



VNIVERSITAT E VALÈNCIA

FACULTAD DE PSICOLOGÍA Y LOGOPEDIA

**PROGRAMA DE DOCTORADO EN
PROMOCIÓN DE LA AUTONOMÍA Y ATENCIÓN SOCIOSANITARIA
A LA DEPENDENCIA**

**Estudio de la formación de la intención y actitudes
emprendedoras en estudiantes de educación secundaria en
República Dominicana: papel del género y la cultura regional**

Doctoranda

Minerva R. Pérez Jiménez

Directores:

Dra. Amparo Oliver

Dr. José Manuel Tomás

Febrero, 2023

AGRADECIMIENTOS

“Un corazón agradecido aprende”
Angélica Olvera

Agradezco infinitamente a Dios, por el don de la vida, por su amor y misericordia siempre presentes en ella, por la posibilidad de desarrollarme personal y profesionalmente, así como darme la oportunidad de poner al servicio de los demás los dones que generosamente me ha regalado, gracias por permitirme concluir este sueño y por las personas que ha puesto en mi camino durante esta larga trayectoria, quienes han sido el motor para avanzar y lograr la meta.

Agradezco a mi familia, primero a mis padres, Víctor Pérez y María Octavia Jiménez, a quienes les debo todo lo que soy, gracias por darme la vida y todo lo que con ella he podido hacer, por ser ejemplo para mí, de perseverancia y entrega incondicional. Gracias a mis hijos, Víctor, Rossio y Daniel, a mi nieto Fernando, por ser mis fuentes de inspiración, mi mayor regalo en la vida. Gracias a mi esposo, Ausberto Díaz, mi compañero y cómplice en la vida, por estar siempre presente y dispuesto a apoyarme en todo. Gracias a mis hermanas y hermanos, quienes, junto a sus familias complementan mi alegría de vivir.

Agradezco a las instituciones educativas que han sido promotoras y responsables de este Programa Doctoral. A la Universidad Autónoma de Santo Domingo y con ella a todas las personas que han hecho posible el desarrollo del mismo. Gracias a la Universidad de Valencia por ofrecernos la oportunidad de formarnos en su seno y por el excelente equipo de profesionales que nos han acompañado en este proceso.

De manera especial agradezco a Consuelo Cerviño por su dedicación y entrega para sacar adelante este programa en nuestro país y a Antonio Ferrer mi querido maestro y asesor para el DEA, por su valioso apoyo y acompañamiento inicial.

Agradezco Amparo Oliver Germes, coordinadora de este programa en la UV, por acogerme tan gentilmente, brindarme opciones y oportunidades para concluir este proyecto, sin su apoyo no lo hubiera logrado. A sí mismo agradezco a José Manuel Tomás, que, junto a Amparo, han dirigido el desarrollo de esta investigación. Gracias a todo su equipo de trabajo, especialmente a mis compañeras del programa de doctorado Sara Martínez y Zaira Torres, por su guía y apoyo en los procedimientos y su amable colaboración.

Agradezco a los colegas y amigos que han estado acompañándome y ofreciéndome su apoyo permanente durante este proceso. Gracias a Carlos Suero

y Betty Reyes, quienes con su ejemplo, estímulo, gestiones y ayuda incondicional hicieron posible que hoy pueda estar cerrando esta meta.

Agradezco a Casilda Ávila, mi amiga y hermana, por no dejarme sola nunca y por ser mi soporte e impulso para seguir, por su asesoría y apoyo incondicional. Gracias a los amigos y colegas que, en diferentes momentos de este largo trayecto, estuvieron presentes con sus palabras, gestos y sentido de solidaridad, dándome ánimo para continuar, mi eterno agradecimiento a Jesús Andújar, Josefina Pimentel, Xiomara Lora, Clara Cruz, Cecilia Bergés, Analía Rosoli, Libia Moreno, Jacqueline Ureña, Rosa Esther Martínez, Carmen Cris de Aza y Clara Benedicto.

Agradezco al Ministerio de Educación de la República Dominicana, a la Regional 15, Santo Domingo III, de Educación, en la persona de su director Rafael Amador Figari y su asesora en el área de Orientación y Psicología Rosa Doñé, por apoyar esta investigación permitiendo el acceso a los centros educativos. Así mismo agradezco a los directores de los distritos 15-02, 15-03 y 15-04, y sus respectivos equipos de Orientación y Psicología, así como a los directores de centros, orientadores y psicólogos, docentes y estudiantes, de los diez liceos participantes, por su colaboración.

RESUMEN

Palabras claves: emprendimiento, actitudes emprendedoras, norma subjetiva, autoeficacia, género, cultura regional e intención emprendedora

El objetivo de esta tesis doctoral es el estudio de la formación de la intención emprendedora en estudiantes de educación secundaria en República Dominicana. para este fin se realizó un estudio trasversal con una muestra representativa de 708 estudiantes del nivel secundario, de 10 centros educativos pertenecientes a la Regional 15 de Santo Domingo, en edades comprendidas entre 11 y 19 años.

Se realizaron análisis descriptivos con el fin de caracterizar la muestra en términos de las variables sociodemográficas y también conocer su comportamiento en las variables clave consideradas. Para ello se usaron estadísticos de tendencia central y medidas de variabilidad en las variables cuantitativas, así como frecuencias y porcentajes en las categóricas.

Dentro de los resultados más relevantes, podemos señalar que se ha conseguido definir un marco de variables para predecir la intención emprendedora en adolescentes dominicanos acorde a la literatura anterior, con un sólido marco teórico de referencia, pero a la vez incorporando una nueva contribución: el papel de la cultura.

Se probó con éxito el modelo de Heuer y Liñan (2013) donde la norma subjetiva pasa a ser un antecedente de la actitud hacia el emprendimiento y la autoeficacia académica, pasando así a tener un impacto indirecto sobre la intención emprendedora. La inclusión de la cultura mejora el ajuste del modelo.

En el caso de la instrumentación según los resultados obtenidos la consistencia interna de la mayoría de las escalas y dimensiones es adecuada para los análisis planteados.

En cuanto a los estudios de invariancia de género se ha aportado evidencia de su validez tanto para chicos como para chicas. Igualmente se encontró diferencias estadísticamente significativas entre ambos en las variables norma subjetiva, intención emprendedora, autonomía, innovación y empatía.

Respecto a los matices de la interacción cultura y género, aunque los resultados en la norma subjetiva orientan sobre una percepción de mayor apoyo a la cultura emprendedora en hombres, las adolescentes del estudio puntúan más en las dimensiones de autonomía, empatía e innovación en su actitud emprendedora.

En materia de orientación vocacional, aquellos estudiantes que tienen decidido que quieren estudiar con bastante o total certeza, muestran mayores niveles en todas las variables estudiadas que sus compañeros que tienen dudas.

Con relación a las modalidades, se concluye que la modalidad académica presenta mayor autoeficacia e intención emprendedora que los estudiantes que cursan la modalidad en artes, mientras que en la modalidad técnico profesional resultó mayor la cultura que en la académica.

Por último, los resultados obtenidos al probar el modelo clásico de la Teoría de la Acción Planeada en nuestra muestra de estudiantes dominicanos, fueron muy similares a los obtenidos en una muestra equivalente de estudiantes de españoles por Martínez-Gregorio y Oliver (2022). Consecuentemente, suma apoyos para un planteamiento alternativo teórico más rico con la inclusión de un factor inexplicablemente obviado como es la cultura.

ABSTRACT

Keywords: entrepreneurship, entrepreneurial attitudes, subjective norm, self-efficacy, gender, regional culture, entrepreneurial intention

The objective of this doctoral thesis is to study the formation of entrepreneurial intent in high school students in the Dominican Republic. To this end, a cross-sectional study was conducted with a representative sample of 708 high school students from 10 educational centers belonging to Regional 15 of Santo Domingo, with ages ranging from 11 to 19 years old.

Descriptive analyses were performed to characterize the sample in terms of sociodemographic variables and to understand their behavior based on the key variables considered. For this purpose, central tendency statistics and variability measures were used in the quantitative variables, frequencies, and percentages in the categorical variables.

Among the most relevant results, we can highlight that we have successfully defined a framework of variables to predict entrepreneurial intent in Dominican adolescents in line with previous literature, with a solid theoretical reference frame, but at the same time incorporating a new contribution: the role of culture.

The model of Heuer and Liñan (2013) was successfully tested, where the subjective norm becomes a precursor to the attitude towards entrepreneurship and academic self-efficacy, thus having an indirect impact on entrepreneurial intention. Also, the inclusion of culture improves the model fit and shows relevance in predicting attitude and self-efficacy, although it presents moderate impacts.

In the case of the instrumentation, based on the results obtained, the internal consistency of most of the scales and dimensions is adequate for the analyses proposed.

In terms of gender invariance studies, evidence of its validity has been provided for both boys and girls. Similarly, statistically significant differences were found between both genders among the subjective norm, entrepreneurial intention, autonomy, innovation, and empathy variables.

Regarding the nuances of the culture and gender interaction, although the results in the subjective norm indicate a perception of greater support for the entrepreneurial culture in men, the female students in the study score higher in the dimensions of autonomy, empathy, and innovation in their entrepreneurial attitude.

In terms of vocational orientation, those students who have decided that they want to study with enough or total certainty show higher levels in all the variables studied than their classmates who have doubts.

In terms of modalities, it is concluded that the academic modality presents higher self-efficacy and entrepreneurial intention than students who study the art modality, while in the technical professional modality, culture was found to be higher than in the academic modality.

Finally, the results obtained when testing the classic model of the Theory of Planned Action in our sample of Dominican students were very similar to those obtained in an equivalent sample of Spanish students by Martinez-Gregorio and Oliver (2022). Consequently, it adds support to a richer theoretical alternative approach with the inclusion of a factor inexplicably overlooked, such as culture.

INDICE DE CONTENIDO

AGRADECIMIENTOS	I
1. INTRODUCCIÓN	1
1.1 Planteamiento y Justificación	3
1.2 Contexto poblacional	11
1.2.1. Características de la Regional de Educación 15 Santo Domingo III 11	
1.2.2. Estructura y características del nivel secundario	19
1.2.3. El currículo dominicano del nivel secundario: el enfoque por competencias como marco de referencia para el desarrollo del emprendimiento.....	25
1.3 El ecosistema de emprendimiento en el ámbito educativo.....	33
1.4 La educación en emprendimiento desde edades tempranas y su influencia en la conducta emprendedora.	41
1.5 Educación emprendedora en Latinoamérica.....	45
1.6 La educación para el emprendimiento en República Dominicana	49
1.7 Actitud emprendedora	54
1.8 La Intención emprendedora	59
1.9 La actitud e intención emprendedora en República Dominicana.	64
1.10 Teoría del comportamiento planificado que explica la cultura y las intenciones emprendedoras	68
1.11 Cultura emprendedora	76
1.11.1 Cultura emprendedora en República Dominicana.....	78
1.11.2 La cultura emprendedora como una clave innovadora para el desarrollo del espíritu innovador.....	83
1.12 Género y emprendimiento	85
1.13 Objetivos e Hipótesis	91
1.13.1 Objetivos.....	91
1.13.2 Hipótesis	93
2. MÉTODO	95
2.1 Diseño, muestra y procedimiento	97

2.2 Participantes.....	100
2.3 Instrumentos	106
2.4 Análisis estadístico.....	110
3. RESULTADOS.....	115
3.1 Propiedades psicométricas de los instrumentos utilizados.....	117
3.2 Estadísticos descriptivos de las variables de investigación.....	121
3.3 Diferencias de género en las variables de investigación	127
3.4 Diferencias entre el grado en el que tienen decididos sus estudios y las variables de investigación	130
3.5 Diferencias entre las modalidades de estudio y las variables de investigación.....	132
3.6 Relación entre las variables incluidas en la investigación	135
3.7. Modelos de ecuaciones estructurales	139
3.8. Invarianza de Género	156
4. DISCUSIÓN	161
5. CONCLUSIONES.....	175
6. BIBLIOGRAFÍA.....	183
7. ANEXOS	193

1. INTRODUCCIÓN

1.1 Planteamiento y Justificación

La educación es uno de los pilares fundamentales en la vida de una persona y por ende de una nación. A medida que las sociedades se van transformando, las demandas crecen y necesariamente la oferta educativa se debe ir ampliando y ajustando a las innovaciones que van surgiendo en respuesta a las necesidades presentes. Es por ello que, además de los conocimientos académicos tradicionales, el estudiantado de este siglo demanda el desarrollo de habilidades y destrezas que le ayuden a encarar los desafíos de un mundo cambiante.

Uno de los desafíos de la sociedad actual es el desarrollo de habilidades específicas vinculadas al emprendimiento, tema central de este trabajo de investigación, cuyo concepto, desde su surgimiento hace siglos atrás, se utilizaba para referirse a una persona con características de audacia, energía y firmeza en su accionar, o que emprendían largas expediciones, con alto nivel de riesgo (Carlo, 2017); igualmente en la actualidad, este término hace referencia a la capacidad que posee el ser humano para convertir sus ideas en hechos concretos, a través de la toma de decisiones, su capacidad inventiva y de asumir los riesgos necesarios para llevar a cabo alguna iniciativa (Oliver y Galiana, 2016).

Dentro de las habilidades vinculadas a la conducta emprendedora, se destacan la capacidad para resolver problemas, saber identificar y usar los

recursos para desarrollar iniciativas con creatividad (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico-OCDE,2018); la creatividad, la proactividad o conciencia para identificar oportunidades, así como la capacidad de tomar riesgos (Barrero et al., 2019).

Así mismo, autores como Davis et al., (2015) también han investigado sobre aspectos de la personalidad implicadas en el espíritu emprendedor, incluyendo la disposición para la innovación, personalidad proactiva, autoeficacia generalizada, tolerancia al estrés, necesidad de autonomía, y necesidad de control. Estos autores también señalan como factores a considerar, el enfoque en el futuro, la generación de ideas, la ejecución, la autoconfianza, el optimismo, la persistencia o la sensibilidad interpersonal (Davis et al., 2015).

Si bien es cierto, que la educación para el emprendimiento se ha ido integrando poco a poco a los currículos de muchos países, aunque de manera parcial y sin toda la sistematicidad requerida (Caballero et al., 2019), también se evidencia la necesidad de mayor participación en el proceso de aprendizaje para el emprendimiento en las escuelas y la necesidad de continuar desarrollando estas habilidades en los estudiantes, así como de resaltar el valor que tiene proveer a los estudiantes de herramientas que le permitan potenciar las competencias personales y grupales necesarias para la creación de proyectos de

emprendimientos que puedan contribuir a lograr insertarse en la vida laboral (OEI, 2019).

Hoy en día, se resalta la importancia de crear una cultura que eduque acerca de la manera de pensar y actuar frente al emprendimiento, esto requiere de un trabajo arduo para fortalecer la formación de una actitud y una educación emprendedora desde temprana edad, la cual es considerada escasa en los niveles primarios y secundarios (Aragón y Baixauli, 2014), lo que constituye una barrera para impulsar la iniciativa emprendedora en los más jóvenes. Por ello, es necesario educar y formar tempranamente con el objetivo de potenciar la creatividad y el espíritu emprendedor (Saavedra y Camarena, 2019).

Esta realidad no es diferente en República Dominicana (R.D.), pues a pesar de contar un marco regulatorio que puede servir de base para que, como país, fortalezcamos la formación en emprendimiento desde el sistema educativo preuniversitario, como es la Ley No. 688-16, de Emprendimiento, que regula el emprendimiento, y que tiene como propósito crear un marco legal e institucional que además de regular, incentive la cultura emprendedora. Sin embargo, en la misma ley se admite que no hay suficientes políticas públicas para impulsar el emprendimiento, por lo que se invita a promover este tipo de iniciativa como una manera de invertir a largo plazo (Ley No. 688-16, de Emprendimiento de República Dominicana, art.1 y C-6, 2016).

En esta la Ley de Emprendimiento, se plantea la necesidad fortalecer las instituciones que contribuyan al desarrollo de capacidades empresariales y de innovación, así como los proyectos vinculados a la iniciación de nuevas empresas. La Ley establece que el Ministerio de Industria y Comercio, junto con el Ministerio de Educación, el Instituto Nacional de Formación Profesional Técnica (INFOTEP) y el Ministerio de Educación Superior, Ciencia y Tecnología, son responsables de propiciar la creación de programas que incidan en el crecimiento y desarrollo de la capacidad emprendedora en los dominicanos, impulsando la búsqueda de alternativas de soluciones y la creación de nuevos negocios (Ley 688-16 de Emprendimiento de República Dominicana, 2016).

Otro planteamiento que emana de esta Ley, es la necesidad de desarrollar programas educativos dirigidos a educadores, emprendedores, inversionista, estudiantes, entre otros, a través de los distintos canales existentes y procurando la participación y la accesibilidad a los diferentes sectores en todo el país; creando una mesa de trabajo a través de la red RD-EMPRENDE con la finalidad de establecer el emprendimiento como una competencia transversal a desarrollar en el nivel secundario y su modalidad técnico, profesional y en el

subsistema de educación de personas jóvenes y adultas (Ley 688-16 de Emprendimiento de República Dominicana, 2016).

Por otra parte, el Ministerio de Industria y Comercio y MIPYMES (2019) de R. D., en el informe nacional del Global Entrepreneurship Monitor -GEM-2018, también hace referencia a que actualmente en el currículo de los niveles que componen el sistema educativo dominicano, no se contribuye a la formación de competencias emprendedoras y el desarrollo de iniciativas encaminadas en este sentido. Se reconoce, haciendo alusión a lo planteado por Thornton et al., (2011), que, si se cuenta con una visión más clara y favorecedora de lo que es el espíritu empresarial, se produciría una aceptación y mayor influencia en las decisiones que tomen los jóvenes en torno a la iniciación de nuevas empresas (Ministerio de Industria y Comercio y MIPYMES de la República Dominicana - MICM, 2019).

Al igual que como se plantea en la Ley de Emprendimiento, el informe GEM-2018, recomienda que el Ministerio de Educación, incluya como parte de sus políticas educativas, materias teóricas y prácticas (visitas a empresas), con la finalidad de desarrollar en sus estudiantes competencias para el emprendimiento, resaltando la oportunidad que representa la jornada escolar extendida para insertar este tipo de iniciativa. Otra recomendación de este informe es realizar estudios para la medición y valoración de las actitudes hacia lo que es el

emprendimiento, de manera que se pueda conocer más acerca de lo que piensan las personas al respecto en un determinado país (MICM, 2019).

Como se ha señalado, en República Dominicana se tiene el marco legal para impulsar iniciativas de fomento del emprendimiento en el nivel secundario, pero se requiere poder contar con las condiciones tanto socio-económicas como educativas para desarrollar una cultura del emprendimiento, así como disponer de una línea base sobre el emprendimiento en estudiantes preuniversitarios, como se ha hecho en países europeos, con lo cual se facilitaría la evaluación de las posibles intervenciones (Oliver y Galiana, 2015). Es ese sentido, consideramos que los resultados que se deriven de esta investigación se pueden convertir en un referente importante para el diagnóstico y conocimiento acerca del modo en que el emprendimiento se relaciona con otras variables clave, que sirvan de base para diseñar iniciativas destinadas a fomentar la cultura emprendedora desde los primeros años del nivel secundario.

El presente trabajo de investigación está estructurado en seis capítulos. Se inicia con la introducción, en la cual se presentan los diferentes tópicos vinculados al contexto general del estudio y se abordan sus diferentes variables. En esta primera parte se exponen las características de la regional de donde se tomó la muestra para esta investigación, así como las principales características

del currículo dominicano para el nivel secundario. Luego se recogen elementos importantes vinculados a la fundamentación teórica de los diferentes temas, iniciando con el ecosistema de emprendimiento en el ámbito educativo, así como también se hace un esbozo de lo que es la educación emprendedora y cómo ésta se manifiesta en Latinoamérica y el país.

Otro tópico tratado en este primer capítulo se refiere a la literatura relacionada con las diferentes variables, como son la actitud y la intención emprendedora, las teorías del comportamiento planificado que explica la cultura y la intención emprendedora, cultura y género, así mismo se hace una breve explicación acerca del modelo final propuesto y cerramos este apartado con los objetivos e hipótesis de la investigación.

El segundo apartado abarca los aspectos relativos a la metodología utilizada en el estudio, se describe el diseño, la muestra y el procedimiento que se siguió, los participantes, los instrumentos que han permitido recoger la información, así como los procedimientos para la recogida y el análisis de datos.

En el tercer capítulo se abordan los resultados de la investigación, incluyendo los estadísticos descriptivos según las variables estudiadas y sus respectivos análisis.

Un cuarto apartado se refiere a la discusión de los resultados, de acuerdo a los datos recogidos y contrastados con la información teórica estudiada. Finalmente, en el quinto y sexto apartado se plasman las referencias bibliográficas consultadas y los anexos, respectivamente.

1.2 Contexto poblacional

El Sistema educativo dominicano pre universitario consta de tres niveles educativos, inicial, Primario y Secundario, cuya duración es de 6 años cada uno. En términos de organización territorial, está compuesto por 18 regionales y 108 distritos educativos, encontrándose en la capital dos grandes regionales, estas son: la regional 15 Santo Domingo III y Regional 10, Santo Domingo II.

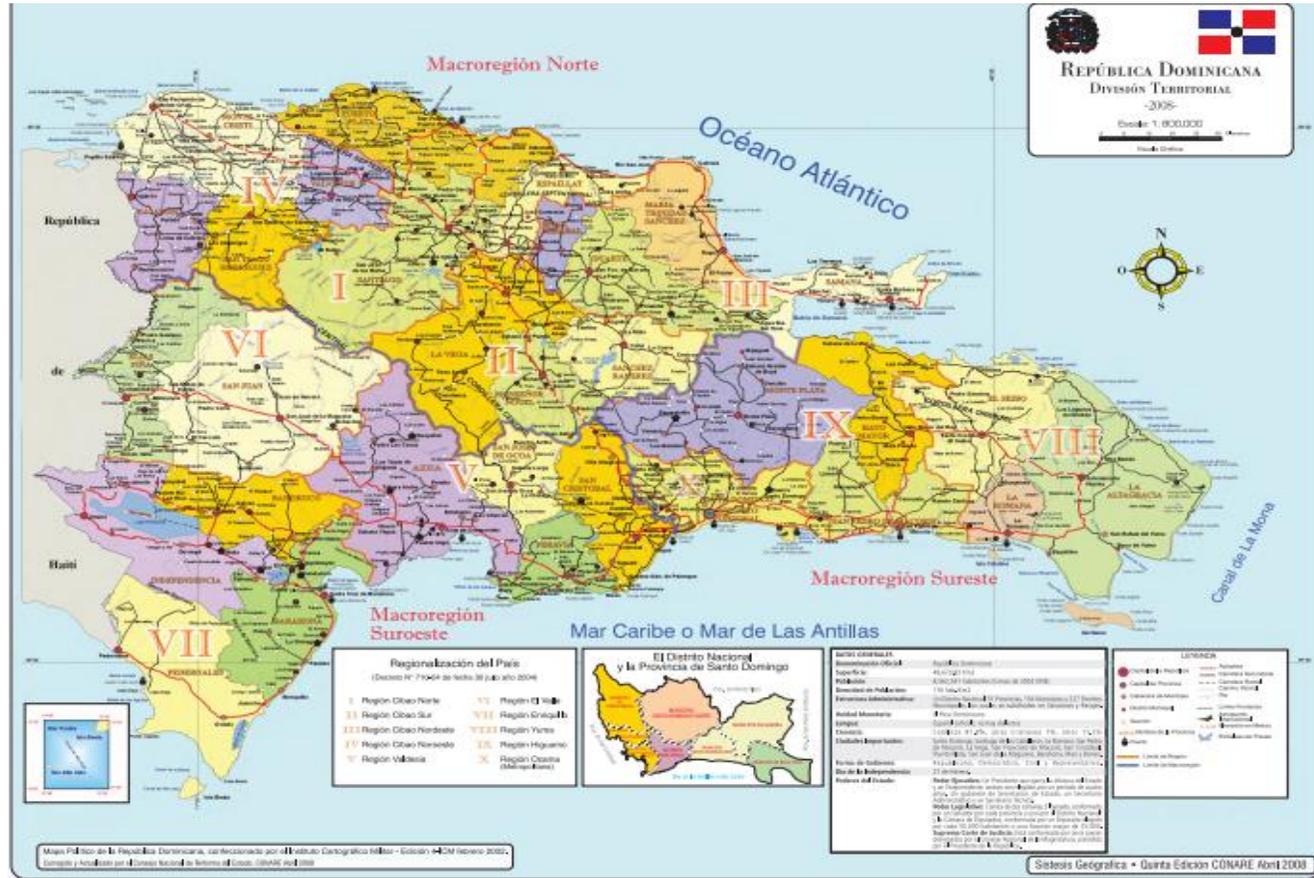
1.2.1 Características de la Regional de Educación 15 Santo Domingo III

Para poder comprender mejor el perfil de la población estudiantil que hemos seleccionado para esta investigación, partiremos de una breve descripción del contexto específico donde se realiza y las características del mismo: centros educativos del nivel secundario de varios distritos de la regional 15 Santo Domingo III.

La Dirección Regional 15 forma parte del Gran Santo Domingo, conjuntamente con la Regional 10, es decir que está localizada en la capital de la República, con una combinación de territorios urbano y urbano marginal. Su extensión territorial abarca el Distrito Nacional, el Municipio Santo Domingo Oeste, el Municipio de los Alcarrizos y Pedro Brand. Con una extensión territorial de 1236 km² y una población aproximada a 1,675,113 habitantes. La Regional 15, cuenta con seis Distritos Educativos: 15-01 Alcarrizos, 15-02 Santo Domingo Centro, 15-03 Santo Domingo Sur-Central, 15-04 Santo Domingo Noroeste, 15-05 Santo Domingo Oeste y a partir del mes de abril 2018 fue incorporado el distrito 15-06 de Pedro Brand (MINERD, 2019).

Para una mejor ilustración geográfica, refiérase a las figuras 2 y 3, respectivamente, donde encontrará los mapas de República Dominicana y del Distrito Nacional, provincia Santo Domingo.

Figura 1. Mapa República Dominicana



Tomado del Portal Educativo Educando. Mapas para el Aula https://www.educando.edu.do/Userfiles/P0001/File/mapa_RD_dec_710-0

Figura 2. Mapa del Distrito Nacional y la Provincia de Santo Domingo



Tomado del Portal Educativo Educando. Mapas para el Aula
https://www.educando.edu.do/Userfiles/P0001/File/Mapa_DN_Prov_StoDog_Dec_710-04.pd

Tal como se describe en el documento del Plan estratégico de esta regional, su Misión es ser una instancia educativa del Ministerio de Educación, responsable de las acciones de gestión pedagógica y administrativa, que orienta y garantiza una educación preuniversitaria, inclusiva, integral, universal y de calidad.

Así mismo en la Visión se proyecta como una institución referente de óptimos resultados en alcanzar la universalidad y calidad de la educación pública, de acuerdo a los estándares de la Región, de la Estrategia Nacional de Desarrollo y de las políticas del sistema educativo de la República Dominicana, promoviendo u aprendizaje integral, formando sujetos con capacidad de criticidad, con actitud activa y con las competencias necesarias para el desarrollo de una sociedad sostenible, con una ciudadanía responsable y promoviendo valores de justicia, solidaridad y convivencia pacífica (MINERD, 2019).

Con relación a la realidad interna de la regional, de su Plan Estratégico se extrae que, dentro del territorio que comprende la Regional 15, está la zona más histórica de la capital. Es la más urbana de todo el país, lo que la coloca ante grandes desafíos, tales como: gran densidad poblacional, sobre todo en los barrios marginales donde la migración de la zona rural a la urbana es continúa debida la falta de oportunidades en este sector. Santo Domingo, como capital de República Dominicana, posee niveles altos de desigualdad. En las zonas más vulnerables

de la ciudad, la densidad de población pobre está alrededor o por encima de 20 mil habitantes por km² (MINERD, 2019).

Otro factor de impacto en esta zona, señalado en este Plan Estratégico, es el gran flujo turístico con todas sus consecuencias, debido a que Santo Domingo centro, comprende el casco histórico de la ciudad que tiene las principales atracciones en lo referente a construcciones históricas y coloniales. Por esta razón en el Distrito Nacional y Santo Domingo Oeste, confluyen diversos factores de gran impacto socio-económico que gravitan en el entorno de los centros educativos, afectando de manera directa a la población estudiantil.

Entre los factores más relevantes de esta realidad se pueden señalar: violencia entre pares e intrafamiliar, trabajo infantojuvenil, migración, factores de riesgos psicosociales, consumo de estupefacientes y alcohol, contaminación visual, humo vehicular y fabril, por ruido, desechos sólidos, entre otros (MINERD, 2019).

Otros de los datos importantes extraídos del Plan Estratégico de la Regional 15, es que en República Dominicana el 13% de los niños, niñas y adolescentes de 5 a 17 años de edad se dedican a algún tipo de trabajo. El mayor porcentaje que participan en actividades económicas, se aprecia en el grupo de edad de 15 a 17

años, con un 27% en la zona urbana y un 31% en la rural. Para los niños y niñas de 5 a 11 años, es de un 8% en la zona urbana y un 10% en la rural.

Así mismo, en gran parte de la población infantil, la carga es mucho más pesada cuando, además de trabajar, estudian. El 27% de los que se ubican entre 15 a 17 años hacen estas dos funciones; los de 12 a 14 un 19% y, los de 5 a 11 un 9%. Los que trabajan y no van a la escuela son un 33% en el grupo de 15 a 17 años, 34% de 12 a 14 años, y 6% de 5 a 11 años. En el entorno de la Regional 15, el trabajo infantil, se ve expresado en diferentes formas del trabajo informal (MINERD, 2019).

1.2.2. Estructura y características del nivel secundario

Según sus proyecciones, la Oficina Nacional de Estadística de República Dominicana (ONE, 2021), en una nota de información demográfica estima que el país para el año 2021 tenía 10,535,535 habitantes, de los cuales 5,259,642 (el 49.9%) son hombres y 5,275,893 (50.07%) son mujeres (Oficina Nacional de Estadística de República Dominicana (ONE), 2021).

La población estudiantil en República Dominicana es de 2,388,553, de los cuales 1,983,412 corresponde a la zona urbana y 405,141 a la zona rural, distribuidos según el sexo, 190,344 femenino y 1,198,209 masculino. De esta población estudiantil 864,097 pertenecen al Nivel Secundario. Este Nivel abarca a la población escolar con edades entre los 12 y los 18 años, el mismo dura 6 años y consta de dos ciclos. (MINERD, 2022).

En la siguiente figura 4, se puede apreciar la cantidad de estudiantes matriculados por nivel, según la regional donde estén ubicados.

Figura 3. Cantidad de estudiantes matriculados por nivel, según regional. 2020-2021

REGIONAL	NIVEL			Educ. de Adultos	TOTAL
	Inicial	Primario	Secundario		
TOTAL	205,474	1,116,804	864,097	202,178	2,388,553
01 BARAHONA	4,738	33,818	19,806	5,276	63,638
02 SAN JUAN DE LA MAGUANA	7,396	39,622	28,950	5,547	81,515
03 AZUA	8,406	58,077	41,475	10,031	117,989
04 SAN CRISTÓBAL	13,873	76,826	58,933	19,502	169,134
05 SAN PEDRO DE MACORÍS	14,675	79,701	62,684	16,462	173,522
06 LA VEGA	13,031	63,976	51,686	12,767	141,460
07 SAN FRANCISCO DE MACORÍS	7,221	37,526	32,371	3,650	80,768
08 SANTIAGO	18,126	99,874	80,860	17,302	216,162
09 MAO	4,455	22,738	16,602	2,933	46,728
10 SANTO DOMINGO	38,013	203,121	159,180	39,159	439,473
11 PUERTO PLATA	6,051	34,373	28,962	6,449	75,835
12 HIGÜEY	8,870	54,178	34,856	10,304	108,208
13 MONTE CRISTI	3,661	20,818	14,422	2,685	41,586
14 NAGUA	5,839	27,774	21,978	3,345	58,936
15 SANTO DOMINGO	37,016	180,129	148,402	29,018	394,565
16 COTUÍ	6,323	36,340	28,519	8,687	79,869
17 MONTE PLATA	4,266	25,237	19,913	3,726	53,142
18 BAORUCO	3,514	22,676	14,498	5,335	46,023

Fuente: Anuario de Estadísticas Educativas. Año lectivo 2020-2021. MINERD

El Primer Ciclo lo constituyen los grados 1o, 2do y 3ro, es común a todas las Modalidades. El Segundo Ciclo abarca los grados 4o, 5o y 6o y se ofrece en tres Modalidades: Académica, Técnico-Profesional y en Artes (MINERD, 2016a).

En este nivel se procura ofrecer una educación integral, donde se espera consolidar el desarrollo de competencias fundamentales, brindando oportunidades para la educación enfocada en el trabajo y en el logro de una ciudadanía responsable. El nivel secundario tiene carácter obligatorio en el país. Sin embargo, es oportuno señalar que este nivel, en el año 2017, alcanzó una tasa de cobertura nacional del 70%, y a pesar de su incremento, estaba en un 53.2% en el 2012, todavía hay un 30% de la población correspondiente a este nivel fuera de las aulas (MINERD, 2016a).

Dentro de las características del nivel secundario, cabe destacar que ofrece a sus estudiantes, espacios de exploración y desarrollo de talentos, potencialidades e intereses, así como para crecer en autoconocimiento y estima propia, condiciones indispensables para la construcción de su proyecto de vida y la autorrealización personal, con el fin de que los egresados del nivel puedan integrarse de manera positiva, crítica y creativa, al mundo familiar, social y laboral. El contexto educativo descrito es muy importante para el desarrollo de actitudes emprendedoras, tema fundamental de la presente investigación doctoral (MINERD, 2017a).

Dentro de las características acordes con la etapa del desarrollo evolutivo, que se espera desarrollen los egresados del nivel secundario, además de los aprendizajes académicos, es la capacidad de pensar críticamente, resolver problemas y analizar la información que perciben de la realidad, la confianza en sí mismos, aprender a ser útil y a ayudar a los demás, así como la capacidad para asumir responsabilidades y saber encarar los desafíos con los que se va a encontrar en todos los ámbitos, pero sobre todo en lo profesional y laboral (MINERD, 2017a).

El currículo de las modalidades Técnico-Profesional y Artes se compone de dos grandes bloques: el Componente Académico y el de Formación Laboral, el bloque que abarca el componente académico, da continuidad al proceso formativo iniciado en el Primer Ciclo del Nivel Secundario, así mismo el Componente de Formación Laboral inicia y desarrolla la formación técnica para el trabajo de las distintas menciones y salidas ocupacionales de estas modalidades.

Así mismo, el Nivel Secundario propicia a sus estudiantes la posibilidad de elegir diferentes opciones formativas, académica, técnico-profesional y en artes, con el fin de que, a partir de sus aptitudes, intereses, inclinaciones y posibilidades,

estas opciones le permiten el acceso a continuar el proceso de formación, a cualquier nivel, sea en la Educación Superior o en el ámbito técnico y profesional (MINERD, 2016a).

El documento que recoge el diseño curricular del nivel secundario, incluye el plan de estudios del segundo ciclo de bachillerato, en el cual se establece que, al concluir este nivel, los estudiantes deben tener un perfil determinado, caracterizado por haber adquirido las competencias necesarias que le permitan asumir compromisos personales, desarrollar su personalidad, mostrar valores, iniciar una vida laboral independiente, capaces de emprender iniciativas particulares que le permitan hacer sus sueños realidad (MINERD, 2016a).

Es importante señalar algunos aspectos relacionados con las características Socioculturales de los estudiantes del nivel secundario, las cuales son en gran parte, resultado de la dinámica socioeconómica del país. Según datos del 2010, el 74,4% de la población vivía en zonas urbanas y el 49,4% de la población era menor de 25 años. Asimismo, los datos revelan que en 2011 la proporción de jóvenes de 15 a 24 años que no estudiaban ni trabajaban era del 20.3%, lo que podría explicar el número de jóvenes involucrados en actos de delincuenciales y consumo de drogas (MINERD, 2016a).

Otras variables socioculturales de gran incidencia en el desarrollo del proyecto de vida de los jóvenes y adolescentes que cursan el nivel secundario tiene que ver con la alta tasa de embarazos en adolescentes de 15 a 19 años, alcanzando en el 2012 un 20.6%. Igualmente hay que señalar otros factores como el aumento de los feminicidios y de mujeres que tienen que asumir la crianza de sus hijos porque no reciben ayuda de su pareja. (MINERD, 2016a).

1.2.3. El currículo dominicano del nivel secundario: el enfoque por competencias como Marco de referencia para el desarrollo del emprendimiento.

En el diseño curricular del nivel secundario, se describen los enfoques en los que se fundamenta la educación dominicana, siendo el enfoque por competencia, uno de sus pilares. Asumir este enfoque implica responder a los grandes retos y desafíos que en el ámbito educativo tiene la educación dominicana, entre ellos la de formar personas con la capacidad de actuar de manera autónoma, con habilidades y destrezas que le permitan integrar conocimientos de distintas fuentes de información (científicas, académicas, escolares, populares) y ofrecer respuestas a las demandas presentes en los distintos contextos socioculturales. Desde este enfoque se considera como un desafío fortalecer la vinculación de la escuela con su entorno, con los saberes tradicionales, relacionando la teoría con la práctica (MINERD, 2016a).

Como ya hemos mencionado el emprendimiento abarca mucho más que el hecho de hacer o crear un negocio, implica el desarrollo de una serie de competencias que tienen impacto en el desarrollo personal y profesional del individuo, es por ello que se considera tan importante incluir esas competencias en el proceso educativo que sigue el alumno desde muy temprana edad (Mwasalwiba, 2010).

En el diseño curricular del nivel secundario se define una competencia como “la capacidad para actuar de manera eficaz y autónoma en contextos diversos movilizandando de forma integrada actitudes, valores, conceptos y procedimientos” (MINERD,2016, pag.40).

Este enfoque no se centra en el desarrollo exclusivo de habilidades cognitivas, o grado de desempeño en la ejecución, sino que involucra las emociones, motivaciones y afectos identificados y mediados culturalmente. Así mismo se plantea, que las competencias se van desarrollando de manera progresiva a lo largo de la vida. El diseño curricular del nivel secundario, está compuesto estructuralmente por dos tipos de competencias: a) fundamentales y b) específicas. Estas competencias son transversales por lo que permean el currículo completo, son indispensables para el desarrollo integral de la persona en sus diferentes dimensiones, están fundamentadas en los Derechos Humanos y en los valores universales (MINERD, 2016a).

Consideramos importante plantear este enfoque, en el entendido de que el desarrollo de estas competencias va a servir de base para la construcción de una cultura emprendedora en el sistema educativo dominicano. Partimos básicamente de las competencias fundamentales, las cuales constituyen las intenciones

educativas de más alto nivel de significatividad y trascendencia (MINERD, 2016a).

Además, estas competencias en algunos casos se relacionan estrechamente con los propósitos o con las características del emprendimiento según son definidas por algunos autores. Por ejemplo, en las facetas de competencias éticas, de empatía, o creativas o de innovación (Oliver et al., 2016). Las Competencias Fundamentales contempladas en el currículo dominicano son siete, estas son las que se muestran en la Figura 4.

Figura 4. *Competencias Fundamentales Currículo Dominicano*



Fuente: Elaboración propia

Cada una de estas competencias aporta elementos fundamentales al desarrollo de una ciudadanía responsable, es el caso de la competencia *Ética y Ciudadana*, la cual contribuye al desarrollo de valores como la tolerancia, el respeto, la igualdad y equidad de género, así como la convivencia pacífica entre los ciudadanos. Formar en valores como la honestidad, la solidaridad, la responsabilidad el respeto, la justicia y equidad, es imprescindible para desarrollar un clima de confianza y armonía social, valores que son fundamentales para crear una cultura emprendedora (MINERD, 2016a).

Con relación a la competencia *Comunicativa*, se reconoce que es imprescindible para el desarrollo humano, ya que permite que los individuos de una misma comunidad puedan entenderse y comprenderse a través de diversos códigos lingüísticos y no lingüísticos. Esta competencia facilita la expresión de ideas, sentimientos, emociones, valores propios de las culturas, incluyendo los artísticos. A partir del desarrollo de esta competencia se forma la identidad personal y colectiva, así como la capacidad de poder comprender, actuar e interpretar el mundo circundante. Es una competencia imprescindible para desarrollar la intención y la cultura emprendedora (MINERD, 2016a).

Qué decir de la competencia de *Pensamiento Lógico, Creativo y Crítico*, su sólo nombre dice de su importancia, el desarrollo de esta competencia permite a los individuos excelentes oportunidades para producir ideas, manifestarlas con

libertad y de diversas maneras. Igualmente es indispensable para fomentar el desarrollo de respuestas novedosas, producciones innovaciones y pertinentes en la solución de diversas situaciones que vayan en beneficio de la humanidad, en el aspecto material, así como intelectual y espiritual. El desarrollo de esta competencia aumenta la motivación y la autoconfianza de la persona para encarar los desafíos de la vida. Es una competencia igualmente, necesaria e imprescindible para el desarrollo del emprendimiento (MINERD, 2016a).

Hablar de la competencia de *Resolución de Problemas*, es hacer referencia necesariamente a una de las capacidades fundamentales en todo ser humano y más cuando la vinculamos al emprendimiento, pues es una competencia imprescindible para su aprendizaje continuo. Esta competencia mueve a la búsqueda de estrategias metodológicas y procedimientos para poder accionar de manera creativa y novedosa según el contexto. Procura el desarrollo de actitudes y destrezas que lleven a la persona a hacer frente a la realidad de manera más flexible, organizada y crítica, aprendiendo de los errores cometidos, tiene gran incidencia en la toma de decisiones, permitiendo al sujeto reconocer lo que le impide alcanzar sus metas (MINERD, 2016a).

En cuanto a la competencia *Científica y Tecnológica*, es una de las competencias que más sentido tiene para los jóvenes de hoy día, sirviendo de

base, en muchas ocasiones, para el desarrollo de la cultura emprendedora, pues permite que el o la estudiante esté en capacidad de plantear, explicar, interpretar y diseñar situaciones experimentales que le lleven a resolver problemas actuales en su entorno natural y social, pudiendo aplicar metodologías científicas además de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC), así como conceptos, teorías y leyes, con el propósito de incidir en la transformación de la realidad y en la mejora de su calidad de vida y la de los demás (MINERD, 2016a).

Así mismo, singular importancia tiene para la vida y la salud del planeta, la competencia *Ambiental y de la Salud*, ya que lleva al ser humano a actuar favoreciendo la salud integral propia y de su entorno, preservando y cuidando la naturaleza y el ambiente social, minimizando las consecuencias negativas provocadas por la acción humana. Esta competencia prepara a los estudiantes para actuar de manera responsable, preventiva y proactiva en favor del medio ambiente. Teniendo conciencia de la incidencia de esta competencia en el desarrollo de una cultura emprendedora en estudiantes del nivel secundario, se estaría formando realmente en el desarrollo de habilidades para la vida (MINERD, 2016a).

Finalmente llegamos a la séptima competencia, la de *Desarrollo Personal y Espiritual*, que no por ser la última es menos importante, muy por el contrario, es desde mi óptica, la que corona todas las anteriores, pues promueve que las

personas actúen de manera asertiva y confiada en sí misma, incorporando su historia familiar y su personalidad, edificando desde su esencia y naturaleza espiritual, el sentido de su existencia. El desarrollo de esta competencia complementa la educación emprendedora y orienta al estudiante hacia alcanzar su vocación y su propio proyecto de vida. (MINERD, 2016a).

Como ya hemos analizado el emprendimiento abarca mucho más que el hecho de hacer o crear un negocio, implica el desarrollo de una serie de habilidades que tienen impacto en el desarrollo personal y profesional del individuo, es por ello que se considera tan importante trabajar la conducta emprendedora, a la luz de las competencias fundamentales señaladas dentro del proceso educativo que sigue al alumnado desde temprana edad (Mwasalwiba, 2010).

1.3 El ecosistema de emprendimiento en el ámbito educativo

Para comprender mejor el desarrollo de las actitudes y cultura emprendedora, partiremos del entorno específico donde se crea valor o negocio, producto de la alianza entre emprendedor, financiador e institución vinculadas a la promoción de emprendimiento, que es a lo que Bruns et al., (2017), llaman ecosistema de emprendimiento (Barrero et al., 2019). Este concepto de ecosistema de emprendimiento, también se le conoce como el conjunto de factores multidimensionales, que interactúan y controlan el impacto de la acción empresarial en el crecimiento económico, el cual surge como una manera de impulsar el emprendimiento y desarrollo económico en una región (Barrero et al., 2019).

El ecosistema para el emprendimiento ha sido un tema de interés en los últimos tiempos, especialmente en círculos relacionados con las políticas públicas (Mack y Qian, 2016; Stam y Spigel, 2016; citados por Torres, 2017). Estos autores refieren que el término en sus inicios fue acuñado en el campo de la administración de empresas por Moore (1993), quien lo define como una comunidad económica sostenida sobre la base de organizaciones e individuos que interactúan entre sí, la cual produce bienes y servicios de valor para los clientes, estos a su vez también forman parte del ecosistema junto con los proveedores,

productores, competidores y otros actores relevantes. Se destaca el hecho de que las empresas no operan en un vacío, sino que, por el contrario, la forma en cómo interactúan con sus proveedores, clientes y financistas es de naturaleza relacional (Torres-Ortega, 2017).

La composición del ecosistema emprendedor se representa en la Figura 5, en la que se puede observar a los nuevos emprendedores en el centro del sistema, estos constituyen un subconjunto de la población adulta de un país. Las actitudes prevalentes dentro de la población en general inciden en quién elige convertirse en emprendedor. Es importante resaltar que los emprendedores que recién inician en esta actividad se caracterizan por diversos grados de capacidad y aspiraciones emprendedoras (MICM, 2019).

Figura 5. Configuración del ecosistema emprendedor



Fuente: Tomado del Gabinete de Coordinación de Políticas Sociales, adaptado de GEM The Global Entrepreneurship Index, 2018. (Gabinete de Coordinación de Políticas Sociales. Vicepresidencia de la República Dominicana, 2019)

El ecosistema de emprendimiento en el escenario educativo, sobre todo en la educación secundaria, implica el conocimiento y manejo de informaciones vinculadas a la interacción de las diferentes instancias que aportan o transfieren recursos, capacidades que propicia el desarrollo de habilidades vinculadas con los intereses y demandas del mundo laboral y las innovaciones o cambios en los que se va a insertar ese o esa estudiante, según las diferentes carreras que opten por seleccionar.

El desarrollo económico de los países va a depender del funcionamiento de las diferentes condiciones que forman parte el ecosistema emprendedor. Por ello, es importante que dichas condiciones se midan continuamente, al igual que se puedan identificar los factores responsables de su optimización, con el fin de, tomando en cuenta esa base, se diseñen y pongan en marcha las políticas, los programas y las diferentes iniciativas que permitan garantizar un ecosistema de emprendimiento acorde a lo esperado. Esto también permitirá monitorear los indicadores de gestión de esas iniciativas, así como, mejorar la competitividad y la sostenibilidad del país (MICM, 2019).

Sin lugar a dudas que el planteamiento anterior, referente a optimizar los indicadores de gestión de esas iniciativas de fortalecimiento del ecosistema de emprendimiento, es una acción necesaria para el cambio e innovación en las

estructuras sociales y en la trascendencia del trabajo educativo a escala progresiva; ya que cuanto más sensibilizados y motivados estén los pre universitarios desde antes de ingresar a una carrera técnica o universitaria, más oportunidad de emprendimiento podrán tener, en el marco de su desempeño y desarrollo profesional; repercutiendo esta última, en el desarrollo económico. En verdad estamos frente a una cadena de valores que al articularse permite un mayor crecimiento y desarrollo económico.

Lo antes referido invita a profundizar en la identificación de estrategias que permitan una mirada sistémica del emprendimiento. Ahora bien, la posibilidad de que un individuo llegue a ser emprendedor, va a depender de sus características o actitudes como emprendedor potencial y de su percepción sobre el espíritu emprendedor (Alean, 2017).

Si se focaliza esta reflexión en el marco de la trascendencia contextual que este tema tiene para la población estudiantil dominicana y si partimos de las características del emprendedor dominicano, estaríamos aprovechando su propia percepción acerca de las elevadas competencias emprendedoras que posee y que cuenta también con la personalidad que le facilita su potencial e intención de generar empresa, características que han sido recogidas del estudio regional realizado por el Monitor Global de Emprendimiento en República Dominicana - GEM (2018).

Está claro que se requiere seguir ampliando las oportunidades de emprendimiento, así como de, profundizar desde temprana edad en este componente tan importante para el desarrollo laboral y ocupacional en sentido general. Sin embargo, este resultado es un indicador de las posibilidades que como país tiene la República Dominicana, en cuanto a la optimización y aprovechamiento de esas facilidades y capacidades de emprendimiento y de trascender como país a nivel regional y posiblemente a escala progresiva mundial.

Ahora bien, es importante enfatizar que al momento de tomar cualquier decisión de trabajar la formación de actitudes para el emprendimiento se debe tomar en cuenta, que esta no es una acción puntual, es más bien un proceso gradual que implica articular las variables que inciden en él (Sánchez, et al., 2018). Los efectos que recibe la sociedad como beneficio del emprendimiento se reflejan en el tiempo, a través del uso de estrategias innovadoras, en el desarrollo de nuevos empleos, así también el papel que desempeña el emprendimiento en la mejora de esas condiciones, actúa de manera recíproca y facilita a la sociedad jugar un rol importante en este proceso (Sánchez, et al., 2018).

Desde el ámbito académico se ha priorizado la importancia de profundizar en la investigación acerca de los diferentes factores que inciden en la intención

emprendedora. En concreto, en el nivel secundario, cuyas edades oscilan entre 12 y 18 años, resulta una etapa idónea para implementar iniciativas que fomenten la promoción de la actitud emprendedora. Algunos investigadores consideran la adolescencia la edad por excelencia para educar acerca de las actitudes emprendedoras positivas y el aprendizaje básico para su desarrollo (Peterman y Kennedy, 2003).

La mayoría de las investigaciones revisadas (Brahim y Lucky, 2014; Jacob y Richter, 2005; Kautonen et al., 2013; Krueger et al., 2000; Liñán y Chen, 2009; Moriano et al., 2012; Shinnar et al., 2012), entre otras, se han centrado en la promoción del emprendimiento en la etapa universitaria (Da Fonseca et al., 2016).

Sin embargo, son menos las investigaciones que centran su atención en la promoción de estas actitudes en educación secundaria. Es por ello que, para poder desarrollar iniciativas para la promoción del emprendimiento en esta etapa educativa en República Dominicana, es necesario conocer los resultados del estudiantado en toda una serie de variables demostradas precursoras del emprendimiento.

Consideramos que este estudio puede aportar, al contexto social y cultural dominicano, un mayor conocimiento acerca del panorama multidimensional de las actitudes emprendedoras en estudiantes del nivel secundario, permitiendo identificar las posibles diferencias por género y cultura, entre otros aspectos que pueden resultar de interés para el sistema educativo dominicano y las iniciativas que en este sentido se decidan implementar.

1.4 La educación en emprendimiento desde edades tempranas y su influencia en la conducta emprendedora.

Diferentes autores sostienen la importancia de prestarle atención educativa adecuada, debidamente planificada y sistematizada, así como ofrecerles seguimiento y acompañamiento a los estudiantes en la adquisición de la competencia emprendedora en la escuela y desde etapas tempranas, incluyendo a la familia en el proceso, quienes tienen un papel de trascendencia y de incidencia a la formación de la persona. La formación del estudiantado en los centros educativos debe ir acompañada de un mayor acceso a contextos reales, como la familia, la comunidad, el trabajo o las empresas, con el fin de que los niños y jóvenes puedan poner en práctica sus competencias (Caballero et al., 2019).

Para autores como Teske y Williamson (2006), las personas consideradas emprendedoras en la educación son aquellas que procuran producir cambios en el entorno educativo y que constantemente están buscando transformar las prácticas educativas. En este sentido, se han llevado a cabo investigaciones que plantean diferentes tipos de estrategias metodológicas de emprendimiento (Borasi y Finnigan, 2010), las cuales son utilizadas por los docentes con el fin de

lograr estos cambios y poder ver las mejoras en sus centros educativos (Oliver y Galiana, 2016).

Donoso (2016) recoge en su tesis doctoral, una serie de definiciones con respecto a la educación emprendedora, destacando muchas de las investigaciones bibliográficas surgidas al respecto, sobresalen los estudios realizados por Mwasalwiba (2010), quien plantea tres pilares fundamentales en los que se sustenta. Primeramente, existen pocas definiciones sobre educación emprendedora.

En segundo orden establece que existe diferencias al utilizar los términos emprendimiento o de educación corporativa, el primero es más utilizado en el ámbito estadounidense y el último en el europeo. En tercer lugar, identificó en una revisión de definiciones, que el 32% de los participantes vinculó la educación empresarial con el desarrollo de actitudes, valores y comportamiento empresarial, mientras que el 18% lo relacionó con el inicio de nuevos negocios, mientras que el 9% lo asocia con las oportunidades y el 6% lo relaciona con la gestión de PYMES (Mwasalwiba, 2010).

Los diferentes conceptos sobre educación empresarial pueden ser un denominador común en la promoción del espíritu empresarial en las personas, particularmente a través del proceso de enseñanza y aprendizaje, incluyendo actividades relacionadas con el desarrollo de conocimientos habilidades, actitudes y cualidades personales adecuadas a la edad y desarrollo de los estudiantes. Este tipo de actividades en edades tempranas promueven el desarrollo de una actitud positiva hacia el emprendimiento en ellos, además les proporciona habilidades para identificar oportunidades que otros no ven (Donoso, 2017).

Desde el ámbito académico se ha destacado la importancia de profundizar en la investigación sobre los diferentes factores que influyen en la intención emprendedora (Fernández, 2018). En concreto, en el nivel secundario, cuyas edades oscilan entre 12 y 18 años, resulta una etapa idónea para implementar iniciativas que fomenten la promoción de la actitud emprendedora. Algunos investigadores consideran la adolescencia la edad preferida para desarrollar actitudes emprendedoras positivas y la adquisición de los conocimientos básicos para la misma (Peterman y Kennedy, 2003).

Plantean Aragón y Baixauli (2014), citado en Saavedra y Camarena (2019), que la falta de actitud y formación emprendedora y empresarial en los niveles básico y medio de formación, que puede resultar un inconveniente para el

fomento de iniciativas de emprendimiento en los jóvenes. Es en este sentido que valoramos la formación temprana como un elemento fundamental para potenciar la creatividad y el espíritu emprendedor.

Algunas iniciativas regionales, vinculadas al emprendimiento y la importancia de promoverlo en los menores, ofrecen una variedad de posibilidades de acciones y proyectos para el desarrollo de habilidades de innovación con alternativas productivas y estratégicas. De acuerdo a lo planteado por Torroba (2014), el abordaje de esta temática en niños y adolescentes promueve en ellos la generación de cambio, proposición, potenciación de sus ideas, les permite ser y sentirse escuchados, luchar por sus sueños; y competir, de manera sana, por ser mejores personas, mejores estudiantes y, por supuesto, mejores emprendedores (Torroba, 2014).

De ahí la importancia del fomento de la actitud emprendedora, pues responde a una necesidad real de nuestra sociedad y está vinculado al desarrollo en el ámbito personal y laboral, ya que las personas, desde una edad muy temprana, están buscando alternativas para sacar provecho a sus habilidades, talentos e incluso productos.

1.5 Educación emprendedora en Latinoamérica

En un estudio realizado por Sánchez García et al. (2017), sobre el estado del arte de la educación emprendedora, se plantea que la diversidad política y social que caracteriza a Latinoamérica ha permitido en unos países más que en otros, el surgimiento de iniciativas para fortalecer las áreas de emprendimiento en currículos académicos.

Cada país, de acuerdo a sus necesidades y problemáticas, ha procurado reforzar las acciones encaminadas a lograr un mayor emprendimiento a través de programas ajustados a sus valores culturales y a sus situaciones particulares. Países como Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Panamá, México y la República Dominicana, según el análisis realizado por Herrera y Yong (2004), citados por Sánchez et al., (2018), poseen menos avances en formación emprendedora a nivel educativo, a diferencia de Colombia o Brasil.

Otras observaciones destacadas en el estudio de Herrera y Yong (2004), es la poca formación en cuanto al desarrollo de valores y competencias como la toma de riesgos, aprender a emprender, responsabilidad, manejo de recursos, también autonomía, trabajo en equipo, así como adaptabilidad en el diseño

curricular, elementos fundamentales en la conducta emprendedora. Sin embargo, se reconocen los esfuerzos que países como México han llevado a cabo, dirigidos a que tanto emprendedores como empresarios pueden acceder a capacitaciones y herramientas en línea, a través de programas, certificaciones, incluso cuenta con la universidad del emprendedor. A nivel primario y secundario, México tiene muy pocas propuestas para la inclusión didáctica del mismo en sus currículos (Damián, 2015), aunque en los últimos tiempos ha estado en proceso de mejora (Sánchez et al., 2017).

Una experiencia específica sobre el comportamiento y cultura emprendedora, que demuestra que los niños pueden ser capaces de aprender y aplicar sus conocimientos en emprendimiento, se trata del programa “Mi Primera Empresa” por la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES) y la Fundación Educación Superior-Empresa (FESE), donde se busca ofrecer conocimientos básicos a los niños por medio de un proyecto de creación de una empresa infantil (Sánchez et al., 2017).

Otras experiencias desarrolladas en Chile, Paraguay, Uruguay, Bolivia y Argentina, muestran que la sociedad civil es el sector más preocupado por desarrollar en los jóvenes el espíritu emprendedor, contando con una cantidad de 75 programas implementados (71.4% de todos los programas).

Le sigue el sector público, con 19 (18.10%) y el sector privado con 11 programas (10.48 %). La relevancia de estos resultados radica en la sociedad civil, ya que las universidades son las que más están promoviendo el desarrollo emprendedor en los jóvenes de estos países. Igualmente señala que, como una alternativa viable en estos países, se propone la de incluir de manera formal la enseñanza en escuelas públicas, lo que podría abarcar a jóvenes que no pueden acceder a la educación universitaria (Banco Interamericano de Desarrollo, 2004).

Siguiendo a Sánchez et al., (2017), Brasil fue considerado hasta el 2003 de los países más emprendedores del mundo, según el Servicio Brasileño de Apoyo a las Micro y Pequeñas Empresas. En cuanto a la educación emprendedora, cuenta con dos programas importantes, uno vinculado a formar Técnico Emprendedor y otra educación emprendedora para el nivel medio. En el caso de Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela, éstos comenzaron a mostrar señales de educación emprendedora en la década de los noventa (Lozano, 2004). Colombia desarrolla dentro de sus universidades cultura empresarial de carácter innovador y desde la perspectiva de responsabilidad social.

En este estado del arte se considera a Perú como uno de los países más emprendedores del mundo, según informes del Monitor Global de Emprendimiento (GEM, 2018). El Ministerio de Educación del Perú (2009)

señala que la educación secundaria incluye trabajar en los estudiantes el desarrollo de diferentes actitudes encaminadas a fomentar la conducta emprendedora, tales como la disposición para trabajar cooperativamente, disposición para liderar, confianza en sí mismo, el desarrollo de la automotivación para el logro de sus metas, fomenta la autonomía para que puedan tomar decisiones y actuar en consecuencia, entre otros aspectos (Sánchez et al., 2017).

En una interesante investigación sobre juventud, emprendimiento y empleo en América Latina, realizada por la OCDE (2016), se encontró que aún persisten barreras significativas que deben encarar los jóvenes, tanto en el ámbito social como el económico, para poder iniciarse como emprendedores. Llama mucho la atención, en el cierre del análisis que destaca, el fenómeno que se está viviendo en la región latinoamericana con relación a los “ninis”, es decir jóvenes que ni estudian ni trabajan, hecho que no solo está relacionado a las características propias de los sistemas educativos, sino de las carencias que tradicionalmente arrastra la juventud de la región (OECD/ECLAC/CAF, 2016).

1.6 La educación para el emprendimiento en República Dominicana

Tras aproximarnos en los párrafos anteriores a la visión reciente del emprendimiento en Latinoamérica, especialmente en cuanto a las iniciativas para jóvenes, pasamos a centrarnos en el contexto de este trabajo. Por décadas el Ministerio de Educación de la República Dominicana ha venido implementando un conjunto de iniciativas enfocadas al desarrollo de actitudes emprendedoras tal vez no con la intencionalidad dirigida, pero si con una visión clara de la importancia del desarrollo del liderazgo ocupacional en sus egresados de la modalidad de formación técnica. Actualmente se ha iniciado una gran revolución vinculada al desarrollo de competencias, que propicia un espacio de formación en la cultura de emprendimiento y en la valoración del desarrollo de las capacidades de emprendimiento del estudiantado.

De acuerdo a lo investigado, el tema del emprendimiento en adolescentes y jóvenes preuniversitarios ha comenzado a ser objeto de investigación en muchos países, de hecho, se habla de un “campo de estudio e investigación” con objetivos y características propias (Toledano, 2006). Sin embargo, en República Dominicana son pocas las investigaciones realizadas en este sentido y pese a que hay un marcado y real interés en implementar iniciativas encaminadas al desarrollo de una cultura del emprendimiento, sobre todo en la modalidad técnico

profesional, aún falta mucha información que sustente esas iniciativas (Saavedra y Camarena, 2019).

En ese sentido, para el año 1995 se incluyó en el currículo de la educación media, específicamente en la modalidad técnico profesional, un módulo centrado en cómo gestionar una pequeña empresa, con lo cual se pretendía impulsar el espíritu emprendedor en el estudiantado. A nivel regional, en ese mismo año se aprueba el Programa Iberoamericano de Cooperación para el Diseño de Formación Profesional, el cual promovió la transferencia de metodologías de diseño de sistemas y currículo de formación técnico profesional. En este sentido, la Organización de Estados Iberoamericanos (OEI, 2019), refiriéndose a los antecedentes en la implementación de iniciativas señala que, en las últimas décadas, esta Organización junto al Ministerio de Educación ha impulsado diversas iniciativas para promover el emprendimiento en el ámbito educativo en República Dominicana.

En el año 2009, la Organización de Estados Iberoamericanos (OEI), impulsó en el país el Proyecto Metas Educativas 2021, junto al Ministerio de Educación, el Ministerio de Educación Superior, Ciencia y Tecnología y el INFOTEP, con el objetivo de establecer las metas educativas del país a largo plazo. En el marco de este proyecto surge como recomendación la articulación que garantice la

formación y orientación para el empleo e inserción laboral de los jóvenes desde el emprendimiento, como una opción y oportunidad (OEI, 2019). En el 2017, con la aprobación de la nueva oferta curricular, la Dirección de Educación Técnico Profesional (DETP) del MINERD, en alianza con la OEI, incluyó la promoción del emprendimiento en esa modalidad a través de la creación de un módulo denominado “Aprender a Emprender”, de igual forma en la modalidad del Bachillerato Técnico se integró el módulo “Emprendimiento”, con el cual se procura que el estudiantado materialice sus emprendimientos.

Con estos módulos y su contenido se pretende promover en los estudiantes el desarrollo de capacidades emprendedoras, de manera tal que ellos estén en capacidad de saber e indagar sobre posibles ideas de negocio que puedan realizar. Que los estudiantes conozcan cómo pueden formalizar de forma legal sus emprendimientos, implementar técnicas relacionadas con el comercio de la mercancía o servicios que ofrecerían, así como también saber gestionar la parte administrativa y financiera de sus nueva empresa o negocio (OEI, 2019).

De la misma forma, se han definido las competencias laborales-profesionales, las cuales están contenidas en las diferentes especialidades de las modalidades técnico-profesionales y las artes, al igual que en la formación laboral que incluye los subsistemas de Educación de Personas Jóvenes y Adultas y de Educación Especial. Estas competencias se refieren al desarrollo de capacidades

que tienen incidencia directa en el campo laboral y del trabajo, proporcionándole herramientas al estudiantado que le permitan adquirir y desempeñarse a nivel laboral-técnico y profesional con el fin de que puedan solucionar las situaciones provenientes del cambio que se pueda producir en el campo laboral (OEI, 2019).

La Ley No. 688-16 de Emprendimiento (2016) en República Dominicana, establece que la mentalidad y cultura emprendedora, es la manera de pensar y actuar frente al emprendimiento, transformando comportamientos, creencias, modelos mentales y paradigmas a favor de la creación de empresas como opción de vida, a partir de narrativas inspiraciones y aspiraciones en los ciudadanos comunes (Ley 688-16 de Emprendimiento de República Dominicana, 2016).

En esta ley se contempla varios organismos responsables de promover iniciativas que contribuyan a desarrollar competencias emprendedoras en los dominicanos y las dominicanas. Estas iniciativas tienen la finalidad de fomentar la búsqueda de soluciones y la creación de nuevas empresas; de desarrollar programas educativos especializados dirigidos a docentes, emprendedores, inversores y estudiantes, entre otros. Para ello sugiere utilizar todos los canales disponibles para garantizar la accesibilidad e inclusión de los diversos sectores a nivel nacional, así como también conformar una mesa de trabajo permanente a través de una Red, la cual llevaba por nombre RD-EMPRENDE, cuya finalidad

era establecer en la educación técnico-profesional del nivel medio y de educación de adultos, el carácter de competencia transversal del emprendimiento (Ley 688-16 de Emprendimiento de República Dominicana, 2016).

Sin embargo, según el Ministerio de Industria y Comercio y MIPYMES (2019) a través del Monitor Global de Emprendimiento (GEM,2018), se señala que a pesar que la Ley de Emprendimiento 688-16, Emprende dominicana propone entre otros incentivos fomentar una cultura emprendedora e innovadora en el país, al parecer, no se han implementado de manera masiva sus programas, ni sus presupuestos.

Como ya se ha destacado en este informe también se señala que el crecimiento económico de las naciones, incluyendo República Dominicana, depende del desempeño de las diferentes condiciones que forman parte del ecosistema emprendedor, dentro de las cuales están las competencias, percepciones, intenciones y actividad del emprendedor, así como su entorno de emprendimiento, destacando incluso, informes de expertos, que señalan la necesidad de profundizar en el desarrollo de las actitudes emprendedoras desde edades tempranas y en la educación para el emprendimiento (MICM , 2019).

1.7 Actitud emprendedora

De acuerdo a lo planteado por Morris y Maisto (2009) la definición de actitud está asociada a las creencias, conocimientos, así como los sentimientos que tiene una persona hacia un objeto o hacia otra persona, lo cual se traduce en una predisposición para actuar y opinar de manera selectiva, provocando aceptación o rechazo en torno al objeto o persona (Bustos, 2016).

Las actitudes emprendedoras están relacionadas con el nivel de valoración que se tiene hacia el emprendimiento, considerando la actitud general y la autopercepción hacia las acciones vinculadas a la conducta emprendedora (MICM, 2019). Es por ello que generalmente los informes GEM, incluyen en sus estudios acerca de la conducta emprendedora el tema de las actitudes, con el fin de conocer la conciencia que se tiene de las oportunidades, la competencia y el miedo al fracaso.

La actitud o predisposición que tenga un emprendedor es uno de los factores imprescindibles para poder actuar y encarar la realización de una actividad o proyecto empresarial, no basta con tener capacidad emprendedora, es necesario que éstas estén fundamentadas en una actitud adecuada, lo que le permitirá identificar el verdadero potencial que se tiene para desarrollarla (Sánchez, 2014).

Lo dicho anteriormente nos lleva a establecer la diferencia en cuanto a lo que es actitud hacia el emprendimiento y actitud emprendedora. Hasta ahora en este apartado hemos hecho referencia especialmente a la primera, que implica que la persona tiene una percepción, una forma de pensar acerca del emprendimiento, lo cual le lleva a valorar, ya sea de manera positiva o negativa la acción de emprender. Sin embargo, como veremos más adelante, también se habla en la literatura de “actitudes emprendedoras” como aquellas competencias que están vinculadas a la conducta emprendedora. Estas actitudes emprendedoras en alguna ocasión han sido nombradas en la literatura como “orientación al emprendimiento” (Bolton y Lane, 2012) o habilidades personales (Rosique-Blasco et al., 2018). En esta investigación se procura medir ambos tipos de actitudes.

La educación tiene un papel fundamental en la promoción de las actitudes emprendedoras, resultando un canal ideal para identificarlas y potenciarlas, así como para inducirlas en los jóvenes a través de su formación tanto a nivel secundario como a nivel universitario (Oliver y Galiana, 2015).

Para fines de esta investigación, se partirá del modelo de medida de las actitudes emprendedoras, desarrollado por Oliver y Galiana (2015), el cual está compuesto por 18 ítems y se concentra en 6 dimensiones fundamentales para la medición de las actitudes de emprendimiento, a partir de este instrumento se hizo

el levantamiento de información a la población objeto de nuestro estudio. Estas actitudes son: proactividad, ética profesional, empatía, la innovación, autonomía y la toma de riesgos. La *proactividad* es definida como la iniciativa y la planificación a largo plazo. Esta dimensión puede llevar tanto a los profesores como a los estudiantes a darse cuenta de las oportunidades que se le presentan y sacarle más provecho. La *ética profesional*, se relacionada con el respeto a las normas éticas establecidas en el ámbito laboral, es decir implica tener un fuerte comportamiento ético en el trabajo. La *empatía*, es considerada como la capacidad para para comprender el sentir de los demás, esta actitud es la que permite que la persona sea capaz de colocarse en lugar del otro y fomentar el deseo de ofrecer su ayuda a los demás (Oliver y Galiana, 2015).

Otros autores, como Durán y Arias, (2016), plantean dentro de las dimensiones de la actitud emprendedora: el optimismo, para referirse a la forma de reaccionar ante las situaciones adversas vinculadas a lo que se emprende, incluyen igualmente la proactividad para referirse al interés de la persona por dar lo mejor de sí y a buscar la excelencia en lo que emprende. Agregan, además, la persistencia, que implica hacerse consciente y aprender de sus errores, planteándose formas distintas de actuar con el fin de lograr su objetivo, finalmente, la creatividad, que es una actitud que procura la innovación y

búsqueda de nuevas alternativas de respuesta a las situaciones que se le presenten (Durán y Arias, 2016).

Otra de las actitudes que forma parte del modelo de Oliver y Galiana (2015), es la *innovación*, considerada como la inclinación natural a priorizar las ideas creativas, novedosas que inspiren nuevas iniciativas tanto en productos como en servicios. Finalmente plantean dos actitudes necesarias en una persona que esté dispuesta a emprender, estas son, la actitud *autónoma*, que lleva a actuar de forma independiente y sin inhibiciones o presiones organizacionales y la *toma de riesgos*, la cual implica que el individuo se sienta a gusto y confiado con las capacidades y destrezas con las que se cuenta para poder arriesgarse a iniciar nuevos proyectos. En la Tabla 1, se puede apreciar de manera más concreta, cada dimensión con los ítems desarrollados para su medición en estudiantes del nivel secundario.

Tabla 1

Escala de actitudes emprendedoras de Oliver y Galiana (2015)

DIMENSIÓN	ITEMS
Proactividad	1.Planear oportunidades futuras tras mis estudios ha sido, es o será una parte importante de mi formación en el colegio/instituto. 2.Sabiendo que las condiciones en cualquier profesión están cambiando, intento buscar activamente nuevas oportunidades. 3.Quiero tener lo necesario para avanzar o ser pionero en mi campo profesional.
Ética profesional	4.Imagino que seré muy ambicioso en mi trabajo. 5.Me gusta la idea de tener retos en mi práctica profesional. 6.Me considero alguien con alta motivación en el trabajo.
Empatía	7.Tengo un gran deseo de ayudar a los demás. 8.Creo que hacer una contribución a la sociedad es importante. 9.Seré bueno empatizando con mis clientes, pacientes o usuarios de servicios porque soy receptivo a sus problemas.
Innovación	10.Me puedo imaginar hacienda algo innovador como profesional. 11.Creo que un día tendré las habilidades necesarias para desarrollar un nuevo servicio o producto en mi ámbito laboral. 12.Me puedo ver a mí mismo empezando algo innovador en el lugar de trabajo.
Autonomía	13.Como profesional, quiero animarme a desarrollar nuevas ideas en el lugar de trabajo. 14.Quiero trabajar donde las nuevas oportunidades importen a todos los empleados. 15. Quiero trabajar donde pueda sugerir nuevas ideas a los que toman las decisiones.
Toma de riesgos	16.Creo que soy arriesgado comparado con otros que conozco. 17.Creo que para ser un profesional de éxito tendré que tomar riesgos en mi futura carrera. 18.Prefiero arriesgarme y perder, que darme cuenta más adelante que desperdicié una oportunidad.

Fuente: Adaptado de Oliver y Galiana (2015)

1.8 La intención emprendedora

Otra variable ampliamente estudiada en el campo de la educación en emprendimiento es la intención emprendedora. Dicho constructo se podría definir como el pensamiento que dirige y orienta la actuación de la persona que emprende para la creación de un proyecto empresarial (Morianio et al., 2007), la misma surge previa a la conducta, destacándose que la posibilidad de que sea efectiva depende de que tan fuerte sea la intención de llevar a cabo la conducta (Da Fonseca et al., 2016).

La intención emprendedora, es uno de los temas imprescindibles en las investigaciones sobre emprendimiento, debido a que es considerada la antesala de la acción. Se plantea que, si se logra identificar los antecedentes que inducen o motivan el desarrollo de la intención emprendedora o predictores del comportamiento, entonces se podrá incentivar el mismo en las etapas más tempranas de la formación de las personas jóvenes.

Osorio y Roldan (2015), plantean que comprender la intención emprendedora es de mucha importancia en la predicción de la conducta. Las intenciones son un predictor importante del subsecuente comportamiento planificado, dado que la decisión de hacerse emprendedor puede considerarse voluntaria y consciente.

Con una comprensión de la intención emprendedora de los estudiantes de instituciones educativas de nivel medio de educación, podemos predecir mejor si van a incursionar en una acción emprendedora, lo cual podría llevar a la promoción de intenciones emprendedoras en estos estudiantes y el incremento de las posibilidades de que se involucren en nuevos emprendimientos.

Es importante destacar el rol de dos actores fundamentales en la formación de la intención emprendedora y el acompañamiento en el marco de los centros educativos, específicamente en el sistema educativo dominicano, ellos son el profesional de la orientación o la psicología escolar junto al maestro guía o tutor de clase, ya que estos tienen la oportunidad de orientar el proceso educativo de manera integral y por la naturaleza de su rol tienen alta incidencia en la orientación de los y las estudiantes.

La investigación desarrollada por Carlo (2017), planteó un estudio transcultural de la formación de la intención emprendedora entre la República Dominicana y España en estudiantes universitarios. Dicha tesis aportó evidencia de que algunos antecedentes de la intención emprendedora, como la norma subjetiva, tenían un mayor impacto en República Dominicana, pero no existe evidencia al respecto de la educación secundaria (Carlo, 2017).

Aggarwal y Shrivastava (2021), en una investigación realizada en la India, plantean que las intenciones emprendedoras o empresariales están formadas por un pensamiento holístico y analítico, que sustenta los comportamientos orientados hacia el establecimiento de metas, el reconocimiento de oportunidades y la creación de planes de negocios, que además dependen de los entornos internos y externos. Los resultados de su estudio revelan que la autoeficacia tiene la influencia más sustancial en las intenciones. El apoyo familiar y la conciencia global tienen un efecto significativo combinado en la autoeficacia, lo que se traduce aún más en un impacto significativo en las intenciones de los estudiantes de secundaria. El ambiente escolar tiene un efecto en la conciencia global, lo que a su vez tiene un efecto negativo en la disposición de los estudiantes a estudiar emprendimiento en la India.

Este este trabajo de investigación señala, que la intención de los estudiantes de estudiar emprendimiento es influenciada significativamente por datos demográficos como el apoyo familiar, el entorno escolar, género, entre otros. Sugieren que las escuelas y universidades deben proyectar una imagen positiva del espíritu empresarial como una opción de carrera para atraer a los estudiantes hacia cursos de emprendimiento (Aggarwal y Shrivastava, 2017).

En una investigación realizada por Da Fonseca et al. (2015), se plantea que la intención emprendedora es la cognición que orienta y guía la acción del que emprende con el fin de crear una empresa. La intención generalmente surge antes de presentarse la conducta y mientras más fuerte es la intención de poner en marcha una conducta, mayor es la probabilidad de su realización efectiva. Este factor en el modelo de la Teoría del Comportamiento Planificado (TPB; por sus siglas en inglés, Theory of Planned Behavior) se forma a partir de la actitud, norma subjetiva y autoeficacia emprendedora. En la literatura hispanohablante, este modelo ha sido llamado tanto Teoría del Comportamiento Planificado como Teoría del Comportamiento Planeado. En la presente tesis, se ha optado por la primera alternativa, considerándose ambas equivalentes.

Da Fonseca et al., (2016) reconoce que, aunque se han hecho críticas al modelo, la inserción de esta teoría al estudio de la conducta emprendedora ha permitido abordar el análisis de las intenciones de los emprendedores, condicionadas por el resultado que esperan obtener, las percepciones del entorno y la percepción que tenga el que emprende de su capacidad para controlar y conseguir los resultados de su acción emprendedora. A partir de este planteamiento es que se trata de predecir y explicar la conducta humana centrándose en la intención de la persona para actuar conforme a una conducta dada, a largo plazo, lo que, conjuntamente con la presencia de la incertidumbre,

con lo cual disminuye el control percibido por la persona sobre la situación, hace ideal su aplicación al proceso emprendedor.

Como bien refieren en su investigación Bravo et al., (2021) citando a Hoang et al., (2020), quienes encontraron que la educación en emprendimiento afecta positivamente a las intenciones emprendedoras y que esta relación está mediada por la orientación al aprendizaje y la autoeficacia. En Ecuador se han realizado diferentes estudios, entre ellos, el realizado por Vélez et al., (2020) donde afirman que la educación emprendedora por sí sola no tiene incidencia significativa sobre la intención emprendedora, sin embargo, permite mejorar competencias emprendedoras y potenciar algunas habilidades prácticas administrativas, el entendimiento de las actitudes, y los valores asociados al espíritu emprendedor (Bravo et al., 2021).

1.9 La actitud e intención emprendedora en República Dominicana.

Así mismo el Monitor Global de Emprendimiento (GEM), en su informe para República Dominicana (GEM, 2019), define Intención Emprendedora como el potencial de emprendimiento que es seguido por un propósito emprendedor, es decir, individuos que tienen intenciones reales, solas o en conjunto con otros, para iniciar un nuevo negocio en los próximos tres años.

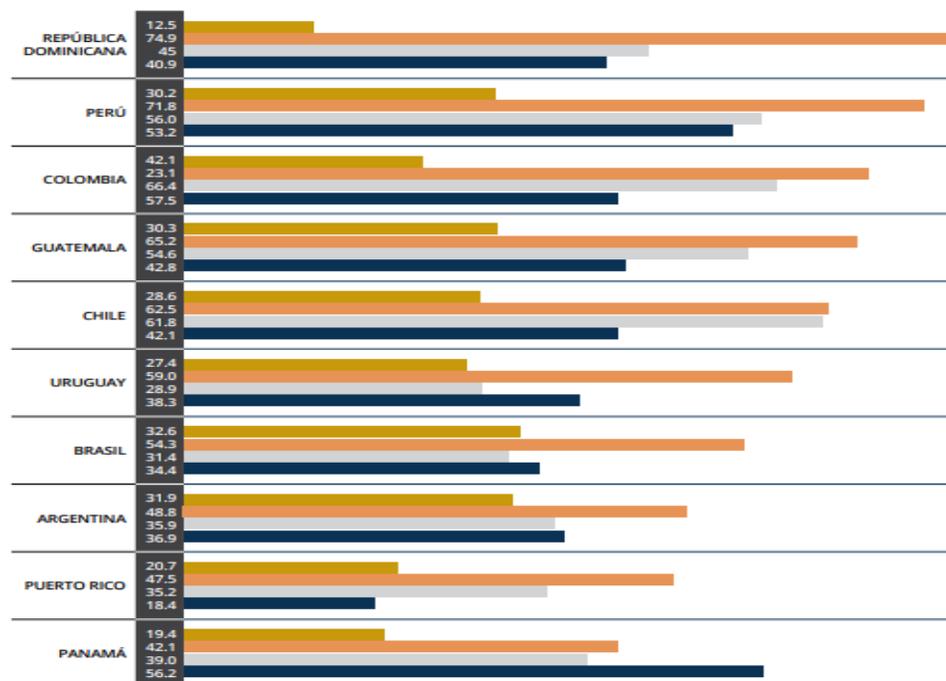
Según este informe entre 2007 y 2018, el nivel de intenciones emprendedoras de los dominicanos se incrementó del 34% al 53%. No obstante, el miedo al fracaso es cada vez menor (Ver Figurarara 6). Este comportamiento es relevante si se tiene en cuenta la reducción de las oportunidades para abrir negocios y el menor conocimiento de apertura de nuevas empresas (MICM , 2019).

El informe GEM (2018), sitúa la República Dominicana como uno de los países que promete en este campo, pues reúne las condiciones para desarrollar el emprendimiento, aunque también se reconoce las múltiples barreras que componen el entorno emprendedor, las cuales obstruyen esa capacidad para emprender (MICM, 2019).

Para ilustrar lo antes dicho, en la Figura 6, se observa a República Dominicana muy por encima de los demás países, en cuanto a la competencia para iniciar un negocio, además de evidenciar un porcentaje de miedo al fracaso muy bajo, lo que la hace, por ende, con condiciones favorables para el emprendimiento.

Esta tendencia se mantiene en la actualidad, pues en el informe GEM (2021) quedó claro que la población dominicana, no tienen miedo a emprender, ya que el 80% de la población adulta (de 18 a 64 años) expresó contar con las destrezas, capacidades e intenciones para comenzar una empresa, al tiempo que se mantuvo bajo el miedo al fracaso (38%), lo cual muestra el potencial, talentos y creatividad, que tiene República Dominicana para desarrollar proyectos vinculados al emprendimiento (MICM, 2022).

Figura 6. Percepción de oportunidades, competencias emprendedoras y miedo al fracaso, al iniciar un negocio en los países latinoamericanos participantes



Fuente: Tomado del informe *GEM 2018*, MICM, 2019.

En el mismo informe realizado en el 2021, se midió que entre el 2018 y 2021, el nivel de intenciones emprendedoras actuales, en ese momento para los dominicanos, fue de alrededor del 56%. En ese mismo periodo de 2018 al 2021 hubo un aumento de las intenciones para emprender en el futuro próximo (3 años) del 26% al 61%. Se podría suponer, que este aumento en la intención emprendedora, fue consecuencia de la pandemia, conducta que se ratifica con el aumento de la percepción de oportunidades para emprender en los siguientes 6 meses, afirmando un positivo potencial emprendedor e intenciones para comenzar negocios en República Dominicana (MICM, 2022).

1.10. Teoría del comportamiento planificado que explica la cultura y las intenciones emprendedoras

La Teoría del Comportamiento Planificado, conocido por sus siglas en inglés TPB (Theory of Planned Behavior), plantea que cuando una persona toma la iniciativa de emprender, es porque ya ha pasado por un proceso de análisis y reflexión que le lleva a tomar la decisión que cree correcta para alcanzar su meta. Este planteamiento es lo que justifica la elección del emprendimiento como carrera y lo considera como el tipo de comportamiento planificado para el cual los patrones de intención son idóneos (Krueger et al.,2000).

La TPB, desarrollada por Ajzen (1991), establece la premisa de que cualquier comportamiento requiere un cierto nivel de planificación y este puede ser pronosticado por la intención de adoptar dicho comportamiento. Esta teoría considera que la intención emprendedora consta de tres antecedentes: las actitudes hacia el emprendimiento, la norma subjetiva y el control comportamental percibido. Esta última variable ha sido sustituida por algunos autores por la autoeficacia emprendedora (Krueger et al., 2000; Moriano, 2005; Van Gelderen et al., 2008). Existe una estrecha relación entre las intenciones y la acción, siendo considerado el hecho de tomar la decisión para incursionar en la

creación de una nueva empresa, como un comportamiento planificado (Osorio y Roldan, 2015).

Carlo (2017) realizó un estudio transcultural de la formación de la intención emprendedora entre la República Dominicana y España en estudiantes universitarios. Concluyó que existe probabilidad de que algunos antecedentes de la intención emprendedora, como la norma subjetiva, tengan un mayor impacto en República Dominicana, pero no existe evidencia al respecto de secundaria. El estudio del comportamiento emprendedor es ideal para usar este tipo de modelo de intención, pues permite comprender cómo ocurren los procesos emprendedores. Estos modelos se basan en las características de las personas, tales como personalidad, edad, género entre otros.

En este contexto y siguiendo a Carlo (2017), aparece la intención emprendedora como mayor predictor del futuro comportamiento emprendedor. Esta variable suele conceptualizarse en el seno de la TPB. De acuerdo con esta teoría, la intención y el comportamiento están en función de tres determinantes básicos, uno de los cuales es personal, el otro refleja la influencia social y el último resuelve problemas de control, las cuales se pueden definir de la siguiente manera:

Las actitudes, las cuales son el juicio personal que un individuo hace sobre un comportamiento, si la evaluación es positiva, la intención aumenta. Esto incluye cosas como creencias conductuales, que son las creencias que tiene sobre las posibles consecuencias u otras características del comportamiento.

La norma subjetiva, o también denominada creencia normativa, se relacionan con las expectativas normativas del otro, es decir, qué esperan de él o de ella los grupos sociales a los que pertenece el sujeto.

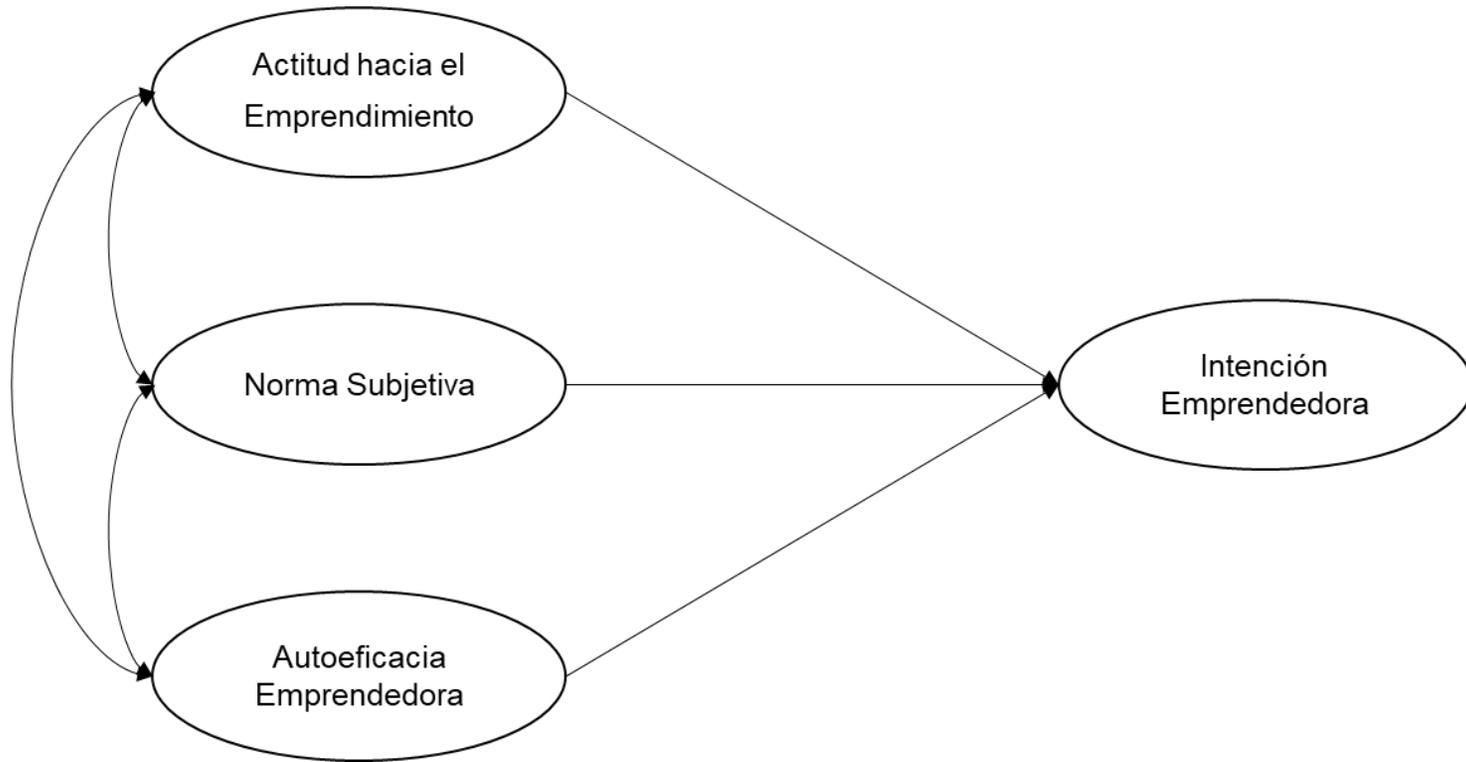
El control comportamental percibido, que se refiere a las creencias controladoras: incluyen la presencia de factores que pueden dificultar la realización del comportamiento.

De acuerdo a este enfoque, la intención está en función de las actitudes y dirigida al comportamiento o conducta, la norma subjetiva y el control percibido. Este modelo, tal y como se puede observar en la Figura 7, se diferencia de otros en el rol que tiene el contexto social (la norma subjetiva) sobre la intención para que se pueda llevar a cabo el comportamiento (Da Fonseca et al., 2016).

Sin embargo es importante aclarar que para fines de esta investigación no medimos control comportamental percibido, más bien lo hemos sustituido por la autoeficacia empresarial, ya que se pueden encontrar otros enfoques en la diversa literatura existente, en la que algunos autores (Rueda et al., 2018, Kumar y Das, 2019), citados por Martínez-Gregorio y Oliver (2022), proponen usar este modelo utilizando la autoeficacia empresarial, la cual es definida por Chen et al., (2019) como la confianza personal en la capacidad que se tiene para lograr las metas u objetivos empresariales (Martínez-Gregorio et al., 2021).

A continuación, en la siguiente figura 7 se muestra la representación de la Teoría del Comportamiento Planificado de Ajzen (1991) según la alternativa propuesta por Heuer y Liñan (2013).

Figura 7. Representación de la Teoría del Comportamiento Planificado



Fuente: Adaptación de la Teoría del Comportamiento Planificado según la alternativa propuesta por Heuer y Liñan (2013).

Es en este sentido que la TPB es una interesante teoría socio-cognitiva que se ha aplicado en diversos campos, por ejemplo, para estudiar y describir intenciones emprendedoras de los estudiantes en los Estados Unidos, Países Bajos, Noruega, Rusia, Finlandia, Suecia, Alemania, España y Taiwán, entre otros países.

De estos planteamientos se desprende, que la intencionalidad, así como la previsión, son características propias de los seres humanos, la intención representa la dirección de la acción futura, la cual influye en las elecciones de los individuos, al tiempo que dirige y mantiene el comportamiento. Existe una cantidad considerable de investigaciones en campos tan diversificados como el comportamiento relacionado con la salud, el comportamiento electoral, la actividad de ocio o la búsqueda de empleo, que han demostrado que la intención es un fuerte predictor del comportamiento (Moriani et al., 2011).

Heuer y Liñán (2013) plantean que, aunque la TPB se puede aplicar al espíritu empresarial, hay que considerar que los resultados del estudio sobre el papel que juega la construcción de la norma subjetiva, varían sustancialmente. En el estudio realizado por estos autores usando datos de nueve países que muestran diferencias muy marcadas en cuanto a su historia, cultura, economía y tamaño poblacional, investigaron dos temas cruciales responsables vinculados a los resultados contradictorios que se dieron en la investigación de la intención

empresadora, estos son: a) problemas de medición y b) posibles influencias indirectas entre los antecedentes motivacionales de la intención.

También Heuer y Liñán (2013) tomaron en cuenta el entorno cultural y macroeconómico y con relación a los métodos para medir la norma subjetiva sugirieron que el producto frecuente aplicado de creencias normativas y motivación no es la mejor opción en el caso de la conducta empresadora, argumentaron que la norma subjetiva refleja la percepción que tiene el individuo de los valores imperantes en su entorno, por lo que puede verse afectado por las características cultura predominante.

Estos autores señalan que una sola medida de norma subjetiva de varios elementos ofrece mejores resultados, ya que este tipo de medida mejora significativamente el rendimiento del componente de norma subjetiva. Adicionalmente, estos autores proponen que el pequeño impacto observado en algunos estudios previos de la norma subjetiva sobre la intención empresadora puede deberse a que no se trataría de un impacto directo.

Alternativamente, la norma subjetiva impactaría sobre los niveles de autoeficacia emprendedora y actitudes hacia el emprendimiento, y a través de estas, de manera indirecta, sobre la intención emprendedora (Heuer y Liñan, 2013). Consecuentemente, nos encontramos frente a una alterativa al modelo originalmente propuesto por Azjen (1991).

1.11. Cultura emprendedora

Liñan et al., (2020) define la cultura como el conjunto de creencias, valores y expectativas que distingue a una comunidad o grupo de personas, otros autores señalados por ellos, como Hayton et al., (2002) describen la cultura como una programación de la mente asumida por un colectivo, lo que caracteriza a los integrantes de un determinado grupo.

Aunque en sus análisis Liñan et al., (2020) enfatizan la percepción de la cultura a nivel individual, en lugar de tomar en cuenta los indicadores a nivel país, entendiendo que es muy difícil que los indicadores puedan predecir en qué medida los aspectos culturales conducen a ciertas personas a crear nuevas empresas, no dejan de reconocer que la cultura refuerza el espíritu empresarial siempre y cuando haga énfasis en los valores y comportamientos relacionados con el mismo.

Lo que sí estos autores dejan claro es que la cultura influye en la formación de las intenciones y la conducta emprendedora y dado que la cultura refuerza algunas características mientras penaliza a otros, es muy probable que algunas culturas puedan estar más encaminadas hacia el emprendimiento que otras (Liñan, et al., (2020).

Ya anteriormente Jaen et al., (2013) habían planteado que el concepto de cultura es considerado multidimensional y complejo por lo que se dificulta su medición, sin embargo, señalan que existe influencia entre algunos valores culturales y la promoción de la intención emprendedora de los habitantes de una región. La cultura permite la formación de esquemas de pensamiento coherentes con el contexto cultural de donde proviene la persona, condicionando o favoreciendo en mayor o menor medida la intención y el comportamiento emprendedor (Jaén et al., 2013).

Así mismo, autores como Caballero-García et al., (2019), señalan que la cultura emprendedora se crea a partir de la contribución inicial de la escuela y demás instituciones formativas, a través de un proceso integrado, que fomente una actitud favorable hacia ella, aumente la sensibilización hacia diferentes salidas técnicas y profesionales, así como propiciando para estos fines, el desarrollo de competencia empresarial, reconociendo que el emprendimiento es el primer acercamiento de los estudiantes al mundo empresarial y les prepara para la vida en sociedad, contribuyendo así, con su desarrollo personal, social y laboral.

1.11.1 Cultura emprendedora en República Dominicana

En el informe GEM (2021) de R.D., se hace una importante diferencia acerca de la cultura emprendedora de una región y los valores culturales y sociales que las personas suelen mostrar con relación al emprendimiento. En el caso de la cultura, esta se hace parte del entorno emprendedor, permitiendo que confluyan en ella condiciones que mejoran de manera significativa el inicio de nuevos negocios en determinada zona geográfica; mientras que, los valores sociales y culturales de los individuos del estudio realizado por el GEM 21, abarca las percepciones que se tienen acerca de lo interesante que puede resultar una carrera emprendedora, el estatus social que representa, así como la oportunidad que ofrece de exhibirse y hacer publicidad a través de los medios de comunicación (MICM, 2022).

En este estudio GEM (2021), se resaltan 5 factores, considerados externos, los cuales pueden influir en el desarrollo de la intención emprendedora. La figura 8, que se muestra más abajo, deja ver el comportamiento de estos factores, los cuales muestran los valores sociales y percepciones con relación a los emprendedores dominicanos, mostrando el emprendimiento como una elección de carrera deseable, donde también se observa un alto nivel en cuanto al estatus

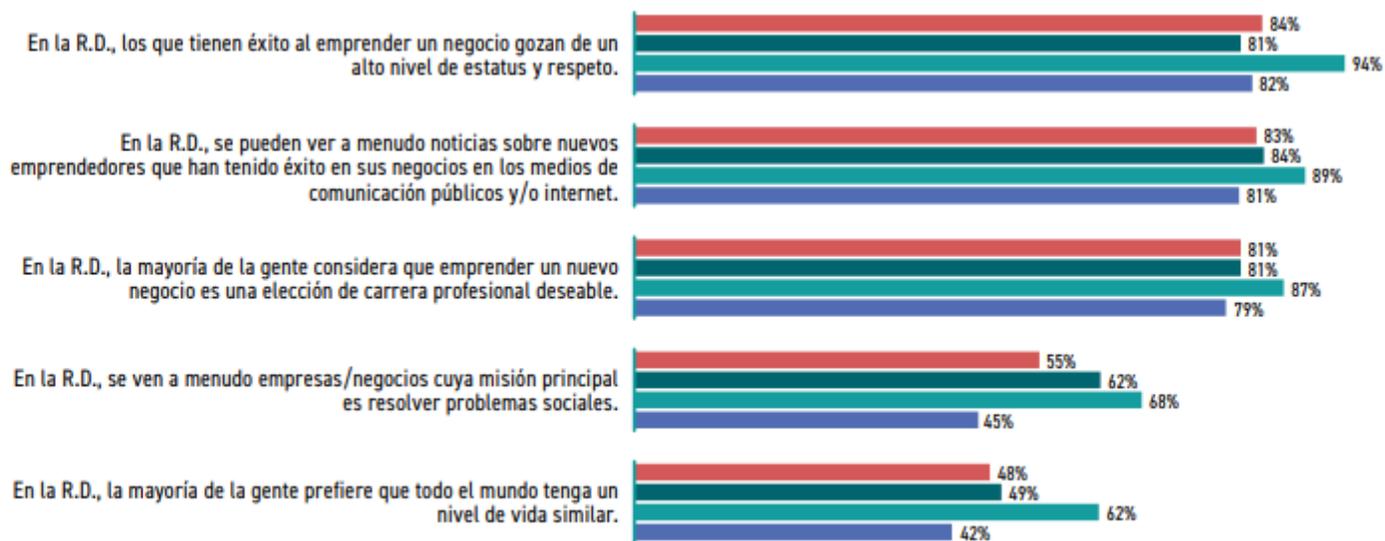
y respeto, que se percibe de un emprendedor exitoso. Así mismo, se aprecia la valoración que se tiene de las personas que desarrollan iniciativas emprendedoras exitosas en nuestro país, al tiempo que se resalta la visibilidad que le dan los medios de comunicación a los emprendedoras que logran el éxito y la visión que se tiene de que el emprendimiento puede ser una opción como carrera.

Así mismo en la Figura 8, se observa cómo se han ido desarrollado distintas creencias, de acuerdo a las diferentes macro regiones, siendo la macro región Suroeste, donde se encuentra la Regional 15 de Educación, en Santo Domingo, el territorio donde existen mayores indicadores de valores sociales hacia el emprendimiento.

Lo anterior se explica asumiendo que las grandes ciudades, en este caso la capital del país, suele ser el centro de las mayores cantidades de iniciativas enfocadas a abrir nuevas empresas, ya sea con el fin de satisfacer las demandas de la mayoría de la población concentrada en esta área, o para aprovechar las oportunidades que ofrece el entorno emprendedor de la gran ciudad (MICM, 2022).

Figura 8

Factores de los valores sociales en la República Dominicana asociados al emprendimiento por macro-región



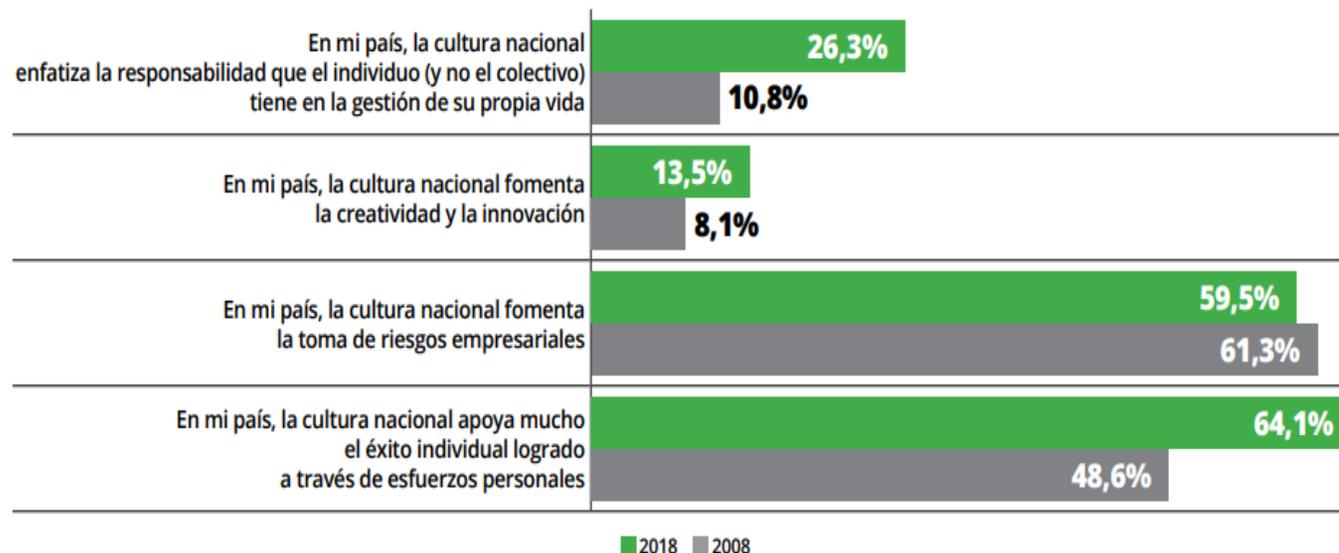
Fuente: Tomado del GEM 2021. (Ministerio de Industria y Comercio y MIPYMES de la República Dominicana - MICM, 2022)

Otro aspecto que llama la atención en el proceso de desarrollo de la cultura emprendedora en nuestro país, es la percepción que sobre la cultura nacional y el apoyo a los éxitos individuales, han tenido los expertos a través del tiempo.

En una encuesta realizada en el marco de GEM, 2018, dirigida a expertos en el ámbito de cultura emprendedora, en la que se hizo una comparación con los resultados de la misma encuesta en el 2008, se encontró que un porcentaje mayor al 60% de los encuestados señalaron la carencia de cultura nacional en favor de apoyar los éxitos individuales, dentro de los cuales se incluyó la toma de riesgos en la conducta emprendedora. Cabe destacar que la mayoría reconoció que se fomenta la creatividad y la innovación, así mismo se enfatizó en la responsabilidad individual que tiene cada quien en la gestión de su propia vida (MICM, 2019).

Estos resultados no fueron diferentes de los expresados en la medición del 2008, lo que dejó ver la poca evolución que ha tenido República Dominicana en la estimulación de los éxitos individuales y en el fomento de una cultura emprendedora. Veamos estos resultados más claramente representados en la Figura 9.

Figura 9. Porcentaje de expertos que contestaron falso o completamente falso ante la afirmación de cada condición de cultura para emprender.



Fuente: Tomado del GEM 2018.con base en la data NES 2008 Y 2018 (Ministerio de Industria y Comercio y MIPYMES de la República Dominicana - MICM, 2019)

1.11.2 La cultura emprendedora como una clave innovadora para el desarrollo del espíritu innovador

Para Varela y Bedoya (2006), citado por Hémbuz et al., (2020) se entiende el espíritu emprendedor como la disposición de unas competencias básicas en lo personal, incluyendo creencias, valores, formas de actuar y de reaccionar, así como también otras características que sustentan la cultura empresarial, como son la fuerza vital, la constancia, y el compromiso, el deseo de superación y de progresar, confiar en sí mismo, tener habilidad para identificar cuando hay una oportunidad que puede ser aprovechada para crear e innovar, ver hacia el futuro, arriesgarse al cambio, tener una predisposición mental positiva hacia el éxito, y perseverar para lograrlo, entre otras (Hémbuz et al., 2020).

Es importante destacar lo también señalado por Varela y Bedoya (2006), acerca de que el emprendimiento juvenil se viene considerando como una de las estrategias posibles para responder a la crisis de los jóvenes por encontrar un empleo decente y, por lo tanto, lograr su proacción hacia la construcción de oportunidades para generar empleo, reducir las altas tasas de desempleo juvenil y encontrar soluciones a las trayectorias educativo-laborales de los jóvenes a través de la creación de trabajos y empleos (Hémbuz et al., 2020).

Según los informes realizados en relación a otros países de América Latina, República Dominicana, posee un espíritu emprendedor mucho más alto. En las últimas décadas se ha impulsado de manera importante la promoción del emprendimiento desde los gobiernos que han pasado por República Dominicana (MICM, 2022).

Hasta aquí el marco relativo a contexto cultural dominicano y al papel que puede jugar el emprendimiento en los jóvenes. A continuación, abordaremos la vinculación del género con el emprendimiento.

1.12. Género y emprendimiento

Otro aspecto relevante cuando se estudian las variables asociadas al emprendimiento es el género. A pesar de la existencia de cierta controversia sobre las diferencias de género en la intención emprendedora Haus et al., (2013) y Coleman y Kariv (2014) encontraron mediante un proceso de análisis de diferentes estudios acerca del mismo tema, que podrían existir estas diferencias, aunque explican que las mismas podrían variar en función de las competencias por las que se cuestione al individuo (Coleman y Kariv, 2014).

Las mujeres parecen percibir más obstáculos en el entorno a la hora de emprender (Rico y Cabrer-Borrás, 2018). Esta percepción podría estar relacionada por cómo perciben la cultura de su región. Los estudios tradicionales muestran que las culturas más promotoras del emprendimiento son aquellas alineadas con los valores tradicionalmente masculinos (Mueller y Conway, 2013), de manera que al asociar el emprendimiento a los valores masculinos se espera que aquellas culturas que más lo promueven presenten estereotipos de género en mayor grado (Shneor y Jenssen, 2014).

De acuerdo a las investigaciones realizadas por Liñan et al., (2013), queda claro que los estereotipos de género siguen siendo un factor de incidencia negativa en la formación de la intención emprendedora en las mujeres.

En una investigación más reciente Liñan et al., (2020), plantean que el espíritu empresarial está íntimamente conectado con el estereotipo masculino caracterizado por rasgos tales como la toma de riesgos, necesidad de logro, la competitividad, la ambición y su papel tradicional como proveedor entre otros, mientras que las características típicas de las mujeres están vinculadas con el rol tradicional que la asume como ama de casa.

Liñan et al., (2020), igualmente reafirman el hecho de que los estereotipos afecta de manera negativa la intención emprendedora en las mujeres, y aunque estos varían de país en país, son los que a fin de cuenta establecen no solo cómo son los hombres y las mujeres sino también cómo se espera que sean y se comporten. Aunque se reconoce que la formación recibida de la familia y centros educativos, así como las influencias sociales favorece la adquisición de ciertos rasgos y formas de comportarse vinculadas al género, también se plantea que con frecuencia este comportamiento estereotipado lleva frecuentemente a la discriminación contra las mujeres y a crearle dificultades al iniciar un proyecto empresarial (Liñan et al., 2020).

Liñan et al., (2020) igualmente plantea que el espíritu empresarial está íntimamente conectado con el estereotipo masculino caracterizado por rasgos

tales como la toma de riesgos, necesidad de logro, la competitividad, la ambición y su papel tradicional como proveedor entre otros, mientras que las características típicas de las mujeres están vinculadas con el rol tradicional que la asume como ama de casa.

Plantean que los varones aprecian más que las mujeres la actividad de emprender como alternativa profesional y estarían más dispuestos a enfrentar condiciones de incertidumbre. Del mismo modo, los estudiantes que tienen algún familiar empresario, manifiestan mayor necesidad de aprobación y mayor control, lo que permite inferir que ven más fácil crear una empresa. Según estos autores, en otras investigaciones realizadas se encontró que no se observa diferencia por género en la intención de emprendimiento y que la misma se puede predecir a partir de la propensión al riesgo, el locus de control y las habilidades de liderazgo (Saavedra y Camarena, 2019).

Este planteamiento coincide con Fernández et al., (2011), citado igualmente por Saavedra y Camarena (2019), quienes comprobaron que variables como género y edad, tampoco se consideran influyentes en la toma de decisión vinculada a la creación de una empresa en los estudiantes universitarios de Cantabria. Asimismo, mencionan una investigación realizada en Perú por Loli et al., (2012), con estudiantes universitarios de Lima, en la que se encontró que

tampoco existe relación significativa entre la intención de emprendimiento y el género.

A través del emprendimiento se abre una oportunidad para disminuir las diferencias de género, subir la producción y contar con recursos humanos femeninos, sin que sea subutilizado. Según el Índice de Mujeres Emprendedoras realizado por MasterCard, entre los años 2014 a 2016, las mujeres aumentaron la cantidad de actividad emprendedora en un 10% y disminuido la brecha de género en esta área en un 5%, no obstante, el emprendimiento en el género femenino continúa siendo un desafío por sesgos de género persistentes en las estructuras laborales tradicionales. Esto así incluso hasta en regiones donde los indicadores de emprendimiento entre mujeres y hombres van casi a la par, como sucede en América Latina y el Caribe, en donde se hay 8 mujeres emprendedoras por cada 10 hombres, a diferencia de lo que sucede a nivel global que es de 7 a 10. (Gabinete de Coordinación de Políticas Sociales. Vicepresidencia de la República Dominicana, 2019).

El género también juega un papel en el estudio del impacto de educación empresarial. Matlay et al., (2010), citados por Aggarwal y Shrivastava (2017) observaron que mientras las estudiantes mujeres obtendrían una mejor comprensión de la educación emprendedora, los estudiantes varones se

beneficiarían significativamente de eso, también observaron que los estudiantes de pregrado están interesados en estudiar emprendimiento en Australia. Esto respalda la creencia de que los entornos regionales son confusos para la educación empresarial y la intención empresarial posterior (Aggarwal y Shrivastava, 2017).

Siguiendo el estudio de la CEPAL (2010), tenemos que reconocer que la realidad sigue siendo la misma 13 años después, a pesar del impulso que se ha tenido en este tema, pues tradicionalmente en nuestras culturas, el campo empresarial y la toma de decisiones financieras están en manos masculinas, en su mayoría, ellos han sido los fundadores y siguen reproduciendo las mismas relaciones de género que se dan en las sociedades donde se desarrollan.

Está claro que el aumento del porcentaje de mujeres emprendedoras, es ya un avance a nivel social y cultural, pero es importante seguir indagando a través de estudios sobre el género y el emprendimiento, de manera que se pueda minimizar o evitar la invisibilidad del género femenino, contradiciendo así la línea tendenciosa a favor de que los que emprenden son un grupo homogéneo (Da Fonseca et al., 2016).

Los diferentes estudios relacionados con la diversidad de género en términos de tasa de iniciativa empresarial evaluado por GEM (2021) a 43 países, expone que son más altas las tasas de iniciativa empresarial de los hombres a diferencias

de las mujeres, esto es ocasionado por la exclusión social, económica y la desigualdad. Es importante resaltar que el emprendimiento puede convertirse en un medio de inclusión económica para el género femenino, en especial aquellas que se encuentran en países en vías de desarrollo que son víctimas de la exclusión en los diferentes ámbitos (MICM, 2022).

En el caso dominicano, el Ministerio de Industria y Comercio y MIPYMES (2019), en el (GEM, 2018) recoge dentro de sus resultados que al tener en cuenta el género, en personas adultas, no se encuentran diferencias en el potencial de emprendimiento, como tampoco en la intención de emprendimiento. No existe información sobre que ocurre en adolescentes. Resulta de gran interés conocer si también se llega a estas conclusiones en la etapa de secundaria y en República Dominicana.

1.13. Objetivos e Hipótesis

1.13.1 Objetivos

El emprendimiento y sus diferentes variables son temas poco estudiados en la población estudiantil del nivel secundario en República Dominicana, por lo que nos mueve conocer más de cerca a los estudiantes y sus actitudes e intenciones emprendedoras, así como la cultura emprendedora que prevalece en nuestras comunidades y de la cual ellos se nutren.

Partiendo de las investigaciones y documentos consultados con relación al emprendimiento y las variables consideradas para la población estudiantil escogida, el objetivo general de esta tesis doctoral es el estudio de la formación de la intención emprendedora en estudiantes de educación secundaria en República Dominicana.

Este objetivo general se concreta en los siguientes objetivos específicos:

1. Aportar evidencia sobre el comportamiento psicométrico de los instrumentos de evaluación en el contexto específico de estudiantes de educación secundaria en República Dominicana.

2. Describir los resultados de los estudiantes de República Dominicana en una serie de variables relacionadas con la promoción del emprendimiento en etapas tempranas: actitudes emprendedoras, norma subjetiva, autoeficacia emprendedora, cultura regional emprendedora e intención emprendedora.
3. Poner a prueba el modelo original de la TPB en estudiantes de secundaria de República Dominicana, así como posibles modelos alternativos propuestos en la literatura.
4. Analizar cuál es la importancia del género y de la cultura de emprendimiento regional percibida en el ámbito del modelo TPB.

1.13.2 Hipótesis

H.1.- Existen diferencias de género entre las variables relacionadas con el emprendimiento, presentando las mujeres un menor resultado en todas ellas.

H.2.- Presentar un mayor resultado en las variables relacionadas con el emprendimiento se relaciona con un mayor grado de decisión acerca del futuro académico.

H.3.- Existe relación estadísticamente significativa y positiva entre las variables relacionadas con el emprendimiento consideradas: autoeficacia emprendedora, norma subjetiva, actitud hacia el emprendimiento, actitudes emprendedoras, intención emprendedora y cultura.

H.4.-Atendiendo la Teoría del Comportamiento Planificado, la actitud, la norma subjetiva y la autoeficacia emprendedora, constituyen antecedentes explicativos de la intención emprendedora de los estudiantes de secundaria.

H.4.- La norma subjetiva presenta una menor capacidad explicativa sobre la intención emprendedora y funciona como un antecedente de la actitud hacia el emprendimiento y autoeficacia emprendedora (Heuer y Liñán, 2013).

H.5.- La autoeficacia emprendedora y actitud hacia el emprendimiento se encuentran directamente relacionadas con la cultura, además de con la norma subjetiva.

H.6.- El modelo teórico propuesto donde la actitud hacia el emprendimiento y la autoeficacia emprendedora median en la relación entre la norma subjetiva y la cultura con la intención emprendedora, es invariante a través del género.

2. MÉTODO

2.1. Diseño, muestra y procedimiento

Para conocer la realidad actual del estudiantado de educación secundaria en la República Dominicana, con relación al tema del emprendimiento y sus diferentes variables, se plantea un estudio trasversal con una muestra representativa. Se desarrolló un muestreo probabilístico por conglomerados. Para fines de esta investigación se obtuvo la aprobación por parte del Comité de Ética de la Regional 15 de Santo Domingo.

La encuesta fue aplicada durante los meses de septiembre a noviembre 2021, a un total de 708 estudiantes de ambos ciclos del nivel secundario.

Los participantes pertenecen a 10 centros educativos de diferentes distritos de la Regional 15 de Santo Domingo, tanto de la modalidad Académica como de las modalidades Técnico Profesional y de Artes, en edades comprendidas entre 11 y 19 años, quienes cursaban el primer cuatrimestre del año escolar 2021-2022. Los 10 centros educativos se escogieron al azar de entre todos los centros educativos de las tres modalidades de la regional correspondiente. Se contactó al Director de la regional 15 y a la Coordinadora del área de Orientación y

Psicología, a quienes enviamos una comunicación formal, solicitando su apoyo para realizar esta investigación.

Conjuntamente con la coordinadora del área de Psicología se realizó la selección de los centros que participarían en la investigación, tras lo que se contactó a los directivos de los Centros Educativos, quienes autorizaron a que la Unidad de Orientación y Psicología nos apoyara en el proceso de levantamiento de la información.

A fin de coordinar el trabajo relativo al levantamiento de la información, se realizaron varios encuentros virtuales con el personal de Orientación y Psicología de todos los centros educativos seleccionados. Luego de presentarles la encuesta y sus objetivos, se les solicitó gestionar los permisos y consentimientos oportunos con las familias de los estudiantes. El protocolo se administró en el horario de clases, de manera online a través de la plataforma SurveyMonkey garantizándose la confidencialidad y el anonimato en las respuestas.

Cada centro desarrolló su propia estrategia para pasar las encuestas a los estudiantes, pues algunos centros estaban trabajando aún de manera virtual, debido a la pandemia de la Covid-19. Es importante señalar que los que estaban asistiendo de forma presencial, igualmente completaron la encuesta a través de los diferentes dispositivos con lo que contaban (móvil, Tablet u Ordenador).

Al inicio de la encuesta, los profesionales de la unidad de orientación y psicología informaron a los estudiantes que la participación en el estudio era totalmente anónima y voluntaria, pudiendo retractarse de su consentimiento en cualquier momento.

2.2. Participantes

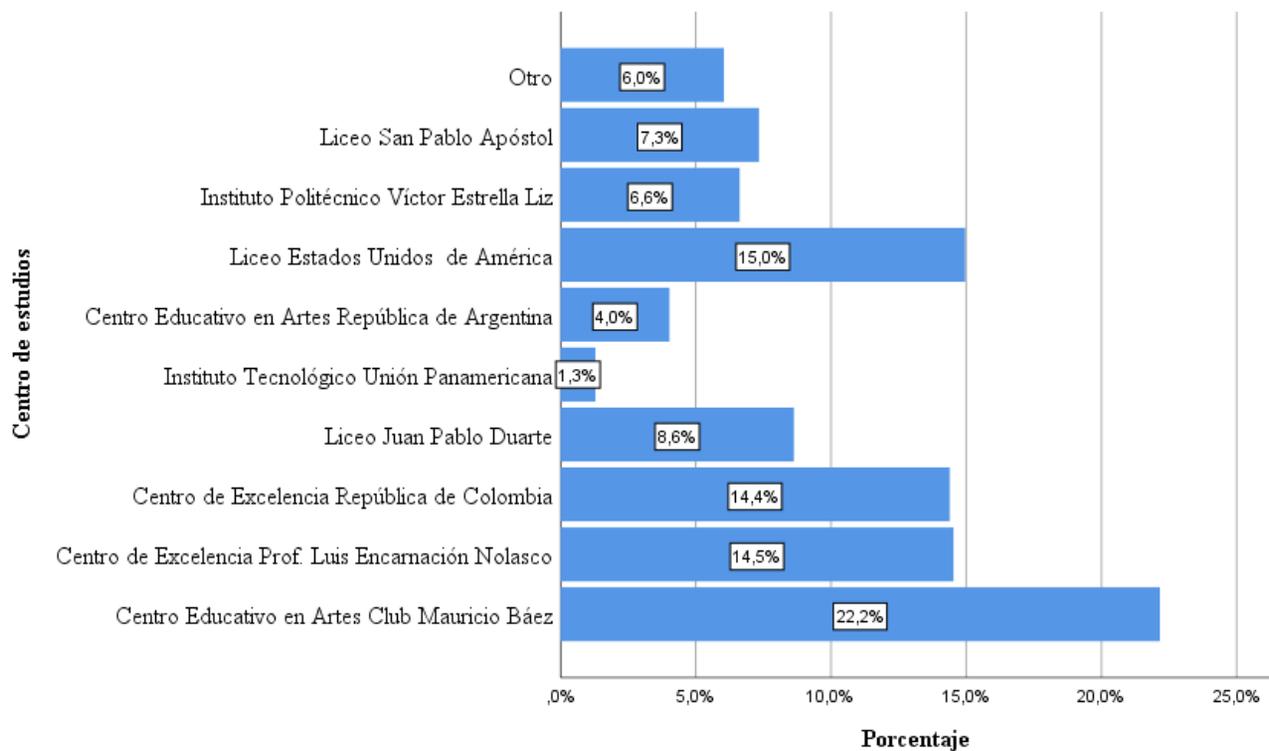
Género de los participantes

Un 65.2% corresponde al género femenino, un 34.3% al género masculino, 3 casos, un 0.4% eligieron la opción no binario y 6 participantes no contestaron esta información.

En cuanto a la distribución de la muestra en los distintos centros de estudios participantes, en la Figura 10 se puede apreciar la distribución según el caso.

Figura 10.

Distribución de la muestra en los distintos centros educativos participantes.



Participación de los estudiantes encuestados en actividades o formación sobre emprendimiento

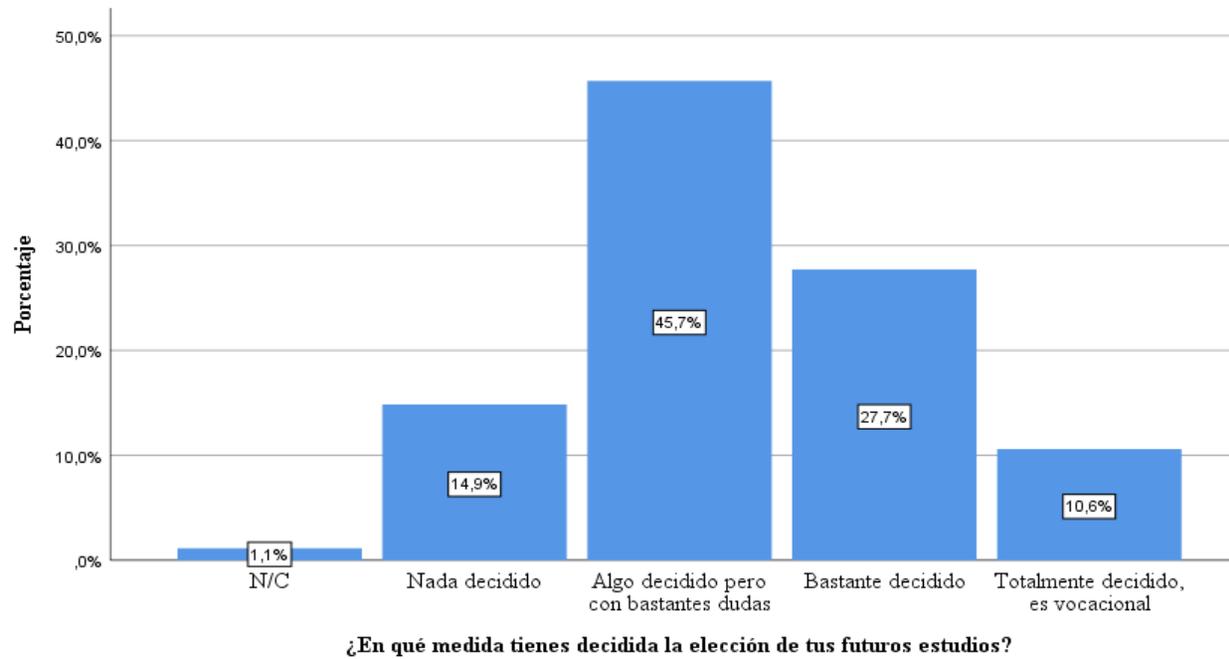
La mayoría de los participantes, un 88.7% nunca han participado en actividades ni formación en emprendimiento, mientras que un 11.3%, 80 estudiantes sí lo han hecho.

Decisión de los participantes sobre cómo van a continuar sus estudios

En lo que respecta a si ya han tomado la decisión de cómo van a continuar sus estudios, gran parte de la muestra, un 45.7% tienen algo decidido, pero aún bastantes dudas como se puede observar en la Figura 11. Además, la mayoría de los estudiantes, un 44.8%, tienen pensado escoger o ya han escogido la modalidad técnico profesional, un 26.3% académico y 26.6% artes, y un 4.2% de los casos no contestaron esta pregunta.

Figura 11.

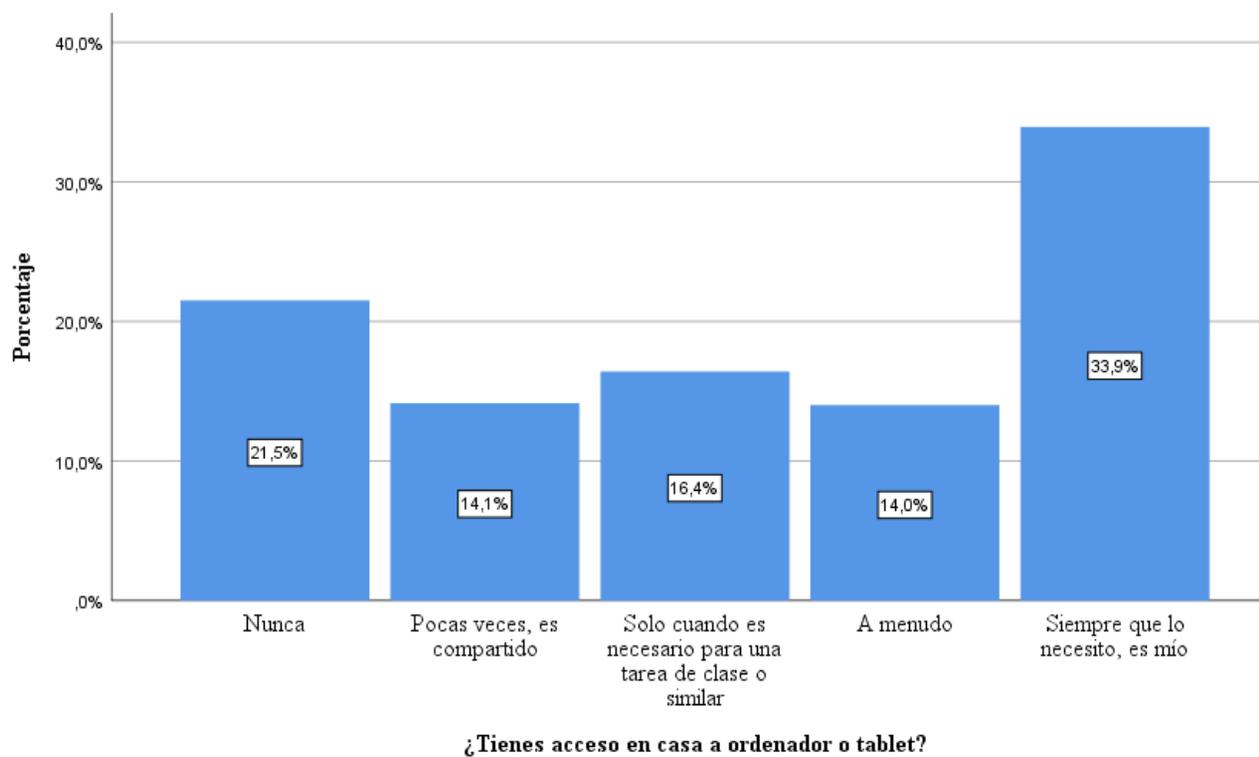
Respuesta de los participantes a la pregunta de en qué medida tiene decidida a elección de futuros estudios



Acceso de los estudiantes encuestados a medios tecnológicos para apoyar su formación.

También se recogió información acerca de si los participantes disponen de medios tecnológicos para apoyar su formación, la información de si tienen acceso a Tablet u ordenador se encuentra en la Figura 12. Como se puede observar, apenas un tercio de los participantes disponen de forma asidua de medios tecnológicos, pues únicamente un 33.9% disponen de ordenador o Tablet propios, un 16.4% puede disponer de estos medios cuando lo requiere para su formación y un 14.1% lo usa a menudo, aunque no sea “suyo” sino de uso familiar.

Figura 12. Acceso de los estudiantes encuestados a medios tecnológicos para apoyar su formación.



2.3. Instrumentos

La encuesta utilizada pasó adecuadamente una fase piloto previa a su aplicación, con el fin de garantizar su comprensión y la pertinencia de las preguntas con relación al contexto dominicano.

Junto con los sociodemográficos (edad, curso, centro y género), se recabó información sobre las decisiones acerca del futuro de los estudios y profesión de los participantes, en concreto, se les preguntó acerca del grado de decisión que tenían sobre su futuro académico, con una pregunta tipo Likert de 4 anclajes, siendo 1- “Nada decidido” y 4- “Totalmente decidido, es vocacional”. Así mismo, se les preguntó por la modalidad o rama de conocimiento que estaban cursando o iban a cursar cuando pudieran escoger, siendo las alternativas “Académica”, “Técnico-profesional” o “Artes”. Conjuntamente, se administraron una serie de instrumentos validados en la literatura, para medir las variables relacionadas con emprendimiento.

Como medida de la intención emprendedora se utilizó el EIQ (Entrepreneurial Intention Questionnaire) (Rueda et al., 2015), en su adaptación para estudiantes de educación secundaria (Martínez-Gregorio y Oliver, 2022). Este incluye las dimensiones de actitud emprendedora, norma subjetiva, autoeficacia académica e intención emprendedora. La escala de actitud

emprendedora se mide mediante dos bloques de seis ítems que posteriormente son combinados.

El primer bloque pregunta por los resultados esperados del emprendimiento (por ejemplo: “Crear una nueva empresa (ser emprendedor/a) para ti supondría... 1. Enfrentarme a nuevos retos”), el segundo bloque pregunta en qué medida esos resultados son deseables para la persona encuestada (por ejemplo, “Ahora debes señalar hasta qué punto son deseables para ti en tu vida en general... 1. Enfrentarme a nuevos retos”).

La medición de la norma subjetiva también es compuesta, con dos bloques de tres ítems. El primer bloque de ítems pregunta sobre el apoyo percibido (por ejemplo, “¿En qué grado se mostrarían de acuerdo si decides emprender y crear tu propia empresa? 1. Mi familia directa (padres y hermanos)”), el segundo bloque pregunta sobre la valoración que tiene la persona encuestada de ese apoyo (por ejemplo, “¿Y cómo valoras la opinión de estas personas al respecto? 1. Mi familia directa (padres y hermanos)”).

La dimensión de autoeficacia cuenta con un total de 9 ítems (por ejemplo, “1. Definir tu idea de negocio y la estrategia de tu empresa”). Por último, la

dimensión de intención emprendedora cuenta con un total de 5 ítems (por ejemplo, “¿Piensas que en el futuro crearás tu propio negocio?”).

Para estos análisis la consistencia interna de las dimensiones ha sido $\alpha = .87$, $\omega = .88$ para actitud emprendedora, $\alpha = .75$, $\omega = .76$ para norma subjetiva, $\alpha = .87$, $\omega = .88$ para autoeficacia y $\alpha = .77$, $\omega = .78$ para intención emprendedora.

Para medir las actitudes emprendedoras se utilizó el EASS (Entrepreneurial Attitudes Scale for Students) (Oliver y Galiana, 2015), que cuenta con un total de 18 ítems y mide las actitudes de proactividad (3 ítems), innovación (3 ítems), toma de riesgos (3 ítems), ética profesional (3 ítems), empatía (3 ítems) y autonomía (3 ítems). Se empleó una escala Likert de 5 anclajes, siendo 1- “Muy en desacuerdo” y 5- “Muy de acuerdo”. Un ejemplo de ítem de la dimensión de autonomía sería “Planear mis opciones futuras es una parte importante de mi formación”. Para esta muestra la consistencia interna de las dimensiones ha sido $\alpha = .73$, $\omega = .73$ para proactividad, $\alpha = .86$, $\omega = .86$ para innovación, $\alpha = .59$, $\omega = .61$ para toma de riesgos, $\alpha = .57$, $\omega = .59$ para ética profesional, $\alpha = .79$, $\omega = .79$ para empatía y $\alpha = .83$, $\omega = .83$ para autonomía.

Por último, como medida de la cultura de la región se empleó la Escala de cultura emprendedora regional percibida. Esta escala ha sido incluida en el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) y está originalmente desarrollada por McGrath

y MacMillan (1992). La versión adaptada al castellano cuenta con 5 ítems y se emplea en el propio GEM, así como en otras investigaciones (Liñán et al., 2020). La escala emplea un formato Likert de 5 anclajes, siendo 1- “Totalmente en desacuerdo” y 5- “Totalmente de acuerdo”. Un ejemplo de ítem sería “La cultura predominante en mi región 1. Enfatiza la autosuficiencia, autonomía e iniciativa personal”. La consistencia interna en esta muestra ha sido de $\alpha = .67$, $\omega = .68$.

2.4. Análisis estadístico

Se realizaron análisis descriptivos con el fin de caracterizar la muestra en términos de las variables sociodemográficas y también conocer su comportamiento en las variables clave consideradas. Para ello se usaron estadísticos de tendencia central y medidas de variabilidad en las variables cuantitativas, así como frecuencias y porcentajes en las categóricas. Con el objetivo de probar la relación entre las variables de investigación se estimó una matriz de correlaciones con sus valores de probabilidad y significación estadística asociados. Estos coeficientes de correlación pueden tomar valores entre -1 y +1, donde 0 indica que no hay asociación lineal o monótona, y valores más próximos al valor absoluto 1 indican que la relación se hace más fuerte.

También se obtuvieron medidas de asociación entre variables categóricas y sus medidas de tamaño del efecto asociadas. Para probar si había diferencias entre la variable género (femenino o masculino) y las variables de investigación y también si hay diferencias en función del grado de decisión en sus estudios dependiendo del grado en el que lo tienen decididos (nada/algo decidido o bastante/totalmente decidido).

Se utilizaron pruebas t para muestras independientes con un intervalo de confianza del 95%.

Se estimó la d de Cohen para determinar el tamaño del efecto de cualquier diferencia media significativa, para la interpretación de los tamaños de efecto se siguieron las indicaciones de Cohen: 0.20, 0.50 y 0.80 para los efectos pequeños, medianos y grandes respectivamente (Cohen, 1998).

Asimismo, se han llevado a cabo pruebas de análisis de varianza (ANOVA) para probar si las medias de las variables de investigación son diferentes en función de la modalidad de estudios elegida o que los participantes piensan elegir (académico, arte o técnico profesional). Con estas pruebas ANOVA, se pudieron comprobar las diferencias de medias entre grupos en cada una de las variables y mediante las pruebas a posteriori de comparación múltiple por pares se identificaron las similitudes y diferencias entre los grupos y, se estimaron los tamaños de los efectos con eta-cuadrado parcial. Para la interpretación de estos tamaños del efecto se siguieron las pautas de Cohen (1992): 0.02, 0.13 y 0.26 para efectos pequeños, medianos y grandes, respectivamente (Cohen, 1992).

Para el estudio de la dimensionalidad, dado que algunas medidas no han sido validadas previamente en el contexto de edad y cultural de República Dominicana que es donde se centra nuestra investigación, se realizaron Análisis Factoriales Confirmatorios (AFC) estimados en Mplus 8.7. Una vez conocida la estructura

factorial, se pasó a obtener medidas de fiabilidad correspondientes a esa arquitectura de variables. Para estimar la consistencia interna de la escala se utilizó el coeficiente alfa de Cronbach y el coeficiente omega (McDonald, 1999), pues supera las posibles deficiencias del alfa de Cronbach (Deng y Chan, 2017). En general para los propósitos de investigación se consideran adecuada una consistencia interna igual o superior a 0.7 (Nunnally, 1994).

En cuanto a la evaluación del ajuste de los modelos (ya fueran de AFC para estudiar la dimensionalidad de escalas o los modelos SEM para poner a prueba configuraciones explicativas acorde a los planteamientos teóricos) se realizó mediante los índices usualmente recomendados: el estadístico chi-cuadrado, el índice de ajuste comparativo (CFI), el error medio cuadrático de aproximación (RMSEA) y los residuales medios cuadráticos estandarizados (SRMR).

Se considera buen ajuste cuando el CFI es igual o mayor a 0.90 y el RMSEA/SRMR es igual o menor a 0.08, mientras que se considera un ajuste excelente cuando el CFI es de al menos 0.95 y el RMSEA/SRMR es igual o inferior a 0,05 (Hu y Bentler,1999). Se eligió como método de estimación WLSMV, el método preferido para compensar las desviaciones de la normalidad multivariante de los datos ordinales (Kline, 2016).

El uso de modelos de ecuaciones estructurales SEM abordó el estudio conjunto de las relaciones entre las dimensiones teóricas del modelo bajo la Teoría de acción razonada. El software utilizado para los análisis de la tesis fueron SPSS 26 y Mplus 8.7(Muthén y Muthén (1998 – 2021)).

3. RESULTADOS

3.1. Propiedades psicométricas de los instrumentos utilizados

En cuanto a las propiedades psicométricas de los instrumentos usados, los índices de ajuste de los datos a la estructura interna se encuentran resumidos en la Tabla 2.

Se puede observar que los índices de ajuste de la estructura interna de los instrumentos a los datos fueron en general adecuados, con un CFI superior a .90 y un SRMR y RMSEA iguales o inferiores a .08, siguiendo las recomendaciones de Hu y Bentler (1999).

Tabla 2.

Índices de ajuste de las estructuras internas de las escalas

	Cultura	Orientación Emprendimiento	Intención Emprendedora
χ^2	16.480	655.138	774.841
GI	5	120	224
<i>P</i>	<.001	<.001	<.001
CFI	.993	.963	.935
RMSEA	.048	.079	.058
0% CI	.024, .075	.073, .085	.054, .063
SRMR	.025	.035	.043

Por lo que respecta a la consistencia interna de las escalas y sus dimensiones en la muestra de esta investigación, en la Tabla 3, se muestran los coeficientes alfa de Cronbach y omega de McDonald.

Como se puede observar en la Tabla 3 que recoge los índices de fiabilidad, la consistencia interna de la mayoría de las escalas y dimensiones es buena o adecuada para los análisis planteados.

Tabla 3.

Consistencia interna de las escalas y dimensiones

	Alfa de Cronbach	Omega de McDonald
Cultura	0.675	0.683
Orientación Emprendimiento		
Proactividad	0.727	0.728
Ética Profesional	0.567	0.589
Empatía	0.785	0.789
Innovación	0.861	0.861
Autonomía	0.826	0.827
Toma de riesgos	0.595	0.607
Intención emprendedora		
Actitud	0.875	0.876
Norma subjetiva	0.758	0.753
Autoeficacia	0.875	0.876
Intención	0.771	0.779

3.2. Estadísticos descriptivos de las variables de investigación

Para una mejor comprensión de cómo han puntuado los participantes incluidos en la investigación en la Tabla 4 se resumen los estadísticos descriptivos de toda la muestra en conjunto para todas las variables incluidas en el estudio.

Tabla 4.

Estadísticos descriptivos de las variables de investigación

	M	DT	Min	Máx	Asimetría	Curtosis
Actitud emprendedora	4.42	1.52	0.14	7.00	-0.35	-0.44
Norma subjetiva	11.99	4.55	0.43	21.00	-0.02	-0.45
Autoeficacia emprendedora	5.46	1.20	1.00	7.00	-1.22	2.08
Intención emprendedora	5.77	1.43	1.00	7.00	-1.34	1.23
Proactividad	4.17	0.61	1.00	5.00	-1.07	3.56
Autonomía	4.26	0.63	1.00	5.00	-1.14	3.47
Innovación	4.21	0.69	1.00	5.00	-1.10	2.43
Toma de riesgos	3.93	0.68	1.00	5.00	-0.63	1.32
Empatía	4.26	0.67	1.00	5.00	-1.23	2.97
Ética profesional	3.81	0.69	1.00	5.00	-0.34	0.51
Cultura	3.66	0.64	1.00	5.00	-0.65	1.54

Se puede observar, para la muestra total, que las puntuaciones medias en todas las variables han estado bastante centradas, en cuanto a las dimensiones de orientación emprendedora destacan la empatía y autonomía por tener medias más elevadas.

En cuanto la variación en la distribución de las puntuaciones, se han obtenido puntuaciones diversas en todas las variables. También observando la asimetría, en general se puede apreciar para todas las variables puntuaciones cercanas a 0, lo que indica una distribución parecida a la normal, sólo las variables autoeficacia, intención, proactividad, autonomía, innovación y empatía presentan una asimetría negativa. En la curtosis, se pueden apreciar para las variables autoeficacia, proactividad, autonomía, innovación y empatía una elevación en su distribución comparada con la distribución normal.

También en las tablas 5 y 6 se han resumido los estadísticos descriptivos separados para mujeres y hombres.

Tabla 5.

Estadísticos descriptivos de las variables de investigación en Mujeres

	M	DT	Min	Máx	Asimetría	Curtosis
Actitud emprendedora	4.47	1.46	0.48	7.00	-0.30	-0.43
Norma subjetiva	11.66	4.52	0.86	21.00	0.02	-0.46
Autoeficacia emprendedora	5.49	1.19	1.00	7.00	-1.28	2.27
Intención emprendedora	5.90	1.33	1.00	7.00	-1.39	1.36
Proactividad	4.19	0.59	1.00	5.00	-1.09	3.79
Autonomía	4.30	0.59	1.00	5.00	-1.17	4.02
Innovación	4.25	0.66	1.00	5.00	-1.09	2.85
Toma de riesgos	3.95	0.65	1.00	5.00	-0.79	2.21
Empatía	4.34	0.64	1.00	5.00	-1.44	4.17
Ética profesional	3.79	0.68	1.33	5.00	-0.14	0.03
Cultura	3.66	0.62	1.25	5.00	-0.66	1.39

Tabla 6.

Estadísticos descriptivos de las variables de investigación en Hombres

	M	DT	Min	Máx	Asimetría	Curtosis
Actitud Emprendedora	4.32	1.63	0.14	7.00	-0.36	-0.53
Norma Subjetiva	12.53	4.59	0.43	21.00	-0.09	-0.40
Autoeficacia Emprendedora	5.37	1.25	1.00	7.00	-1.09	1.75
Intención Emprendedora	5.51	1.58	1.00	7.00	-1.19	0.74
Proactividad	4.13	0.64	1.00	5.00	-1.03	3.56
Autonomía	4.17	0.69	1.00	5.00	-1.06	2.69
Innovación	4.13	0.76	1.00	5.00	-1.06	1.84
Toma de riesgos	3.88	0.71	1.00	5.00	-0.37	0.21
Empatía	4.10	0.69	1.00	5.00	-0.93	1.90
Ética Profesional	3.82	0.72	1.00	5.00	-0.68	1.34
Cultura	3.64	0.69	1.00	5.00	-0.64	1.77

La muestra de mujeres se caracteriza por tener unos valores medios más altos en las dimensiones de orientación emprendedora de autonomía, empatía e innovación y en intención y autoeficacia emprendedora. Destaca el apuntamiento por las puntuaciones más altas de curtosis en autonomía, y empatía.

En la muestra de hombres, en cambio los valores medios en las dimensiones de orientación emprendedora han sido muy parecidos para todas las variables y destacan por tener medias más altas también la autoeficacia y la innovación emprendedoras. Las variables proactividad y autonomía han sido las que más curtosis o apuntamiento han presentado en sus distribuciones.

3.3. Diferencias de género en las variables de investigación

Para dar respuesta a si existen diferencias de género en las variables a investigar en estudiantes de secundaria de República Dominicana se llevaron a cabo las pruebas de comparación de medias independientes que se pueden observar en la Tabla 7.

Tabla 7.

Comparación de medias entre géneros en las variables de investigación

	Hombres		Mujeres		<i>t</i>	<i>d</i>
	M	DT	M	DT		
Actitud emprendedora	4.32	1.63	4.47	1.46	1.207	0.097
Norma subjetiva	12.53	4.59	11.66	4.52	-2.348*	0.190
Autoeficacia emprendedora	5.37	1.25	5.49	1.19	1.247	0.100
Intención emprendedora	5.51	1.58	5.90	1.33	3.462***	0.279
Proactividad	4.13	0.64	4.19	0.59	1.128	0.098
Autonomía	4.17	0.69	4.30	0.59	2.650**	0.211
Innovación	4.13	0.76	4.25	0.66	2.211*	0.176
Toma de riesgos	3.88	0.71	3.95	0.65	1.234	0.098
Empatía	4.10	0.69	4.34	0.64	4.568***	0.364
Ética profesional	3.82	0.72	3.79	0.68	-0.389	-0.031
Cultura	3.64	0.69	3.66	0.62	0.351	0.028

Nota: * $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$.

Como se puede observar, se encontraron diferencias estadísticamente significativas entre géneros en las variables norma subjetiva, intención emprendedora, autonomía, innovación y empatía. Para toma de riesgos el tamaño del efecto de las diferencias ha sido pequeño, $d=0.19$ con una media mayor para los hombres, para la variable intención emprendedora el tamaño del efecto ha sido medio, $d=0.28$, con una media mayor para las mujeres.

Para la variable autonomía el tamaño del efecto ha sido medio $d=0.21$ con mayores puntuaciones para las mujeres, en innovación el tamaño del efecto ha sido pequeño, $d=0.18$ con puntuaciones mayores para el grupo de mujeres y por último en la variable empatía el tamaño del efecto de las diferencias ha sido medio $d=0.36$.

3.4. Diferencias entre el grado en el que tienen decididos sus estudios y las variables de investigación

Para conocer si existen diferencias en los estudiantes en función del grado en el que tienen decidido cómo van a proseguir sus estudios, se han comparado las medias de los grupos que no lo tienen muy decidido (aquellos que marcaron nada decidido y algo decidido, pero con bastantes dudas) y los que sí lo tienen decidido (aquellos que contestaron bastante decidido y totalmente decidido) en todas las variables de investigación. Los resultados de las comparaciones entre grupos se pueden observar en la Tabla 8.

Se han encontrado diferencias estadísticamente significativas para todas las variables incluidas en la investigación, en todos los casos el grupo que tiene sus estudios bastante o totalmente decididos ha presentado unas medias mayores que el grupo que no lo tiene nada decidido o tiene algo decidido pero bastantes dudas. Para todas las variables el tamaño del efecto de las diferencias ha sido mediano, ya que la *d* de Cohen ha presentado valores mayores a 0.20.

Tabla 8.

Comparación de medias en función del grado de decisión en sus estudios

	Nada/Algo	Bastante/Totalmente	<i>T</i>	<i>d</i>
Actitud	4.23 (1.47)	4.74 (1.54)	4.38***	0.342
Norma subjetiva	11.38 (4.46)	12.93 (4.55)	4.350**	0.219
Autoeficacia	5.35 (1.21)	5.62 (1.19)	2.792**	0.219
Intención	5.59 (1.51)	6.04 (1.28)	3.972***	0.312
Proactividad	4.10 (0.61)	4.28 (0.59)	3.847***	0.299
Autonomía	4.19 (0.65)	4.38 (0.58)	3.798***	0.295
Innovación	4.11 (0.73)	4.38 (0.60)	5.175***	0.402
Toma de riesgos	3.86 (0.67)	4.05 (0.67)	3.603***	0.280
Empatía	4.19 (0.68)	4.37 (0.63)	3.411***	0.265
Ética profesional	3.71 (0.69)	3.95 (0.66)	4.639***	0.360
Cultura	3.59 (0.65)	3.73 (0.62)	2.797**	0.217

Nota: ** $p < .01$; *** $p < .001$.

3.5. Diferencias entre las modalidades de estudio y las variables de investigación

Las posibles diferencias entre las medias en función de la modalidad escogida o que los participantes tienen pensado escoger en el futuro se resumen en la Tabla 9.

Tabla 9.

Comparación de medias entre modalidades en las variables de investigación

	Académica	Artes	Técnico	F	η²
Actitud emprendedora	4.58 (1.35)	4.30 (1.52)	4.45 (1.59)	1.589	0.005
Norma subjetiva	11.94 (4.27)	12.12 (4.79)	12.10 (4.52)	0.086	0.000
Autoeficacia emprendedora	5.66 (0.96)	5.25 (1.38)	5.50 (1.18)	5.693**	0.017
Intención emprendedora	5.89 (1.33)	5.54 (1.57)	5.84 (1.39)	3.395*	0.010
Proactividad	4.14 (0.59)	4.13 (0.65)	4.22 (0.59)	1.626	0.005
Autonomía	4.28 (0.58)	4.24 (0.68)	4.28 (0.63)	0.384	0.001
Innovación	4.25 (0.69)	4.18 (0.73)	4.22 (0.67)	0.412	0.001
Toma de riesgos	3.96 (0.66)	3.91 (0.65)	3.92 (0.70)	0.290	0.000
Empatía	4.29 (0.65)	4.23 (0.71)	4.27 (0.65)	0.485	0.001
Ética profesional	3.83 (0.71)	3.78 (0.68)	3.83 (0.69)	0.290	0.000
Cultura	3.56 (0.68)	3.68 (0.64)	3.71 (0.61)	3.664*	0.011

*Nota: *p < .05; **p < .01; ***p < .001.*

Las diferencias entre grupos de las distintas modalidades de estudio han sido estadísticamente significativas para las variables autoeficacia emprendedora, intención emprendedora y cultura, aunque para todas las variables los tamaños del efecto han sido pequeños y prácticamente iguales entre sí, $\eta^2 = 0.017$, $\eta^2 = 0.010$ y $\eta^2 = 0.011$.

En las pruebas de comparaciones por pares a posteriori se ha comprobado que las diferencias estadísticamente significativas ($p < .05$) en autoeficacia e intención emprendedoras se encuentran sólo entre los grupos de estudio de artes y académicos, donde son los que han elegido o tienen pensado proseguir su estudio en la modalidad académica los que presentan unas mayores puntuaciones. Por otro lado, las diferencias en las comparaciones a posteriori para cultura han mostrado que las diferencias estadísticamente significativas se encuentran entre los grupos académico y técnico profesional ($p = .022$), y que las medias en cultura son mayores para los de la rama técnica.

3.6. Relación entre las variables incluidas en la investigación

Para conocer las relaciones de las variables incluidas en la investigación se llevaron a cabo correlaciones bivariadas que se resumen en la Tabla 10.

Tabla 10.

Correlaciones de las variables incluidas en los modelos

	AE	NS	AE	IE	Pro	Auto	Inno	TR	Em	EP
Actitud (AE)	1									
Norma Subjetiva (NS)	.44	1								
Autoeficacia (AE)	.55	.27	1							
Intención (IE)	.43	.14	.48	1						
Proactividad (Pro)	.41	.27	.31	.19	1					
Autonomía (Auto)	.49	.24	.39	.26	.61	1				
Innovación (Inno)	.48	.23	.36	.36	.59	.72	1			
Toma de riesgos (TR)	.37	.20	.28	.15	.44	.51	.51	1		
Empatía (Em)	.39	.26	.28	.20	.58	.57	.61	.42	1	
Ética Profesional (EP)	.41	.26	.30	.21	.54	.51	.48	.49	.43	1
Cultura	.19	.23	.16	.13	.24	.23	.25	.20	.24	.17

Nota: Todos los efectos son estadísticamente significativos $**p < .01$.

Se observó una relación estadísticamente significativa y positiva entre todas las variables incluidas. Se encontró una relación especialmente fuerte entre las variables innovación y autonomía $r = .72$, entre autonomía y proactividad $r = .61$ y entre empatía e innovación $r = .61$. También se analizaron las posibles relaciones entre las variables de investigación y la edad, que se pueden observar en la Tabla 11.

La edad sólo ha presentado una relación estadísticamente significativa con la norma subjetiva $r = -.10$, esta relación es negativa o inversa, por lo que una mayor edad se relacionaría con menores puntuaciones en la variable norma subjetiva para esta muestra.

Tabla 11.

Correlaciones entre las variables de investigación y la edad

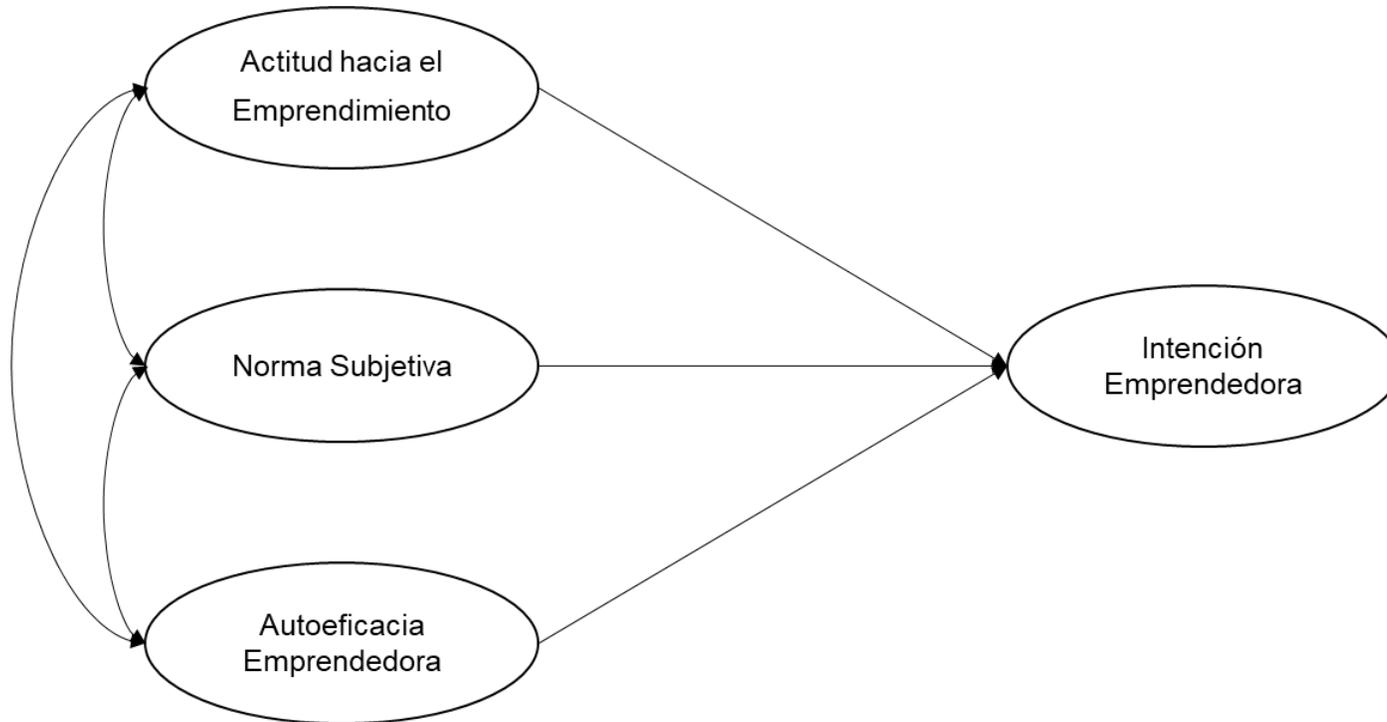
	Edad
Actitud	-.07
Norma subjetiva	-.10**
Autoeficacia	-.05
Intención	-.02
Proactividad	.05
Autonomía	-.04
Innovación	-.01
Toma de riesgos	-.02
Empatía	-.01
Ética profesional	-.01
Cultura	-.05

3.7. Modelos de ecuaciones estructurales

Para dar respuesta al objetivo de la tesis de entender cómo se desarrolla la intención emprendedora en estudiantes de secundaria de República Dominicana, se probaron una serie de modelos con respaldo en la literatura previa basados en la Teoría del Comportamiento Planificado (Azjen, 1991). Por ello, en primer lugar, se probó el modelo original de la Teoría del Comportamiento Planificado, propuesto por Azjen (1991). Dicho modelo contempla que la intención emprendedora presenta tres tipos de antecedentes: la actitud hacia el emprendimiento, norma subjetiva y autoeficacia emprendedora. Una representación del modelo se muestra en la Figura 13.

Figura 13.

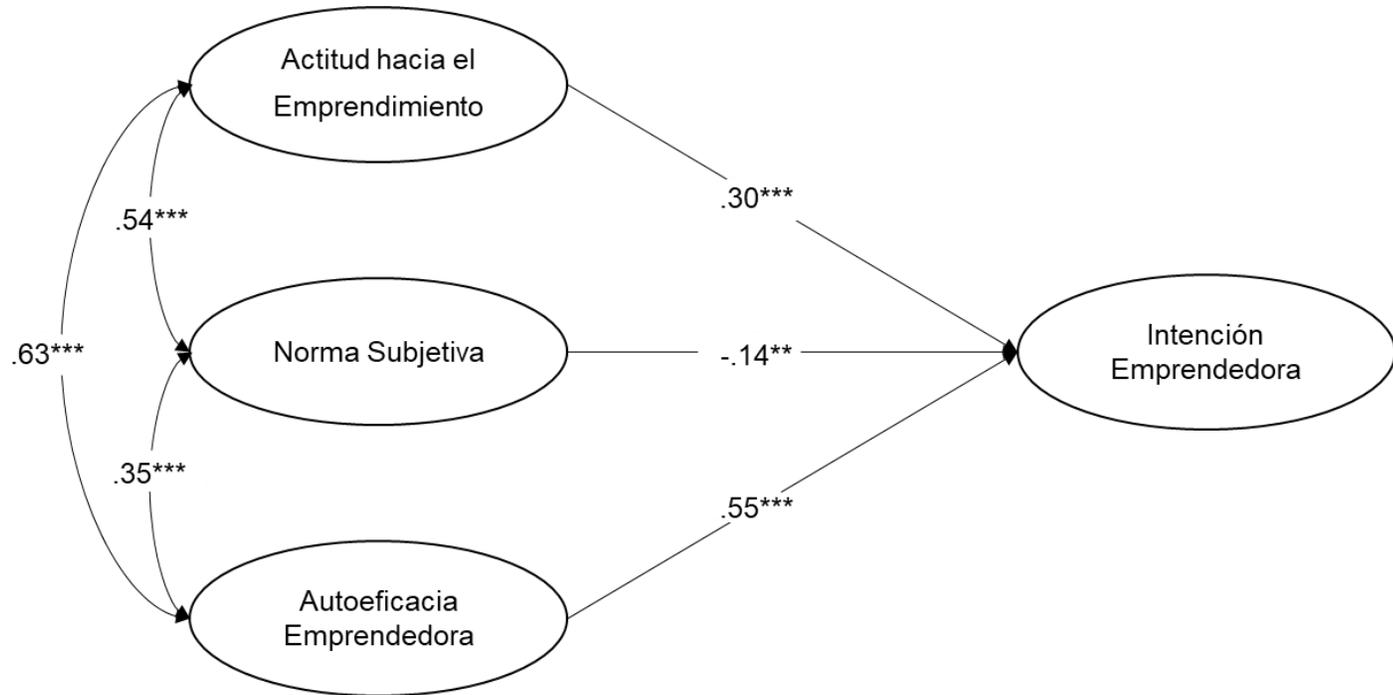
Teoría del Comportamiento Planificado (con autoeficacia)



Este modelo presentó un buen ajuste a los datos: $\chi^2(224) = 748.084$, $p < .001$, CFI=.937, RMSEA=.058 IC95% [.053, .062], SRMR=.040. La Figura 14 muestra los coeficientes estructurales obtenidos. Aunque todos los antecedentes mostraron un impacto estadísticamente significativo sobre la intención emprendedora, la norma subjetiva mostró un impacto negativo, contrario al predicho por la teoría. El predictor con un mayor impacto fue la autoeficacia emprendedora, con un coeficiente de .55 ($p < .001$). Las correlaciones entre los antecedentes fueron todas positivas y estadísticamente significativas.

Figura 14.

Resultados Teoría del Comportamiento Planificado



Nota: $***p<.001$; $**p<.01$; ns=No significativo

Las saturaciones factoriales de los ítems que conforman los factores se muestran en la Tabla 12, por claridad. Todas ellas fueron estadísticamente significativas ($p < .001$) y oscilaron entre .28 y .89.

Tabla 12.

Saturaciones factoriales ítems Teoría del Comportamiento Planificado

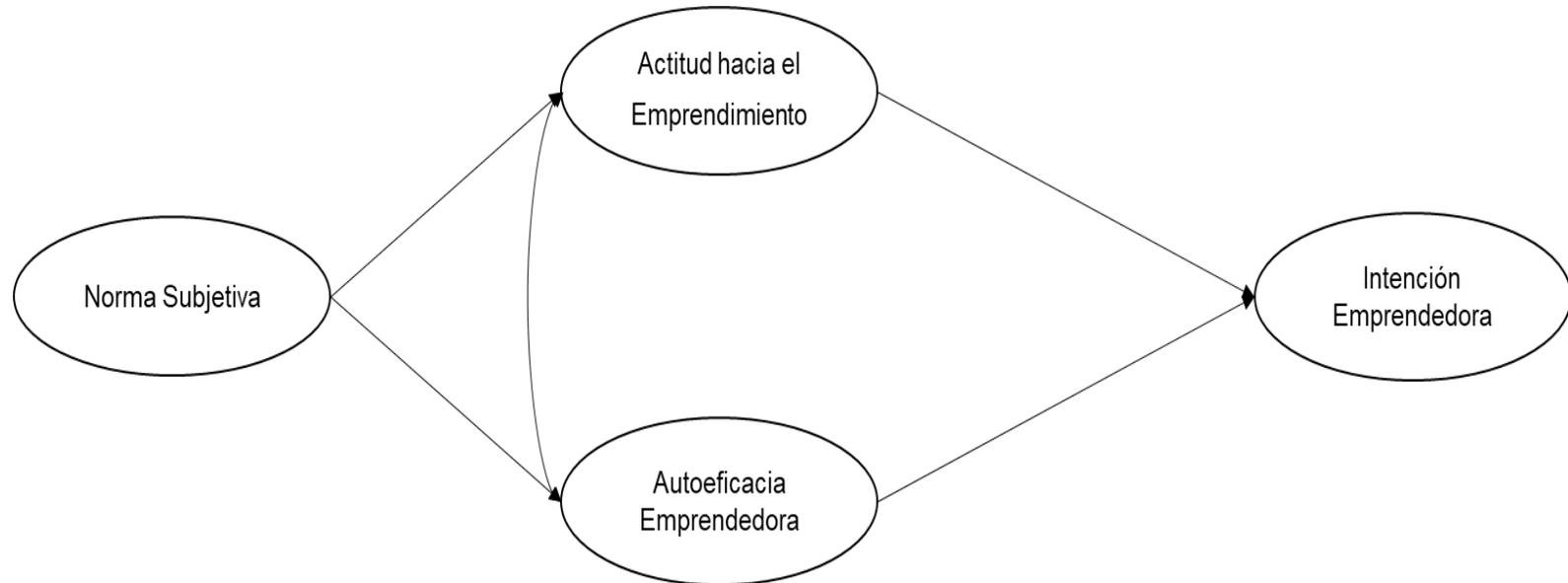
Ítem	Actitud hacia el Emprendimiento	Norma Subjetiva	Autoeficacia Emprendedora	Intención Emprendedora
1	.791	.802	.848	.769
2	.708	.589	.877	.889
3	.731	.707	.824	.718
4	.649		.277	.685
5	.724		.802	.735
6	.788		.727	
7			.646	
8			.812	
9			.768	

Nota: Todas las saturaciones factoriales fueron estadísticamente significativas $p < .001$.

A continuación, se probó la adecuación de la adaptación de la Teoría del Comportamiento Planificado propuesta por Heuer y Liñan (2013). Este modelo teórico puede observarse en la Figura 15. En concreto, los autores proponen que la norma subjetiva como antecedente de la intención emprendedora no se encontraría al mismo nivel que el resto de antecedentes, sino que la autoeficacia emprendedora y la actitud hacia el emprendimiento actuarían como mediadores de ésta.

Figura 15.

Adaptación del Modelo del Comportamiento Planificado propuesta por Heuer y Liñan (2013)

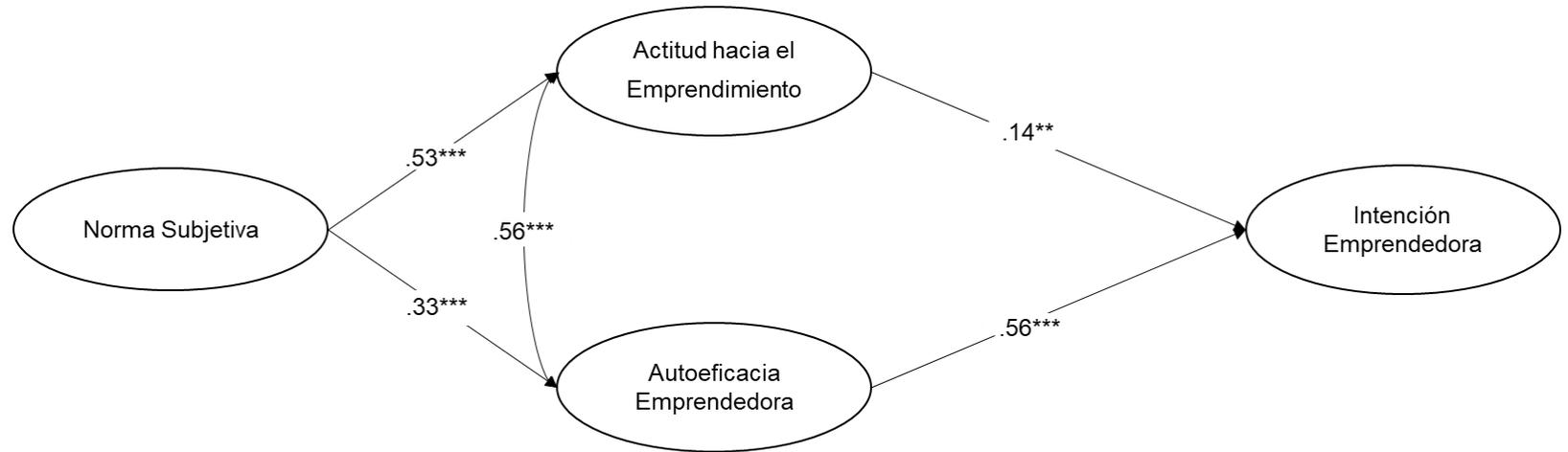


Cuando se probó el ajuste del modelo en los datos recogidos se obtuvo un buen resultado: $\chi^2(225) = 753.384$, $p < .001$, CFI=.937, RMSEA=.058 IC95% [.053, .062], SRMR=.041. Así mismo, el ajuste analítico del modelo fue bueno con todas las relaciones incluidas en él siendo estadísticamente significativas. La Figura 16 representa los resultados obtenidos para el modelo. Como puede observarse en ella, la norma subjetiva tiene un impacto elevado tanto en la actitud hacia el emprendimiento como hacia la autoeficacia emprendedora, siendo en el caso de la actitud hacia el emprendimiento superior a .50 ($p < .001$).

El modelo también evidencia la correlación positiva entre la actitud hacia el emprendimiento y la autoeficacia emprendedora, siendo esta también elevada ($\beta = .56$, $p < .001$). Por último, el modelo muestra que el mayor predictor de la intención emprendedora sería la autoeficacia emprendedora. La norma subjetiva presenta un efecto indirecto sobre la intención emprendedora positivo y estadísticamente significativo ($\beta = .14$, $p < .001$). Conjuntamente, el modelo explica un 44% de la varianza de la intención emprendedora.

Figura 16.

Resultados Modelo propuesto por Heuer y Liñan



Por una cuestión de claridad la Figura 16, no incluye las saturaciones factoriales de los ítems incluidos en el modelo. Dichas saturaciones factoriales fueron todas estadísticamente significativas y superiores a .3. Las saturaciones factoriales de los ítems incluidos en la formación de cada factor se encuentran recogidas en la Tabla 13. Este segundo modelo se considera más parsimonioso que el anterior al tener un grado de libertad más sin empeorar su ajuste, por lo que se considera superior al original planteado por Azjen (1991).

Tabla 13.

Saturaciones factoriales ítems modelo Heuer y Liñán

Ítem	Norma Subjetiva	Actitud hacia el Emprendimiento	Autoeficacia Emprendedora	Intención Emprendedora
1	.801	.795	.848	.769
2	.587	.711	.877	.888
3	.709	.735	.824	.718
4		.652	.277	.686
5		.728	.802	.736
6		.791	.727	
7			.646	
8			.812	
9			.768	

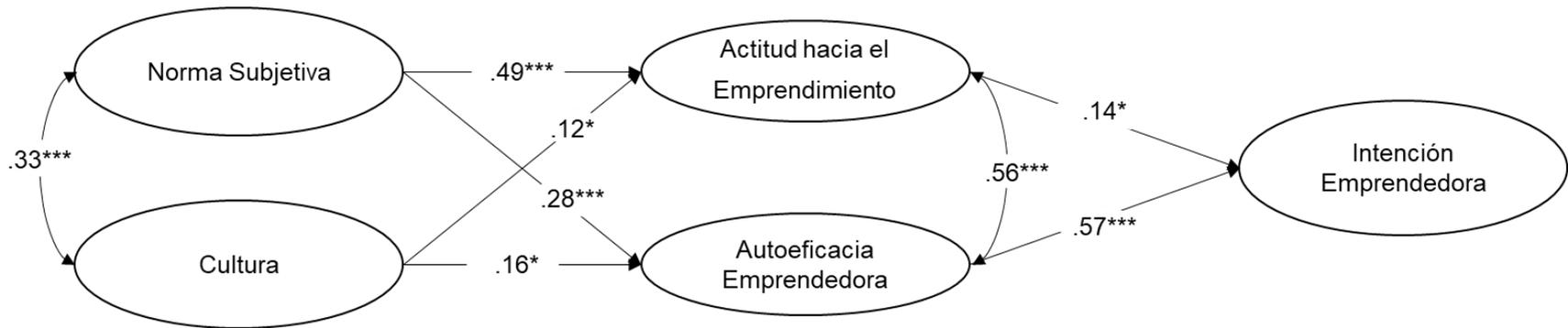
Nota: Todas las saturaciones factoriales fueron estadísticamente significativas $p < .001$.

Una vez probada la robustez del segundo modelo, se planteó un modelo alternativo incluyendo la cultura como otro antecedente relevante de la intención emprendedora. Este antecedente se considera relacionado con la norma subjetiva al entenderse como otra forma de apoyo percibido a un nivel diferente. Consecuentemente, se hipotetizó que podría incluirse en el modelo al mismo nivel que la norma subjetiva. El modelo probado se encuentra representado en la Figura 17.

El ajuste del modelo ampliado a los datos fue adecuado y superior a los modelos planteados previamente: $\chi^2(342) = 821.231$, $p < .001$, CFI=.950, RMSEA=.044 IC95% [.041, .048], SRMR=.042. Los resultados obtenidos se encuentran reflejados en la Figura 17. Nuevamente, por claridad, las saturaciones factoriales se encuentran recogidas en la Tabla 14. Como se puede observar en la Figura 18, la cultura presenta un impacto estadísticamente significativo sobre la actitud hacia el emprendimiento ($\beta=.12$, $p < .05$) y la autoeficacia emprendedora ($\beta=.16$, $p < .05$), aunque en ninguno de los casos llega al .20.

Así mismo, la cultura presenta una correlación estadísticamente significativa y moderada con la norma Subjetiva ($\beta=.33$, $p < .05$). Tanto la cultura como la norma subjetiva presentan efectos indirectos positivos y estadísticamente significativos sobre la intención emprendedora ($\beta=.12$, $p < .01$ y $\beta=.12$, $p < .001$, respectivamente). El modelo explica un 44% de la varianza de la intención emprendedora.

Figura 18. Modelo modificado



Nota: $***p < .001$; $**p < .01$

Tabla 14

Saturaciones factoriales ítems modelo Heuer y Liñán y Cultura

Ítem	Norma Subjetiva	Cultura	Actitud hacia el Emprendimiento	Autoeficacia Emprendedora	Intención Emprendedora
1	.781	.694	.794	.850	.767
2	.598	.686	.704	.876	.885
3	.723	.441	.738	.825	.720
4		.711	.652	.270	.689
5		.521	.736	.802	.739
6			.785	.727	
7				.642	
8				.812	
9				.768	

Nota: Todas las saturaciones factoriales fueron estadísticamente significativas $p < .001$.

3.8. Invarianza de Género

Continuando con las hipótesis de la tesis, se probó la invarianza de género con el modelo que incluía la cultura para probar si el efecto de está difería a través del género, considerando este de manera binaria (hombre-mujer). Nuestra muestra incluía 4 estudiantes considerados a sí mismos como “Otro”, estos casos no fueron considerados en el análisis de invarianza. El ajuste de los diferentes modelos probados en la rutina de invarianza se encuentra recogido en la Tabla 16.

Para comenzar se probó el ajuste del modelo solo con la muestra de mujeres. Como se puede ver en la Tabla 15. El ajuste fue adecuado. Los resultados del modelo se encuentran plasmados en la Figura 19. El ajuste presentó un CFI de .955, .005 superior al presentado con la muestra general. Los coeficientes estructurales del modelo parecen similares, pese a que la cultura no presenta un impacto estadísticamente significativo sobre la autoeficacia emprendedora en la muestra.

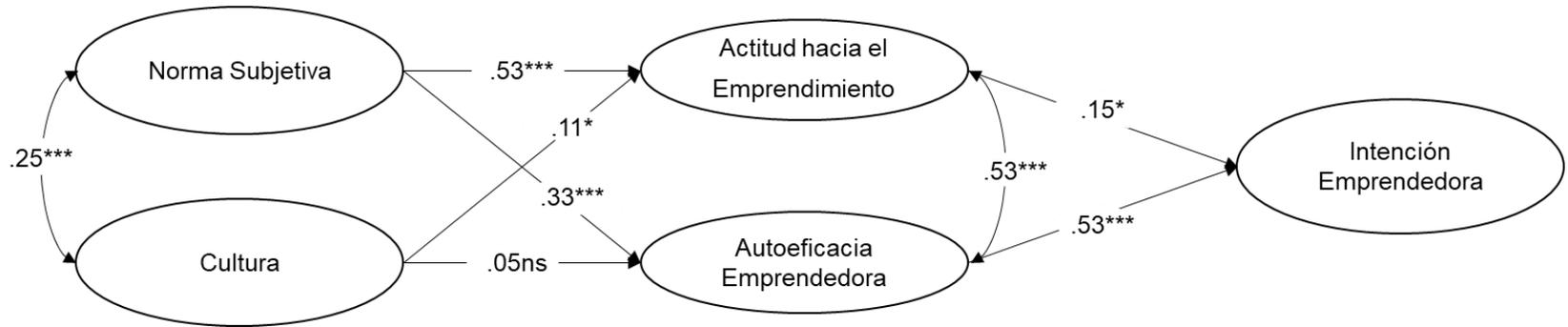
Tabla 15.

Rutina de invarianza

Modelo	χ^2	Df	P	$\Delta\chi^2$	Δ df	P	CFI	Δ CFI	SRMR	RMSEA	90% CI
<i>Género</i>											
Mujer	608.103	342	< .001	--	--	--	.955	--	.048	.041	.036-.047
Hombre	545.794	342	<.001	--	--	--	.943	--	.052	.050	.042-.057
Configural	1271.364	773	<.001	--	--	--	.945	--	.050	.043	.039-.047
Métrico	1227.501	796	<.001	30.138	23	.15	.952	.007	.051	.039	.035-.044
Efectos iguales	1202.386	804	<.001	18.542	8	.02	.956	.004	.055	.038	.033-.042

Figura 19.

Modelo con Cultura en Mujeres



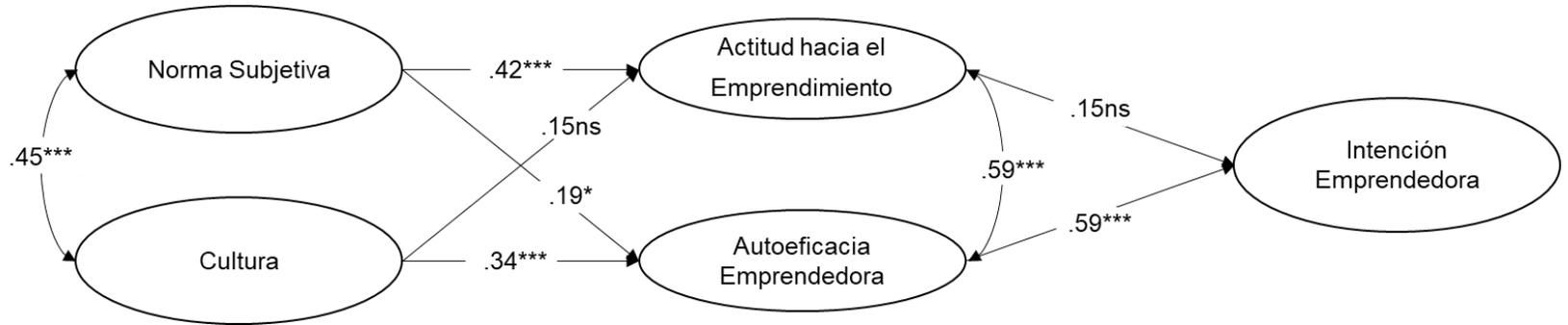
Nota: $^{***}p < .001$; $^{**}p < .01$; ns=No significativo

A continuación, se probó el ajuste del modelo en la muestra de hombres. El ajuste continuó siendo satisfactorio, aunque algo inferior al obtenido para el total de la muestra, el resultado del ajuste puede consultarse en la Tabla 16. La Figura 19 muestra los coeficientes estructurales del modelo para los hombres. En esta ocasión vemos que la cultura deja de mostrar un impacto estadísticamente significativo sobre la actitud hacia el emprendimiento, y ésta pierde su efecto estadísticamente significativo sobre la intención emprendedora.

Una vez probado el correcto ajuste en ambas muestras se probó la invarianza configural para comprobar la invarianza de la estructura propuesta del modelo y tener un modelo de referencia con el que comparar. Una vez garantizada la invarianza configural, se pasó a probar la invarianza métrica, donde se fijaron las interceptas de los ítems que forman los factores para ser iguales en ambos grupos. Como puede observarse en la Tabla 16, esta restricción provocó una mejora del ajuste global del modelo. Consecuentemente, una vez evidenciada la invarianza métrica, se probó a fijar los coeficientes estructurales de las relaciones entre variables. Nuevamente, como se muestra en la Tabla 16, el ajuste volvió a mejorar. Por ello, podemos afirmar que no existen diferencias entre hombres y mujeres en el modelo planteado.

Figura 20.

Modelo con Cultura en Hombres



Nota: *** $p < .001$; ** $p < .01$; ns=No significativo

4. DISCUSIÓN

En este capítulo se analizarán y discutirán los resultados derivados de esta investigación, partiendo de los objetivos e hipótesis planteadas y en contraste con las teorías estudiadas y analizadas en secciones anteriores.

La finalidad de la investigación, se enfocó en estudiar la formación de la intención emprendedora y las diferentes variables que promueven la conducta emprendedora, en estudiantes de educación secundaria en República Dominicana. Esta motivación focalizó su interés en contar con información científica relevante que permita orientar futuras acciones de educación en emprendimiento en el sistema educativo dominicano y fortalecer las iniciativas que se vienen desarrollando con organismos nacionales e internacionales. Entre otras iniciativas, desde la colaboración entre la OEI (Organización de Estados Iberoamericanos) e INAFOCAM (Instituto Nacional de Formación y Capacitación del Magisterio) se están dando pasos en los últimos años para actualizar y optimizar la formación en competencias para el emprendimiento social de los profesores de secundaria y último ciclo de primaria (OEI, 2019). En ese sentido se han planteado una serie de objetivos específicos, los cuales servirán de punto de partida para esta discusión y podrían tener un seguimiento práctico en planes de formación de las instituciones antes mencionadas u otras.

Con relación al comportamiento psicométrico de los instrumentos de evaluación en estudiantes de educación secundaria, se encontró que la escala de medición de la Cultura presenta adecuadas propiedades psicométricas en esta aplicación. El análisis factorial confirmatorio realizado avala la unidimensionalidad de la escala. El mismo presenta una fiabilidad no del todo adecuada, pero cercana a los mínimos exigidos. Por su parte, la escala de actitudes emprendedoras (u orientación emprendedora), el análisis factorial confirma la estructura de seis factores teóricos. Los resultados de fiabilidad para todas las dimensiones son buenos, exceptuando las dimensiones de ética profesional y toma de riesgos que se encuentran próximos, por debajo de los estándares habituales. En el caso de la escala de intención emprendedora, la misma presenta un buen ajuste de la estructura factorial planteada, así como buenos resultados de fiabilidad.

Se observó que para la muestra total, las puntuaciones medias en todas las variables han estado muy centradas, en cuanto a las dimensiones de orientación emprendedora, se destacan la empatía y autonomía por tener medias más elevadas, sólo las variables autoeficacia, intención, proactividad, autonomía, innovación y empatía presentan una asimetría negativa indicando que nuestro colectivo bajo estudio se encuentra de forma más habitual alto en estas dimensiones.

En cuanto al género, la muestra de mujeres deja ver unos valores medios altos en las dimensiones de orientación emprendedora de autonomía, empatía e innovación, en intención y autoeficacia emprendedora, mientras que en los hombres los valores medios en las dimensiones de orientación emprendedora han sido muy parecidos para todas las variables, y destacan por tener medias más altas también la autoeficacia y la innovación emprendedora.

Con relación a las diferencias de género entre las variables relacionadas con el emprendimiento, se encontraron diferencias de género en norma subjetiva (más en hombres), intención emprendedora (más en mujeres), autonomía (más en mujeres) y empatía (más en mujeres).

Estos resultados indican que los hombres perciben en su entorno valores que validan u orientan una cultura emprendedora en ellos, considerando que en su contexto cercano serán apoyados si deciden constituir su propia empresa o emprender algún proyecto. Esto es especialmente relevante, en función de los hallazgos de estudios previos, en los que se relaciona el apoyo familiar con mayor locus de control interno y una mayor intención emprendedora en estudiantes de secundaria (Annisa et al., 2021). Esto es similar a resultados identificados en investigaciones anteriores, en los que se plantea que las culturas más promotoras de emprendimiento están alineadas a valores tradicionalmente masculinos

(Mueller y Conway, 2013), de manera que la cultura del país puede estar generando la creencia de un mayor apoyo para los hombres que para las mujeres en materia de emprendimiento. Este es un aspecto que abre un nuevo debate, una nueva necesidad de investigar en más profundidad, quizá por metodología cualitativa, hasta qué punto estos patrones culturales calan en nuestra sociedad y de qué manera la misma sociedad puede autorregularse y avanzar como lo ha hecho en otros terrenos. Al igual que el fenómeno #MeToo ha supuesto un antes y un después en la visibilización y la concienciación sobre un problema de nuestra sociedad, podrían surgir de igual manera hitos relevantes en el tema de nuestro interés. Sin obviamente establecer comparaciones entre los dos aspectos, simplemente en estas líneas se pretende evidenciar la posibilidad de encontrar el modo en que, en nuestra vida cotidiana, en nuestra sociedad se valoren y contemplen de igual manera las competencias para emprender en hombres y mujeres, sin inequidades.

También resaltar que, aunque los resultados en la norma subjetiva orientan sobre una percepción de mayor apoyo a la cultura emprendedora en hombres, las mujeres adolescentes del estudio han mostrado mayores valores en las dimensiones de autonomía, empatía e innovación en su actitud emprendedora. Esto es contradictorio con distintos estudios que presentan una disposición cognitiva y comportamental mayor en hombres que en mujeres hacia el

emprendimiento (Aragón y Baixauli, 2014; Saavedra y Camarena, 2019). Estos resultados contradicen mucha de la literatura previa donde los hombres suelen presentar mayor intención emprendedora (Coleman y Kariv, 2014; Haus et al., 2013), ¿cómo podemos posicionarnos al respecto?

Los resultados hallados en este estudio muestran que se pueda minimizar o evitar la invisibilidad del género femenino en el emprendimiento, contradiciendo así la línea dominante (Da Fonseca et al., 2016), al tiempo que nos permite conocer el comportamiento emprendedor en cuanto a género en adolescentes, cuya información en nuestro país, República Dominicana, era desconocida (MIPYMES, 2019).

Al relacionar las múltiples variables en estudio respecto a la intención emprendedora de adolescentes dominicanos, se han identificado aspectos de gran relevancia. Entre ellos, se han encontrado relaciones estadísticamente significativas para todas las variables incluidas en la investigación.

En cuanto a aquellos estudiantes que tienen decidido que quieren estudiar, con bastante o total certeza, a muestran mayores niveles en todas las variables estudiadas que sus compañeros que tienen dudas. Este resultado refuerza la necesidad de fortalecer la educación emprendedora a temprana edad en la formación de los estudiantes (Aragón y Baixauli, 2014), integrando estas

variables a la orientación vocacional que se ofrece a los estudiantes con el fin de clarificar lo que quieren para su futuro y definir su proyecto de vida. Estos resultados concuerdan con los planteamientos de la OEI (OEI, 2019), cuya experiencia en el desarrollo de proyectos vinculados a la formación en emprendimiento, llevadas a cabo en nuestro país, sugiere la articulación que garantice la formación y orientación para el empleo e inserción laboral de los jóvenes desde el emprendimiento, como una opción y oportunidad.

En el caso específico de la muestra seleccionada para este estudio, es importante señalar que la mayoría de los estudiantes no habían participado nunca en actividades ni en formación sobre emprendimiento. Con relación a las diferencias entre modalidades de estudio, académica, técnico profesional y artes, los resultados son más heterogéneos. Sólo se han encontrado diferencias estadísticamente significativas en la autoeficacia emprendedora, intención emprendedora y cultura. Las variables autoeficacia e intención emprendedoras se encuentran más bien en los grupos correspondientes a las modalidades de artes y académica. La modalidad académica presenta mayor autoeficacia e intención emprendedora que los estudiantes que cursan la modalidad en artes, mientras que en la modalidad técnico profesional resultó mayor la cultura que en la académica. Este resultado es coherente con el perfil que deben tener los estudiantes al concluir este nivel, caracterizado por haber adquirido las competencias necesarias

que le permitan asumir compromisos personales, desarrollar su personalidad, mostrar valores, iniciar una vida laboral independiente, capaces de emprender iniciativas particulares que le permitan hacer sus sueños realidad (MINERD, 2016a). Sin embargo, no hay que conformarse y se puede avanzar, y de nuevo los planes formativos de OEI e INAFOCAM incorporan en sus estrategias objetivos STEAM, es decir ponen en la diana a los estudiantes de artes (INAFOCAM, 2022).

Cuando se estudió el comportamiento bivariado de las variables, se vio que en las actitudes emprendedoras incluidas en el instrumento de Oliver y Galiana (2015), había una relación especialmente fuerte entre las variables innovación y autonomía, entre autonomía y proactividad y entre empatía e innovación.

A continuación, se pasó a explorar la formación de la intención emprendedora en los estudiantes. Al comparar los modelos Azjen (1991) y Heuer y Liñan (2013), para entender cómo se forma la intención emprendedora, encontramos que el modelo de Azjen muestra un buen ajuste a los datos, pero presenta un resultado alternativo a la teoría, al mostrar que la norma subjetiva presenta un impacto bajo y negativo sobre la intención emprendedora.

El comportamiento de la norma subjetiva sobre la intención emprendedora ha mostrado ciertas controversias a través de los diferentes estudios. Pese a ser

planteada como un antecedente al mismo nivel que el resto en el modelo original planteado por Azjen (1991), un meta-análisis clásico de la robustez del TPB, no específicamente en el campo del emprendimiento, ya cuestionaba su poder predictivo sobre la intención (Armitage y Conner, 2001).

Los resultados obtenidos al probar el modelo clásico de TPB en nuestra muestra, fueron muy similares a los obtenidos en una muestra igual de estudiantes de secundaria españoles por Martínez-Gregorio y Oliver (2022). Consecuentemente, al igual que en dicho estudio, planteamos una alternativa teórica.

En concreto, se probó el modelo de Heuer y Liñan (2013) donde la norma subjetiva pasa a ser un antecedente de la actitud hacia el emprendimiento y la autoeficacia académica, pasando así a tener un impacto indirecto sobre la intención emprendedora. Cuando probamos el modelo de Heuer y Liñán (2013) resultó igualmente un muy buen ajuste y en este caso vemos que la norma subjetiva, es decir el entorno o grupo de referencia familiar, de amigos, de profesores, presenta un impacto positivo en los antecedentes y un impacto indirecto positivo, lo cual es relevante en el modelo y promueve la intención emprendedora.

Estos resultados coinciden con los encontrados previamente en la literatura cuando se ha probado este modelo alternativo (Farooq, 2018; Kruse, 2020; Martínez-Gregorio y Oliver, 2022). De esta manera, se considera que, pese a no tener un impacto directo sobre la intención emprendedora, la norma subjetiva continúa siendo una variable relevante en el contexto de la promoción de la intención emprendedora, tal y como identificó originalmente Azjen (1991), aunque no exactamente con el mecanismo de acción inicialmente teorizado por el autor.

Una vez establecido el modelo teórico de mejor ajuste a nuestros datos, planteamos la inclusión de la cultura. La relevancia de la cultura sobre el proceso emprendedor es un hecho ampliamente constatado en la literatura, así como su efecto sobre la formación de la intención emprendedora. Un estudio transcultural planteado por Moriano et al., (2012) en seis países diferentes mostró cómo a través de las diferentes culturas, el impacto de los antecedentes que promueven la intención emprendedora puede variar. En el marco del modelo propuesto por Heuer y Liñán (2013), hipotetizamos que el apoyo de cultura al emprendimiento es otro factor contextual relevante equiparable a la norma subjetiva, y debería incluirse en el modelo a su mismo nivel.

La inclusión de la cultura mejora el ajuste del modelo y se muestra relevante en la predicción de la actitud y la autoeficacia, aunque presente impactos

moderados. Esto presenta un aporte importante a la literatura científica respecto a las variables que pueden generar una intención emprendedora en jóvenes. De forma tal que se puedan valorar las creencias socioculturales, los valores, apoyos y estereotipos que influyen en los jóvenes y que pueden afectar su autoeficacia emprendedora y de forma indirecta incidir en sus actitudes e intención emprendedora. Estos resultados concuerdan con estudios previos donde la percepción individual sobre la cultura emprendedora lleva a mayores niveles de emprendimiento (Kibler y Kautonen 2016; Liñán et al. 2016).

Finalmente podemos decir que se ha logrado la robustez del modelo a través del género. La invarianza de género de este último modelo ha sido probada, encontrando que estas relaciones entre variables se dan de manera idéntica tanto en el género masculino como en el femenino. Es decir, aunque presenten diferencias en algunas de las variables implicadas, no afecta a cómo éstas se relacionan entre sí. Podemos decir que el proceso de promoción de la intención en ambos géneros es equivalente.

Este resultado no coincide con el encontrado por Liñán et al., (2022), quienes no encontraron un impacto de la cultura promotora del emprendimiento sobre la implicación en el emprendimiento en una muestra de mujeres españolas. Hemos de pensar que su contexto de estudio era español, no dominicano y que

precisamente estamos evaluando matices culturales. Estos autores para explicar su resultado argumentaron que la medición del apoyo de la cultura, idéntica a la empleada en nuestro estudio, podría medir únicamente el apoyo a un emprendimiento tradicionalmente masculino. Esta hipótesis haría esperar que el impacto de esta variable sobre la actitud hacia el emprendimiento y la autoeficacia emprendedora hubiera sido mayor en hombres. La equivalencia es su capacidad predictiva nos lleva a pensar que hay dos posibles causas que justifiquen la discrepancia de nuestros resultados. En primer lugar, nuestra muestra es mucho más joven, por lo que estas percepciones del emprendimiento como “estereotípico masculino” podrían aun no haberse desarrollado en las estudiantes (Morris & Maisto, 2009). La segunda explicación guardaría relación con el país y la cultura en la que se ha llevado la investigación. Futuros estudios trans-culturales deben explorar si lo que se considera como emprendimiento estereotípicamente masculino es equivalente en diferentes culturas, y consecuentemente la medición del apoyo cultural percibido hacia el emprendimiento debe medirse adaptándose a cada contexto.

5. CONCLUSIONES

Dentro de las conclusiones más relevantes, se pueden señalar las siguientes:

1. Se ha conseguido definir un marco de variables para predecir la intención emprendedora en adolescentes dominicanos acorde a la literatura anterior, con un sólido marco teórico de referencia, pero a la vez incorporando una nueva contribución: el papel de la cultura.
2. Se probó con éxito el modelo de Heuer y Liñan (2013) donde la norma subjetiva pasa a ser un antecedente de la actitud hacia el emprendimiento y la autoeficacia académica, pasando así a tener un impacto indirecto sobre la intención emprendedora.
3. Incorporar la cultura a este modelo es central y nos eleva una de las principales conclusiones de esta tesis, la inclusión de la cultura mejora el ajuste del modelo y se muestra relevante en la predicción de la actitud y la autoeficacia, aunque presente impactos moderados.
4. Un pilar fundamental para este proceso de investigación, para llegar a estas conclusiones clave recién presentadas fue la instrumentación en la cual se apoyó todo el proceso realizado. En el caso de la instrumentación

según los resultados obtenidos la consistencia interna de la mayoría de las escalas y dimensiones es adecuada para los análisis planteados. Así la estructura interna de los instrumentos y sus dimensiones en la aplicación en esta muestra fue en general adecuada. Igualmente, además de la fiabilidad y validez de los instrumentos usados, la elección de técnicas multivariadas y métodos de estimación oportunos a las variables da consistencia y rigor a los resultados que se presentan.

5. En cuanto al papel del género, hemos llegado a dos conclusiones relevantes, primero, a través de los estudios de invarianza de género se ha aportado evidencia de la robustez del modelo teórico ya que sería válido tanto para chicos como para chicas.
6. Otras conclusiones importantes en relación con el género son las diferencias estadísticamente significativas entre chicos y chicas en las variables norma subjetiva, intención emprendedora, autonomía, innovación y empatía. Estos resultados indican que los hombres perciben en su entorno valores que validan u orientan su emprendimiento, considerando que en su contexto cercano serán apoyados si deciden constituir su propia empresa o emprender algún proyecto.
7. Respecto a los matices de la interacción cultura y género, podemos concluir que, aunque los resultados en la norma subjetiva orientan sobre

una percepción de mayor apoyo a la cultura emprendedora en hombres, las adolescentes del estudio puntúan más en las dimensiones de autonomía, empatía e innovación en su actitud emprendedora.

8. También se puede concluir en materia de orientación vocacional, que aquellos estudiantes que tienen decidido lo que quieren estudiar con bastante o total certeza, muestran mayores niveles en todas las variables estudiadas que sus compañeros que tienen dudas. Este resultado refuerza la necesidad de investigar más sobre la educación emprendedora a temprana edad y su papel en la formación de los estudiantes (Aragón y Baixauli, 2014).
9. Con relación a las modalidades, se concluye que la modalidad académica presenta mayor autoeficacia e intención emprendedora que los estudiantes que cursan la modalidad en artes, mientras que en la modalidad técnico profesional resultó mayor la cultura que en la académica.
10. Por último, los resultados obtenidos al probar el modelo clásico de la Teoría de la Acción Planeada en nuestra muestra de estudiantes dominicanos, fueron muy similares a los obtenidos en una muestra equivalente de estudiantes de españoles por Martínez-Gregorio y Oliver (2022). Consecuentemente, suma apoyos para un planteamiento

alternativo teórico más rico con la inclusión de un factor inexplicablemente obviado como es la cultura.

Recomendaciones

Se hace necesario tender un puente con las organizaciones y entidades responsables de la administración para transferir este conocimiento en el desarrollo de programas de emprendimiento y educación empresarial en el nivel secundario, pues la literatura científica orienta que aquellos estudiantes con oportunidades de simular entornos empresariales en su educación pre-universitaria desarrollan actitudes e intenciones empresariales.

Limitaciones y futuras investigaciones

Dentro de las limitaciones de esta investigación se puede considerar el hecho de que la muestra fue tomada de una región urbana del país, específicamente en la capital, por lo que este resultado no se podría generalizar a los estudiantes de todo el país. Se sugiere, para un próximo estudio, abarcar diferentes regiones y zonas del país, incluyendo rurales.

También resultaría interesante realizar un estudio longitudinal que permita conocer el comportamiento de las variables luego de los estudiantes haber participado en alguna actividad de formación en emprendimiento.

Así mismo, se sugiere que, en futuros estudios transculturales, que involucren estudiantes preuniversitarios, se explore si lo que se considera como emprendimiento estereotípicamente masculino es equivalente en diferentes culturas, y consecuentemente la medición del apoyo cultural percibido hacia el emprendimiento se mida adaptándose a cada contexto.

Una limitación para este estudio fue que muchos de los estudiantes carecían de un dispositivo tecnológico para realizar la encuesta, por lo que en una nueva investigación de este tipo habría que considerar otras formas de aplicación de la encuesta para esos casos. Otra limitación es el hecho de que la encuesta no se aplicó en el ámbito escolar para todos los participantes, pues se realizó cuando muchos de los centros educativos estaban aún cerrados por la pandemia, lo que pudo haber limitado las orientaciones y motivaciones que recibían y el control total de quiénes completaban la encuesta y quiénes no.

6. BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA

(s.f.).

Aggarwal, A., & Shrivastava, U. (2017). Entrepreneurship as a career choice: impact of environments on high school students' intentions. *Education and Training Ahead of Print*, v63 n7-8, p1073-1091. DOI:10.1108/ET-07-2020-0206.

Ajzen, I. (2001). Nature and operation of attitudes. *Annual Review of Psychology*, 52(1), pp 27-58.

Alean, A. D. (2017). El emprendimiento como estrategia para el desarrollo humano y social. . *Saber Ciencia y Libertad*, 12 (1), 107-123. Obtenido de <https://doi.org/10.18041/2382-3240/saber.2017v12n1,1470>

Aragón, A. y. (2014). *La intención emprendedora en los estudiantes de bachillerato y ciclos formativos en la región de Murcia*. España, Universidad de Murcia.

artínez-Gregorio, S. y. (2022). Measuring Entrepreneurship Intention in Secondary Education: Validation of the Entrepreneurial Intention Questionnaire. . *Journal of Psychoeducational Assessment*, 07342829211069222.

Banco Interamericano de Desarrollo. (2004). *El nuevo rostro empresarial : indagación sobre el empresariado juvenil en América Latina y el Caribe*. Colombia: Printer Colombiana S.A.

Barrero, F., Moreno, E., & Villamizar, J. (2019). El emprendedor dominicano: identificación de sus rasgos de personalidad y competencias por medio de análisis de contenidos. *Ciencia, Economía y Negocios*, 3(1), <https://doi.org/10.22206/ceyn.2019.v3i1>. pp5-36.

Bravo, I., Bravo, M., Preciado, J., & Mendoza, M. (2021). Educación para el emprendimiento y la intención de emprender. *Revista Economía y Política [online]*. ISSN 2477-9075 n.33, <https://doi.org/10.25097/rep.n33.2021.07>, pp.139-155.

Bustos Alvarez, V. (2016). *Estrategias de aprendizaje, actitudes emprendedoras, autoconcepto, esperanza, satisfacción vital e inclinación al autoempleo: Un modelo explicativo en universitarios peruanos*. Valencia, España: (Tesis doctoral). Universitat de Valencia.

Caballero-García, P., Jiménez-Martínez, M., & Guillén-Tortajada, E. (2019). Aprender a emprender bajo el binomio familia-escuela. *Revista Electrónica Interuniversitaria de Formación del profesorado*, 22(3), pp 139-154, DOI: <http://dx.doi.org/10.6018/reifop.22.3.389611>.

- Carlo, C. C. (2017). *La intención emprendedora: un estudio transcultural entre República Dominicana y España*. Obtenido de (Tesis Doctoral) Universidad de Murcia, España.
- Caro-González, F., Sánchez-Torné, I., & Romero-Benabent, H. (2016). *Impacto de la formación en emprendimiento en estudiantes sin formación empresarial*. Obtenido de En VII Jornadas de Innovación e Investigación Docente (23-37), Sevilla: Red de Impresión.: <http://hdl.handle.net/11441/43279>
- Cohen, J. (1992). Quantitative methods in psychology: A power primer. *In Psychological bulletin*.
- Cohen, J. (1998). Statistical power analysis for the behavioral sciences. *Lawrence Erlbaum Associates. Hillsdale, NJ,, 20-26*.
- Coleman, S., & Kariv, D. (2014). Deconstructing'entrepreneurial self-efficacy: a gendered perspective on the impact of ESE and community entrepreneurial culture on the financial strategies and performance of new firms. *Venture Capital, 16(2),, pp 157-181*.
- Da Fonseca, B., Moriano, J., & Soares, V. (2016). *Estudio de la intención emprendedora en Portugal desde la perspectiva de los valores y del género*. (Tesis Doctoral) Universidad Nacional de Educación a Distancia, Madrid, España.
- Davis, M., Hall, J. J., & Mayer, P. (2015). Developing a new measure of entrepreneurial mindset: Reliability, validity, and implications for practitioners. *Consulting Psychology Journal: Practice and Research, 68(1), 21-48*. doi: <http://doi.org/10.1037/cpb0000045>.
- Donoso, M. (2017). *Evaluación de la educación emprendedora en la adolescencia: incidencia del programa ÍCARO en la identidad emprendedora*. (Tesis Doctoral) Universidad de Sevilla. España.
- Durán, E., & Arias, D. (2016). Actitud emprendedora y estilos emocionales. Contribuciones para el diseño de la formación de futuros emprendedores. *Rev. Gestión de la Educación, Vol. 6, N° 2,, pp 83-102*. DOI: <http://dx.doi.org/10.15517/rge.v1i2.25490>.
- Económicos-OCDE, O. p. (2018). *Perspectivas económicas de América Latina 2018: Repensando las instituciones para el desarrollo*. París: Éditions OCDE, doi: <http://doi.org/10.1787/leo-2018-es>.
- Gabinete de Coordinación de Políticas Sociales. Vicepresidencia de la República Dominicana. (2019). *Emprendimiento, Desarrollo e Inclusión Social*. Santo

Domingo, República Dominicana: Boletín del Observatorio de Políticas Sociales y Desarrollo. Año 3 Número 11.

- Haus, I., Steinmetz, H., Isidor, R. , & Kabst, R. (2013). Gender effects on entrepreneurial intention: a meta-analytical structural equation model. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 5(2), , pp 130-156.
- Hémbuz, G., Sánchez, A., & Bermeo, V. (2020). Influencia de la educación superior en el emprendimiento juvenil en estudiantes universitarios, una aproximación teórica. *Boletín Redipe, ISSN-e 2256-1536, Vol. 9, Nº. 8,*, pp 166-180.
- Hernández Rodríguez, C., & Arano Chávez, R. (2015). El desarrollo de la cultura emprendedora en estudiantes universitarios para el fortalecimiento de la visión empresarial. *Revista Ciencia Administrativa*, 1, pp 28-37.
- Heuer, A. &. (2013). Testing alternative measures of subjective norms in entrepreneurial intention models. . *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 19 (1), 35-50.
- Heuer, A. y. (2013). Testing alternative measures of subjective norms in entrepreneurial intention models. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 35-50 DOI:10.1504/IJESB.2013.054310.
- Hu, L. T. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. . *Structural equation modeling: a multidisciplinary journal*, 1-55.
- INAFOCAM. (2022). Obtenido de <https://kabina34radio.com/ies-lhb-y-el-inafocam-inician-diplomado-en-metodologia-educativa-stem/>
- Jaén, I.-S. J. (2013). Valores culturales, nivel de ingresos y actividad emprendedora. *Revista de Economía Mundial, núm. 35*, pp. 35-51.
- Kibler, E. y. (2016). The moral legitimacy of entrepreneurs: An analysis of early-stage entrepreneurship across 26 countries. . *International Small Business Journal*, 34(1), 34-50.
- Kline, R. B. (2016). *Principles and practice of structural equation modeling (4th ed.)*. . The Guilford Press.
- Krueger, N., Reilly, M.D., & Carsrud, A.L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5-6), , pp 411-432. [https://doi.org/10.1016/s0883-9026\(98\)00033-0](https://doi.org/10.1016/s0883-9026(98)00033-0).
- Kruse, P. (2020). Can there only be one?—an empirical comparison of four models on social entrepreneurial intention formation . *International Entrepreneurship*

- and Management Journal*, 16(2), 641–665. <https://doi.org/10.1007/s11365-019-00608-2>.
- Laguía, A., Moriano, J., Gámez, J., & Molero, F. (2017). Validación del Cuestionario de Intención Emprendedora en una muestra de estudiantes universitarios de Colombia. *Universitas Psychologica*, 16(1).
- Ley 688-16 de Emprendimiento de República Dominicana (2016). Obtenido de Recuperado de: https://www.poderjudicial.gob.do/documentos/PDF/leyes/LEY_ley_no._688_16.pdf
- Liñán, F., Jaén, I., & Martin, J. D. (2020). Does entrepreneurship fit her? Women entrepreneurs, gender-role orientation, and entrepreneurial culture. *Small Business Economics*, 1-21.
- Liñán, F., Moriano, J., & Jaén, I. (2016). Individualism and entrepreneurship: does the pattern depend on the social context? *International Small Business Journal*, 34(6), pp 760–776.
- Martínez-Gregorio, S. y. (2022). Measuring Entrepreneurship Intention in Secondary Education: Validation of the Entrepreneurial Intention Questionnaire. *Journal of Psychoeducational Assessment*, 07342829211069222.
- Martínez-Gregorio, S.-R. L. (2021). Effect of entrepreneurship education on entrepreneurship intention and related outcomes in educational contexts: a meta-analysis. *The International Journal of Management Education*, DOI10.1016/j.ijme.2021.100545.
- MINERD. (2016a). *Bases de la Revisión y la Actualización Curricular*. Santo Domingo: MINERD.
- MINERD. (Abri2 de 2022). *Anuario de Estadísticas Educativas. Año 2020-2021*. Santo Domingo, R.D.: MINERD. Obtenido de <https://siie.minerd.gob.do/storage/app/uploads/public/637/3b4/7be/6373b47bed85a262300644.pdf>
- Ministerio de Educación de la República Dominicana. (2016, pag.40). *Diseño curricular nivel secundario primer ciclo*. MINERD.
- Ministerio de Educación de la República Dominicana. (2018). *Pacto Nacional para la Reforma Educativa en la República Dominicana 2014-2030*. Santo Domingo: MINERD.

- Ministerio de Educación de la República Dominicana, Regional de Educación 15 Santo Domingo III. (2019). *Plan Estratégico Regional 15 Santo Domingo III*. Santo Domingo: MINERD.
- Ministerio de Educación de República Dominicana. (2017a). *Diseño Curricular Segundo Ciclo Nivel Secundario*. Santo Domingo: MINERD.
- Ministerio de Industria y Comercio y MIPYMES de la República Dominicana - MICM. (2019). *GEM Global Entrepreneurship Monitor. República Dominicana 2018*. Santo Domingo, R.D.: <https://www.barna.edu.do/wp-content/uploads/2019/08/INFORME-GEM.pdf>.
- Ministerio de Industria y Comercio y MIPYMES de la República Dominicana - MICM. (2022). *Informe GEM 2021, República Dominicana*. Santo Domingo: Amigo del Hogar.
- Ministerio de Industria, Comercio y MIPYMES (MICM). (Boletín #20 -Mayo 20 de 2020). *Emprendimiento. Observatorio MIPYMES*. Obtenido de <https://micm.gob.do/images/pdf/ppublicaciones/libros/boletin/2020/1-julio/Boletin 20 - Emprendimiento.pdf>
- Moriano, J., Gorgievski, M., Laguna, M., Stephan, U., & Zarafshani, K. (2011). A cross-cultural approach to understanding entrepreneurial intention. *Journal of Career Development* 39(2) , pp 162-185, DOI: 10.1177/0894845310384481.
- Moriano, J., Laguna, M., Stephan, U., & Zarafshani, K. (2012). A cross-cultural approach to understanding entrepreneurial intention. . *Journal of career development*, 39(2), pp 162-185.
- Morris, C., & Maisto, A. (2009). *Psicología General*. México: Pearson Educación. Décimotercera Edición.
- Mueller, S., & Conway, M. (2013). cross cultural study of gender-role orientation and entrepreneurial self-efficacy. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 9(1), pp 1–20.
- Muthén, I. k., & Muthén, y. (1998 – 2021). *Mplus user's guide (8th ed.)*. Muthén & Muthén.
- Muthén, I. k., & y Muthén, b. o. (1998). – 2021). *Mplus user's guide (8th ed.)*. Los Angeles CA.
- Mwasalwiba, E. S. (2010). Entrepreneurship education: a review of its objectives, teaching methods, and impact indicators. *Education+ Training*, 52(1), pp 20-47. <https://doi.org/10.1108/00400911011017663>.

- NU. CEPAL. División de Asuntos de Género. (2010). *Mujeres emprendedoras en América Latina y el Caribe: realidades, obstáculos y desafíos*. Chile: CEPAL.
- Nunnally, J. y. (1994). *Psychometric Theory 3rd edition* . New York: MacGraw-Hill.
- OECD/ECLAC/CAF. (2016). Latin American economic outlook 2017: Youth, skills and entrepreneurship. *OECD Publishing, Paris*, p .204.
- Oficina Nacional de Estadística de República Dominicana (ONE). (2021). *Nota de Información Demográfica*. Obtenido de Recuperado de <https://www.one.gob.do/sitemap/>
- Oliver, A., & Galeana, L. (2015). Development and validation of the Escala de Actitudes Emprendedoras para Estudiantes. *The Spanish journal of psychology*, 18.
- Oliver, A., & Galiana, L. (2016). Medida del emprendizaje: adaptación y validación de la escala de actitudes emprendedoras EASS en profesores españoles. *Búsqueda*, DOI: 10.21892/01239813.167.
- Oliver, A., Galiana, L., & Gutierrez-Benet, M. (2016). *Diagnóstico y Políticas de Promoción del Emprendimiento en Estudiantes*. . Obtenido de Anales Psicología,2016,vol.32,no.1 (enero), 183-189: <http://dx.doi.org/10.6018/analesps.32.1.186681>
- Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, I. C.-O.-R. (2019). *Emprendimiento Nivel Secundario, Modalidad Técnico Profesional-Guía Estudiantes*. Obtenido de <https://oei.int/oficinas/republica-dominicana/publicaciones/emprendimiento-nivel-secudario-modalidad-tecnico-profesional-guia-estudiantes>
- Osorio, F., & Roldan, J. (2015). Entrepreneurial intention in students of secondary education: Using the exposure effect to extend the theory of planned behaviour. *Cuadernos De Administración*, vol. 28, no 51., p.103-131 <https://doi.org/10.11144/Javeriana.cao28-51.ieee>.
- Peterman, N., & Kennedy, J. (2003). Enterprise education: influencing students' perceptions of entrepreneurship. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, Vol.28 No.2, pp 129-144.
- Rico, P., & Cabrer-Borrás, B. (2018). Gender differences in self-employment in Spain. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 10(1), , pp19-38.
- Rueda Sampedro, I., Fernández-Laviada,A., & Herrero Crespo, A. (2013). Aplicación de la teoría de la acción razonada al ámbito emprendedor en un contexto universitario. *Investigaciones Regionales*, 26 , pp 141-158.

- Rueda, S., Moriano, J., & Liñán, F. (2015). Validating a theory of planned behavior questionnaire to measure entrepreneurial intentions. In A. Fayolle, P. Kyröy, y F. Liñán (Eds.), *Developing, shaping and growing entrepreneurship*. Edward Elgar Publishing., <https://doi.org/10.4337/9781784713584.00010>.
- S., F. M. (2018). Modelling the significance of social support and entrepreneurial skills for determining entrepreneurial behaviour of individuals. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 14(3), 242–266. <https://doi.org/10.1108/wjemsd-12-2017-0096>.
- Saavedra, M., & Camarena, M. (2019). Intención de emprendimiento en los estudiantes de la Ciudad de México. *Academia & Negocios*, vol. 5, num 2, 85-98 Universidad de Concepción.
- Sanchez Aguilar, J. (2014). *Actitud emprendedora y oportunidades de negocio*. ADGD0210. Málaga: IC Editorial.
- Sánchez García, J., Ward, A., Hernández, B., & Florez, J. (2017). Educación emprendedora: Estado del arte. *Propósitos y Representaciones vol.5, n.2*, pp.401-473, <http://dx.doi.org/10.20511/pyr2017.v5n2.190>.
- Sánchez, W. V. (2018). How does Cultural Norms Influence Entrepreneurial Intention? A Cross Cultural Study. *Journal of Business*, 10(1), 52-69. <http://dx.doi.org/10.20511/pyr2017.v5n2.190>.
- Seguí, D. (2021). *La educación empresarial es la creación de un empresario; Es decir, un individuo destinado a iniciar un nuevo negocio. Co y Mitchell (2006) muestran que la educación emprendedora está dirigida tanto a emprendedores actuales como potenciales con el objetiv*. (Tesis Doctoral) Universitat Politècnica de Valencia. España.
- Shneor, R., & Jossen, J. (2014). Gender and Entrepreneurial Intentions. In Kelley, L. (Ed.), *Entrepreneurial Women: New Management and Leadership Models*. Praeger Publishing., pp 15-67.
- Toledano, N. (2006). Las perspectivas empresariales de los universitarios. *Revista de Educación (Madrid)*, Pgs. 803 -825.
- Torres-Ortega, G. (2017). Ecosistemas para el emprendimiento: Características del concepto y su aplicación a la empresa social. *Revista Vasca de Economía Social*, DOI:10.1387/reves.18004.
- Torroba Hidalgo, L. (2014). *Factores clave en el desarrollo del emprendimiento*. Obtenido de Recuperado de:

<https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/61/TFG000007.pdf?sequence=1>

Van Gelderen, M. B. (2008). Explaining entrepreneurial intentions by means of the theory of planned behaviour. *Career Development International*, 13(6).

Vargas, M., & Uttermann, R. (2020). Emprendimiento: factores esenciales para su constitución. *Revista Venezolana de Gerencia*, vol 25, núm,90, pp 709-720 Universidad del Zulia, Venezuela.

7. ANEXOS

FIGURAS Y TABLAS

FIGURAS

Figura 1. Mapa República Dominicana

Figura 2. Mapa del Distrito Nacional y la Provincia de Santo Domingo

Figura 3. Cantidad de estudiantes matriculados por nivel, según regional.
2020-2021

Figura 4. Competencias Fundamentales currículo dominicano

Figura 5. Configuración del ecosistema emprendedor

Figura 6. Percepción de oportunidades, competencias emprendedoras y miedo al fracaso, al iniciar un negocio en los países latinoamericanos participantes

Figura 7. Representación de la Teoría del Comportamiento Planificado

Figura 8. Factores de los valores sociales en la República Dominicana asociados al emprendimiento por macro-región

Figura 9. Porcentaje de expertos que contestaron falso o completamente falso ante la afirmación de cada condición de cultura para emprender. Pag.84

Figura 10. Distribución de la muestra en los distintos centros

Figura 11. Respuesta de los participantes a la pregunta de en qué medida tiene decidida elección de futuros estudios

Figura 12. Acceso de los estudiantes encuestados a medios tecnológicos para apoyar su formación.

Figura 13. Teoría del Comportamiento Planificado

Figura 14. Resultados Teoría del Comportamiento Planificado

Figura 15. Adaptación del Modelo del Comportamiento Planificado propuesta por Heuer y Liñan (2013).

Figura 16. Resultados Modelo propuesto por Heuer y Liñan

Figura 17. Modelo ampliado con Cultura

Figura 18. Modelo modificado

Figura 19. Modelo con Cultura en Mujeres

Figura 20. Modelo con Cultura en Hombre

TABLAS

Tabla 1. Escala de actitudes emprendedoras de Oliver y Galiana (2015)

Tabla 2. Índices de ajuste de las estructuras internas de las escalas

Tabla 3. Consistencia interna de las escalas y dimensiones

Tabla 4. Estadísticos descriptivos de las variables de investigación

Tabla 5. Estadísticos descriptivos de las variables de investigación en
Mujeres

Tabla 6. Estadísticos descriptivos de las variables de investigación en
Hombres

Tabla 7. Comparación de medias entre géneros en las variables de
investigación

Tabla 8 Comparación de medias en función del grado de decisión en sus
estudios

Tabla 9. Comparación de medias entre modalidades en las variables de
investigación

Tabla 10. Correlaciones de las variables incluidas en los modelos

Tabla 11. Correlaciones entre las variables de investigación y la edad

Tabla 12. Saturaciones factoriales ítems Teoría del Comportamiento
Planificado

Tabla 13. Saturaciones factoriales ítems modelo Heuer y Liñán

Tabla 14. Saturaciones factoriales ítems modelo Heuer y Liñán y Cultura

Tabla 15. Rutina de invarianza

28 de septiembre de 2021
Santo Domingo R.D

RAFAEL AMADOR FIGARI, M.A.
Dirección regional 15 Santo Domingo III
Ciudad.

Asunto: Solicitud de autorización

Estimado Sr. Director:

Reciba un saludo cordial al tiempo que le extiendo mis felicitaciones por la labor que viene desarrollando como director de esta importante regional de educación. El motivo de esta comunicación es para solicitarle su autorización para que los liceos anexos, pertenecientes a los distritos 15-02, 15-03 y 15-04, participen en un estudio que llevaremos a cabo con estudiantes preuniversitarios.

Esta investigación se realiza en el marco del Programa de Doctorado en Psicología Educativa y Desarrollo Humano, el cual venimos cursando en la Universidad de Valencia, España y la Universidad Autónoma de Santo Domingo. El objetivo de este estudio es proporcionar, en nuestro contexto socio-cultural actual, un diagnóstico multidimensional de las actitudes emprendedoras en el nivel secundario, de forma diferenciada por género, mediante la nueva Escala de Actitudes Emprendedoras del Estudiante (Oliver y Galiana, 2015). Para ello hemos diseñado un protocolo de cuestionarios en línea dirigido a estudiantes de 13 a 18 años, el mismo ha de ser respondido de manera anónima, en cualquier dispositivo y en el momento que los estudiantes estimen conveniente, en un tiempo estimado de 20 minutos.

Este es el enlace para acceder a dicho cuestionario:
<https://es.surveymonkey.com/r/M-Regional15>

Asumimos el compromiso de poner a su disposición un informe de los resultados obtenidos, los cuales esperamos sea de utilidad, especialmente para los equipos de Orientación y Psicología, en el entendido de que la educación resulta un medio idóneo para identificar actitudes emprendedoras, así como para potenciarlas y estimularlas de diferentes maneras.

Con sentimientos de estima y agradecimiento, quedo de usted

Atentamente

Mtra. Minerva R. Pérez Jiménez



Dirección de Educación Regional 15 Santo Domingo III.

Unidad de Orientación y Psicología

El Comité Ético de Investigación en Humanos de la Regional 15 Santo Domingo III

Certifica:

Que una vez estudió el proyecto de tesis doctoral sobre Actitudes e intención emprendedora en estudiantes de secundaria en República Dominicana, el papel del género y región cultural, conocido y aplicado los instrumentos en centros del nivel secundario de esta regional de esta regional.

Cuya autora es Dña. Minerva R. Pérez Jiménez y la directora responsable de la investigación es la Dra. Amparo Oliver Gemes, catedrática de Psicología de la Universidad de Valencia, España, ha acordado informar favorablemente el mismo.

Y para que conste, se firma el presente certificado



Director Regional 15

D/O S. [Signature]
Asesora regional de Orientación y psi

Centros Educativos del Nivel Secundario de la Regional 15, Santo Domingo III, participantes en el estudio.

Regional y distrito	Centro Educativo	Código
15-02	Centro Educativo en Artes Club Mauricio Báez	05207
15-02	Centro de Excelencia Prof. Luis Encarnación Nolasco	13903
15-02	Centro de Excelencia República de Colombia	06310
15-02	Liceo Juan Pablo Duarte	05265
15-03	Instituto Tecnológico Unión Panamericana	05227
15-03	Centro Educativo en Artes República de Argentina	05359
15-03	Liceo Estados Unidos de América	05240
15-04	Instituto Politécnico Víctor Estrella Liz	05152
15-04	Instituto Tecnológico de Artes y Oficios	05150
15-04	Liceo San Pablo Apóstol	05173