

Una revisión teórica del emprendedorismo: modelos y enfoques

A theoretical review of entrepreneurship: models and approaches

Jennifer Consuelo Suárez Quijano^{1*}; Erlita Yamelin Chávez Paz¹

¹Escuela Profesional de Administración, Facultad de Ciencias Empresariales, Universidad Peruana Unión

INFORMACIÓN DEL ARTÍCULO

Historia del artículo

Recibido: 25 de mayo 2016

Aceptado: 22 de octubre del 2016

Palabras clave:

Emprendedorismo, enfoques, creación de empresa, riesgo, innovación

Keywords:

Emprendedorismo, approaches, creation of company, risk, innovation

Resumen

El trabajo de investigación tiene como objetivo esbozar un breve desarrollo teórico que fundamente la explicación del emprendedorismo como característica de los que inician un negocio. Los inicios del emprendedorismo se circunscriben como un factor económico social que determina la creación e innovación y, posteriormente se consideró como un atributo que puede ser formado y educado. El emprendedorismo se constituye en un plus adicional como característica que determina una fuente de creación de negocios mediante un proceso de innovación. Los enfoques que explican la capacidad de una empresa, son el económico que determina el riesgo y beneficio que diferencia a un trabajador dependiente del independiente; el psicológico que propone ciertos rasgos de control interno que determinan la responsabilidad sobre la toma de decisiones de oportunidad y logros, así también el enfoque sociodemográfico como la capacidad emprendedora que está condicionada no solo por factores del entorno, sino principalmente, la intención como primer paso de la acción de emprender.

Abstrac

The aim of this review is to announce of synthetic form the conceptual development of the engagement. The origin of the engagement arises from a study based on the Burnout, as well as in to happen of his conceptual development (recent and three-dimensional) and his respective extension to other professions. The conceptualization of the engagement contemplates the notions of psychological positive, cognitive - affective condition and his respective dimensions vigor, absorption and dedication. Being the vigor characterized by the presence of high places levels of energy, mental resistance and desires to invest efforts in the work. The absorption is described as a condition of concentration and sensation of happiness in relation to the realized work. The dedication is composed by high implication, labor commitment and feelings significances of the work. The model Demand of Labor Resources (DRL), is exposed from his components: demands and labor resources, and his later extension: personal resources. Being the latter approached by his conceptual definition,

* Autor correspondiente: Jennifer Consuelo Suárez Quijano
Correo electrónico: jeconsuqui@hotmail.com

the role that they fulfill and his dimensions. The engagement makes the organizations possible to possess the suitable personnel, for the accomplishment of the tasks of the same ones and the achievement of the aims of the company.

Introducción

El emprendedurismo es definido como la capacidad de una persona para generar empresa (Puchol, 2005), innovar (Hernández, Caballero y Monroy, 2013) y asumir riesgos (Bautista, 2014). Por lo tanto, la actividad generada por un emprendedor en un proyecto o negocio es fundamental para el desarrollo, tanto social como económico (Núñez, 2013)

Para Hidalgo, Kamiya y Reyes (2014), la creación y crecimiento de empresas es una de las fuentes más importantes para la generación de riquezas y de empleos en una población, por lo tanto es una potencial herramienta para reducir la pobreza y elevar los ingresos; es por esta razón que el emprendimiento dinámico se ha convertido en un tema de creciente interés en la política pública de los países de América Latina y del mundo.

A nivel mundial, Singer, Amorós y Moska (2015), afirman que las economías con mayores tasas de intenciones emprendedoras, son Uganda (60,2%), Camerún (55,6%), Qatar (50,4%), Perú (50,6%) y Chile (50,1%),

En Sudamérica, según Reátegui (2015), el Perú presenta una tasa de actividad emprendedora de 28,8% superando a Bolivia (27,4%) y Chile (26,6%), mientras que Ecuador con un 32,6%, es líder en la región, considerado el cuarto a nivel mundial.

En muchos países como en el Perú, según Reyes y Villar (2009), los emprendedores han encontrado en la actividad empresarial una forma de vida; pero es importante hacer un estudio del entorno para identificar las oportunidades y amenazas que podrían favorecer o dificultar el inicio de una determinada actividad emprendedora.

Según Diez Canseco (2007), citado por Masgo (2010), más del 90% del empleo en Perú, se sitúa en las pequeñas y medianas empresas, demostrando que es un país luchador e innovador, pero que necesita desarrollar una cultura emprendedora en los jóvenes.

Origen de emprendedorismo

Silva (2009) menciona que el término emprendedor proviene de las locuciones latinas *in, en, y prendere, coger*, cuyo significado es acometer o llevar a cabo. Por extensión, y probablemente por influencia del francés y del italiano, lenguas en las que empresario se dice *entrepreneur* e *imprenditore* respectivamente, el vocablo se utiliza para señalar a quien inicia una empresa (Lanzas, 2009).

Por otro lado, Amit, Glosten y Muller (1990), mencionan que la palabra emprendedor, que proviene de la voz francesa "entrepreneur" surge a inicios del siglo XVI para designar a los hombres que estaban relacionados con expediciones militares, que luego a principios del siglo XVIII los franceses ampliaron el significado del término a otros aventureros como

los constructores de puentes, caminos y los arquitectos.

El término *entrepreneur* fue introducido, por primera vez por Richard Cantillon en 1755 para identificar a quienes corrían el riesgo y tomaban la responsabilidad de poner en marcha y llevar a término un proyecto innovador (Vallmitjana, 2014).

Quevedo, Izar y Romo (2010) proponen que el emprendedor es denominado un agente económico que compra medios de producción a determinado precio, a fin de combinarlos y crear un nuevo producto. Sin embargo, desde la década de los 60 se encuentran trabajos en la literatura que describen investigaciones relacionadas con el fenómeno del emprendimiento desde la psicología (Hisrich, 2007, citado por Páez y García, 2011)

Actualmente, la educación del emprendimiento ha cobrado importancia gracias a la propuesta del emprendimiento como una disciplina susceptible de ser enseñada y aprendida (Kuratko, 2003, citado por Páez y García, (2011).

Emprendedorismo

El emprendedorismo puede ser considerado como un plus adicional que se constituye en una fuente de creación de negocios mediante un proceso de innovación.

Celaya (2013) considera al emprendedorismo como un plus adicional, que para Duarte (2013), citado por Bautista (2014), declara esa característica extra de asunción de riesgos, la cual permite aventurarse en la creación de negocios. Es decir, la capacidad de afrontar con una incertidumbre considerable (Alvaro, Mendiri, y Paz, 2003).

Por otro lado, para Puchol (2005), el emprendedorismo es una fuente de creación de negocios que incentiva a una persona, concepto creado por Schumpeter, citado por Nueno (2007). Es así que Morant (2012), citado por Gómez y Mira (2012), define al emprendedurismo, como una fuente de creación de riquezas por medio de la formación de negocios propios; considerando al emprendedor, como el motor para la realización de una empresa, superando las adversidades que esto supone (Alonso y Galve, 2008).

Finalmente, Fretes, Venturi, Ocampo y Villalba en su tesis describen a la variable emprendedurismo como el proceso que incentiva a la innovación; concepto apoyado por Bolton y Thompson (2000), citado por Hernández, Cabellero, y Monroy (2013) quienes definen al emprendedor como una persona que habitualmente innova cosas partiendo de todo tipo de oportunidades.

Modelos de emprendedorismo

El concepto emprendedurismo es tratado desde las ciencias económicas, psicológicas, y sociológicas (Alonso y Galve, 2008). Se puede decir que el emprendedurismo es un campo conceptual multidisciplinar que comienza básicamente de las ciencias sociales con conceptos prácticos de las ciencias aplicadas (Barredo, 2012)

Enfoque económico

A los largo de la historia, los componentes micro y macroeconómicos se constituyeron en objeto de estudio de la economía. (Tarapuez, Zapata y Agreda, 2008). Es en este contexto que se inicia el análisis de la figura del emprendedor y su importancia, de los cuales se han podido obtener las diferentes teorías económicas.

Teoría del beneficio del empresario

En la literatura económica, diferentes autores han estudiado al emprendedor y su papel en la economía.

Vos (2013) menciona que esta teoría analiza la creación de empresas desde el punto de vista del emprendedor como artífice principal de dicha iniciativa. Por eso, Veciana (2007), citado por Morales (2008) pretende explicar mediante esta teoría, el hecho de que un individuo cree empresa o decida convertirse en empleado.

Posteriormente, Chamley (1983), citado por Alonso y Galve (2008), basándose en las teorías de Knight, formula la hipótesis de que todas las personas tienen la aptitud para dejar de ser empleados y convertirse en empresarios; además realiza una evaluación de estas personas, llegando a la misma conclusión que Kihlstrom y Laffont (1979), citado por Morales (2008), quienes señalan que al tomar esta decisión, estas personas se someten a un riesgo y a un beneficio incierto, donde las más adversas al riesgo formarán parte del personal remunerado de una empresa, mientras que las más propensas al riesgo se convertirán en empresarios.

Teoría del factor de producción

Vallmitjana (2014), asume que la teoría económica se centra en el análisis del contexto de la naturaleza de la innovación y del nuevo proceso de producción.

Hébert y Link (1988) citado por Morales (2008), junto a Knight (1921) citado por Alonso y Galve (2008), plantean que el papel principal del empresario, a partir de la incertidumbre y el riesgo, es adquirir o contratar factores de producción a un determinado precio para obtener un producto (bien o servicio) que luego venderán.

Bajo esta misma perspectiva, Tarapuez y Botero (2011) señalan que el empresario constituye en una persona que toma a su cargo los riesgos no asegurables de la producción, realizando así, un papel esencialmente dinámico.

Enfoque psicológico

El enfoque psicológico intenta explicar las razones por las que determinados grupos deciden crear empresas, (Alonso y Galve, 2008)

Las teorías que se encuentran enmarcadas bajo este enfoque son: la teoría de los rasgos de personalidad y la teoría de Kirzner, las mismas que serán presentadas a continuación.

Teoría de los rasgos de personalidad

En la década de los años 60 surge el primer enfoque que, desde el área de la psicología, se dedica al estudio del emprendedor mediante los rasgos de personalidad, objeto de estudio como factores imprescindibles a la hora de crear una empresa, sustentado por el trabajo realizado por McClelland (1961), citado por Morales, (2008), quien afirma que los emprendedores tendrían características de personalidad y tendencias motivacionales distintas a las del resto de la población.

Del mismo modo, Alonso y Galve (2008), confirman la idea de la existencia de personas que poseen determinados rasgos de personalidad que les hace más propensas a iniciar una aventura empresarial, respecto a otras que no los posean.

En este sentido García, Martínez, y Fernández (2010), mencionan que la literatura incide sistemáticamente sobre algunos atributos que suelen coincidir en la figura del emprendedor, y que tienden a desembocar en la puesta en marcha

de una empresa y en su éxito. Es de esta manera que Veciana (1999), citado por Jaramillo, Escobedo, Morales y Ramos (2012) y Shane (1991) citado por García, Martínez, y Fernández (2010), proponen que entre los rasgos de personalidad se encuentra la necesidad de logro y la autorrealización, que se define como la necesidad de realización personal y como la dimensión definitoria de la personalidad empresarial.

Por otro lado, Kaufman (1995), citado por García, Martínez, y Fernández (2010), presenta otros rasgos: el control interno, que Harper (1998); citado por Alonso y Galve, (2008) lo define como el motivo por el cual las personas son más proactivas e innovadoras, siendo así más propensas a crear empresa. Koellinger (2007), citado por Jaramillo, Escobedo, Morales, y Ramos, (2012) determina también como rasgo de personalidad a la autoconfianza, que según los estudios, indican que la mayoría de los individuos que confían en sus habilidades personales, logran un mayor éxito empresarial.

Morales (2008) inserta un nuevo rasgo de personalidad del emprendedor: la necesidad de autonomía e independencia, definido por Ettinger (1983), citado por Alonso y Galve (2008), como el deseo de la libertad que favorece la creación de empresas y responsabilidad en la toma de decisiones y, en el logro, a través del esfuerzo continuado.

Y por último, Vereshchagina y Hopenhayn (2009) citado por Jaramillo, Escobedo, Morales, y Ramos (2012), así como Knight (1921), citado por Alonso y Galve (2008) determinan que la propensión a asumir riesgos en la creación de una empresa, es también un rasgo de personalidad, en el perfil de un emprendedor. Sin embargo esta consideración es un mito, según Brockhaus (1980), ya que los em-

presarios calculan con precisión el riesgo que están dispuestos a aceptar (Timmons, 1989).

Teoría del empresario de Kirzner

El enfoque psicológico explica al empresario mediante la teoría Kirzner. Veciana (1999) menciona que esta teoría podría enmarcarse dentro del enfoque económico, sino fuese porque su elemento clave es un atributo específico del emprendedor, y su inclusión se debe por tratar de explicar el funcionamiento del mercado a partir de la perspicacia y estado de alerta del empresario que los distingue del resto de la población (Alonso y Galve, 2008).

Es por eso que Shane, Locke, y Collins (2003) concuerdan que un individuo se anima a poner en marcha una nueva empresa, si detecta una oportunidad de negocio que puede aprovechar.

Por tanto, Kirzner (1997), citado por Jaramillo, Escobedo, Morales, y Ramos (2012) define al emprendedor como aquella persona que percibe oportunidades en el mercado, valora el riesgo y gestiona los recursos para crear una empresa.

Enfoque demográfico-social

Robinson (1991), citado por Morales (2008), menciona que el estudio del emprendedor en el enfoque social o demográfico parte del supuesto de que los emprendedores poseen el mismo perfil demográfico e historial; por ende, la comparación entre el perfil sociodemográfico de cada individuo con el perfil del emprendedor permitiría la identificación de los emprendedores potenciales.

Arenius y Minniti (2005) han mostrado que las percepciones sobre el entorno,

son un componente crucial en la decisión de una persona a la hora de crear su empresa. Por ende estas variables sociodemográficas son atributos reales del emprendedor muy importantes, que fácilmente se pueden verificar y, que no se pueden modificar con facilidad (Lanzas, 2009).

Espíritu (2011) señala el hecho de que el estudiante que se desarrolle en un ambiente empresarial, formara parte de su vida cotidiana que lo estimula a imitar, en un futuro, a sus propios familiares.

Es así que Barredo (2012) determina los siguientes rasgos en el enfoque demográfico-social: edad promedio cuando una persona monta una empresa o negocio, su situación familiar, su experiencia en el trabajo, su estado económico, su educación y formación, etc.

Teoría intención emprendedora

Diversas investigaciones sobre emprendedorismo han mostrado que hay múltiples aspectos que influyen sobre una persona para ser emprendedor. Entre ellos, Frese (2009) menciona a factores personales y sociales que intervienen en el éxito de una nueva empresa. Para Baum (2007), citado por Tarapuez (2015), no es suficiente, sino que es indispensable tener la intención de emprender para convertir las ideas de negocio en productos y servicios exitosos. Bird (1988), citado por Osorio y Londoño (2015), conceptualiza la palabra intención, como un proceso necesario antes de llevar a cabo una acción. Es por ello que se reconoce a la intención emprendedora como el primer paso en el proceso de emprender (Sánchez, Lanero y Yurrebaso, 2005)

Existen muchas teorías y modelos que buscan explicar el proceso que siguen los

individuos para crear una empresa; entre las más importantes están:

Modelo del evento emprendedor

Desarrollado por Shapero y Sokol en 1982, fue el primer modelo que argumenta, según Sánchez, Lanero, y Yurrebaso (2005), que la decisión de iniciar una actividad emprendedora depende de tres elementos: deseabilidad, viabilidad y propensión a actuar ante nuevas oportunidades (Tarrats Pons, Mussons Torras, y Ferrás Hernández, 2015).

A medida que una sociedad presenta la creación de empresas como algo viable y deseable, López y Ruiz (2014) afirman que la probabilidad de que un potencial emprendedor cree una empresa, se incrementa. Esto quiere decir, según Navarro, Vázquez y Llorens (2008) que la deseabilidad, viabilidad y propensión a actuar, está condicionada por familiares, colegas, grupos étnicos y contextos educacionales y/o profesionales.

Deseabilidad: Grado de atracción hacia un determinado comportamiento que surge por la influencia empresarial de su entorno social, cultural, familiar y educativo (Jaén, 2010; Liñan y Rodríguez, 2005; Soria, Zúñiga y Ruíz, 2004)

Viabilidad: Grado en que la persona percibe la creación de una empresa como una conducta realizable, vinculada con el apoyo externo como financieros, habilidades y apoyo moral (Lanero, Sánchez, Villanueva y D'Almeda, 2007; Espí, Arana, Heras y Díaz, 2007)

Propensión a actuar: Relacionada con el locus of control, es la percepción del sujeto de que los eventos ocurren principalmente como efecto de sus propias acciones, es una característica estable de personalidad. (Díaz, 2003; Jaén, 2010)

Teoría de la conducta planificada

Liñan y Rodríguez (2005) describen esta teoría como un modelo psicológico aplicable a todos los comportamientos voluntarios de las personas. Esta teoría desarrollada por Ajzen en 1991, asume que la acción según la intención, depende de tres factores planteados por Arias, Cadavid, Echeverría, y Awad (2012) como predictor.

Actitud hacia la conducta: Es opinión favorable o desfavorable que la persona tiene hacia ella misma (Liñan y Rodríguez, 2005; Soria, Zúñiga, y Ruiz, 2014).

Norma subjetiva: Normas o creencias sociales percibidas por el individuo para la realización o no de su comportamiento (Díaz, 2003; Bueckmann, 2014; García y Moreno, 2007)

Control percibido sobre la conducta: Percepción de la dificultad o facilidad para realizar una determinada acción, teniendo en cuenta la experiencia pasada y los potenciales obstáculos (Bueckmann, 2014; Soria, Zúñiga y Ruiz, 2014; Jaén, 2010), como también los recursos y oportunidades disponibles (Alonso, 2012)

Conclusiones

Los inicios conceptuales del emprendedorismo surgen de las nociones asociadas a la economía como características de quienes puede crear un producto a partir de otros. Tales atributos se despalza a la noción de capacidades psicológicas y posteriormente a la capacidad que puede ser enseñada y aprendida.

Las teorías que obedecen a un enfoque económico aluden al beneficio del

emprendedor que determina el riesgo que asume una persona de hacer su propia empresa antes de ser empleado o dependiente. Así también, el factor de producción distingue a la persona que además de correr el riesgo, asume los retos de innovación para incluirlas en proceso de producción.

El enfoque psicológico del emprendedorismo fundamenta su explicación en ciertos rasgos psicológicos como la necesidad de logro y autorealización que definen la personalidad emprendedora. Además se considera el rasgo de control interno que hace de las personas proactivas e innovadoras, propensas a crear empresa. Otro rasgo es la autonomía que otorga la libertad en la responsabilidad de la toma de decisiones de sus propios logros. Bajo este mismo enfoque la teoría de Kizner explica que un emprendedor está a la espera de la oportunidad en el mercado para producir un cambio creando un nuevo negocio o innovando el que posee.

Por otro lado, el enfoque sociodemográfico, determina que una persona emprendedora teniendo en cuenta factores demográficos vinculados a la capacidad de hacer empresa. Sin embargo también se explica que no solo es necesaria la capacidad emprendedora que puede manifestarse en un entorno de factores sociodemográficos sino principalmente la intención de emprender como primer paso. También el proceso del evento emprendedor está acompañado de la deseabilidad, viabilidad y propensión a actuar. Y si la acción emprendedora es planificada se necesita una actitud hacia la conducta, normas o creencias subjetivas y control percibido sobre la conducta.

Referencias

- Alonso Galicia, P. E. (11 de Julio de 2012). La configuración de la intención emprendedora entre académicos responsables de proyectos de investigación en España. Un enfoque de género. *Tesis Doctoral*. Granada, España: Universidad de Granada.
- Alonso Nuez, M. J., y Galve Gòrriz, C. (26 de julio de 2008). El emprendedor y la empresa: una revisión teórica de los determinantes a su constitución. *Acciones e Investigaciones Sociales*, 5-44.
- Álvaro Delgado, M., Mendiri Borjas, M. A., y Paz Jiménez, A. L. (2003). *Relación entre el perfil de los emprendedores venezolanos en edades comprendidas entre 18 y 42 años y el éxito*. Caracas: Universidad Metropolitana.
- Amit, R., Glosten, L., y Muller, E. (1990). Entrepreneurial ability, venture investments, and risk sharing. *Management Science*, 36(10), 1233-1246.
- Arenius, P., y Minniti, M. (2005). Perceptual variables and nascent entrepreneurship. *Small Business Economics Journal*, 233-247.
- Arias, A. V., Cadavid, L., Echeverri, D. C., y Awad, G. (Marzo de 2012). Factores que inciden en las intenciones emprendedoras de los estudiantes. *Revista Venezolana de Gerencia*. 17(57), 132-148.
- Barredo Avellón, F. J. (2012). *La intención emprendedora en los universitarios de Castilla y León*. Tesis doctoral. Universidad de Salamanca.
- Bautista Morales, N. (2014). Diseño de una propuesta para fortalecer las habilidades de emprendimiento productivo en los estudiantes de la Universidad Tecnológica de la Mixteca. Huajapan de León: Universidad Tecnológica de la Mixteca.
- Brockhaus, R. H. (1980). Risk taking propensity of entrepreneurs. *Academy of Management Journal*, 23(3), 509-520.
- Bueckmann Diegoli, R. (Setiembre de 2014). *Análisis de las intenciones empresariales de los estudiantes universitarios mexicanos: Un enfoque basado en variables personales y del programa educativo*. Tesis Doctoral. Cantabria, México: Universidad de Cantabria.
- Celaya Figueroa, R. (2013). *Rumbo a la cumbre 2* (Primera Edición). Mexico: Emprende7joven.
- Díaz Casero, C. J. (Agosto de 2003). *La creación de empresas en Extremadura*. Tesis Doctoral. Extremadura, España: Universidad de Extremadura.
- Espí Guzmán, M. T., Arana Landín, G., Heras Saizarbitoria, I., y Díaz de Junguitu González de Durana, A. (Diciembre de 2007). Perfil emprendedor del alumnado universitario del campus de Gipuzkoa de la UPV/EHU. *Revista de Dirección y Administración de empresas*, (14), 83-110.
- Espíritu Olmos, R. (2011). Factores explicativos sobre la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios de la comunidad de Madrid. México: Universidad de Colima.

- Frese, M. (2009). Toward a psychology of entrepreneurship, an action theory perspective. *Now, the essence of knowledge*, 5(6), 435-494.
- Fretes Ayala, P., Venturi, J. L., Ocampo Delvalle, D., y Villalba, E. F. Perfil emprendedor de los empresarios de pilar, según investigaciones de Durham University Business School.
- García Pérez, D., y Moreno Candel, I. (2012). Aptitudes emprendedoras de los alumnos de educación secundaria obligatoria y bachillerato en la Región de Murcia. Cartagena: Universidad Politécnica de Cartagena.
- García Ramos, C., Martínez Campillo, A., y Fernández Gago, R. (2010). Características del emprendedor influyentes en el proceso de creación empresarial y en el éxito esperado. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 19(2), 31-48.
- Gómez Gras, J. M., y Mira Solves, I. y. (2012). Actividad emprendedora en la comunidad Valenciana. Valencia: Universidad Miguel Hernández.
- Hernández Silva, M. D., Cabellero Santin, M. O., y Monroy Ramírez, J. A. (Noviembre de 2013). Emprendedurismo y propensión a la creación de negocios de los estudiantes de la FCA de la UAEMEX. XVI Congreso internacional sobre innovaciones en docencia e investigación en ciencias económico administrativas, 6-7.
- Hidalgo, G., Kamiya, M., y Reyes, M. (2014). Emprendimientos dinámicos en América Latina. Avances en prácticas y políticas. Banco de Desarrollo de América Latina, 16
- Jaén, I. (2010). Una revisión teórica de los valores en el estudio de la intención emprendedora. Sevilla, España: Universidad de Sevilla.
- Jaramillo Villanueva, J. L., Escobedo Garrido, J. S., Morales Jiménez, J., y Ramos Castro, G. J. (22 de Mayo de 2012). Perfil emprendedor de los pequeños empresarios agropecuarios en el valle de Puebla, Mexico. *Entramado*, 8(1), 14 pp.
- Lanero, A., Sánchez, J. C., Villanueva, J. J., y D'Almeida, O. (2007). La perspectiva cognitiva en el proceso emprendedor. In *X Congreso Nacional de Psicología Social: un encuentro de perspectivas*. España: Universidad de Cádiz. Recuperado de <http://psi.usal.es/emprendedores/documentos/Lanero07.pdf>.
- Lanzas Duque, F. D. (2009). Propuesta para medir el perfil de los emprendedores de base. *Scientia et Technica Año XV*, 267-272.
- Liñán Alcalde, F., y Rodríguez Cohard, J. C. (2005). Actitudes empresariales de los estudiantes universitarios adaluces. *Documentos de trabajo, (Universidad de Jaén)*, 1(30), 1-21.
- López, J., y Ruiz Ruano, A. M. (2014). Modelado de la intención emprendedora con redes bayesianas. *Revista de Psicología, Universidad de Chile*, 71-87.
- Masgo Torres, E. T. (2010). *Relación entre desempeño docente y el desarrollo de la capacidad emprendedora en estudiantes de secundaria del cerro Callao*. Tesis de maestría. Universidad San Ignacio de Loyola.

- Morales Gualdrón, S. T. (Julio de 2008). El emprendedor académico y la decisión de crear spin - off: un análisis del caso español. Tesis doctoral. Universidad de Valencia, Facultad de Economía.
- Navarro, J. R., Vázquez, Á. R., y Llorens, A. S. (2008). *Actitudes de los estudiantes universitarios de Andalucía ante la creación de empresas*. Andalucía: Servicio Publicaciones UCA.
- Nueno, P. (2007). *Cartas a un joven emprendedor*. España: Editorial Crítica.
- Numancia Osorio de la Peña, C. (2013). *Estilos de aprendizaje en el desarrollo de capacidades de emprendimiento en estudiantes de secundaria*. Lima, Perú. Tesis de maestría. Universidad San Martín de Porres.
- Osorio Tinoco, F. F., y Londoño Roldán, J. C. (Diciembre de 2015). Intención Emprendedora de estudiantes de educación media: extendiendo la teoría de comportamiento planificado mediante el efecto exposición. *Revista Javeriana*, 103-131.
- Páez S., D. P., y García R., J. C. (10 de Noviembre de 2011). Acercamiento a las características del universitario emprendedor en la unidad de emprendimiento empresarial de la Universidad Nacional de Colombia. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (71), 52-69.
- Puchol, L. (2005). *El libro del emprendedor (Segunda Edición ed.)*. España: Ediciones Díaz de Santos.
- Quevedo Monjarás, L. M., Izar Landeta, J. M., y Romo Rojas, L. (Marzo de 2010). Factores endógenos y exógenos de mujeres y hombres emprendedores de España, Estados Unidos y México. *Investigación y Ciencia*, 18(46), 57-63.
- Reátegui, M. (11 de Marcos de 2015). Perú, quinta economía con mayor emprendimiento en el mundo. RPP Noticias.
- Reyes-Armas, I., y Villar, A. (2012). Morbilidad materna extrema en el Hospital Nacional Docente Madre-Niño San Bartolomé, Lima, 2007-2009. *Revista Peruana de Ginecología y Obstetricia*, 58(4), 273-284.
- Sánchez, J., Lanero, A., y Yurrebaso, A. (2005). Variables determinantes de la intención emprendedora en el contexto universitario. *Revista de Psicología Social Aplicada*, 15(1), 37-60.
- Shane, S., Locke, E., y Collins, C. (2003). Entrepreneurial Motivation. *Human Resource Management Review*, 1(2), 257-279.
- Silva Duarte, J. E. (2009). *Emprendedor (2a. Edición ed.)*. México: Alfaomega Grupo Editor.
- Singer, S., Amorós, J., y Moska, D. (2015). *Global Entrepreneurship*. London: GEMConsortium.
- Tarapuez Chamorro, E. (Septiembre de 2015). *Factores que influyen en las intenciones de creación de empresas de los estudiantes universitarios del departamento de Quindío, Colombia*. Tesis Doctoral. Armenia, Colombia: Universidad Nacional de Córdoba.
- Tarapuez Chamorro, E., y Botero Villa, J. J. (2011). Algunos aportes de los neoclásicos a la teoría del empen-

- dedor. Valoración de las habilidades directivas de los gerentes de los hoteles turísticos del departamento del Quindío.
- Tarapuez Chamorro, E., Zapata Erazo, J. A., y Agreda Montenegro, E. (08 de Septiembre de 2008). Knight y sus aportes a la teoría del emprendedor. *Estudios Gerenciales*, 24(106), 83-98.
- Tarrats Pons, E., Mussons Torras, M., y Ferrás Hernández, X. (2015). Del modelo del evento emprendedor al modelo sistémico de emprendimiento. *3C Empresas*, 4(2), 124-135.
- Timmons, J. (1989). *The entrepreneurial Mind*. Andover: Brick House Publishing.
- Trujillo Flores, M., y Rivas Tovar, L. (Junio de 2005). Orígenes, evolución y modelos de inteligencia emocional. *Innovar*, 9-24.
- Vallmitjana Palau, N. (2014). *La actividad emprendedora de los graduados IQS*. Barcelona: Universitat Ramon Llull.
- Veciana, J. (1999). Creación de empresas como programa de investigación científica. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 8(3), 11-36.
- Vos Saz, A. (2013). *Creación, crecimiento y expansión internacional de las nuevas empresas: influencia del emprendedor y del equipo de emprendedores*. Tesis doctoral. Universidad Carlos III de Madrid.

