

La Representación social del Emprendimiento y su relación con la Creatividad y la Autoeficacia Emprendedora en jóvenes de Capital y Gran Buenos Aires

Autora: Roxana Rusak. (UBA, UFLO) lic.roxanarusak@gmail.com¹

Eje: Construcción de Conocimientos y Saberes.

Palabras claves: representación social, emprendimiento, creatividad, autoeficacia emprendedora, jóvenes.

› **Resumen**

El interés de este trabajo reside en indagar la representación social (RS) del emprendimiento en jóvenes trabajadores en relación de dependencia e independientes, entre 20 y 50 años, de CABA y GCBA. También se indagará si existe relación entre la RS, la Autoeficacia Emprendedora (Bandura, 1986) y la Creatividad. Así, se espera dar respuesta a los siguientes interrogantes: ¿Cuáles son las RS del emprendimiento que construyen en su vida cotidiana los jóvenes? ¿Qué relaciones pueden establecerse entre las RS del emprendimiento, la autoeficacia emprendedora y la creatividad de los participantes? Se utilizará una muestra intencional compuesta por 300 jóvenes. Se administrará la técnica de asociación de palabras a partir del término inductor “emprendimiento”. Asimismo, se aplicará la escala de autoeficacia emprendedora y la escala de autoeficacia creativa. Hasta el momento las investigaciones que se ocupan de las RS del emprendimiento lo han hecho en contextos diferentes al de esta investigación (Borjas De Xena, 2010; Pinillos Costa, Soriano Pinar, 2014; Sanchez, Lanero, Yurrebaso, 2005). Y en cuanto a los estudios que se ocupan de la autoeficacia emprendedora y la creatividad se realizaron con sujetos de otros países, estudiantes universitarios o fueron realizados con el fin de validar de las escalas. (Aranguren, Irrazábal, 2012; Aranguren, Oviedo, Irrazábal, 2011; Moriano, Palací, Morales, 2006; Salazar Carvajal, Herrera Sánchez, Rueda Méndez, León Rubio, 2014; Salvador Ferrer, 2009;).El interés en realizar esta investigación está

¹ Daniela Bruno (orientadora) (FLACSO-Argentina, UBA, CONICET). dsbruno@psi.uba.ar

en relación a que este fenómeno social que es el emprendimiento, ha estado en aumento en los últimos años a nivel mundial, interactuando con el desarrollo económico del país en el que este fenómeno tiene lugar. (Audrestch y Thurik, 2001; Henrekson y Johansson, 2008; Kantis, 2004, 2007, 2008). Y en su relación con el sistema educativo (Flores y Gray, 1990). Actualmente la investigación se encuentra en etapa de administración de los cuestionarios.

› ***Introducción.***

Los emprendimientos generan la creación y el desarrollo de nuevas empresas y esto a su vez permite el crecimiento económico y social en el país, favoreciendo el desarrollo tecnológico y el aumento de la productividad (Kantis, 2008).

El interés de este trabajo gira en torno a indagar la RS del emprendimiento en jóvenes trabajadores en relación de dependencia y jóvenes trabajadores independientes, entre 20 y 50 años, de Capital Federal y Provincia de Buenos Aires.

Se sabe que para lograr un mayor desarrollo económico a largo plazo, es necesario contar con sujetos emprendedores que generen nuevas formas de trabajo y valor agregado mediante la creación de nuevos productos, novedosos procesos de producción o la prestación de servicios que no existían hasta ese momento (Kantis, 2007).

El tema del emprendimiento se lo ha trabajado desde la perspectiva del desarrollo económico o empresarial, o tomando en cuenta cuales son las características que tiene una persona para lograr llevar adelante un emprendimiento. En cuanto a las implicancias en relación con la primera perspectiva, sería que los emprendedores, al desarrollar nuevos negocios para satisfacer las necesidades de la población, permiten incrementos de productividad y generan la mayor parte del empleo. Entonces, se genera más y mejor empleo que contribuye al incremento del valor agregado de la economía. (Zamora-Boza, 2018).

Por su parte, cuando se hace referencia a las implicancias de las características personales, los investigadores han trabajado en buscar un perfil psicológico del potencial emprendedor. Han considerado que el emprendedor se presenta como original e innovador, arriesgado, con aceptación de sus responsabilidades y sus actos y capacidad de planificación. (McClelland, 1961). Así como también se le atribuye la necesidad de logro, autoconfianza, creatividad, optimismo y autonomía. (Boydson et al., 2000; Davidsson, 1989).

Es por eso que este trabajo propone indagar la posible existencia de una RS acerca del emprendimiento de jóvenes de CABA y GCBA, o sea, poder dar cuenta de cómo este grupo de jóvenes entienden este fenómeno del emprendimiento, cuales son los significados compartidos sobre el mismo.

Es entonces a través de la Teoría de la RS, que se indagará la posible existencia de una RS del emprendimiento, ya que esta se ocupa del conocimiento del sentido común, incluyendo aspectos cognitivos, simbólicos, afectivos y pragmáticos, que constituyen una mediación que permite dar cuenta del hombre y de su relación con el mundo (Jodelet 2002; Moscovici, 1961), e implica reconocer que el sujeto y su contexto son agentes constructores de sentidos que se recrean y negocian en contextos socioculturales.

De esta manera la posible existencia de una RS del emprendimiento, nos permitiría entender como los sujetos orientan sus prácticas y sus conductas en relación con dicho fenómeno.

Por otro lado conocer cómo los jóvenes piensan esta temática del emprendimiento, podría permitirnos pensar la relación del mismo con el enfoque educativo, privilegiando el valor humano y fortaleciendo el mismo desde un posible cambio en el ámbito de la educación. Dando lugar a abordar el emprendimiento no solo desde una lógica mercantil o empresarial sino promoviendo una educación que permita tendencias educativas pro- emprendimiento. (Del Solar Sepúlveda, 2010).

Particularmente, el trabajo que se presenta en esta ponencia sigue los lineamientos del enfoque estructural desarrollado por la escuela de Aix-en -Provence (Abric, 1998) para el estudio de las RS. Según esta perspectiva de pensamiento, la estructura de una RS está compuesta por los elementos centrales y periféricos. Los primeros como generadores de significación del conjunto de la representación y los segundos completando una función unificadora y estabilizadora. Asimismo, las RS constituyen sistemas socio-cognitivos específicos cuyos componentes núcleo central y sistema periférico, están organizados jerárquicamente (Abric, 2001). Mientras que el núcleo central asume la organización de los elementos del campo representacional, los elementos periféricos se encargan de adaptar la representación a las exigencias del contexto concreto y particular (Abric, 2001). El núcleo, al tener un carácter normativo, se conecta con la historia colectiva, con los valores y con los argumentos sociales sobre cómo comprender y actuar en el mundo. La periferia tiene un carácter funcional a partir de

la cual se actualizan las normas del núcleo en contextos particulares protegiendo la estabilidad de las RS. (Abric, 1998, 2001).

› ***Relación con Autoeficacia Emprendedora y Creatividad.***

Por otro lado también se indagará si existe relación entre la RS del emprendimiento, la autoeficacia emprendedora y la creatividad.

El emprendimiento es una de las actividades humanas más complejas pues en ella convergen factores socio-personales, cognitivos, económicos, políticos y culturales, que al combinarse pueden resultar como predictores eficaces de iniciativas de emprendimiento o de la intención emprendedora en los individuos (Durán Aponte y Arias Gómez, 2015).

El concepto de autoeficacia surge dentro de la Teoría Social Cognitiva (Bandura, 1986). Una de las grandes aportaciones de esta teoría es que destaca la consideración del funcionamiento de las personas como una interacción triádica entre la conducta, los factores cognitivos y los sucesos ambientales.

La percepción de autoeficacia actúa como un aspecto clave en la competencia humana y determina, en gran medida, la elección de actividades, la motivación, el esfuerzo y la persistencia en las mismas ante las dificultades, así como los patrones de pensamiento y las respuestas asociadas (Salvador y Morales, 2009).

Conviene resaltar que las personas que creen en sus capacidades afrontan los desafíos con perseverancia, incrementando su nivel de esfuerzo y teniendo la absoluta seguridad de que los pueden controlar (Bandura, 1997, 1995/1999). Con todos estos argumentos, no hay duda que la autoeficacia es un recurso que reduce la vulnerabilidad al estrés (León Rubio, Cantero y León-Pérez, 2011; Sánchez, Guillén y León-Rubio, 2006) y fortalece la resiliencia ante situaciones adversas (Bandura, 2001), por consiguiente, la inclusión de la variable de autoeficacia es de interés para esta investigación ya que el emprendimiento es el proceso mediante el cual un individuo o un equipo identifica una oportunidad de negocio y despliega los recursos necesarios para su explotación evaluando los respectivos riesgos; para lo cual estos sujetos deben poner en juego su autoeficacia.

La creatividad se refiere a la generación de ideas originales, fluidas, flexibles, dando existencia a lo novedoso. Amabile (1983) sugiere que para que la respuesta a un problema se considere creativa debe ser novedosa, apropiada, útil, correcta y valiosa.

La creatividad en cuanto al emprendimiento se la puede asociar principalmente como una de las características que tienen las personas que buscan realizar una actividad económica por cuenta propia, sea como autónomo o como empresario, junto con otras habilidades personales y profesionales la creatividad permite ofrecer nuevas alternativas a los problemas y cambios en la oferta y demanda que genera constantemente los mercados. En un medio donde los avances tecnológicos producen constantes variaciones en los gustos y necesidades de los consumidores, la creatividad es asociada con la innovación. (Peñaherrera León y Cobos Alvarado, 2012).

Por lo tanto, la creatividad puede considerarse como la capacidad de partida para dar lugar a un proceso de innovación, que puede entenderse como un conjunto de etapas necesarias para crear nuevos productos y métodos de producción, abrir nuevos mercados y desarrollar nuevas fuentes de suministro de materias primas y otros insumos, y nuevas formas de organización (Arandia Loroño, Eizagirre Sagardia, Ezeiza Ramos, Fernández Fernández, Ruiz de Gauna Bahillo, 2012).

De esta manera podemos decir que la creatividad en el emprendimiento es fundamental, teniendo en cuenta que para el desarrollo de iniciativas emprendedoras son necesarios el aprovechamiento de las oportunidades y la resolución de tareas en donde las personas deben encontrar la mejor manera de llevar a buen término su proyecto.

› ***Emprendimiento y Educación.***

El contexto económico actual, propio de la economía del conocimiento, que implica la ambigüedad y la incertidumbre, lleva a que los individuos enfrenten varias exigencias tales como: descubrir las oportunidades, adquirir los rasgos personales, la capacidad de organizarse eficientemente, la decisión de actuar como promotor de desarrollo, diseñando estrategias que le permitan anticiparse a los cambios y condiciones del mercado, que se encuentran en constante innovación (Julien, 2005).

Se sabe que todas las culturas, fueron diseñando estrategias orientadas a un manejo apropiado de los recursos disponibles, teniendo en cuenta los niveles de sustentabilidad mediante el uso y aprovechamiento adecuado de los saberes. Es por eso que podría pensarse que con un efectivo fortalecimiento de la relación entre las variables emprendimiento, educación y empleo, sin dejar de lado la relación con las políticas gubernamentales se obtendría resultantes positivos (Del Solar Sepúlveda, 2010).

De esta manera podría decirse que al orientar a los individuos hacia una educación en emprendimiento se les ofrece las herramientas adecuadas para pensar de un modo creativo, resolver problemas con eficacia, analizar objetivamente una idea empresarial, comunicar, dirigir, evaluar cualquier proyecto y desarrollar seguridad en sí mismos a la hora de crear su propia empresa, si pueden probar sus ideas en un entorno educativo favorable. Podríamos pensar entonces que la educación y capacitación en emprendimiento desde los diferentes ámbitos educativos desempeña un papel clave en el desarrollo de aptitudes y competencias, pues, el saber hacer es necesario para estimular el potencial de innovación de los estudiantes e influye en los procesos de socialización y adaptación a los cambios (Uribe y De Pablo, 2011).

Si tomamos la definición expresada por las Naciones Unidas (1968), según la cual el concepto de educación incluye toda una gama de medios complementarios por los cuales se transmite el conocimiento, los valores y las especializaciones, y se modifican los patrones de comportamiento, podemos entonces permitirnos pensar como la educación en emprendimiento puede afectar los atributos que tengan los individuos y puede forjar actitudes emprendedoras en ellos, promoviendo cualidades psicológicas favorables para la actividad emprendedora, como ser la auto confianza, la autoestima, la creatividad, la auto eficacia y la necesidad de logro (Rasheed, 2000).

› ***Problema y Objetivos.***

Existe desde hace varios años, un crecimiento importante del proceso de creación de nuevas ideas que permitan dar respuesta a los constantes cambios sociales, políticos y económicos. La relevancia de dicho fenómeno no está relacionada únicamente con el valor agregado y/o los puestos de trabajo involucrados, sino también con las oportunidades de crecimiento laboral y profesional de las personas que, por diferentes motivos, encuentran en un proyecto de negocios o un emprendimiento su ámbito para el trabajo, la innovación y/o el desarrollo de sus habilidades o capacidades (Corredor, 2007).

De este modo, no debería sorprendernos la creciente investigación que en los últimos tiempos ha florecido en torno al fenómeno de los emprendedores y su aporte al crecimiento económico: creación de nuevas e innovadoras empresas, generación de cientos de miles de fuentes de trabajo y mejoramiento de la productividad del país (Low, MacMillan, 1988).

Este fenómeno, no es sólo patrimonio en la Ciudad de Buenos Aires, ni en Argentina, sino también en América Latina, donde se ha implementado con mayor énfasis en algunos países a diferencia de otros (Fernández Calderón, 2010).

Y que, más allá de las consideraciones valorativas acerca de sus características y sus implicancias en diferentes campos, está generando nuevos desafíos para numerosas disciplinas, al tiempo que implica también una ventana de oportunidad para sociedades como la nuestra, en la cual el espíritu emprendedor parece atravesar transversalmente a buena parte de la población, más allá de su nivel educativo o estrato social. (Vélez Romero, Ortiz Restrepo, 2016).

Por estos motivos es que se plantea el interés de analizar la existencia de una RS del emprendimiento y su relación con la autoeficacia emprendedora y la creatividad en jóvenes de CABA y GCBA.

En otras palabras, las preguntas que guiarán este estudio son: ¿existe una RS del emprendimiento en los jóvenes entre 20 y 50 años de CABA y GCBA? ¿Qué relación tiene esta con los niveles de Autoeficacia Emprendedora y Creatividad que presentan estos sujetos?

Con lo cual los objetivos que se plantean son:

- Describir la RS del emprendimiento en los participantes.
- Describir los niveles de autoeficacia emprendedora en los participantes.
- Describir los niveles de creatividad en los participantes.
- Analizar las relaciones entre las RS del emprendimiento, la autoeficacia emprendedora y la creatividad en los participantes.
- Analizar si existen posicionamientos diferenciales en la RS del emprendimiento de los participantes según su sexo, edad y nivel de educación.

› **Metodología.**

El diseño del estudio, tomando el planteo de Hernandez Sampieri (2016), es un enfoque cuantitativo no experimental, ya que para realizar la investigación no se va a manipular deliberadamente las variables, sino que se observará el fenómeno tal como se da en su contexto natural, para después analizarlo.

Es decir se tomará a la RS del emprendimiento como un fenómeno social actual, y a los niveles de creatividad y autoeficacia emprendedora que se ponen en juego en los participantes y luego se pretenderá analizar los datos obtenidos.

Este además es un estudio transversal ya que se recopilarán los datos en un momento determinado. Por otro lado implica una modalidad descriptiva porque tiene como objetivo indagar la incidencia de los niveles de una o más variables en una población. Y en cuanto a la modalidad correlacional, estos diseños describen relaciones entre dos o más variables, (en este caso 3; V1: Representación social, V2: Autoeficacia Emprendedora y V3: Creatividad), en un momento determinado.

› ***Instrumentos y procedimientos para la recolección de datos.***

Los jóvenes serán invitados a participar voluntariamente y de forma anónima.

Los datos se recolectarán mediante un cuestionario autoadministrable compuesto de la siguiente manera:

- a) Para indagar las RS del emprendimiento se administrará la técnica de asociación de palabras (Wagner y Hayes, 2011) a partir del término inductor *emprendimiento* con la siguiente consigna “Para comenzar, por favor escribí las primeras cinco palabras que se te vienen a la mente cuando pensás en la palabra *emprendimiento*”.
- b) Para evaluar la Autoeficacia emprendedora, se tomará en cuenta la escala de autoeficacia emprendedora (Entrepreneurial Self-Efficacy, ESE), desarrollada en San Diego State University (SDSU) por los profesores Alex De Noble, Don Jung y Sanford Ehrlich (1999), tomando su versión en castellano (Moriano et al., 2006). La versión de la Escala Entrepreneurial Self- Efficacy (ESE) de De Noble et al. (1999), está compuesta por 23 ítems. A estos ítems se les agregó 19 ítems más para poder lograr que cada dimensión cuente con 7 ítems cada una para ser evaluada. O sea, que en total se evalúan 42 ítems. Los sujetos responden en formato tipo Likert de 5 puntos desde “completamente incapaz” (1) a “completamente capaz” (5). Los valores asignados a los ítems son sumados (o promediados) para obtener una única puntuación global en autoeficacia emprendedora. También se puede calcular la puntuación específica del sujeto para cada una de las seis subescalas.
- c) Para evaluar Creatividad, se utilizara para evaluar dicha variable la Escala de Autoeficacia Creativa (Creative Self-Efficacy Scale [EAC]; Yi, Scheithauer, Lin & Schwarzer, 2008), en su adaptación argentina (Aranguren, Oviedo & Irrazabal, 2011). Dicha escala consta de 5 ítems, evaluados cada uno con una escala tipo likert con 4

opciones de respuesta, a las cuales se le otorga una puntuación de 1, 2, 3 y 4 respectivamente. Las puntuaciones varían entre los 5 y los 20 puntos, indicando los valores más altos una mayor percepción de autoeficacia.

Y la Escala de Comportamiento Creativo (ECC; Aranguren & Irrazabal, 2012), la cual consta de 38 ítems distribuidos en cuatro subescalas. Cada ítem cuenta con una escala tipo likert de cinco puntos, siendo las opciones de respuesta nunca, alguna vez, pocas veces, varias veces y muchas veces.

- d) Por último, se incluyeron preguntas sobre información sociodemográfica: edad, sexo y el nivel educativo de los participantes.

› ***Resultados/grados de avance de la investigación.***

Actualmente esta investigación se encuentra en la etapa de administración de los protocolos. Se ha seleccionado una muestra intencional que está compuesta por 300 jóvenes de entre 20 y 50 años, de Capital y Gran Buenos Aires, los sujetos son trabajadores independientes y en relación de dependencia, se intenta que la muestra sea equitativa en cuanto a sexo y edad.

Se prevé que los resultados de la misma contribuirán a comprender mejor como los sujetos orientan sus prácticas y sus conductas en relación con este objeto de conocimiento social. También se espera contribuir en una posible comprensión de una relación entre este fenómeno del emprendimiento y los niveles de creatividad y autoeficacia emprendedora de los sujetos. Y reflexionar sobre si las prácticas educativas actuales incluyen o no tendencias educativas pro- emprendimiento.

› ***Bibliografía.***

Abric JC. (2001) *Prácticas sociales y representaciones*. México: Ediciones Coyoacan.

Abric, Jean – Claude (1994). Metodología de recolección de las representaciones sociales. En *Pratiques sociales et Représentations*. Traducción al español por José Dacosta y Fátima Flores (2001). *Prácticas Sociales y Representaciones Sociales*. Ediciones Coyoacán: México.

Abric, Jean-Claude. (1994). Les représentations sociales: aspects théoriques. En *Pratiques sociales et représentations*, ed. Jean-Claude Abric. (pp. 11-35) París: PUF.

Alonso, L.. (1998). Sujeto y discurso: El lugar de la entrevista abierta en las prácticas de la sociología cualitativa. En Delgado, J., Gutiérrez, J. (coord.) *Métodos y técnicas cualitativas de investigación social*. Madrid, España: Síntesis psicología.

Araya S. (2002). *Las Representaciones Sociales: Ejes Teóricos para su discusión*. Cuaderno de Ciencias sociales 127.

(FLACSO).

- Araya, S. (2001). *La equidad de género desde la representación social de las formadoras y los formadores del profesorado de segunda enseñanza*. Tesis para optar al grado de Doctor en Educación. San Pedro, Costa Rica. Universidad de Costa Rica.
- Audretsch, D. y Thurik, R. (2001). *Linking Entrepreneurship to Growth*. Paper preparado para el Directorate for Science, Technology and Industry, OECD.
- Audrestch D., Keilbach M. and Lehmann E. (2006) *Entrepreneurship and Economic Growth*. New York: Oxford University Press.
- Banchs, M. (1986). Concepto de representaciones sociales: análisis comparativo. *Revista costarricense de psicología (89)*. 27-40.
- Banchs, M. (1988). Cognición social y representación social. *Revista de Psicología de El Salvador, VII, (30)* 361-371.
- Banchs, M. (1990). Las representaciones sociales: sugerencias sobre una alternativa teórica y un rol posible para los psicólogos sociales en Latinoamérica. En Jiménez, D. (coord.) *Aportes críticos a la psicología en Latinoamérica*. México: Universidad de Guadalajara.
- Banchs, M. (1991). Representaciones sociales: pertinencia de su estudio y posibilidades de su aplicación. *Boletín de AVEPSO, (XIV)*, 3-16.
- Banchs, M. (1994). *Desconstruyendo una desconstrucción: Lectura de Ian Parker (1989) a la luz de los criterios de Parker y Shotter (1990)*. *Papers on Social Representation*. Threads of discussion, Electronic Version, 3, (1). Peer Reviewed Online Journal 120. <<http://www.swp.uni-linz.ac.at/content/psr/psrindex.htm>>
- Banchs, M. (2000). *Aproximaciones procesuales y estructurales al estudio de las representaciones sociales*. *Papers on Social Representation*. Threads of discussion, Electronic Version, 8. Peer Reviewed Online Journal. 1-15. <<http://www.swp.uni-linz.ac.at/content/psr/psrindex.htm>>
- Bandura, Albert. (1986). Social foundations of thought and action: A social cognitive theory. *Psychological Review* 84, 191-215.
- Bandura, Albert. (1988) . Organizational applications of social cognitive theory. *Australian Journal of Management* 13, 137-164.
- Bonilla E, Rodríguez P (2005). *Más Allá del Dilema de los Métodos. La Investigación en las Ciencias Sociales (3ª ed. Rev)*. Bogotá, Colombia. Grupo Editorial Norma.
- Casal, J. (1997). Modalidades de transición profesional, mercado de trabajo y condiciones de empleo. *Cuadernos de Relaciones laborales, 11* . Madrid: UCM.
- Chell, E. (2000). Towards researching the “opportunistic entrepreneur”: A social constructionist approach and research agenda. *European Journal of Work and Organizational Psychology, (9), (1)*, 63-80.
- Chell, E., Haworth, J. y Brearley, S. (1991). *The entrepreneurial personality: Concepts, cases and categories*. Londres: Routledge.
- Chen, C.C., Green, P.G. y Crick, A. (1998). Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? *Journal of Business Venturing, (13)*, 295-316.
- Corredor, J. (2007). *La Planificación Estratégica. Bases Teóricas para su Aplicación. (4ta Edic.)*.Valencia: Vadell Hnos. Editores C.A.
- Del Solar Sepúlveda, S. (2010). *Emprendedores en el aula*. Editorial: Organización de los Estados Iberoamericanos.
- De Noble, A., Jung, D. y Ehrlich, S. (1999). *Entrepreneurial self-efficacy: The development of a measure and its relationship to entrepreneurial action*. Trabajo presentado en el Frontiers of Entrepreneurship Research, Waltham.
- De Rosa A. Le réseau d'associations comme méthode d'étude dans la recherche sur les représentations sociales: structure,

- contenus et polarité du champ sémantique. *Les cahiers internationaux de psychologie sociale* 1995; 28, 97-123. 17.
- Durán-Aponte, E. y Arias-Gómez, D. (julio-diciembre, 2015). Intención emprendedora en estudiantes universitarios: integración de factores cognitivos y socio-personales. *Revista Colombiana de Ciencias Sociales*, 6(2), 320-340.
- Eindhoven, J. & VinackE, W. (1952). Creative processes in painting. *Journal of General Psychology* 47, pp. 139-164.
- Fernandez Calderon, Marco Antonio (2010). *El espíritu emprendedor: Aspectos teóricos y caos de emprendedores en Bolivia*. Impresión: Weinberg SRL.
- Fernández Fernández, Idoia. Eizagirre Sagardia, Ana. Arandía Loroño, Maite, Ruiz de Gauna Bahillo, Pilar y Ezeiza Ramos, Ainhoa. (2012). Creatividad e Innovación: Claves para intervenir en contextos de Aprendizaje. *Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación - Volumen 10, Número 2*.
- Flores, F. y Gray, J. (1999). Entrepreneurship and the Wired Life. En: <www.plataforma.uchile.cl> “El final de las profesiones. Nuevas formas de trabajo y de política pública” (Flores F. y Gray J.:1990).
- González LF. Algunos presupuestos generales del desarrollo de la investigación cualitativa en psicología. En: Toledo M, Medina G ((Ed.). *Investigación cualitativa en psicología Rumbos y Desafíos*. México: Internacional Thompson editores; 2000.
- Guilford, J.P. (1967). Creativity: yesterday today and tomorrow. *Journal of Creative Behavior*, (1), 3-14.
- Henrekson M. and Johansson D. (2008). Gazelles ad Job Creators- A Survey and interpretation of the evidence. *IFN Working Paper N° 733*. Research Institute of Industrial Economics. Stockholm.
- Hernandez Sampieri, Roberto. (2016). El Manual Metodología de la investigación. 6ta. Edición. <<http://www.mediafire.com/download/7n8p2lj3ucs2r3r/Metodolog%C3%ADa+de+la+Investigaci%C3%B3n+-sampieri+6ta+EDICION.pdf>>
- Jodelet D. (1986). La representación social. Fenómenos, concepto y teoría. En: *Moscovici S (Ed.). Psicología social II*. Barcelona: Paidós; 1986. 16.
- Jodelet, Denise. (1984). Représentation sociale: phénomènes, concept et théorie. En *Psychologie sociale*, ed. Serge Moscovici. París: PUF, 363-384.
- Jodelet, Denise. (2005). *Loucuras e representações sociais*. Petrópolis: Vozes.
- Julien, P. (2005). Emprendimiento regional y economía del conocimiento: una metáfora de las novelas policíacas. Cali: Sello Javeriano.
- Kantis, Hugo (2004). *Desarrollo emprendedor: América Latina y la experiencia internacional*. Banco de Desarrollo Iberoamericano de Desarrollo Fudnes Internacional.
- Kantis, Hugo. Federico, Juan. (2007). *Los determinantes del surgimiento de nuevas empresas altamente dinámicas. Una comparación internacional*. Universidad Nacional de General Sarmiento. LITTEC.
- Kantis, Hugo. (2008). *Aportes para el diseño de Programas Nacionales de Desarrollo Emprendedor en América Latina*. Banco Interamericano de Desarrollo. Notas Técnicas # IDB-TN-132.
- Landau, E. (1987). *El vivir creativo: teoría y práctica de la creatividad*. Barcelona: Editorial Herder.
- Low, M.B. y MacMillan, I.C., 1984. “Entrepreneurship: Past Research and Future Challenges”. *Journal of Management*. Vol. 14, No. 2, 139-161.
- Mead, George H. 1934. *Mind, Self and Society*. Chicago: Chicago University Press.
- Moriano, J. A., Palací, F. J. y Morales, J. F. (2006). Adaptación y validación en España de la escala de Autoeficacia Emprendedora. *Revista de Psicología Social*,(21)(1), 51-64.

- Moriano, J.A., Palací, F.J. y Morales, J.F. (2006). Adaptación y validación en España de la escala de Autoeficacia emprendedora. *Revista de Psicología Social*, (21),(1), 35-50.
- Moscovici, Serge. 1979. *Psychologie des minorités actives*. París: PUF.
- Moscovici, Serge. 2003. *Representações sociais: investigações em psicologia social*. Petrópolis: Vozes.
- Moscovici, Serge. 2005. *Memória, imaginário e representações sociais*. Río de Janeiro: Museu da República.
- Moscovici, Serge. 2008. Introduction: le domaine de la psychologie sociale. En *Psychologie Sociale*, ed. Serge Moscovici. París: PUF, 5-22..
- OCDE (Organización de Cooperación y Desarrollo Económico). (1999). *Fostering Entrepreneurship*. Paris: OCDE.
- OCDE (2001); “*Entrepreneurship, Growth and Policy*”. OECD DSTI/IND.
- Peñaherrera León, Mónica y Cobos Alvarado, Fabián. (2012). *Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación - Volumen 10, Número 2*.
- Rasheed, H. S.(2000). Developing Entrepreneurial Potential in Youth of Entrepreneurial Education and Venture Creation. Disponible en <http://www.usasbe.org/knowledge/proceedings/2001/063.pdf>.
- Reynolds, P. Hay, M., Bygrave, W, Camp, S y Autio, E. (1999). *Global Entrepreneurship Monitor, Executive Report*. Babson College/London Business School.
- Salvador, C. (2008). Impacto de la Inteligencia emocional percibida en el autoempleo. *Boletín de Psicología*, (92), 65-80.
- Uribe Toril, Juan y De Pablo Valenciano, Jaime (2011). "Revisando el emprendurismo", *Boletín Económico de ICE*, núm. 3021 (Madrid), pp. 53-62.
- Vélez-Romero, Xavier A, Ortiz Restrepo, Sara. (2016). *Emprendimiento e innovación: Una aproximación teórica*. Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, Manta, Ecuador. Dom. Cien., ISSN: 2477-8818 Vol. 2, núm. 4, oct., 2016, pp. 346-369.
- Vigotsky, L. (1981). The genesis of higher mental functions. En *Wertsch, J. V. (1981). The concept of activity in Soviet Psychology*. New York: Sharpe.
- Wallas, G. (1926). *The Art of Thought*. New York: Harcourt Brace.
- Wagner, W. Elejabarrieta, F. (1994).: “Representaciones sociales” en *Morales, J.F. (comp.9 “Psicología Social”)*, Madrid, 1994.
- Zamora-Boza, Clarisa Solange. (2018).. La importancia del emprendimiento en la economía: el caso de Ecuador. *Revista Espacios Vol. 39 (Nº 07) Pág. 1*.