- Ortega-Lapiedra, R. (2020). Why Senior Workers Are Becoming Entrepreneurs: Necessity or Passion? En A. Caputo & M. M. Pellegrini (Eds.), *The Entrepreneurial Behaviour: Unveiling the*

- cognitive and emotional aspect of entrepreneurship* (pp. 271–280). Emerald Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/978-1-78973-507-920201018>
- Peterman, N. E., & Kennedy, J. (2003). Enterprise Education: Influencing Students' Perceptions of Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28(2), 129–144. <https://doi.org/10.1046/j.1540-6520.2003.00035.x>
- 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), Article 8. <https://doi.org/10.3390/su8080771>
- 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), Article 2.
- Salcedo Serna, M. A. (2021). *La vergüenza identitaria territorial como factor motivacional de proyectos migratorios transnacionales voluntarios en ciudadanos colombianos* [Tesis para optar al título de doctor en psicología, Universidad Autónoma de Madrid]. <https://repositorio.uam.es/handle/10486/696717>
- Salcedo Serna, M. A., Londoño-Cardozo, J., & Gaitán Vera, B. (2021). El papel de las formaciones técnicas previas en el emprendimiento laboral de las nuevas generaciones de egresados de programas de Administración. En J. Londoño-Cardozo, M. A. Salcedo Serna, & D. M. Cifuentes Leiton (Eds.), *Emprendimiento y Universidad: Giros y desafíos de una relación problemática* (Primera ed., pp. 29–70). Editorial Universidad Santiago de Cali.
- Sánchez Sánchez, P. (2007). *Modelos para la combinación de preferencias en toma de decisiones: Herramientas y aplicaciones* [Tesis para optar al título de doctor en ingeniería informática, Universidad de Granada]. http://150.214.191.180/Documentos/tesis_dpto/105.pdf

- Schlaegel, C., & Koenig, M. (2014). Determinants of Entrepreneurial Intent: A Meta-Analytic Test and Integration of Competing Models. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(2), 291–332. <https://doi.org/10.1111/etap.12087>
- 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, Article 1. <http://investigacion.utmachala.edu.ec/proceedings/index.php/utmach/article/view/149>
- Torres Marín, A. J., González Rodrigo, E., & Bordonado Bermejo, M. J. (2019). El impacto de la crisis económica (2008-2013) sobre el perfil de los nuevos trabajadores autónomos según su nacionalidad: Una aproximación a través de la muestra continua de vidas laborales. *REVESCO: revista de estudios cooperativos*, 131, 9–31. <https://doi.org/10.5209/REVE.63559>
- Villarreal-Álvarez, M. A., & Roque-Hernández, R. V. (2022). El apoyo educativo para el emprendimiento y su relación con las intenciones emprendedoras de los estudiantes universitarios. *RIDE Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 13(25), Article 25. <https://doi.org/10.23913/ride.v13i25.1273>
- Vinogradov, E., & Kolvereid, L. (2007). Cultural background, human capital and self-employment rates among immigrants in Norway. *Entrepreneurship & Regional Development*, 19(4), 359–376. <https://doi.org/10.1080/08985620701223213>
- Webster, N. A., & Kontkanen, Y. (2021). Space and place in immigrant entrepreneurship literature in the Nordic countries: A systematic literature review. *Norsk Geografisk Tidsskrift - Norwegian Journal of Geography*, 75(4), 221–236. <https://doi.org/10.1080/00291951.2021.1949746>

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>