

VALIDACIÓN DE LA ESCALA DE EVALUACIÓN EN COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS Y HABILIDADES SOCIOEMOCIONALES EN UNIVERSITARIOS ECEHS

Ingrid Selene Torres-Rojas

Corporación Universitaria Autónoma del Cauca

1. INTRODUCCIÓN

La importancia de formar profesionales con habilidades socioemocionales que facilite una solución asertiva a los problemas cotidianos y además presenten competencias emprendedoras es un reto y una demanda por parte de las Instituciones de Educación Superior. La necesidad de enseñar en el emprendimiento en universitarios debería fomentarse porque se requieren profesionales creativos, con pensamiento crítico, que se les facilite el reconocimiento y la resolución de problemas, creando escenarios a través del entrenamiento personal, para que sean más activos en su aprendizaje (Lautenschläger & Haase, 2011). Esta investigación hace parte de un macroproyecto denominado “Escenarios enriquecidos para el desarrollo de competencias emprendedoras”, orientado a la creación de una estrategia pedagógica innovadora para el desarrollo de estas competencias en los estudiantes de los diferentes programas de un contexto universitario. Surge como una necesidad de evaluar a los jóvenes en este tipo de competencias, para detectar tempranamente las debilidades y fortalezas que presentan en habilidades socioemocionales y competencias emprendedoras a la hora de ingresar a su proceso de formativo, especialmente porque es un aspecto misional de la universidad “la cultura emprendedora”, permitiendo en los jóvenes la identificación de necesidades del contexto, para luego contribuir con la creación de estrategias de solución desde su disciplina. Por tanto, este escrito describe el proceso de validación una escala que mide competencias emprendedoras y habilidades socioemocionales en jóvenes universitarios, a partir de 6 fases: Análisis de factores con mayor incidencia del emprendimiento al revisar 19 instrumentos; Resultados de un grupo focal de expertos; Procedimiento de operacionalización de las variables; Construcción de reactivos; Validación de contenido, criterio y constructo por expertos; y Aplicación a 608 estudiantes universitarios de diferentes programas para determinar la fiabilidad y validez psicométrica. Los resultados obtienen la escala que mide competencias sociales (capacidad de comunicarse, trabajo en equipo, proactividad, identificación de oportunidades) y competencias emocionales (autoconciencia, autorregulación, autoeficacia, autoconfianza, locus de control interno y externo), a través de 36

preguntas tipo Likert (nunca, algunas veces, casi siempre y siempre), obteniendo un coeficiente de alfa de Cronbach total de .918 con valores entre .94 y .95 de las subescalas, considerado teóricamente adecuado; determinando la correlación entre estas variables..

2. MARCO TEÓRICO

1.1. Aspectos que se relacionan con las habilidades socioemocionales

Estas habilidades integran los atributos personales y/o características de las personas, relacionados con la predisposición a involucrarse en actividades emprendedoras: creatividad, propensión a la toma de riesgos, autoconfianza, necesidad de logro y locus de control (Alcaraz & Villada, 2015). Las variables psicosociales en las sociodemográficas y personales, encontrando en su estudio que el emprendimiento se presenta más en edades de 44 años y menos que en edades de 25 a 34 años; más en hombres que en mujeres; la mayoría proviene de familias con antecedentes empresariales; tienen experiencias previas generando spinoff; y se da más en personas con estudios de bachiller y tecnologías que en profesionales (Lanzas & Lanzas, 2009).

Se encuentra una relación de este factor con la inteligencia emocional, al ser una capacidad que tienen las personas para que sus emociones trabajen en su favor, utilizándolas de forma tal que logren resultados deseados (Goleman, 1995). Por todo lo anterior y teniendo en cuenta los resultados de la indagación de las pruebas o escalas que miden este factor, se encuentran que las características más importantes son las siguientes: 1) Autoconciencia: Capacidad que se tiene para reconocer las propias emociones y como estas pueden incidir en los demás y en su entorno, para tal fin se debe reconocer tanto las fortalezas como las debilidades (Albán & Caro, 2013). 2) Autoeficacia: Es un predictor de la decisión de emprender y según Bandura citado por Sanguinetti, et. al. (2013) afirma que es “la creencia del individuo en su propia habilidad para responder a los desafíos de un determinado trabajo o para alcanzar ciertos objetivos o resultados propuestos” (p.35). 3) Autoconfianza: Capacidad o habilidad para tener autocontrol, motivación para trabajar para conseguir objetivos, tener esa necesidad de abrir nuevos caminos y sentirse orgulloso de los logros conseguidos por si mismo (Goleman, 1995). 4) Locus (percepción) de control: Se puede dar de dos formas en las personas emprendedoras, desde el locus de control interno, que se presenta cuando una persona percibe que lo que le sucede es consecuencia de su conducta o sus propias características; en cambio, el locus de

control externo se da cuando un refuerzo es percibido como consecuencia de nuestra cultura o entorno, por ejemplo el resultado de la “suerte”, permite evaluar en las personas emprendedoras esta competencia, ya que, al indagar este aspecto, es preguntándose si lo que ha logrado obtener en la vida es por sus acciones o son el resultado de la buena o mala suerte (Visdomine-Lozano & Luciano, 2006). 5) La autorregulación: Juega un papel fundamental, siendo esta según Visdomine-Lozano & Luciano, (2006) incluida en el campo de cognición y percepción social, ya que se dice que las personas como perceptoras hacen uso de tácticas motivadoras para conseguir sus fines y el poder tener control de los objetivos de acción. En este proceso intervienen las habilidades de control, y las de eficacia del propio comportamiento, así como las expectativas de resultados. También se dice que es la capacidad que se tiene para manejar los estados de ánimo, impulsos y recursos, al tener control sobre estos se hace un mejor manejo de las relaciones con los demás, llevando a que se sientan más cómodos con las nuevas circunstancias que luego se transforman en nuevas ideas y creación de planteamientos innovadores (Albán & Caro, 2013).

Villamil & Bohorequez (2014), afirman que la autorregulación es muy importante en el emprendimiento, que se requiere en los cursos para las personas que se capacitan en este aspecto, se debería fortalecer lo que Goleman denomina inteligencia emocional, porque contribuye no solo a las competencias que son aprendidas por el estudio académico, sino que se aporta en las habilidades socioemocionales que han desarrollado dependiendo de las circunstancias en que la persona haya tenido que vivir. Entre ellas están la autoconciencia (reconocer sus propios estados de ánimo), Autorregulación (manejo asertivo de los propios estados de ánimo e impulsos), motivación (tendencias emocionales que guían o facilitan el cumplir las metas establecidas), destreza social (la empatía y/o preocupación por las personas que lo rodean).

1.2. Aspectos que se relacionan con las competencias emprendedoras

El primer aspecto es la capacidad de comunicar, que es la habilidad que tienen las personas para transmitir efectivamente las ideas respecto a una situación (Pertuz et al., 2016). También se presenta cuando se tiene la capacidad de comunicar o influenciar a los demás. Goleman (1995), afirma que los jefes pueden llegar a ser influyentes y comunicar porque son líderes natos. Sierra (2003) difiere que no solamente se debe tener en cuenta la competencia comunicativa como argumento del desempeño gramatical, sino la forma como el hablante desempeña su oralidad, la

lectura y la escritura; promoviendo diversas maneras de interacción en relación con los contextos de uso. En relación con los cambios que ha tenido este concepto, se encuentra que existen estudios como el de Bermúdez & González (2011), que conciben la comunicación hoy, con una visión holística e integradora (alejando las posturas mecanicistas y rígidas), dando paso a una idea multifactorial y subjetiva que actúa como elemento clave para el establecimiento de las relaciones grupales para conformar y fortalecer el tejido social.

El Trabajo en equipo, que es la capacidad de establecer relaciones de cooperación con el fin de lograr unos objetivos en común (Pertuz et al., 2016). Villamil & Bohorequez (2014) retoma algunas habilidades de liderazgo que se deben tener para emprender, como el trabajo en equipo (se requiere de la colaboración de alguien más). La negociación (capacidad para concretar y formalizar acuerdos y vínculos con los demás personas, a través de propuestas y soluciones oportunas que respondan a necesidades y expectativas, lo importante es que se logren beneficios en ambas partes), la toma de decisiones (estrategias para que analicen diversas variantes u opciones, considerar las existentes, recursos e impacto para luego seleccionar la alternativa más). Capacidad de colaborar y promover el intercambio de conocimiento al formar parte de un grupo que tengan unas áreas en común, con el fin de crecer de manera integral hacia la consecución de una estrategia y logro de objetivos, esto implica tener expectativas positivas dentro de un grupo de trabajo, además involucra aspectos emocionales como el sentirse y hacer sentir identificados a los demás con los objetivos, y el comprender a los otros que están aportando al trabajo colectivo (Albán & Caro, 2013).

La proactividad que es la actitud en la que una persona asume control de su conducta, implicando competencias como búsqueda de información, trabajo en equipo, iniciativa de desarrollo de actividades creativas, asume responsabilidades y aprendizaje continuo (Universidad de Cádiz, 2017). Por tanto, está relacionada con competencias como: escucha y comunicación eficaz, adaptabilidad, capacidad de auto controlarse, tener confianza, participar activamente, entre otras (Goleman, 1995). La personalidad proactiva, se refiere a la capacidad de las personas para iniciar y mantener acciones que alteren el ambiente; los proactivos identifican oportunidades anticipando y previniendo problemas antes de que ocurran, llevando acciones creativas, persistentes y con paciencia para generar el cambio (Sánchez, Lanero, & Yurrebaso, 2005). Pues una personalidad proactiva e innovadora es dinámica, flexible, orientada al cambio y se adapta a un futuro incierto (Nieves, 2013).

La Identificación de oportunidades, como capacidad para poder detectar, examinar y evaluar problemas, situaciones y necesidades no resueltas y encontrar como estas se pueden provechar en un grupo de personas en particular, en este se encuentran atributos asociados como son el análisis del entorno, iniciativa, solución de problemas y la comunicación efectiva. Así mismo, en relación con este término se encuentra que la persona debe tener una visión global tanto del proyecto que quiere empezar a emprender y del entorno en donde se va a llevar a cabo la actividad, alineando los objetivos con el impacto que se esperan a corto, mediano y largo plazo; siempre teniendo presente la comprensión de los cambios que se quieren llevar a cabo en el entorno al optimizar las fortalezas internas para actuar sobre las debilidades y aprovechando las oportunidades del contexto (Albán & Caro, 2013)

2. MÉTODO

Este proceso investigativo plantea como objetivo principal diseñar y validar un instrumento de medición que evalúe las competencias emprendedoras y habilidades socioemocionales en universitarios que cumple con las propiedades métricas o procedimiento estandarizado. Se aborda desde un estudio cuantitativo de tipo descriptivo que permite la construcción, diseño y validación del instrumento, a partir del proceso psicométrico que se desarrolla en 4 fases: revisión teórica y operacionalización de las variables, elaboración del instrumento, análisis de juicio de expertos para la validación de contenido, prueba piloto y análisis de las propiedades psicométricas (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014; Supo, 2013; Hogan, 2004).

La población está conformada por 2703 estudiantes de diferentes programas (administración de empresas, contaduría pública, derecho, entrenamiento deportivo, finanzas y negocios internacionales, ingeniería ambiental y sanitaria, ingeniería de sistemas, licenciatura en educación infantil). La muestra se extrae mediante un muestreo aleatorio simple, con un nivel de confianza de 95%, margen de error de 3.5%, dando como resultado 608 personas.

3. RESULTADOS

3.1 Revisión teórica y operacionalización de las variables a medir

3.1.1 Paso 1. Definición del Atributo latente o dominios de la prueba.

El emprendimiento es la capacidad de generar un negocio o una innovación en pro del mejoramiento de las condiciones productivas de situaciones de la vida cotidiana (De Solar, 2010), este se relaciona con disciplinas como la economía, sociología, psicología y comportamiento organizacional (CORFO, 2014). Algunos impulsores fundamentales desde las habilidades socioemocionales son optimismo, perseverancia, fortaleza, espíritu inquieto, autoestima y autoconfianza (Cano et al., 2004). Por tanto, un emprendedor es una persona que posee resiliencia para agregar valor a la sociedad o contexto, buscando oportunidades a partir de la creación de un nuevo proceso, producto u organización, y algunas características requeridas para llevar a cabo dicha tarea son compromiso, determinación, liderazgo, búsqueda persistente de oportunidades, baja aversión al riesgo (ambigüedad e incertidumbre), creatividad, autonomía, capacidad de adaptación y motivación para sobresalir (CORFO, 2014). Igualmente, requiere de habilidades psicosociales como la capacidad de proponer innovaciones, impulsar cambios, llevar a cabo lo que se propone, vencer resistencias o dificultades. Y de habilidades personales como creatividad, autoconfianza, asumir riesgos, aprovechar oportunidades de acción, apertura mental, pensamiento crítico y capacidad de investigar (Del Solar, 2010).

3.1.2 Paso 2. Revisión de la literatura de instrumentos que evalúan el emprendimiento y las habilidades socioemocionales.

Se realiza el análisis de 19 instrumentos o pruebas que evalúan el emprendimiento y habilidades psicosociales indagadas en diferentes estudios, encontrándose que los más sobresalientes son los factores personales (9 instrumentos), habilidades de liderazgo (8), riesgo calculado (7), motivación (6); mientras que por el contrario los factores que presentan menor medida para elaborar este tipo de instrumentos son la disposición al cambio, el empoderamiento, los obstáculos y la creatividad/innovación

3.1.3 Paso 3. Grupo focal.

Se realizó con 26 expertos locales, donde se tuvo los siguientes roles: a) Emprendedor: personas con experiencia en esta área, docentes de emprendimiento y empresarios; b) Facilitador: un investigador del proyecto que dirige y modera la sesión; c) Relator: un investigador del proyecto que documenta la sesión y prepara el acta de conclusiones; y d) Auxiliares: dos estudiantes de semillero o en trabajo de

grado asociados al proyecto que prestan apoyo al desarrollo de la sesión. A partir de los resultados del análisis de los instrumentos en medición y del grupo focal se establece que las competencias que debe llevar la escala son capacidad para comunicar, trabajo en equipo, pro actividad, identificación de oportunidades y factores intrínsecos de la persona (Alvarado, Mora, Rivera, & Torres-Rojas, 2019).

3.2 Elaboración del instrumento

Existen tres tipos de instrumentos cuestionarios, escalas e inventarios (Supo, 2016) y para este caso se establece una escala, donde las preguntas se realizan de tipo Likert (4 opciones de respuesta: nunca, algunas veces, casi siempre y siempre) y se miden de manera ordinal, donde sus respuestas buscan graduar o jerarquizar la intensidad (valor de fuerza) de la respuesta. Para el primer paso se elaboraron 85 reactivos que se construyen a partir de conceptos teóricos de la indagación en la literatura.

3.3 Análisis por juicio de expertos para la validación de contenido

La validez de un test indica el grado de exactitud con el que mide el constructo teórico que pretende medir y si se puede utilizar con el fin previsto (Buendía, et al.,1998); (Supo, 2013). Los tres componentes para analizar si cumple este proceso son la validez de contenido, de criterio o criterial y de constructo. Además, se realiza por el análisis de los ítems (Distribución de frecuencias de los ítems de la escala y estadísticos descriptivos de los mismos; estudio de la atracción de los ítems; índice de discriminación de los ítems; índice de homogeneidad; y análisis de las correlaciones entre ítems, agrupándolas por dimensiones y atendiendo al signo de los mismos). Por tanto, para analizar estas condiciones de validez, se entrega una matriz a un grupo de expertos emprendedores, con el fin de llevar a cabo la evaluación de los reactivos, donde se les indican estos tres pasos para realizarlo: Primero leer cada pregunta o reactivo, evaluándolo en escala de 1 a 5, (siendo 1 la calificación más baja y 5 la más alta) a partir de los siguientes aspectos de validez, importancia, factibilidad y claridad (Torres-Rojas, 2020). Segundo, se determinan los reactivos más importantes y necesarios a evaluar a partir de la experiencia; y tercero se describe si tiene alguna sugerencia, observación o la forma en que quedaría mejor redactado el reactivo.

3.4 Prueba piloto y análisis de las propiedades psicométricas

De otro lado, la confiabilidad es la consistencia de las puntuaciones obtenidas por las mismas personas, cuando se las examina en distintas ocasiones con los mismos instrumentos (Aiken, 2003). Y la validez indica el grado con que pueden inferirse conclusiones a partir de los resultados obtenidos luego de la aplicación del instrumento (Bernal, 2010). Para determinar este proceso se aplica a una población de 608 estudiantes pertenecientes a los diferentes programas de la CUAC y se lleva a cabo mediante el método por mitades (Split-halves) de Hernández et al. (2014) y Aiken (2003), donde los resultados obtenidos son los siguientes: $K = 36$; $\sum V_i = 20,79063361$; $V_t = 193,6947222$; Sección 1 = 1,028571429; Sección 2 = 0,89266288; Valor absoluto = 0,89266288; Alpha de cronbach es $\alpha = 0,918167534$.

Teniendo en cuenta este resultado se determina que el instrumento en general tiene un alto nivel de confiabilidad y las subescalas indican un Alpha de Cronbach que oscilan entre 0.94 a 0.95, además el proceso psicométrico se confirma con el análisis de fiabilidad de la prueba de bondad como ajuste del modelo de Guttman, obteniendo coeficiente Phi(Lambda) es de 0.96 y 0.98 (aumentado) como se aprecia en la tabla 4. Lo que permite decir que los ítems son homogéneos y que la escala mide de forma consistente las competencias de un emprendedor.

Tabla 2.

Análisis factorial de las Dimensiones de la escala de competencias emprendedoras y habilidades socioemocionales en estudiantes universitarios

Dimensiones	Coficiente Alfa	Lambda 6	Alfa basada en correlaciones	Correlación del factor	Correlación factor vs total	Desviación Estándar
Capacidad de comunicación	0,94	0,96	0,83	0,82	0,82	0,43
Trabajo en Equipo	0,94	0,97	0,86	0,84	0,85	0,41
Pro-Actividad	0,94	0,96	0,85	0,83	0,86	0,48
Identificación de Oportunidades	0,94	0,96	0,86	0,84	0,88	0,63
Autoconciencia	0,95	0,98	0,73	0,69	0,73	0,49
Autorregulación	0,94	0,97	0,85	0,84	0,85	0,44
Auto eficiencia	0,94	0,97	0,9	0,89	0,9	0,46
Autoconfianza	0,94	0,98	0,83	0,82	0,83	0,54
Locus de control Externo	0,94	0,97	0,82	0,79	0,82	0,47
Locus de control Interno	0,95	0,98	0,73	0,69	0,72	0,45

Finalmente, en la figura 2, se encuentran las correlaciones entre los 10 factores que miden la escala, donde se destaca que los más prevalecientes en la población estudiada son la capacidad de comunicación con la forma como se autorregulan, el trabajo en equipo con la autoconfianza y el locus de control externo, la proactividad con los procesos de autoeficacia y autoconfianza, y la identificación de oportunidades con la autoeficacia y el locus de control externo.

Figura 2.

Análisis de correlación interno de los factores en la escala

F1	1	0.66	0.57	0.61	0.71	0.83	0.68	0.59	0.59	0.64
F2	0.66	1	0.63	0.65	0.63	0.73	0.72	0.77	0.78	0.53
F3	0.57	0.63	1	0.7	0.5	0.66	0.84	0.79	0.66	0.7
F4	0.61	0.65	0.7	1	0.58	0.71	0.86	0.66	0.8	0.56
F5	0.71	0.63	0.5	0.58	1	0.54	0.56	0.53	0.53	0.44
F6	0.83	0.73	0.68	0.71	0.54	1	0.74	0.65	0.65	0.53
F7	0.68	0.72	0.84	0.86	0.56	0.74	1	0.74	0.68	0.61
F8	0.59	0.77	0.79	0.66	0.53	0.65	0.74	1	0.61	0.52
F9	0.59	0.78	0.66	0.8	0.53	0.65	0.68	0.61	1	0.48
F10	0.64	0.53	0.7	0.56	0.44	0.53	0.61	0.52	0.48	1
	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	F9	F10

4. CONCLUSIONES

El estudio permitió validar la escala de 36 ítems, a través de 4 fases que inicia con la revisión bibliográfica y culmina con la prueba piloto para realizar el análisis de las propiedades psicométricas, se establecen categorías o áreas de contenido utilizando 19 escalas y el análisis de un grupo focal conformado por expertos en el tema de emprendimiento, quedando 4 categorías sociales de un emprendedor (capacidad de comunicarse, trabajo en equipo, proactividad e identificación de oportunidades), y 5 categorías relacionadas con las habilidades socioemocionales (autoconciencia, autoeficacia, autoconfianza, locus de control y autorregulación).

La escala se estructura desde la escala tipo Likert con 4 opciones de respuesta: nunca, algunas veces, casi siempre y siempre, obteniendo un coeficiente de alfa de Cronbach total de .918 con valores entre .94 y .95 de las subescalas, considerado teóricamente adecuado y finalmente, se determina la correlación entre estas diferentes variables. En cuanto a obra literaria, puede decirse que es la obra maestra de la literatura de humor de todos los tiempos. Además es la primera novela moderna y la primera novela polifónica, y ejercerá un influjo abrumador en toda la narrativa europea posterior.

3. REFERENCIAS

- Aiken, L. (2003). *Test psicológicos y evaluación (11ª edición)*. Pearson.
- Albán, N., & Caro, J. (2013). *Construcción de un Instrumento para identificar el perfil de emprendedores bogotanos de la última década*. [Tesis de pregrado, Universidad del Rosario] Repositorio Institucional. <https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/4104/1136881801-2012.pdf?sequence=1>
- Alcaraz, R., & Villada, M. (2015). *Construcción y validación de un instrumento para medir competencias emprendedoras*. Universidad Juárez del Estado de Durango.
- Altamirano, N. (2013). Programa para fomentar la mentalidad innovadora emprendedora en estudiantes de turismo y hotelería de una universidad privada. *Revista Cultura*, 27(1), 135-169. https://www.revistacultura.com.pe/revistas/RCU_27_1_programa-para-fomentar-la-mentalidad-innovadora-emprendedora-en-estudiantes-de-turismo-y-hoteleria-de-una-universidad-privada.pdf
- Alvarado, O., Mora, P., Rivera, W., & Torres-Rojas, I. S. (2019). Ruta Pedagógica para el Emprendimiento (RPE) en Educación Superior. *Revista Espacios*, 40(39), 24-43. <https://www.revistaespacios.com/a19v40n39/19403924.html>
- Bermúdez, L., & González, L. (2011). La competencia comunicativa: elemento clave en las organizaciones. *Quórum Académico*, 8(15), 95-110. <https://www.redalyc.org/pdf/1990/199018964006.pdf>
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación (3a Edición)*. Prentice Hall.
- Buendía, L., Colás, M., & Hernández, F. (1998). *Métodos de investigación en psicopedagogía*. Mc Graw Hill.
- Cano, G., Roig, S., Ribeiro, D., Torcal, R., De la Torre, A., & Cerver, E. (2004). *Actitudes emprendedoras en los estudiantes universitarios*. Universidad de Almería <http://www.uv.es/motiva/libromotiva/09CanoGarciaGea.pdf>
- CORFO, Corporación de Fomento de la producción. (2014). *Emprendimiento en Chile, hacia un modelo de segmentación*, Maval limitada. https://issuu.com/patagonn01/docs/emprendimiento_en_chile_hacia_un_mo
- Del Solar, S. (2010). Emprendedores en el aula. *Guía para la formación en valores y habilidades sociales de docentes y jóvenes emprendedores*. Fondo Multilateral de Inversiones del Banco Interamericano de Desarrollo.
- Fernández, M. del M. (2014). *Actitudes y motivaciones de la capacidad emprendedora de las mujeres en España*. Fundación EOI.
- Ferrando, P. J., Demestre, J. D., Anguiano-Carrasco, C., & Chico, E. C. (2011). *Evaluación TRI de la escala I-E de Rotter: Un nuevo enfoque y algunas*

- consideraciones*. Psicothema, 23(2), 282-288.
<https://www.redalyc.org/pdf/727/72717169018.pdf>
- Goleman, D. (1995). *La inteligencia emocional*. Ediciones Gránica.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación (6ª Edición)*. Mc Graw Hill.
- Hogan, T. (2004). *Pruebas psicológicas: Una introducción práctica*. Manual Moderno.
- Krauss, C. (2011). Actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios: El caso de la Universidad Católica del Uruguay. *Revista científica Dimensión Empresarial*, 9(1), 28-40.
https://www.uac.edu.co/images/stories/publicaciones/revistas_cientificas/dimension-empresarial/volumen-9-no-1/articulo3.pdf
- Lanero, A., Vázquez, J. L., Gutiérrez, P., & García, M. (2011). Evaluación de la conducta emprendedora en estudiantes universitarios. Implicaciones para el diseño de programas académicos. *Pecunia*, 12(12), 219-243.
<http://search.proquest.com/docview/1288085776?accountid=12268>
- Lanzas, V., & Lanzas, A. (2009). Propuesta para medir el perfil de los emprendedores de base tecnología. *Sciencia et Technica*, 15(43), 267-272.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=84917310047>
- Lautenschläger, A., & Haase, H. (2011). The Myth of Entrepreneurship Education: Seven Arguments Against Teaching Business Creation At Universities. *Journal of Entrepreneurship Education*, 14, 147-161. <https://doi.org/10.1093/jae/ejm029>
- López, J., Ruíz, A., & García, R. (2015). Adaptación de la Escala de Realismo de Liang y Dunn para emprendedores potenciales. *Revista REMA*, 20(1), 16-32.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4908788>
- MEN, M. de E. N. (2012). *La cultura del emprendimiento en los establecimientos educativos*. Orientaciones generales. Panamericana Formas e Impresos S.A.
- Moriano, J. A., Palací, F. J., & Morales, J. F. (2006). Adaptación y validación en España de la escala de Autoeficacia Emprendedora. *Revista de Psicología Social*, 21(1), 51-64. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1374995>.
- Oliver, A., Galiana, L., & Gutiérrez-Benet, M. (2016). Diagnóstico y políticas de promoción del emprendimiento en estudiantes. *Revista Anales de Psicología*, 32(1), 183-189. <https://doi.org/10.6018/analesps.32.1.186681>
- Pertuz, V. P., Rojas, G. Y., Navarro, A., & Quintero, L. T. (2016). Perfil docente y fomento de la cultura del emprendimiento: búsqueda de una relación. *Educación y Educadores*, 19(1), 29-45. <https://doi.org/10.5294/edu.2016.19.1.2>
- Pulgarin, S., & Acevedo, M. (2013). Caracterización del Comportamiento emprendedor para los estudiantes de Administración de la Universidad del Rosario.

- Revista EAN Escuela Administración de Negocios*, 71(2), 22-39.
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Rodríguez, V., & Larrota, S. (2012). Responsabilidad social y emprendimiento en la formación de los estudiantes de la Universidad de la Salle de Bogotá D.C. *Revista Punto de Vista*, 3(5), 47-76.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4776956>
- Roth, E., & Lacoa, D. (2009). Análisis psicológico del emprendimiento en estudiantes universitarios: medición, relaciones y predicción. *Ajayu Órgano de Difusión Científica del Departamento de Psicología UCBSP*, 7(1).
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Rueda, I., Fernández, A., & Herrero, A. (2012). Estudiantes universitarios y emprendimiento: determinantes psicológicos de la intención de creación de un negocio propio. *Revista FIR - Faedpyme International Review*, 1(2), 9-15.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4834621>
- Rueda, I., Fernández, A., & Herrero, Á. (2013). Aplicación de la teoría de la acción razonada al ámbito emprendedor en un contexto universitario. *Revista Investigaciones Regionales*, 26, 141-158.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4459810>
- Sánchez, J. (2010). Evaluación de la personalidad emprendedora: Validez factorial del cuestionario de orientación emprendedora (COE). *Revista Latinoamericana de Psicología*, 42(1), 41-52. <http://www.scielo.org.co/pdf/rlps/v42n1/v42n1a04.pdf>
- Sánchez, J., Lanero, A., & Yurrebaso, A. (2005). Variables determinantes de la intención emprendedora en el contexto universitario. *Revista de Psicología Social Aplicada*, 15(1), 37-60.
https://www.researchgate.net/publication/285863770_Variables_determinantes_de_la_intencion_emprendedora_en_el_contexto_universitario
- Sanguinetti, P., Brassiolo, P., Arreaza, A., Berniell, L., Álvarez, F., Ortega, D., & Kamiya, M. (2013). *RED 2013: Emprendimientos en América Latina. Desde la subsistencia hacia la transformación productiva (Reporte de Economía y Desarrollo (RED))*. CAF. <http://scioteca.caf.com/handle/123456789/168>
- Sierra, G. (2003). Una aproximación pedagógica para formar competencias. *Revista Escuela de Administración de negocios*, 1(48), 28-39.
<http://www.redalyc.org/pdf/206/20604805.pdf>
- Supo, J. (2013). Cómo validar un instrumento. *Aprende a crear y validar instrumentos como un experto*. Biblioteca Nacional del Perú.
<https://www.wyyy.files.wordpress.com/2014/09/cc3b3mo-validar-un-instrumento-de-josc3a9-sup0.pdf>

- Tarapuez, E., García, M., & Nélica, C. (2015). Elementos para la construcción de un instrumento que permita medir la intención empresarial en estudiantes universitarios de último semestre. *Revista Tendencias*, 16(2), 209-227. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5204608>
- Tinoco, O. (2008). Medición de la Capacidad Emprendedora de ingresantes a la Facultad de Ingeniería Industrial de la UNMSM. *Revista de la Facultad de Ingeniería Industrial*, 11(2), 18-23. <https://doi.org/10.15381/idata.v11i2.6046>
- Torres-Rojas, I. S. (2020). Herramientas para el diseño de estrategias pedagógicas en ingeniería ambiental. *Journal de Ciencia e Ingeniería*, 12(1), 138-150. <https://doi.org/10.46571/JCI.2020.1.13>
- Universidad de Cádiz. (2017). *Plataforma para la Formación, cualificación y certificación de las competencias profesionales*. http://www.csintranet.org/competenciaslaborales/index.php?option=com_content&view=article&id=164:proactividad&catid=55:competencias
- Villamil, A., & Bohorquez, A. (2014). *Modelo para identificar competencias emprendedoras de los egresados CESA*. [Tesis de posgrado, Colegio de Estudios Superiores de Administración]. <http://hdl.handle.net/10726/1260>
- Visdomine-Lozano, J. C., & Luciano, C. (2006). Locus de control y autorregulación conductual: Revisiones conceptual y experimental. *International Journal of Clinical and Health Psychology*, 6(3), 729-751. <https://doi.org/1697-2600>