

Construcción metodológica para el análisis de fenómenos sociales: caso de las decisiones de emprender en estudiantes universitarios *

José Londoño-Cardozo 

Profesor tiempo completo Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO, Cali - Colombia
jodlondonoca@unal.edu.co

Elkin Fabriany Pineda-Henao 

Estudiante de Doctorado en Ciencias de la Administración de la Universidad Nacional Autónoma de México, Ciudad de México - México
efpinedah@comunidad.unam.mx

RESUMEN

PALABRAS CLAVE

Operativización de datos cualitativos; dimensiones de investigación; metodología de la investigación; decisión de emprender

Este documento tiene como objetivo reflexionar acerca de un método de investigación social que permite examinar fenómenos sociales complejos a partir de la operativización de algunas de sus características. No se trata de un artículo tradicional que presente y analice resultados, sino que su naturaleza es de reflexión, alrededor de la presentación y justificación de una metodología. Para ello, se discuten los fundamentos y dificultades epistemológicas y ontológicas de las metodologías tradicionales de investigación. Adicionalmente, se presentan los fundamentos de la propuesta y se expone un caso de aplicación que permite ver la conjunción de posturas en un solo estudio. El documento concluye que este método puede ser esencial para enfoques metodológicos holísticos, trans e interdisciplinarios donde se requieran distintas miradas para un mismo fenómeno

Recibido: 18/11/2023 Evaluado: 18/01/2024 Aceptado: 28/03/2024

* Este es un artículo Open Access bajo la licencia BY-NC-SA (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>) Published by Universidad Libre - Cali, Colombia.

Fuentes de financiación: Este artículo hace parte de los resultados del proyecto de investigación titulado Análisis de las variables características de propensión al emprendimiento de los estudiantes UNIMINUTO de la rectoría Suroccidente - RSO con código interno C121-620-003 financiado por la Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO, Rectoría Centro Occidente de la ciudad de Cali.

Contribución de los autores

- Autor 1: Redacción - borrador original, traducción y metodología.
- Autor 2: Conceptualización y redacción - revisión y edición

Cómo citar este artículo/How to cite this article: LONDOÑO-CARDOZO, José; PINEDA-HENAO, Elkin Fabriany. Construcción metodológica para el análisis de fenómenos sociales: caso de las decisiones de emprender en estudiantes universitarios. *En*: Entramado. Julio-Diciembre, 2024 vol. 20, no. 2, e-10566 p. 1-13 <https://doi.org/10.18041/1900-3803/entramado.2.10566>

Methodological construction for the analysis of social phenomena: case of entrepreneurial decisions in university students

ABSTRACT

KEYWORDS

Operationalization of qualitative data; research dimensions; research methodology; entrepreneurial decision-making

This document aims to reflect on a social research method that allows for the examination of complex social phenomena through the operationalization of some of its characteristics. It is not a traditional article that presents and analyzes results; rather, its nature is reflective, centering on the presentation and justification of a methodology. To this end, the epistemological and ontological foundations and difficulties of traditional research methodologies are discussed. Additionally, the foundations of the proposed approach are presented, and a case application is exposed, demonstrating the convergence of perspectives in a single study. The document concludes that this method can be essential for holistic, transdisciplinary, and interdisciplinary methodological approaches where different perspectives are required for the same phenomenon.

Construção metodológica para a análise de fenômenos sociais: o caso das decisões empreendedoras de estudantes universitários

RESUMO

PALAVRAS-CHAVE

Operacionalização de dados qualitativos; dimensões de pesquisa; metodologia de pesquisa; decisão de empreender; metodologia de pesquisa; metodologia de pesquisa

O objetivo deste artigo é refletir sobre um método de pesquisa social que nos permite examinar fenômenos sociais complexos, operacionalizando algumas de suas características. Não se trata de um artigo tradicional que apresenta e analisa resultados, mas sim de um artigo de reflexão, baseado na apresentação e na justificativa de uma metodologia. Para tanto, são discutidos os fundamentos epistemológicos e ontológicos e as dificuldades das metodologias tradicionais de pesquisa. Além disso, são apresentados os fundamentos da proposta e um caso de aplicação que nos permite ver a conjunção de posições em um único estudo. O artigo conclui que esse método pode ser essencial para abordagens metodológicas holísticas, transdisciplinares e interdisciplinares em que são necessárias diferentes perspectivas sobre o mesmo fenômeno.

I. Introducción

La realidad social se construye a partir del imaginario colectivo de todas las personas ([Searle, 1997](#)). En ese proceso, se crea un orden social manifestado en normas e instituciones sociales que limitan el accionar ([North, 2006](#); [Williamson, 1989](#)) y se convierten en una extensión misma de la razón humana ([Castoriadis, 2013](#)). Sin embargo, al entender que las personas pueden cambiar de parecer, comenzar a pensar distinto e incluir a ello las dinámicas de cambio institucional, se podría considerar que no existen aspectos que se pueden determinar cómo exactos e inamovibles, y la imagen de orden social se torna más compleja. Esto diferencia a las ciencias sociales de las ciencias exactas y, por ende, diferencia sus métodos de investigación ([Bunge 1999; 2004](#)).

En las ciencias exactas existen técnicas, medidas y conceptos que son constantes y que se pueden aplicar en las mediciones sin importar el contexto, lugar o forma. Los métodos de investigación de las ciencias exactas están estandarizados pues la naturaleza de sus objetos de estudio así lo permite ([Bunge 1999; 2004](#)). En las ciencias sociales, y en lo que respecta a la realidad social y el comportamiento de las personas, esto es una dificultad. Es por ello por lo que los métodos de investigación social suelen ser cuestionados por algunos investigadores por una supuesta falta de objetividad, por su variabilidad y gran variedad entre técnicas y métodos ([Lozano Ardila, 2017](#); [Martínez Ruíz y Benítez Ontiveros, 2016](#)). Sin embargo, quienes realizan esta crítica suelen desconocer que estas características están heredadas del mismo objeto de estudio. Por lo anterior, la observación de fenómenos sociales y de las personas mismas es un proceso complejo.

Esta complejidad incita a atreverse a mirar lo cualitativo y lo cuantitativo como herramientas del conocimiento que pueden emplearse como una amalgama acorde a las necesidades de la investigación. A reunir diferentes posturas y estudios que caben dentro de lo que podrían ser metodologías holísticas, trans e interdisciplinarios. A mirar la investigación en parte como un arte que no tiene reglas preestablecidas ([Feyerabend, 1975](#)).

A partir del contexto anterior, en este documento se reflexiona sobre un método de investigación social, el cual permite el examen de dichos fenómenos de manera que algunas de las características de difícil medición o cuantificación se puedan operativizar. Por lo anterior, el propósito de este escrito no es la de un artículo de investigación tradicional que busque presentar el análisis de unos datos a través de una metodología dada, sino que es el de presentar y reflexionar un método, usando elementos de soporte -como ejemplificación de su uso- para una mayor justificación de este. Este método surgió como parte de un ejercicio de formación investigativa en pregrados de ciencias administrativas con el fin de comprender parte del proceso heurístico en la metodología de las investigaciones, por lo que se presenta como un marco de utilidad para dicho tipo de formación.

Para cumplir este propósito se tomará entonces como ejemplo un caso práctico. Es decir, se reitera que el caso práctico no hace las veces de un esquema tradicional de resultados y análisis de resultados, sino que este caso sólo tiene la función de ilustrar el uso del método. El caso práctico a ejemplificar se refiere a las razones que motivan a los estudiantes universitarios a emprender o no emprender. Este ejercicio metodológico fue realizado como parte del proyecto de investigación denominado *Análisis de las variables características de propensión al emprendimiento de los estudiantes UNIMINUTO de la rectoría Suroccidente – RSO*.

Para todo lo anterior, el documento presenta, inicialmente, una discusión contextual sobre los abordajes cualitativos y cuantitativos en la investigación de los fenómenos sociales. Luego, se presentan los fundamentos teóricos del proceso de operativización de datos de tipo cualitativo, como marco central para reflexionar sobre dicha propuesta metodológica. Acto seguido, se desarrolla el caso práctico relativo a las decisiones de emprender de los estudiantes de una institución de educación superior en Colombia, en donde aplican los procedimientos de operativización de datos de tipo cualitativo, con sus respectivas reflexiones teóricas.

Sobre los abordajes cualitativos y cuantitativos de fenómenos sociales

Parte importante de la dificultad de abordar algunos de los diversos objetos de estudio en las ciencias sociales radica en la complejidad ontológica de los fenómenos o hechos de los cuales se construyen dichos objetos de estudio ([Bourdieu, Chamboredon y Passeron, 2002](#)). Esta complejidad ha generado un amplio debate metodológico en las ciencias sociales, el cual incluye un cuestionamiento sobre el tipo de conocimiento que debe buscar este tipo de ciencia ([Mardones, 2015](#)). Esta discusión metodológica, si bien tiene muchas aristas y versiones, suele presentarse por medio de dos posturas clásicas que sirven para su comprensión. La primera de ellas sostiene que se debe conservar un cierto monismo metodológico de las ciencias, de tal forma que las ciencias sociales y naturales compartan al menos ciertos elementos metodológicos, en donde se privilegian las metodologías cuantitativas que, de acuerdo con [Mardones \(2015\)](#), se derivan de una tradición metodológica que él denomina como tradición galileana, cuyo fin es hallar las causas eficientes -o las explicaciones- de los fenómenos. La segunda postura sostiene que la base ontológica de los fenómenos naturales y sociales es tan distinta que no puede existir un conjunto de elementos metodológicos universales que abarquen, a la vez, a las ciencias sociales como a las naturales. Así pues, para el caso del primer tipo de ciencias -las ciencias sociales- se debería privilegiar, por coherencia ontológica, a las metodologías cualitativas. Estas metodologías, en las ciencias sociales, se derivan de una tradición metodológica que [Mardones \(2015\)](#) denomina tradición aristotélica, y que su propósito es el de hallar las causas finales -o las comprensiones- de los fenómenos sociales.

El asunto que llama la atención en esta discusión, y que resulta atractivo para el presente trabajo, es que no necesariamente debe verse este problema metodológico como una barrera epistémica ante la cual no es posible transitar entre lo cualitativo y lo cuantitativo en las ciencias sociales. Es decir, pese a que en efecto se asume que los fenómenos naturales y sociales sí poseen bases ontológicas que son diferentes -asunto que, sin embargo, depende mucho de la orientación intelectual de los investigadores-, esto no significa que los fenómenos sociales no puedan abordarse cualitativa o cuantitativamente: la realidad no es ontológicamente cualitativa o cuantitativa -lo cualitativo y lo cuantitativo no son dos aspectos del mundo-, sino que lo cualitativo y lo cuantitativo son formas de aproximarse epistemológicamente, en la investigación, a los fenómenos ([Diez y Moulines, 1997](#)).

De acuerdo con lo anterior, los objetos de estudio de fenómenos sociales se pueden abordar de forma cualitativa y cuantitativa. Según sea el caso, los objetivos epistémicos que se persigan, y las orientaciones intelectuales de quienes indagan, se abordarán de una u otra manera, de lo cual surgirán tipos de datos con naturalezas distintas susceptibles de análisis. Incluso, ciertos problemas de investigación abordan fenómenos sociales que son de tal complejidad que podría plantearse una situación tal que pudiera verse la necesidad de abordarse cualitativa y cuantitativamente, en distintos grados y formas, según el caso lo amerite.

La operativización de tipo de datos cualitativos

Como se presentó en la introducción, el propósito de este trabajo es el de presentar y reflexionar alrededor de una metodología, y no el de presentar una metodología para luego analizar unos datos. Así, el propósito de este apartado es el de presentar la propuesta metodológica. Bajo este contexto y retomando la síntesis de la discusión anterior entre lo cualitativo y lo cuantitativo, se puede afirmar que es epistemológicamente concebible que se puedan plantear maneras -métodos- para transformar tipos de datos cualitativos, de tal forma que sea posible su medición. Para ello, es necesario comprender que algunas investigaciones, por la naturaleza de sus objetivos o problemas de investigación, o por los requerimientos de algunas investigaciones aplicadas, se requiera contar con elementos medibles.

El fundamento de esto hace referencia a lo expuesto por [Cea D'Ancona \(2001\)](#), relativo al proceso de operativización de conceptos. De acuerdo con este autor, la noción de operativización deviene de las ciencias naturales, y hace referencia al proceso en el cual se asigna una medición a los conceptos ([Cea D'Ancona, 2001](#)). Este proceso es considerado como una fase metodológicamente intermedia en la que, a partir de los conceptos, se pasa a un establecimiento de “variables empíricas o indicadores” ([Cea D'Ancona, 2001, p. 113](#)) para la respectiva contrastación con la realidad.

Este método puede ser aplicado en el estudio de los fenómenos sociales, asumiendo lo ya señalado. En primer lugar, los fenómenos sociales, como cualquier otro fenómeno, pueden ser subsumidos en conceptos ([Diez y Moulines, 1997](#)). Luego, dependiendo de la complejidad del fenómeno social estudiado, estos conceptos suelen ser descompuestos en dimensiones para su respectivo análisis. Dicha descomposición en dimensiones también depende de los distintos énfasis de las disciplinas que aborden dicho fenómeno social. Cada dimensión del fenómeno social estudiado puede ser desglosada en tipos de datos cualitativos, los cuales son usados con el fin de recabar información de los aspectos de la realidad, relativos a dicha dimensión del fenómeno. Por su naturaleza, dichos tipos de datos cualitativos no brindan información medible, por lo que aquí se pasa a realizar el proceso de operativización, en el cual se buscaría una forma de interpretar cuantitativamente el tipo de dato cualitativo, brindándole un valor numérico. Pero, en este proceso, entran en juego diversas dificultades asociadas a la complejidad del fenómeno y las limitaciones de los procesos de abstracción asociados.

Para ilustrar lo anterior, se puede considerar el estudio de fenómenos sociales tan complejos como la toma de decisiones. El estudio de algunas decisiones de las personas es complejo dada la vaguedad de las razones que constriñen esta acción ([Sánchez, 2007](#)). Al igual que otros fenómenos de la vida social, las decisiones son constructos abstractos “[...] y, en consecuencia, no directamente observables” ([Cea D'Ancona, 2001, p. 115](#)). Por esta razón, para medir por qué una persona toma una decisión sobre algún aspecto requiere la descomposición de este fenómeno conceptualizándolo en dimensiones ([Arenas-García, 2021](#); [González Blasco, 1986](#)). Esta acción escala en la identificación de conceptos que componen dicho fenómeno y que generalmente se les conoce como factores ([González Blasco, 1986](#)). Sin embargo, González Blasco mencionó 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).

Los hechos sociales son complejos y difíciles de observar con amplitud ([González Blasco, 1986](#)). Por lo tanto, mencionó González Blasco, se debe llegar a un acuerdo sobre la cantidad de dimensiones que se van a emplear para la medición de ese fenómeno de tal forma que no se dificulte su entendimiento, su operativización y quede completamente delimitado (1986). Para determinar la calidad, cantidad y pertinencia de las dimensiones se deben ejecutar aproximaciones y pruebas de validez ([González Blasco, 1986](#); [Rodríguez Medina et al., 2021](#)). Al respecto, el González Blasco consideró 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. (1986, p. 213)

De igual forma, algunos autores sugieren una validación de las dimensiones encontradas a partir de la contrastación con expertos ([Escobar-Pérez y Cuervo-Martínez, 2008](#); [Rodríguez Medina et al., 2021](#)). Sin embargo, este suele ser un paso que metodológicamente se emplea más para identificar la validez de los instrumentos ([Escobar-Pérez y Cuervo-Martínez, 2008](#)). Para este propósito, suele emplearse en mayor medida la revisión de literatura o resultados de observaciones empíricas ([Escobar-Pérez y Cuervo-Martínez, 2008](#); [González Blasco, 1986](#)).

Si bien estas dimensiones son partes de un concepto, corresponden a propiedades cualitativas que permiten clasificar a los individuos o a los fenómenos sociales observados en un número limitado de categorías ([López-Roldán, 1996](#)). En términos procedimentales, las dimensiones se corresponden a las categorías que se puedan identificar del individuo o fenómeno social. Quien hace las observaciones es un individuo o grupo de estos y cada observación, o hallazgo, es un reflejo del fenómeno observado que se agrupa en representaciones simbólicas o variables ([González Blasco, 1986](#)). Estas representaciones simbólicas se pueden entender como códigos sociosemióticos desde la hermenéutica del análisis cultural ([González Rojas, 2016](#)). En estas variables se pueden almacenar datos en intervalo, nominales y ordinales lo que hace que las dimensiones puedan ser de estos mismos tipos ([González Blasco, 1986](#); [Dettori y Norvell, 2018](#)), [Figura 1](#). Para el caso del primer tipo de datos, los intervalos se entienden como datos discretos agrupados en escalas, indivisibles, donde no hay unos cero absolutos. La escala es seleccionada de forma arbitraria para organizar datos, pero todos conservan una equivalencia en la unidad de medida ([Dagnino, 2014](#); [Vargas, 2007](#)).



Figura 1. Tipos de datos cualitativos susceptibles de medición
Fuente: Elaboración propia con base en [González Blasco \(1986\)](#)

Los siguientes datos son los nominales. Estos por su parte, representan cualidades que suelen denominarse etiquetas. Generalmente, estas etiquetas no poseen un significado numérico usual, son de naturaleza no-métrica y es imposible indicar que categoría es mejor que la otra ([Vargas, 2007](#); [Dettori y Norvell, 2018](#)). Adicionalmente, suelen ser dicotómicos y tomar únicamente dos valores, verbigracia, vivo o muerto ([Dagnino, 2014](#); [Kara, 2023](#)). Dagnino considero que este

es el nivel de medición más débil. Los números u otros símbolos se usan simplemente para clasificar un objeto, persona o característica. (...) En una escala nominal, la operación consiste en dividir una clase determinada en un conjunto de subclases mutuamente excluyentes. La única relación envuelta es la de equivalencia, simbolizada por el signo =, o su ausencia, por el símbolo ≠. (2014, p. 110)

El último de los tipos de datos, el ordinal, da cuenta de una cualidad y no de una cantidad. Al igual que los datos nominales los números suelen entenderse como etiqueta. Sin embargo, los ordinales se diferencian de los nominales en tanto las etiquetas deben conservar las características del sistema numérico, deben representar las características del objeto a medir, y suelen tener una valoración lógica ([Vargas, 2007](#)). Además, estos datos deben a) comprender un mínimo de tres posibles valores y b) un límite total de opciones ([Dagnino, 2014](#)). La forma más utilizada de datos ordinales es la escala Likert ([Maldonado, Manaces y Piñas, 2022](#); [Lalla, 2017](#)).

Así pues, estos tres tipos de datos conforman las dimensiones que a su vez están conformadas por variables o grupos de variables. El número de variables, así como el número de dimensiones depende del tipo de dato a medir, el fenómeno y la contrastación que se haga entre estos dos. De este proceso suelen señalarse los aspectos a observar ([Merton, 2002](#)) que, generalmente, en este tipo de investigación se consideran como indicadores ([González Blasco, 1986](#)).

Para González Blasco los indicadores se pueden entender “[...] como unos instrumentos de medida que concretan las observaciones y hacen medible cuantitativamente las dimensiones del concepto considerado” (1986, p.217). Los indicadores pueden entenderse como términos operacionales ([Cea D’Ancona, 2001](#)). Al expresar las dimensiones en términos de uno o varios indicadores se logra una concreción beneficiosa pues se obtiene la posibilidad de manipulación numérica

y su relación con otras dimensiones. Sin embargo, esta concreción hace que se pierda parte de la riqueza conceptual del fenómeno observado (González Blasco, 1986). Ahora bien, para González Blasco entre todas las características de los indicadores -ver Figura 2-, existen dos que consideró como esenciales: “a) estar relacionados con el concepto o dimensión de que tratan de ser indicación; y b) ser expresión numérica, cuantitativa, de la dimensión que reflejan” (1986, p. 217). Además de las características anteriores, este autor menciona que se deben tener en cuenta otras características secundarias, que son propias de la dimensión a medir.

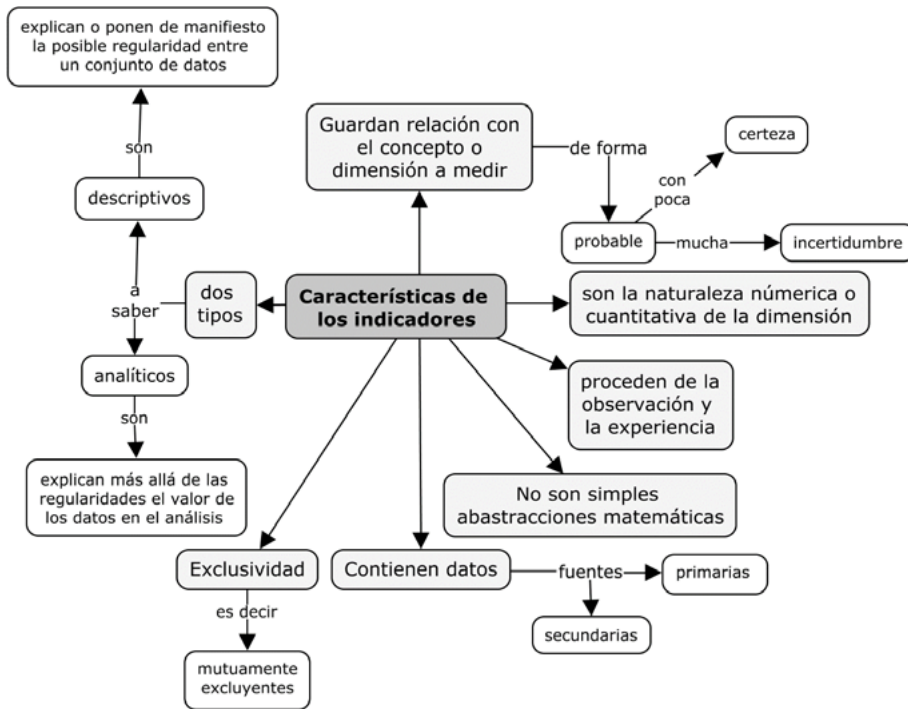


Figura 2. Características de los indicadores
Fuente: Elaboración propia con base en González Blasco (1986) y Cea D’Ancona (2001)

Para la elaboración de indicadores de investigación social no existen patrones de guía que garantice objetividad como si ocurre con los indicadores económicos. No existe un estándar, pero es posible recurrir a fuentes de información como investigaciones previas sobre el campo estudiado. Esto otorga cierta validez a los indicadores pues han sido suficientemente contrastados (González Blasco, 1986).

Una vez identificadas las dimensiones y los indicadores es posible la operacionalización de la información (Cea D’Ancona, 2001; López y Fachelli, 2015). Para ello, se recomienda el planteamiento de preguntas guía que direccionen el sentido que se le quiere dar al análisis del fenómeno a observar (Cea D’Ancona, 2001; López y Fachelli, 2015). Esta acción permite delimitar aún más el número de indicadores de cada dimensión en sintonía con lo planteado por González Blasco (1986). A continuación, se presenta un esquema general de operativización de variables cualitativas que puede ser aplicado para un análisis de este tipo de forma general, Tabla 1.

Tabla 1.
Ejemplo de tabla para operativización de variables

Dimensión	Indicadores	Definición	Pregunta guía	Criterios clave
Dimensión 1	Indicador 1	Definición de cada indicador	Es una pregunta que se puede resolver con cada indicador	Términos clave que suelen estar contenidos o presentarse en el aspecto a medir. Principalmente en análisis de discurso.
	Indicador 2			
	Indicador 3			
	Indicador ...N			

Fuente: Los autores

De igual forma, Salcedo Serna considera que con este método se pueden plantear preguntas guía cuya respuesta se puede considerar una hipótesis de la investigación (Salcedo, 2021), ver [Tabla 1](#). También, es posible la identificación de términos, o criterios clave que faciliten el proceso de observación. Estos criterios clave surgen de la pregunta o de la identificación del posible contenido que se subsume en la dimensión y en el indicador. El empleo de los criterios clave es opcional y suele emplearse en algunas investigaciones, sobre todo con base en el análisis de discurso.

Caso práctico de operativización de tipo de datos cualitativos

Como se planteó en la introducción, el presente caso práctico no obedece a la presentación de resultados o de análisis de resultados de un artículo tradicional de investigación, sino que es un elemento argumentativo, de soporte, para ilustrar la metodología que se está presentando y reflexionando. Este caso práctico fue sustraído de un ejercicio de formación investigativa, por lo que se asume que, en general, la metodología planteada puede usarse para que los estudiantes reflexionen en torno a lo cualitativo y lo cuantitativo, con el fin de superar las discusiones ortodoxas en torno a la investigación.

En cuanto al caso práctico, este se trata de un ejercicio de estudio sobre las decisiones de emprender. El análisis de las decisiones de grupos de personas es complejo dadas las diferentes opciones que pueden tener de forma individual cada uno de sus componentes. Para el caso de la decisión de emprender, es posible identificar algunos factores decisores como: a) el nivel de tolerancia a la incertidumbre, b) las condiciones sociales, c) la aversión al riesgo, d) características personales, e) conocimiento técnico o práctico sobre una actividad, f) factores políticos, g) nivel educativo o influencia de la educación, entre otros que pueden influir positiva o negativamente a una persona para tomar esta decisión (Lemos y Londoño-Cardozo, 2024; Ramírez, Tierradentro y Londoño-Cardozo, 2023). Por lo tanto, para la identificación de los factores que podrían incidir en las decisiones tomadas por un grupo de estudiantes universitarios en Colombia, fue necesario aplicar el método de operativización de variables presentado en el apartado anterior. A partir de este procedimiento fue posible identificar las dimensiones y los indicadores que podrían evaluarse en la población a estudiar.

La operativización de variables de este estudio se efectuó a partir de una revisión sistémica de literatura. Para esta revisión se emplearon palabras clave como 1) factores sociodemográficos, 2) Aversión al riesgo, 3) toma de decisiones, 4) emprendimiento, 5) Intenciones emprendedoras, 6) atributos emprendedores, entre otras. Fueron válidos todos los tipos de documentos aptos para una revisión sistémica de literatura según [García & Chicaiza \(2011\)](#) y correspondieron al periodo 2010 – 2022. Adicionalmente, se siguieron todos los criterios para una revisión sistémica de literatura en ciencias sociales expuestos por [Chicaiza et al. \(2017\)](#).

Toda esta información se sintetizó en una matriz bibliográfica. Esto permitió la identificación de las dimensiones que pueden tenerse en cuenta para analizar las decisiones de los estudiantes universitarios acerca de ser o no emprendedores. En general, se identificaron cuatro dimensiones. Se trata de a) educación, b) experiencias de vida, c) aspectos socioeconómicos y d) factores psicológicos. A continuación, se describen con mayor profundidad.

La primera dimensión por considerar es el nivel de educación, el cual influye significativamente en la decisión de emprender ([Rocha y Giraldo, 2015](#); [Torres y Campos, 2021](#)). Este impacto se manifiesta tanto a través de la formación previa de la persona como por los procesos de sensibilización educativa. Se ha establecido que un mayor nivel educativo aumenta la probabilidad de iniciar un emprendimiento ([Villarreal y Roque, 2022](#)), especialmente cuando se posee conocimiento técnico previo a la educación universitaria ([Salcedo, Londoño-Cardozo y Gaitán, 2021](#)). No obstante, un mayor nivel educativo también puede llevar a la decisión de no emprender, optando en su lugar por la academia, la investigación o altos cargos públicos o privados ([Villarreal y Roque, 2022](#); [León, 2017](#)). Así, el nivel educativo emerge como una dimensión trascendental en la decisión de emprender.

Para el caso de Colombia, esta dimensión puede subdividirse en dos indicadores. El primero se refiere al nivel educativo en el país, que se clasifica en: a) educación universitaria, b) educación media, c) educación primaria, o d) sin educación ([Ministerio de Educación Nacional, 2011](#)). [Estrin, Mickiewicz y Stephan \(2016\)](#) y [Johansson \(2000\)](#) destacan la importancia de estos niveles educativos. El segundo indicador señala que la educación universitaria tiene un mayor valor añadido si es de carácter técnico, tecnológico o profesional ([Orozco y Chavarro, 2008](#); [Schlaegel y Koenig, 2014](#); [Villarreal y Roque, 2022](#)).

La segunda dimensión incluye las experiencias de vida de los estudiantes ([Hossain, 2021](#); [León, 2017](#)), con indicadores como i) la experiencia laboral acumulada ([Poschke, 2013a](#); [2013b](#); [Serrano, Pacheco y Barriga, 2017](#)), donde el emprendimiento

surge del deseo de resolver una necesidad actual usando los conocimientos previos ([Serrano, Pacheco y Barriga, 2017](#); [Salcedo, Londoño-Cardozo y Gaitán, 2021](#)); ii) casos de éxito influenciados por ejemplos de familiares, conocidos o amigos que emprendieron ([Chen, Greene y Crick, 1998](#); [Krueger, Reilly y Carsrud, 2000](#)); iii) estado migratorio, donde las crisis obligan a migrar, aplicando conocimientos previos en nuevos contextos ([Vinogradov y Kolvereid 2007](#); [Webster y Kontkanen 2021](#)); y iv) estado civil, con la influencia de las parejas, hijos o personas a cargo y el tamaño del hogar ([Gluzmann, Jaime y Gasparini, 2012](#); [Mendoza et al., 2021](#); [Serrano, Pacheco y Barriga, 2017](#)).

La tercera dimensión se centra en los factores socioeconómicos, considerados los más influyentes en la decisión de emprender ([Contreras et al., 2017](#); [León, 2017](#); [Navarrete, 2019](#); [Rocha y Giraldo, 2015](#)). La sociedad enfrenta múltiples problemas que, una vez analizados, pueden ser resueltos mediante emprendimientos innovadores ([Ibarvo, Quijano y Loya, 2018](#)). [León \(2017\)](#) menciona que las condiciones de vida y la pobreza estimulan modelos económicos que influyen en la decisión de crear un negocio. Los indicadores de esta categoría incluyen: la edad, con estudios que indican que personas mayores de 25 años tienden a emprender más que los jóvenes ([Oelckers, 2015](#); [Ortega, 2020](#)); el género, donde las mujeres muestran una mayor propensión a emprender ([Figuerola, Aracil e Infante, 2022](#); [Gutiérrez, Winkler y Campos, 2021](#)); la ubicación geográfica, con las personas respondiendo a las necesidades locales ([León, 2017](#); [Torres, González y Bordonado, 2019](#)); el entorno socio-cultural, que puede favorecer o no el emprendimiento ([Contreras Torres et al., 2017](#); [Krueger, Reilly y Carsrud, 2000](#); [Mancilla y Amorós, 2012](#)); el salario, que puede no cubrir las necesidades básicas, impulsando a buscar ingresos adicionales ([León, 2017](#); [Torres Marín, González Rodrigo y Bordonado Bermejo, 2019](#)); y el hogar, como un motivador clave para mejorar la calidad de vida ([Gholami y Tahoo, 2021](#); [Kautonen, Kibler y Minniti, 2017](#); [Zahra y Wright, 2016](#)).

La cuarta dimensión abarca los factores psicológicos, que incluyen varios indicadores. La literatura establece una fuerte relación entre las intenciones emprendedoras y la motivación ([Bravo et al., 2021](#)). La motivación adecuada equilibra emociones y responsabilidad, permitiendo alcanzar metas y objetivos ([Alzate y Bravo, 2018](#); [Bravo et al., 2021](#); [Morán y Menezes, 2016](#)). Sin embargo, la motivación es difícil de cuantificar, por lo que se identifican diversos rasgos asimétricos entre los estudiantes universitarios: a) aversión al riesgo, b) incertidumbre, c) toma de decisiones, d) creatividad e innovación, y e) inteligencia emocional.

En cuanto al riesgo, las personas pueden optar por enfrentar o evitar un riesgo elevado ([Da Silva, 2014](#)), con un miedo generalizado al fracaso ([Ferrándiz, Conchado y García, 2021](#)). Los emprendedores con conocimientos en áreas financieras, económicas, políticas o empresariales tienden a asumir riesgos calculados ([Benítez Aguilar y Riveros Paredes, 2022](#)), conscientes de un 50% de probabilidad de éxito ([Rocha Jácome y Giraldo Gómez, 2015](#)). La incertidumbre, característica relevante al emprender, hace que los estudiantes universitarios sobre-analicen situaciones futuras, generando dudas ([Bridge, 2021](#); [Rocha Jácome y Giraldo Gómez, 2015](#)).

La toma de decisiones, abordada en el numeral c), requiere de voluntad fuerte ([Lozano, 2014](#)), siendo crucial contar con el apoyo de un grupo ([Ajzen 1991](#); [Lozano, 2014](#); [Rocha y Giraldo, 2015](#)). La creatividad e innovación, esenciales para emprendedores ([McGee et al., 2009](#); [Mueller y Thomas, 2001](#); [Popescu et al., 2016](#)), están influenciadas por la personalidad y la capacidad de percibir y aplicar factores externos ([Zahra y Wright, 2016](#)). Finalmente, la inteligencia emocional es crucial para manejar diversas situaciones y emociones, adaptándose para llevar a cabo ideas y proyectos ([González, 2015](#); [Morán y Menezes, 2016](#); [Orozco Castro y Chavarro, 2008](#)).

Para evidenciar el ejercicio de operativización de estas dimensiones y sus subcategorías se preparó la Tabla 2 en la que se organizan cada dimensión, sus indicadores, la pregunta guía y los criterios clave que deben ser tenidos en cuenta para el análisis posterior de los datos recogidos con los instrumentos del proyecto. Los resultados de dichos análisis se pueden revisar en los trabajos de [Imbachi \(2023\)](#), [Ramírez Maya, Tierradentro y Londoño-Cardozo \(2023\)](#) y [Londoño-Cardozo, Maldonado Vásquez y Taype Huaman \(2024\)](#), entre otros.

2. Conclusiones

La operativización de tipos de datos cualitativos es un método de investigación social que brinda una alternativa para el estudio de fenómenos sociales que han sido estudiados de forma independiente. La fortaleza de este método se encuentra en la posibilidad de agrupar distintas posturas de análisis en un mismo estudio y permite interpretar datos cualitativos a partir de técnicas cuantitativas.

Tabla 2 .
Operativización de variables caso decisión de emprender en estudiantes universitario

Dimensión	Indicadores	Definición	Pregunta guía	Criterios clave
Aspectos socioeconómicos	Edad	A mayor edad más probabilidad de emprender	¿Es la edad un motivante para iniciar un emprendimiento?	Mayor de edad, joven, adolescente, a tiempo
	Genero	Las mujeres emprenden más rápido que los hombres	¿El género o los beneficios específicos dados a uno u otro género son motivantes para emprender? ¿las oportunidades laborales beneficiosas para uno u otro género son un motivante para emprender?	Apoyo a emprendimientos de mujeres, emprendimientos femeninos
	El país, ciudad o región	Hay una variedad de influencias según el lugar donde se encuentre	¿Las condiciones geográficas y económicas inciden en la decisión de emprender de las personas?	Condiciones sociales, políticas de apoyo al emprendimiento, política pública
	Entorno social-cultural	Los problemas sociales y el cómo solucionarlos	¿Las condiciones sociales y políticas favorecen la generación de emprendimientos?	
	Salario	Influye el querer incrementar los ingresos mensuales	¿El deseo de mejorar los ingresos es un motivante para emprender?	Pocos ingresos, condiciones de vida
	Hogar	Mejorar la calidad de vida a la familia, más si es jefe o cabeza del hogar	¿La familia, sus necesidades impulsa a emprender como forma de subsistencia?	
Aspectos Psicológicos	Aversión al riesgo	El emprendedor no se arriesga fácilmente	¿La persona es propensa a tomar decisiones riesgosas o de alta incertidumbre?	Miedo al fracaso, gusto por el riesgo, decisiones en condiciones de presión, trabaja bajo presión.
	Incertidumbre	Afrontar el futuro de manera dudosa		
	Tomar de decisiones	La capacidad de decidir tiene un valor importante	¿La facilidad de tomar decisiones influye en la capacidad y decisión de emprender?	Solución de problemas, identificación de oportunidades
	Creatividad-innovación	Crear nuevos productos o servicios e implementarlos adecuadamente	¿La capacidad para generar nuevas ideas es un determinante para su decisión de emprender?	Ideación, facilidad de crear, innovar
	Inteligencia emocional	Aceptar las situaciones y encontrar soluciones apropiadas	¿La capacidad de reconocer las emociones propias y de terceros, aceptarlos y administrarlos motiva a la persona a emprender?	Emociones, sentimiento, vida balanceada

Fuente: Elaboración propia con base en [Lemos Bernal & Londoño-Cardozo \(2024\)](#) y [Lemos Bernal \(2022\)](#)

Aquí se tiene en cuenta uno de los supuestos discutidos. La realidad de la investigación lleva a desdibujar constantemente las tradiciones metodológicas y a idear nuevas alternativas que hagan frente a los retos de la complejidad de su objeto de estudio. Esto se encuentra en consonancia con las posturas anarquistas epistemológicas, desde los planteamientos según los cuales la investigación científica no es algo lineal ni que tenga que obedecer reglas estrictas. La investigación tiene, por así decirlo, dos modos de existencia: el orden -dentro de formas de investigación institucionalizados por comunidades- y el caos -para el cambio, las revoluciones, la heurística y creación de metodologías-. La investigación, entonces, al menos en su devenir de cambios y revoluciones, debe atreverse a ver más allá de lo establecido en consonancia con la complejidad de los objetos de estudio y la necesidad de generar nuevos caminos para el conocimiento.

Aunque este método puede ser esencial para enfoques metodológicos holísticos, trans e interdisciplinarios se deben tener en cuenta algunas limitaciones. La posibilidad de establecer un número no determinado de dimensiones no garantiza que se abarquen todas las características del fenómeno. Por lo tanto, estos fenómenos sociales nunca podrán ser estudiados de forma completa. Incluso, al operativizar estos fenómenos se puede perder riqueza conceptual. No obstante, se gana precisión alineada a los intereses de la investigación.

Por otra parte, este método es particularmente adecuado para su aplicación en investigación formativa. La experiencia obtenida a partir de este proyecto de investigación sugiere que, para los estudiantes, es relativamente sencillo identificar desde la literatura las dimensiones de estos fenómenos complejos, aunque su medición resulte complicada. Así, establecer una base sólida que les permita ejecutar eficazmente sus proyectos y alcanzar sus objetivos facilita su labor y los motiva a profundizar en el estudio de estos fenómenos. No obstante, es importante reconocer que este método también es útil, y de hecho, debe ser utilizado por investigadores experimentados cuando deseen analizar cuantitativamente fenómenos complejos, como la toma de decisiones empresariales o las opiniones de expertos en diversos temas. ■■■

Conflicto de intereses

Los autores declaran no tener ningún conflicto de intereses.

Referencias bibliográficas

1. AJZEN, Icek. The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. 1991, vol. 50, no. 2. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
2. ALZATE RODRÍGUEZ, F.; BRAVO SANTACRUZ, M.E., Aproximaciones sobre las motivaciones y las características del perfil emprendedor. Tesis Maestría en Dirección Empresarial. Cali: Universidad Santiago de Cali. 2018.
3. ARENAS-GARCÍA, Lorea. Constructing and validating an instrument for comparing national criminal justice policies. In: *Revista Criminalidad*. 2021. vol. 63, no. 3 <https://doi.org/10.47741/17943108.313>
4. BENÍTEZ AGUILAR, Dahiana Ayelen; RIVEROS PAREDES, Selva Eliana. El potencial emprendedor en los egresados universitarios. In: *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*. 2022. vol. 6, no. 2, https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i2.1868
5. BOURDIEU, Pierre; CHAMBOREDON, Jean-Claude; PASSERON, Jean-Claude. El oficio de sociólogo. Presupuestos epistemológicos. Primera ed. Buenos Aires, Argentina: Siglo Veintiuno Editores. 2002 http://www.op-edu.eu/media/El_oficio_de_sociologo_Bourdieu_Passeron.pdf
6. BRAVO GARCÍA, Saulo; ARAQUE JARAMILLO, Wilson; MARTÍNEZ LIZARRALDE, Mercedes; ARGÜELLO SALAZAR, Andrés; MERA PORRAS, Juan David; LONDOÑO-CARDOZO, José. Comparativo de la actitud emprendedora entre estudiantes de dos organizaciones de Educación Superior: UNICUCES de Colombia y Andina Simón Bolívar de Ecuador. En: LONDOÑO-CARDOZO, J.; SALCEDO SERNA, M.A.; CIFUENTES LEITON, D.M. (eds.), *Emprendimiento y Universidad: giros y desafíos de una relación problemática*. Primera ed. Cali: Editorial Universidad Santiago de Cali, pp. 291-317. 2021. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8433857>
7. BRIDGE, Simon. 2021. Facing uncertainty: An entrepreneurial view of the future? In: *Journal of Management & Organization*. 2021 vol. 27, no. 2. <https://10.1017/jmo.2018.65>
8. BUNGE, Mario. *Las Ciencias Sociales en discusión. Una perspectiva filosófica*. Buenos Aires: Editorial Sudamericana. 1999
9. BUNGE, Mario. *La investigación científica. Su estrategia y su Filosofía*. Tercera Edición. México: Siglo veintiuno editores. 2004
10. CASTORIADIS, Cornelius. *La institución imaginaria de la sociedad*. México: Tusquets Editores. Fábula. 2013 ISBN 978-607-421-460-4.
11. CEA D'ANCONA, María Ángeles. *Metodología cuantitativa: estrategias y técnicas de investigación social*. Tercera reimpresión. España: Síntesis. 2001.
12. CHEN, Chao C.; GREENE GREENE, Patricia; CRICK, Ann. Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? In: *Journal of Business Venturing*. 1998 vol. 13, no. 4. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(97\)00029-3](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(97)00029-3)
13. CHICAÍZA-BECERRA, Liliana Alejandra; RIAÑO CASALLAS, M.I., ROJAS-BERRIO, Sandra Patricia, GARZÓN SANTOS, C. Revisión sistemática de literatura en Administración. junio 2017. Rochester, NY: Facultad de Ciencias Económicas. Centro de Investigaciones para el Desarrollo - CID. 2017 https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3011931.
14. CONTRERAS TORRES, Francoise; ESPINOSA MÉNDEZ, Juan Carlos; SORIA BARRETO, Karla; PORTALANZA CHAVARRÍA, Alexandra; JÁUREGUI MACHUCA, Kety; OMAÑA GUERRERO, Jesús Alfonso. Intención de emprendimiento en estudiantes de cinco países latinoamericanos y su relación con liderazgo, propensión al riesgo y locus de control. In: *International Journal of Psychological Research*. 2017. vol. 10, no. 2. <https://www.metarevistas.org/Record/941a553d95f986c1c59ee1aac9cbb46/Description>
15. DA SILVA, Jackson André. Neuroemprendimiento: ¿Es la toma de riesgo una característica emprendedora? - Repositorio Institucional de Documentos. Trabajo final de Máster Universitario en Gestión de las Organizaciones. Zaragoza, España: Universidad de Zaragoza. 2024 <https://zaguan.unizar.es/record/30735>.
16. DAGNINO S, Jorge. Tipos de datos y escalas de medida. *Revista Chilena de Anestesia*. 2014. vol. 43. <https://doi.org/10.25237/revchilanestv43n02.06>
17. DETTORI, Joseph R; NORVELL, Daniel C. The Anatomy of Data. In: *Global Spine Journal*. 2018 vol. 8, no. 3. <https://10.1177/2192568217746998>.
18. DÍEZ, José A.; MOULINES, Carlos Ulises. *Fundamentos de Filosofía de la Ciencia*. Primera. Barcelona: Ariel S.A. 1997 ISBN 84-344-8745-4.
19. ESCOBAR-PÉREZ, Jasmine; CUERVO-MARTÍNEZ, Ángela Validez de contenido y juicio de expertos: una aproximación a su utilización. En: *Avances en medición*. 2008. vol. 6, no. 1. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2981181>
20. ESTRIN, Saul; MICKIEWICZ, Tomasz ; STEPHAN, Ute. Human capital in social and commercial entrepreneurship. In: *Journal of Business Venturing*. 2016. vol. 31, no. 4. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2016.05.003>
21. FERRÁNDIZ, J., CONCHADO, A.; GARCÍA-MARTÍNEZ, G. Caracterización del perfil individual y Empresarial de la actividad emprendedora agraria. En: GARCÍA RODRÍGUEZ, F.J.; GIL SOTO, E.; GUTIÉRREZ TAÑO, D.; RUIZ DE LA ROSA, C.I. (eds.), *El emprendimiento ante las crisis*. S.I.: Fundación General de la Universidad de La Laguna, pp. 41-46. 2021

22. FEYERABEND, Paul K. Tratado contra el método: esquema de una teoría anarquista del conocimiento. Madrid, España: Tecnos. 1975
23. FIGUEROLA FERRETTI GARRIGUES, Isabel Catalina; ARACIL JORDÁ, Jorge; INFANTE INFANTE, Juan. Emprendimiento y brecha de género un mapa para el caso español. In: Repositorio Comillas, Universidad Pontificia. 25 abril 2022. <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/handle/11531/67823>.
24. GARCÍA MOLINA, M.; CHICAÍZA-BECERRA, L. Guía de fuentes para la investigación en Ciencias Económicas [en línea]. 21 febrero 2011. S.I.: Facultad de Ciencias Económicas. Centro de Investigaciones para el Desarrollo - CID. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1766062>.
25. GHOLAMI, Maryam; TAHOO, Lameea Al. Investigating the Influence of Entrepreneurship on Entrepreneur's Life. In: International Journal of Business Ethics and Governance. 2021 <https://10.51325/ijbeg.v4i2.67>.
26. GLUZMANN, Pablo; JAUME, David; GASPARINI, Leonardo. Decisiones laborales en América Latina: el caso de los emprendedores. En: Econstor. 2012. <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/127648/1/cedlas-wp-137.pdf>
27. GONZÁLEZ BLASCO, Pedro. Medir en las ciencias sociales. En: GARCÍA FERRANDO, Manuel; IBÁÑEZ, Jesús; ALVIRA, Francisco. El análisis de la realidad social Métodos y técnicas de investigación. Primera ed. Madrid, España: Alianza Editorial, pp. 209-268. 1986
28. GONZÁLEZ ROJAS, Jorge Enrique. Fundamentación hermenéutica del análisis cultural. En: J.E. GONZÁLEZ, Análisis cultural hermenéutico. Aportes de la hermenéutica analógica-icónica al Análisis cultural. Buenos Aires: Círculo Hermenéutico. 2016. Serie Pensamiento analógico, 8, pp. 79-110.
29. GONZÁLEZ SIERRA, Juan Antonio. Influencia de emprendedores en la propensión emprendedora de universitarios para la creación de empresas. Caso: Empresa de alimentos saludables. En: Revista de Psicología y Ciencias del Comportamiento de la U.A.C.J.S. 2015. vol. 6, no. 2. <http://dgsa.uaeh.edu.mx:8080/biblioteca/digital/handle/231104/2710>
30. GUTIÉRREZ RODRÍGUEZ, Lizbeth Estefanía; WINKLER BENÍTEZ, Kurt Tonatihu; CAMPOS SÁNCHEZ, Alejandro. Comportamientos socio culturales y el género como factores clave para el espíritu emprendedor, un análisis al GEM. En: Repositorio de la Red Internacional de Investigadores en Competitividad. 2021.
31. HOSSAIN, Uzzal. Relationship between Individual Characteristics and Social Entrepreneurial Intention: Evidence from Bangladesh. In: Business and Economics Research Journal. 2021. vol. 12, no. 2, <https://10.20409/berj.2021.328>
32. IBARVO URISTA, Virginia; QUIJANO VEGA, Gil Arturo; LOYA OLIVAS, Elier Mitchell. Actitud hacia el emprendimiento social en los alumnos del Instituto Tecnológico de Chihuahua, como respuesta a una problemática nacional. Desigualdad regional, pobreza y migración. México: Universidad Nacional Autónoma de México y Asociación Mexicana de Ciencias para el Desarrollo Regional A.C. Coeditores. 2018 <https://ru.iiec.unam.mx/3889/>
33. IMBACHI QUINAYAS, Eddy Johana. Características de propensión al emprendimiento de estudiantes de UNIMINUTO. Trabajo de Grado para optar al título de Contaduría pública. Cali: Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO. 2023 <https://repositorio.uniminuto.edu/handle/10656/18641>.
34. JOHANSSON, EDVARD. Self-employment and the predicted earnings differential - evidence from Finland. In: Finnish Economic Papers. 2000. vol. 13, no. 1. <https://ideas.repec.org/a/fep/journal/v13y2000i1p45-55.html>
35. KARA, H. Qualitative data analysis. En: H. KARA, Research and Evaluation for Busy Students and Practitioners. Bristol. UK: Policy Press, pp. 187-202. 2023 ISBN 978-1-4473-6626-3.
36. KAUTONEN, Teemu; KIBLER, Ewald; MINNITI, María. Late-career entrepreneurship, income and quality of life. In: Journal of Business Venturing. 2017, vol. 32, no. 3. <https://10.1016/j.jbusvent.2017.02.005>.
37. KRUEGER JR, Norris F.; REILLY, Michael D.; CARSRUD, Alan L. Competing models of entrepreneurial intentions. In: Journal of Business Venturing. 2000 vol. 15, no. 5, [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(98\)00033-0](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00033-0)
38. LALLA, M Michele. Fundamental characteristics and statistical analysis of ordinal variables: a review. In: Quality & Quantity. 2017. vol. 51, no. 1. <https://doi.org/10.1007/s11335-016-0314-5>
39. LEMOS BERNAL, R.J. Dimensiones del emprendimiento en los estudiantes universitarios. Trabajo de Grado para optar al título de tecnología en gestión empresarial. Cali: Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO. 2022
40. LEMOS BERNAL, Ricardo J; LONDOÑO-CARDOZO, José. La decisión de emprender: dimensiones y características para su análisis en estudiantes universitarios. En: Revista Ensayos. 2024. vol. 13. <https://revistas.unal.edu.co/index.php/ensayos/article/view/113807>
41. LEÓN MENDOZA, Juan Celestino. Influencias de las características sociodemográficas individuales en la creación de negocios en Perú. Semestre Económico. 2017, vol. 20, no. 43 <https://10.22395/seec.v20n43a2>.
42. LONDOÑO-CARDOZO, José; MALDONADO VÁSQUEZ, M.A.; TAYPE HUAMAN, I. Decoding Entrepreneurial Minds: Key Factors Influencing Entrepreneurial Decisions of University Students. A Case Study at a Colombian University. In: Revista Hallazgos. 2024. vol. 22,
43. LÓPEZ-ROLDÁN, Pedro. La construcción de tipologías: metodología de análisis. In: Papers: revista de sociología, 1996. no. 48. <https://doi.org/10.5565/rev/papers.1811>
44. LÓPEZ-ROLDÁN, Pedro; FACHELLI, Sandra. Metodología de la investigación social cuantitativa. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona. 2015 https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163564/metinvsoccua_a2016_cap1-2.pdf
45. LOZANO ARDILA, M.C. Los procesos de triangulación como estrategias de investigación en las ciencias sociales y humanas. En: P. PÁRAMO BERNAL (ed.), La recolección de información en las ciencias sociales: una aproximación integradora. Primera ed. Bogotá: Lemoine Editores. 2017. ISBN 978-958-9130-05-6.
46. LOZANO FRUTOS, Ángel. Características personales y culturales de los emprendedores potenciales y su influencia en el autoempleo [en línea]. Tesis para optar al título de Doctor en Psicología Social y Antropología de las Organizaciones. Salamanca, España: Universidad de Salamanca. 2014. <https://gredos.usal.es/handle/10366/125442>.
47. MALDONADO MANZANO, Rosa Leonor; MANACES ESAUD, G.S.; PIÑAS PIÑAS, Luis. Fernando. Indeterminate Likert Scale in Social Sciences Research. In: International Journal of Neutrosophic Science. 2022 vol. 19, no. 1, <https://doi.org/10.54216/IJNS.190125>.
48. MANCILLA, Claudio; ERNESTO AMORÓS, José. La influencia de factores socio-culturales en el emprendimiento, evidencia en Chile 2007-2010. In: Multidisciplinary Business Review. 2012. vol. 5, no. 1. <https://journalmbr.net/index.php/mbr/article/view/371>. Acceso em: 29 jun. 2024.
49. MARDONES, J.M. Filosofía de las ciencias humanas y sociales: nota histórica de una polémica incesante. En: J.M. MARDONES, Filosofía de las ciencias humanas y sociales: materiales para una fundamentación científica. Barcelona: Anthropos Editorial, pp. 19-57. vol. 1. 2015 ISBN 84-7658-314-1.
50. MARTÍNEZ RUIZ, H.; BENÍTEZ ONTIVEROS, L. Metodología de la Investigación social I. México: Cengage Learning Editores. 2016
51. MCGEE, J.E.; PETERSON, M.; MUELLER, S.L.; SEQUEIRA, J.M. Entrepreneurial Self-Efficacy: Refining the Measure. In: Entrepreneurship Theory and Practice. 2009. vol. 33, no. 4. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00304.x>.
52. MENDOZA, G.; LLOPIS, J.; GASCO, J.; GONZALEZ, R. Entrepreneurship as seen by entrepreneurs in a developing country. In: Journal of Business Research. 2021. vol. 123. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.10.038>.

53. MERTON, R.K. Teoría y estructuras sociales. 4 reimpresión. México: Fondo de Cultura Económica. 2022
54. MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL. La cultura del emprendimiento en los establecimientos educativos. Primera ed. Bogotá: Ministerio de Educación Nacional. 2011 ISBN 978-958-691-402-4.
55. MORÁN ASTORGA, Consuelo; MENEZES DOS ANJOS, Esther. La motivación de logro como impulso creador de bienestar: su relación con los cinco grandes factores de la personalidad. In: International Journal of Developmental and Educational Psychology. 2016. vol. 2, no. 1, <https://doi.org/10.17060/ijodaep.2016.n1.v2.292>.
56. MUELLER, S.L.; THOMAS, A.S. Culture and entrepreneurial potential: A nine country study of locus of control and innovativeness. In: Journal of Business Venturing. 2001 vol. 16, no. 1, [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(99\)00039-7](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(99)00039-7).
57. NAVARRETE FONSECA, A.E. Un modelo logit para determinar la propensión emprendedora de los empresarios en la provincia de Tungurahua [en línea]. Proyecto de Investigación, previo a la obtención del Título de Economista. Ambato, Ecuador: Universidad Técnica de Ambato. 2019 <https://repositorio.uta.edu.ec/8443/jspui/handle/123456789/29424>.
58. NORTH, D.C. Instituciones, cambio institucional y desempeño económico. Tercera reimpresión. México: Fondo de cultura Económica. 2006 ISBN 968-16-3982-0.
59. OELCKERS, F. Emprendimiento en la Tercera Edad: Una Revisión de la Situación Actual. In: Journal of technology management & innovation. 2015. vol. 10, no. 3. <https://doi.org/10.4067/S0718-27242015000300015>.
60. OROZCO CASTRO, Luis Antonio; CHAVARRO BOHÓRQUEZ, Diego Andrés. Universidad y Emprendimiento. 2008 Hallazgos, no. 10. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=413835171006>
61. ORTEGA-LAPIEDRA, R. 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 [en línea]. S.l.: Emerald Publishing Limited, pp. 271-280. Entrepreneurial Behaviour Series. 2020. <https://doi.org/10.1108/978-1-78973-507-920201018>
62. POPESCU, C.C., BOSTAN, I., ROBU, I.-B., MAXIM, A.; DIACONU (MAXIM), L. An Analysis of the Determinants of Entrepreneurial Intentions among Students: A Romanian Case Study. Sustainability. 2016. vol. 8, no. 8. <https://doi.org/10.3390/su8080771>.
63. POSCHKE, Marcus. 'Entrepreneurs out of necessity': a snapshot. In: Applied Economics Letters. 2013a vol. 20, no. 7 <https://doi.org/10.1080/13504851.2012.727968>.
64. POSCHKE, Marcus. Who becomes an entrepreneur? Labor market prospects and occupational choice. In: Journal of Economic Dynamics and Control. 2013b. vol. 37, no. 3. <https://doi.org/10.1016/j.jedc.2012.11.003>.
65. RAMÍREZ MAYA, Y.A.; TIERRADENTRO, A.Z.; LONDOÑO-CARDOZO, J. Factores que influyen en la decisión de emprender en estudiantes universitarios. Análisis de la opinión de expertos. XI Encuentro Regional de Semilleros de investigación y VII Encuentro Internacional de Grupos y Semilleros de Investigación. La Investigación, la Innovación y la Creación: Un Escenario para la Construcción de Paz, Inclusión y Diálogo Intercultural. Universidad Santiago de Cali, Palmira: ACIET, 2023
66. ROCHA JÁCOME, William Hernando; GIRALDO GÓMEZ, Gilberto De Jesús. Propensión a asumir riesgos, tomar decisiones y tolerar la incertidumbre en los emprendedores de Valledupar. In: Revista Investigium IRE Ciencias Sociales y Humanas. 2015. vol. 6, no. 2. <https://investigiumire.unicesmag.edu.co/index.php/ire/article/view/97>
67. RODRÍGUEZ MEDINA, Manuel Arnoldo; POBLANO-OJINAGA, Eduardo Rafael; ALVARADO TARANGO, Lizette; GONZÁLEZ TORRES, Arturo; RODRÍGUEZ BORBÓN, Manuel Iván. Validación por juicio de expertos de un instrumento de evaluación para evidencias de aprendizaje conceptual. RIDE Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo. 2021. vol. 11, no. 22. <https://doi.org/10.23913/ride.v11i22.960>.
68. SALCEDO SERNA, M.A. La vergüenza identitaria territorial como factor motivacional de proyectos migratorios transnacionales voluntarias en ciudadanos colombianos [en línea]. Tesis para optar al título de doctor en psicología. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid. 2021 <https://repositorio.uam.es/handle/10486/696717>.
69. SALCEDO SERNA, M.A.; LONDOÑO-CARDOZO, J.; GAITÁN VERA, B. 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 and D.M. CIFUENTES LEITON (eds.), Emprendimiento y Universidad: giros y desafíos de una relación problemática. Primera ed. Cali: Editorial Universidad Santiago de Cali, pp. 29-70. 2021
70. SÁNCHEZ SÁNCHEZ, Pedro José. Modelos para la combinación de preferencias en toma de decisiones: herramientas y aplicaciones [en línea]. Tesis para optar al título de doctor en ingeniería informática. Granada: Universidad de Granada. 2007 http://150.214.191.180/Documentos/tesis_dpto/105.pdf.
71. SCHLAEGEL, C. and KOENIG, M. Determinants of Entrepreneurial Intent: A Meta-Analytic Test and Integration of Competing Models. In: Entrepreneurship Theory and Practice. 2014. vol. 38, no. 2. <https://doi.org/10.1111/etap.12087>.
72. SEARLE, John. La construcción de la realidad social. Primera ed. España: Paidós. Paidós Básica, 85p. 1997 ISBN 84-493-0421-0.
73. SERRANO ORELLANA, B.; PACHECO MOLINA, A.; BARRIGA ARIZABALA, J. Determinantes de la propensión a emprender y del éxito en los emprendimientos. II Congreso internacional Ciencia y Tecnología [en línea]. S.l.: Universidad Técnica de Machala, pp. 513-524. 2017 vol. 1. <http://investigacion.utmachala.edu.ec/proceedings/index.php/utmach/article/view/149>.
74. TORRES MARÍN, A.J.; GONZÁLEZ RODRIGO, E.; BORDONADO BERMEJO, M. J. 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. In: REVESCO: revista de estudios cooperativos. 2019. no. 131. <https://doi.org/10.5209/REVE.63559>.
75. TORRES-ORTEGA, J.; CAMPOS, J.L.M. Futuras intenciones de emprender en estudiantes de estudios secundarios chilenos y vascos. In: CIRIEC-España, revista de economía pública, social y cooperativa. 2021 no. 103. <https://doi.org/10.7203/CIRIEC-E.103.20933>.
76. VARGAS FRANCO. Estadística descriptiva para ingeniería ambiental con SPSS. Primera ed. Cali: Universidad Nacional de Colombia. 2007. ISBN 978-958-33-9319-3.
77. VILLARREAL-ÁLVAREZ, M.A. ; ROQUE-HERNÁNDEZ, R.V. 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 2022. vol. 13, no. 25. <https://doi.org/10.23913/ride.v13i25.1273>.
78. VINOGRADOV, E. and KOLVEREID, L. Cultural background, human capital and self-employment rates among immigrants in Norway. In: Entrepreneurship & Regional Development. 2007. vol. 19, no. 4. <https://doi.org/10.1080/08985620701223213>.
79. WEBSTER, N.A. and KONTKANEN, Y. Space and place in immigrant entrepreneurship literature in the Nordic countries: A systematic literature review. In: Norsk Geografisk Tidsskrift - Norwegian Journal of Geography. 2021. vol. 75, no. 4. <https://doi.org/10.1080/00291951.2021.1949746>.
80. WILLIAMSON, O. Las Instituciones económicas del Capitalismo. Primera. México: Fondo de Cultura Económica. Colección Economía. 1989 ISBN 978-968-16-3132-1.
81. ZAHRA, Shaker A.; WRIGHT, Mike. Understanding the Social Role of Entrepreneurship. In: Journal of Management Studies. 2016. vol. 53, no. 4. <https://doi.org/10.1111/joms.12149>.