



Universidad de Concepción
Facultad de Ingeniería
Departamento de Ingeniería Civil Industrial



Autorregulación motivacional en el sector del emprendimiento.

Por

Óscar Guillermo Contreras Esteyes

Memoria de Título para optar al título profesional de
Ingeniero Civil Industrial

Profesor Guía:

Dr. Jorge Maluenda Albornoz

Ingeniero Supervisor:

Mg. Carlos Lagos Pino

Diciembre 2023 Concepción (Chile)

©2023 Oscar Contreras Esteyes

© 2024 Oscar Contreras Esteyes

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento.

Sumario

La “Regulación Motivacional” es un concepto relativamente reciente que surge desde el contexto educativo, y que adquiere progresiva relevancia desde el año 2003, por su capacidad de influir en factores vinculados al desempeño. En la presente investigación, se realizó un estudio de tipo descriptivo transversal para caracterizar socio-demográficamente a los emprendedores chilenos y, a su vez, describir diferencias y similitudes respecto a sus niveles de engagement, regulación motivacional y estrategias de autorregulación motivacional. Para lograr la medición, se utilizó una encuesta de 6 secciones de preguntas que estuvo activa durante dos meses, donde se midieron los ítems anteriormente mencionados. Posterior a eso, se usó una estrategia comparativa para encontrar diferencias y similitudes en la muestra de emprendedores de distintas partes de Chile (N=154). Los resultados indican que las características sociodemográficas como el grupo etario, nivel educacional y emprendimiento con base científico tecnológica, muestran diferencias por grupos en la regulación motivacional de los emprendedores, su fuerza de voluntad y los métodos que utilizan para sobrellevar sus trabajos. En general, los emprendedores con mejores niveles de motivación, tienden a usar métodos de regulación motivacional que son intrínsecos, o que afectan el cómo perciben las tareas, logrando hábitos que en el futuro conseguirán transformaciones positivas en la forma de pensar y de comportarse frente a las adversidades de emprender.

Abstract

“Motivational Regulation” is a relatively recent concept that emerges from the educational context, and that has been gaining progressive relevance since 2003, due to its ability to influence factors related to performance. In the present research, a cross-sectional descriptive study was conducted to socio-demographically characterize Chilean entrepreneurs and, in turn, describe differences and similarities regarding their levels of engagement, motivational regulation, and motivational self-regulation strategies. To achieve the measurement, a survey of 6 sections of questions was used, which was active for two months, where the previously mentioned items were measured. After that, a comparative strategy was used to find differences and similarities in the sample of entrepreneurs from different parts of Chile (N=154). The results indicate that sociodemographic characteristics such as age group, educational level, and entrepreneurship based on scientific technology, show differences by groups in the motivational regulation of entrepreneurs, their willpower, and the methods they use to cope with their jobs. In general, entrepreneurs with better levels of motivation tend to use motivational regulation methods that are intrinsic, or that affect how they perceive tasks, achieving habits that in the future will achieve positive transformations in the way of thinking and behaving in the face of the adversities of entrepreneurship.

Agradecimientos

Mis agradecimientos van para mi familia y amigos, quienes me apoyaron durante todo el proceso, en especial a mi padre, mi madre y mi hermana.

Agradecimientos también a mis profesores guía, por acompañarme pacientemente y orientarme en este último paso de la carrera.

Contenido

Sumario.....	I
Abstract	II
Agradecimientos	III
1. Introducción	1
2. Marco Teórico.....	7
2.1. El Desafío de Emprender	7
2.2. Capital humano y su potencial.	20
2.3. Motivación y Regulación motivacional	25
2.4. Resultados esperados	28
3. Metodología	30
3.1. Objetivos	30
3.2. Diseño	30
3.3. Participantes.....	31
3.4. Instrumentos	32
3.5. Procedimientos.....	37
4. Resultados	40
5. Discusión	47
5.1. Variables Sociodemográficas.....	47
5.2. Niveles de Motivación y Regulación Motivacional	49
5.3. Comparaciones.....	51
5.4. Correlaciones.....	55
6. Conclusión	57
7. Referencias	60
8. Anexos.....	68

1. Introducción

El ranking realizado por el Global Startup Ecosystem Index, el cual clasifica a ciudades de distintos países por su calidad como ecosistema para startups, muestra que, en el año 2023, Santiago de Chile está ubicado en el cuarto lugar de las mejores ciudades para emprender en Latinoamérica y el Caribe, siendo superada por São Paulo, México City y Bogotá. También la capital chilena, se encuentra en el puesto 67 en el ranking mundial entre 100 países y 1000 ciudades (Forbes, 2023). En el ranking anterior que publicó esta misma institución, se mostraba que Chile, en el año 2019, se posicionaba en el puesto 30 en el ranking mundial de países con mejor ecosistema para startups, arriba de México con el puesto 32, Colombia con un puesto 34, Brasil con el puesto 37 y Argentina con el puesto 44 (StartupBlink, 2018). Actualmente, año 2023, nuestro país fue bajando puestos hasta ocupar el número 36 en el ranking Global, mientras que México está en el puesto 37, Colombia en el puesto 40, Brasil en el puesto 27 y Argentina en el puesto 47 (StartupBlink, 2023).

El cuarto lugar en el Global Startup Ecosystem Index capital chilena, se puede explicar gracias a que el gobierno en nuestro país entrega muchas ventajas para el desarrollo, protección y sustento de los emprendimientos. Para empezar, Chile posee la red de Tratados de Libre Comercio más poderosa del Mundo, incluyendo 30 tratados con 65 economías, las cuales, equivalen al 88% del PIB global (Producto Interno Bruto), permitiendo la circulación internacional de bienes y servicios entre el 65% de la población mundial (Minrel, s.f). Esta misma llevó a Chile a liderar en Sudamérica en términos de PIB Per Capita el año 2022 con 14.639 euros anuales (DatosMacro, 2022). Si bien algunos autores describen una relación tanto positiva (Empréndete Chile, 2012) como negativa (F. J. Guzmán, 2017) entre el PIB y la generación de nuevos emprendimientos, las rentas mayores permiten el desarrollo financiero seguro de los individuos en una gran empresa, abriendo la oportunidad de crear nuevos negocios con los recursos adquiridos (Minniti, 2012).

Además, el gobierno chileno tiene estrategias articuladas y orientadas a desarrollar el emprendimiento, tanto nacional como internacional. Por ejemplo, la ley N°20.416, la cual “establece normas especiales para las empresas de menor tamaño” (BCN, 2020), cumple con establecer el marco regulatorio y entregar la definición actual de micro, pequeña y mediana empresa.

El estado chileno, además, provee una normativa, formulación de políticas, servicios, y desarrollo de planes de fomento considerando a las pequeñas empresas, incluso preocupándose de evitar la competencia desleal, regulada por la ley N° 20.169, la cual engloba los comportamientos que se clasifican como competencia desleal y se refiere a que procedimientos y sanciones existen para condenar estos actos (BCN, 2007).

A modo de ejemplo sobre algunas de las políticas públicas existentes en esta materia es posible mencionar iniciativas legales que buscan facilitar y estimular la creación de empresas (Flores T., 2014), como la ley N° 20.494, publicada en el diario oficial el 27 de enero de 2011, llamada “Ley sobre la Agilización de Trámites”, propuesta que establece que la publicación de la constitución, modificación y disolución de sociedades se realice de manera gratuita en la página web del Diario Oficial en lugar de en la publicación impresa. Esta normativa, además, obliga a las Municipalidades a entregar una patente provisoria a los emprendedores de inmediato, y requiere que el Servicio de Impuestos Internos (SII) autorice el uso de la factura electrónica de inicio inmediatamente después del trámite de inicio de actividades.

Otro ejemplo es la Ley N° 20.659, publicada el 8 de febrero de 2013, llamada “Ley de Constitución de Empresa en un Día”, la cual busca reducir los costos de crear y modificar sociedades en un sistema electrónico simple, optativo, gratuito y la obtención de certificados e información automáticos y actualizados.

También, aparece dentro de esta batería de regulaciones la Ley N° 21.105 (BCN, 2018), la que tiene como objetivo crear el Ministerio de Ciencia, Tecnología, Conocimiento e Innovación, organismo encargado de asesorar y colaborar con el Presidente/a de la República en el diseño,

formulación, coordinación, implementación y evaluación de las políticas, planes y programas destinados a fomentar y fortalecer la innovación de base científico-tecnológica en el país.

A pesar de estos grandes avances, un componente fundamental para la consolidación efectiva del emprendimiento se relaciona con el fortalecimiento del capital humano del país. En efecto, se establece una relación mutua entre el crecimiento económico y el progreso humano, donde la mejora de las habilidades de trabajadores, administradores y empresarios impulsa la capacidad de innovación en tecnologías, investigaciones, desarrollos y adaptaciones en sus respectivos ámbitos (Altukhov, 2017).

En éste ámbito, el estado contribuye a partir de distintas instituciones que proveen programas de fondos concursables, asesorías, capacitación, digitalización, convocatorias, actividades abiertas y una gran gama de posibilidades de desarrollo que contribuyen directamente al futuro del nuevo emprendedor. Un ejemplo es Sercotec (Sercotec, s.f), una institución ligada al ministerio de Economía, Fomento y Turismo, dedicada a apoyar a las micro y pequeñas empresas y a los emprendedores del país. Otro ejemplo de este tipo instituciones es la Corporación de fomento de la producción (Corfo, s.f.), el cual ofrece recursos a los Fondos de Inversión para financiar a las empresas en forma de aportes de capital o créditos. Un tercer ejemplo es el Servicio Nacional de Capacitación y Empleo (Sence, s.f.), que no solo ayuda con subsidios varios, también ofrece cursos a emprendedores y emprendedoras para que formalicen sus negocios.

Hay instituciones y fondos que ayudan al desarrollo de tecnologías para todo tipo de proyectos chilenos, por un lado, la Agencia Nacional de Investigación y Desarrollo (ANID, s.f) es una agencia del Estado que administra y ejecuta becas de postgrado, programas y concursos, que tienen como propósito promover, fomentar y desarrollar la investigación en Chile, en todas las áreas del conocimiento, el desarrollo tecnológico y la innovación de base científico-tecnológica, de acuerdo con las políticas definidas por el Ministerio de Ciencia, Tecnología, Conocimiento e Innovación.

Por otro lado, el Fondo de Fomento al Desarrollo Científico y Tecnológico (Fondef, s.f), es un programa dependiente de la Comisión Nacional de Investigación Científica y Tecnológica, CONICYT. Tiene como misión promover la vinculación y asociatividad entre instituciones de

investigación, empresas y otras entidades, con el objetivo de desarrollar proyectos de investigación aplicada destinados a mejorar la competitividad del país y la calidad de vida de la población. Fondef cuenta con instrumentos de financiamiento cuyo público objetivo son instituciones sin fines de lucro que desarrollen I+D (IDeA) o estudiantes de pre o posgrado (VIU).

También el estado cuenta con instituciones que ofrecen programas de financiamiento para cierto tipo de mercados, algunos son el Instituto de Desarrollo Agropecuario (Indap, s.f) que financia, asesora y capacita a pequeños productores agrícolas y campesinos, y el Servicio Nacional de Turismo (Sernatur, s.f) el cual ofrece herramientas que apoyan e incentivan el emprendimiento, el mejoramiento de la competitividad y la productividad en la industria turística nacional.

Éste intercambio beneficioso impulsa un progreso integral, elevando el nivel de solidez de las iniciativas emprendedoras contribuyendo de manera efectiva al avance económico y social (Ranis, 2002).

No obstante, a pesar de las medidas implementadas, el 97,5% de los emprendimientos cierran antes de los 5 años (CCS, s.f.), y no más alentador, un 80% de las pequeñas y medianas empresas fracasan antes de los 3 años (Innovación Chilena, 2018) evento que está relacionado con la falta de pago de deudas. De hecho a fines de abril del año 2022, la cantidad de empresas morosas en Chile ascendía a 78.587, lo que equivale al 12,9% del total de compañías activas, y el 86% de empresas morosas correspondió micro y pequeñas empresas (USS, 2022).

El emprendimiento puede ser un camino incierto y, a menudo, las empresas fracasan debido a dificultades financieras. Sin embargo, la falta de formación y competencias del emprendedor puede dificultar el desarrollo de sus iniciativas, acortando la vida del negocio y aumentando la probabilidad de incumplimiento de deudas.

Las habilidades de gestión y financieras son esenciales en este aspecto. De hecho, los estudios sugieren que aprender de los fracasos puede ser un factor clave para el éxito futuro en el emprendimiento, proporcionando valiosos conocimientos y soluciones (Lattacher, 2020). Por esta razón, es crucial que los emprendedores busquen activamente mejorar sus habilidades y

conocimientos, no solo sobre su mercado objetivo, sino también de cualidades que requiere para llevar adelante un proyecto.

Dentro de las cualidades que los emprendedores deben desarrollar, además de las capacidades financieras y de liderazgo, se encuentran la capacidad en la conformación de equipos, la autoconfianza, no temer al conflicto (Team Asana, 2023), la capacidad de aprendizaje, habilidades técnicas, habilidades interpersonales, y la adaptabilidad (Gartner, s.f.). También es importante el componente motivacional, donde es crucial fortalecer la autodisciplina, la determinación, el compromiso y la capacidad de perseverar en las tareas a realizar, sobre todo debido a las dificultades naturales que tiene el desarrollar proyectos de emprendimiento (Rendón, 2019). Unos ejemplos de este último punto son las dificultades para tener clientes en un principio, errores al brindar servicios, malfuncionamiento de diseño de productos, o cosas que están totalmente fuera del alcance del emprendedor, sucesos inesperados en el entorno, tales como catástrofes naturales, accidentes, o pandemias, que puedan afectar no solo a la salud del emprendimiento, sino del emprendedor. Ciertamente éste tipo de situaciones son desalentadoras, pero es parte del camino del emprendedor, y se deben aceptar estas experiencias como tal, un aprendizaje, y tomar decisiones dependiendo de la situación actual de la pyme. El emprendedor debe tener la capacidad de mantenerse emocionalmente comprometido con los objetivos a pesar de los contratiempos, a eso se le llama “Persistencia Emocional” (Hernández-Vargas, 2022). Esto implica manejar las emociones negativas como la frustración y el miedo, y mantener emociones y actitudes positivas, por lo tanto, el emprendedor debe aprender sobre “Regulación Motivacional”.

La investigación actual en el campo de la regulación motivacional se ha centrado principalmente en el ámbito universitario, ya que se reconoce la importancia de contar con profesionales que posean las habilidades necesarias para afrontar desafíos complejos y cambiantes, entendiendo que, para poder abordar este tipo de desafíos se requiere un alto grado de perseverancia y autorregulación.

La “Regulación Motivacional” es un concepto relativamente reciente que surge desde el contexto educativo, y que adquiere progresiva relevancia, desde 2003, por su capacidad de influir en

factores vinculados al desempeño, como el rendimiento, el abandono y la persistencia en los estudios, así como también sobre el bienestar en el contexto académico. Consiste en la capacidad que una persona posee para influir deliberadamente en la motivación a través de estrategias que permitan controlar el inicio, mantención o incluso la mejora de los propios niveles de motivación con respecto a una actividad en particular (Wolters, 2003). Entre los estudiantes, los que cuentan con métodos de autorregulación o demuestran un mayor nivel de disciplina, destacan notablemente en su rendimiento académico, mientras que los estudiantes con baja regulación motivacional, o que tienden a procrastinar, mantienen notas promedio (Gruschel, 2016).

A pesar de que existe claridad sobre la importancia de la motivación para el desarrollo de emprendimientos exitosos, existe poca claridad sobre los procesos de control motivacional. La mayor parte de la investigación en el campo de la autorregulación se ha centrado en las estrategias de regulación cognitivas y meta-cognitivas, dejando abierta la pregunta sobre cómo las personas inician y mantienen elevada su motivación (Kim, 2018).

En consecuencia, el propósito de la presente memoria de título es explorar las características específicas del proceso de regulación motivacional en una muestra de emprendedores chilenos para comprender mejor la visión de los emprendedores con respecto a sus propios procesos de regulación motivacional, y de éste modo, contribuir con evidencia que permita mejorar los métodos de autorregulación motivacional de las y los emprendedoras/es.

2. Marco Teórico

2.1. El Desafío de Emprender

2.1.1. Definiciones.

El termino emprendedor proviene del francés entrepreneur (pionero en español), siendo utilizado principalmente para referirse a los aventureros que se arriesgan a demostrar sus ideas a todo un mundo de oportunidades sin saber cuál sea su futuro en el campo de su desempeño (Recalde, 2016).

Para la presente investigación, se definirá el emprendimiento como el proceso de diseñar, implementar y administrar un nuevo negocio, que generalmente comienza como una pequeña empresa o una emergente, ofreciendo a la venta un producto, servicio o proceso, con el fin de generar ganancias económicas o mejorías en el ámbito social (Editorial RSyS, 2021).

2.1.2. Teorías de Emprendimiento.

El emprendimiento es una odisea fascinante que combina la pasión, la innovación y la estrategia. Las teorías del emprendimiento son mapas que guían a los valientes viajeros en esta aventura, ofreciendo distintas rutas y herramientas para navegar en el dinámico océano de los negocios. A continuación, se presentan los más relevantes (Terán, 2020).

2.1.2.1. Teorías Económicas del emprendimiento

Las teorías económicas del emprendimiento ofrecen una perspectiva sobre cómo y por qué se forman las empresas, destacando la importancia de la racionalidad económica y una baja aversión al riesgo. Estas teorías sostienen que todos poseen el potencial para transitar entre el rol de empleado y el de empresario. Se centran en la

innovación y en los procesos productivos emergentes, proponiendo al emprendedor como un agente clave capaz de detectar y capitalizar oportunidades en mercados en constante evolución.

De estas teorías, se extraen los siguientes enfoques, los cuales son:

- Teoría clásica: La teoría propuesta por David Ricardo en los albores del siglo XIX sostiene un concepto claro y lógico: a pesar de que un emprendedor pueda producir varios bienes o proporcionar diversos servicios, es más beneficioso concentrarse en aquellos campos en los que su ventaja sea relativamente superior o su desventaja sea relativamente inferior (Ricardo, 1817) .
- Teoría del empresario arriesgado: Knight (1921) señala que los emprendedores son un grupo especializado de personas que asumen riesgos y lidian con la incertidumbre.
- Teoría del empresario Innovador: Schumpeter (1942) utilizó el término emprendedor para referirse a aquellos individuos que con sus acciones causan inestabilidades en los mercados. Define al emprendedor como una persona dinámica y fuera de lo común, que promueve nuevas combinaciones o innovaciones (Schumpeter, 1934).

2.1.2.2. Teorías Psicológicas del Emprendimiento

Las Teorías Psicológicas del Emprendimiento abordan la formación de empresas desde una óptica individualista, enfocándose en el análisis empírico de los rasgos y atributos personales que definen a los empresarios. Según Freire (2005), las cualidades psicológicas que caracterizan al emprendedor incluyen:

El anhelo de independencia, una ambición moderada por el dinero, total compromiso con su proyecto, un fuerte espíritu de sacrificio, gran capacidad de trabajo, una constante voluntad de aprendizaje, la habilidad para compartir los logros, determinación, optimismo e ilusión, capacidad de liderazgo, así como la disposición

para asumir riesgos y responsabilidades, y una actitud de superación constante ante los desafíos.

Algunas teorías relacionadas a éste enfoque son:

- Teoría de Personalidad: Coon (2004) define los rasgos de personalidad como “cualidades estables que una persona muestra en la mayoría de situaciones”. Para los teóricos del rasgo existen cualidades innatas perdurables o potenciales del individuo que naturalmente lo hacen un emprendedor, o que le da facilidad para serlo.
- Teoría de la necesidad de logro: La teoría de la necesidad del logro desarrollada por McClelland (1961) explica que los seres humanos tienen la necesidad de tener éxito, y eso se consigue logrando las metas y objetivos propuestos en sus planes.

2.1.2.3. Teorías Socioculturales del emprendimiento

Sostienen que la elección de emprender y establecer una empresa está profundamente influenciada por factores externos y el contexto social. Estas teorías argumentan que el auge en la creación de empresas se debe a una conexión directa entre las ideologías predominantes y las prácticas económicas. En éste sentido, la cultura social desempeña un papel crucial en la definición y el éxito de la actividad empresarial, actuando como un factor clave en la determinación de la función y el impacto del emprendedor en la sociedad.

Las teorías que se derivan de éste enfoque son:

- Teoría de la oferta emprendedora: Partiendo de la premisa de que los problemas fundamentales del desarrollo económico no son económicos, enfatiza los valores culturales, la expectativa de roles y las secciones sociales como los elementos clave que determinan la oferta de emprendedores (Thomas Cochran, 1971).
- Teoría cambio social: Reconoce al emprendedor como un solucionador de problemas creativo que impulsa el desarrollo económico, político y social.

Desalientan el síndrome del seguidor en los emprendedores y destacan el cambio social y el progreso tecnológico como factores que han llevado a la aparición de una clase emprendedora diversa (Hagen, 1962).

- Teoría de las creencias religiosas: Relaciona el desarrollo de la ideología capitalista con las creencias religiosas y más en concreto, con la ética protestante, explicando que la actividad empresarial ha tenido mayor auge en las áreas geográficas donde ha predominado dicha ética. Los tres rasgos de la ética protestante que más han influido en el desarrollo del emprendimiento son su laboriosidad, su tendencia a ahorrar y su sinceridad (Weber, 1947).

2.1.2.4. Teorías Directivas o Gerenciales

Proponen que la creación de empresas emerge de un proceso de toma de decisiones racional y metódica. En éste marco, los conocimientos especializados y las técnicas aplicadas en economía y gestión empresarial son elementos cruciales. Éste enfoque se centra más en proporcionar herramientas prácticas y conocimientos útiles para el desarrollo empresarial, que en indagar en las causas subyacentes que motivan la creación de nuevas empresas.

Algunas teorías que se extraen de aquí son:

- Teoría basada en oportunidades: Los emprendedores no causan cambios, sino que explotan oportunidades que crean (Drucker, 1985).
- Teoría basada en los recursos: El acceso a los recursos es un importante predictor del emprendimiento basado en oportunidades (Alvarez & Busenitz, 2001).

2.1.3. Modelos de Emprendimiento

Para aquellos que buscan innovar y explorar nuevos horizontes en el mundo de los negocios, comprender las distintas características de los modelos de emprendimiento puede ser un catalizador para su creatividad.

En definitiva, las cualidades únicas de cada tipo de emprendimiento juegan un rol crucial en el desarrollo de estrategias de marketing y ventas, lo que resalta la importancia de poseer una comprensión sólida sobre su clasificación (Rockcontent, 2018). Por propósito, están los siguientes modelos:

- **Pequeñas Empresas:** En estos negocios, es el propietario quien lidera la empresa, posiblemente con la ayuda de algunos empleados.
Estos son los establecimientos que frecuentemente encontramos en las calles y avenidas de nuestras urbes, y que generan justo lo necesario para ser rentables para quienes los administran. Se les califica de exitosos cuando consiguen cubrir las necesidades elementales del núcleo familiar.
- **Empresas Escalables / StartUP:** Su finalidad trasciende la mera producción de ingresos suficientes para el sustento económico del propietario. Están diseñados para alcanzar un crecimiento significativo aplicando innovación y tácticas estratégicas.
Las empresas tecnológicas, dedicadas al desarrollo de software y aparatos electrónicos, representan un claro ejemplo de negocios que se centran en la escalabilidad.
- **Organizaciones Sociales:** En estos casos, el objetivo primordial no es la generación de ingresos ni la captura de una porción del mercado. El enfoque está en crear un cambio significativo en la sociedad.
Por lo general, son organizaciones sin ánimo de lucro que se dedican a áreas como la educación, los derechos humanos, el desarrollo social, la salud y la protección del medio ambiente.

Estos emprendimientos también se pueden medir por su nivel de innovación (Rockcontent 2018):

- **Emprendimientos Novedosos:** Un emprendimiento innovador se caracteriza por su enfoque en el desarrollo e investigación para solucionar problemas o satisfacer necesidades del mercado con productos o servicios novedosos. Estos emprendimientos suelen tener un gran impacto y requieren de una inversión significativa para cubrir la investigación y el lanzamiento del negocio.
- **Negocios Oportunistas:** Un emprendimiento de éste tipo se enfoca en satisfacer necesidades específicas del mercado con una propuesta de negocios única. La clave de su éxito radica en la visión del emprendedor para identificar, desarrollar y llevar a cabo un modelo de negocio que aborde eficazmente dichas necesidades.
- **Emprendimientos Incubadores:** A diferencia de otros emprendimientos, estas ideas requieren un extenso periodo de investigación y desarrollo para atender necesidades constantes en un nicho específico. Las grandes empresas emplean incubadoras de ideas para recopilar datos que garanticen el éxito del negocio. Además, son implementadas por organizaciones con presencia en el mercado para adaptarse a las tendencias actuales.
- **Negocios Espejos:** No tienen nada de innovadoras, solo se enfocan en sacar a la venta algún producto que ya existe en el mercado.
Un ejemplo muy simple, podría ser las franquicias, en las que el inversionista o emprendedor no crea nada, solo compra una licencia o "marca" con un modelo de negocio que funcione para adaptarlo de pies a cabeza en otra locación.

2.1.4. Procesos de un emprendimiento.

El camino hacia el éxito de un emprendimiento se traza a través de cinco etapas fundamentales (Bonilla, 2023), donde también existe una “curva J”, que representa el patrón de crecimiento de los ingresos de una empresa. (Figura 1):

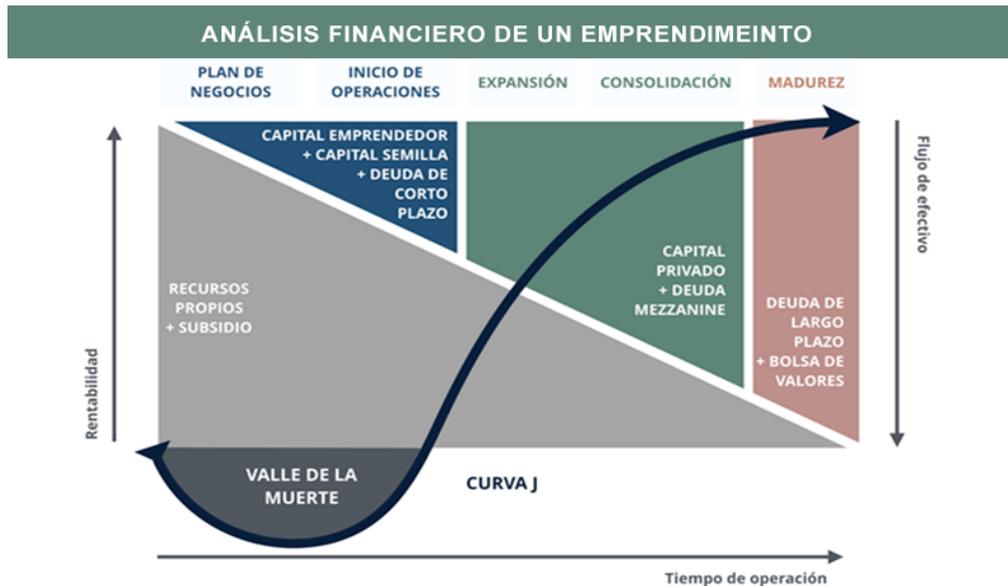


Figura 2.1: Representación visual de fases de un emprendimiento (Mujica, 2022)

- Plan de Negocios: Etapa inicial donde se desarrolla la idea del negocio. Se analiza el mercado actual, buscando potenciales clientes, se define el modelo de negocio y se elabora un plan financiero. En términos de la curva J, esta etapa corresponde a la inversión inicial de tiempo, esfuerzo y recursos, y también aparece el valle de la muerte, donde llegas tocar fondo y vuelves a ascender.
- Inicio de Operaciones: Se lanza el producto o servicio al mercado y se inician las ventas. Según la curva J, aquí es donde se pueden experimentar las pérdidas iniciales, ya que se

está invirtiendo en la puesta en marcha del negocio, pero también se experimenta el escape del valle de la muerte.

- **Expansión:** Una vez obtenido cierto nivel de éxito, se busca crecer, lo cual implica entrar a nuevos mercados, añadir nuevos productos o servicios, o aumentar la capacidad de producción. En la curva se podría presentar ligeras pérdidas al invertir en el negocio.
- **Consolidación:** En esta etapa, el negocio está firmemente establecido en su mercado. Los procesos de negocio se estabilizaron y se optimizan para mejorar su eficiencia. La curva J llega a su punto de inflexión, donde las pérdidas comienzan a disminuir y el negocio comienza a generar ganancias.
- **Madurez:** Aquí el negocio alcanza un estado de crecimiento constante y rentabilidad sostenida. La curva J se muestra ascendente y en constante crecimiento.

2.1.5. Factores que influyen en el éxito un emprendimiento.

Así como cambian las perspectivas sobre los negocios, el mercado y los consumidores, la definición de éxito también se transforma. Para algunos, hoy en día, puede seguir siendo principalmente una cuestión de ganancias económicas, mientras que, para otros, el concepto ha ascendido a una dimensión distinta.

Recientemente, una publicación del instituto Tecnológico de Massachusetts “MIT Technology Review” (MIT Technology Review, s.f), en su versión en español, llevó a cabo una investigación sobre el éxito de los emprendedores en España, utilizando entrevistas con los involucrados.

En la investigación, los emprendedores resaltaron varios factores internos clave que se detallaran a continuación:

- **Constancia:** Capacidad para mantener la perseverancia en sus proyectos, aunque las circunstancias y el entorno no sean los más idóneos o los más afortunadas.

- **Pasión:** Es necesario sentir una verdadera pasión por su proyecto, la idea y su sueño que quieren cumplir.
- **Análisis:** Capacidad para determinar y tomar decisiones para establecer objetivos y metas efectivas y realistas.
- **Visión:** Aptitud para identificar una adecuada estrategia, cumplirla y que tenga el mayor éxito posible.
- **Flexibilidad:** Saber reaccionar y adaptarse a los cambios que se producen en el mercado, consumidor y entorno.
- **Creatividad:** Talento, inspiración y creatividad para generar nuevas ideas.
- **Sociabilidad:** Capacidad para ser sociables y comunicativo para conocer nuevas personas y crear nuevas redes. Se puede destacar los networking, son idóneos para conocer personas, otros emprendedores y hacer contactos y colaboraciones.
- **Comunicación:** Saber expresarse adecuadamente en todo momento, en los buenos y en los malos.
- **Educación:** No es imprescindible, pero a veces necesario, tener cierta formación y conocimiento es clave para el éxito.
- **Equipo de trabajo:** Aunque este factor no es interno al emprendedor, es necesario contar con un adecuado equipo de trabajo, que entiendan y compartan tu visión y ayuden a ejecutar la idea y proyecto.

También, están los factores externos que pueden afectar al desarrollo y futuro del emprendimiento:

- **Circunstancias Económicas:** Se refieren a la situación financiera y económica que afecta tanto a nivel macroeconómico como microeconómico. Incluyen factores como el crecimiento económico, la inflación, el desempleo, las tasas de interés y la disponibilidad de crédito. Por ejemplo, un emprendimiento puede verse favorecido en un entorno económico estable con acceso a financiamiento y un mercado en crecimiento.

- **Circunstancias Culturales:** Son las normas, valores, creencias y prácticas que caracterizan a una sociedad o grupo social. Afectan la forma en que las personas ven el mundo y se comportan en él. Un emprendimiento cultural podría ser una galería de arte que promueve artistas locales y refleja la identidad cultural de la región.
- **Circunstancias Sociales:** Incluyen la estructura y organización de la sociedad, las relaciones entre individuos y grupos, y los problemas sociales como la pobreza, la educación y la salud. Un emprendimiento social podría ser una empresa que ofrece servicios de educación o salud a comunidades desfavorecidas, buscando generar un impacto positivo en la sociedad.

2.1.6. Impacto del emprendimiento en la Economía en Chile

Los emprendimientos han tenido un papel crucial en el crecimiento de Chile, siendo así parte central de las políticas de desarrollo del país en la última década, ya sea generando empleo, dinamizando la economía y construyendo un ecosistema empresarial competitivo. De hecho, Servicio de Impuestos Internos, con información estadísticas que tiene de empresas por tramo según ventas, indica que el 2022, de 1.508.032 empresas, el 98,76% son mipymes (micro empresas, pequeñas empresas y medianas empresas), y el 1,23% restante son grandes empresas (SII, s.f.). Y de las mismas estadísticas, se rescata que, del total de trabajadores ponderados en todas las empresas, el 51.06% pertenecen a mipymes. Además, en el mismo año, las pymes representaban el 11,71% de las ventas totales del país, mientras que las grandes empresas constituyen casi el 88.29%. Según datos del Ministerio de Economía, en 2019, las pequeñas y medianas empresas (pymes) contribuyeron con el 17% del Producto Interno Bruto (PIB), en contraste con el 83% aportado por las grandes empresas (Alonso, 2020).

Aunque un análisis sugiere que simplemente aumentar la cantidad de emprendedores sin considerar su distribución geográfica podría no ser la mejor estrategia, ya que podría reforzar la desigualdad existente entre diferentes áreas (Atienza, 2016).

En el año 2021, los emprendimientos en Chile enfrentaron desafíos y oportunidades debido a la pandemia (Angel Morales, 2021). Esta afectó el desarrollo del ecosistema emprendedor, con un 89,1% de los emprendedores reportando un impacto negativo en sus negocios, y un 59,6% de ellos de manera grave o catastrófica. A pesar de esto, un 29,1% de los encuestados declaró que su situación había mejorado en los últimos 6 meses, y un 30,5% dijo que la situación se había mantenido. Además, varios emprendimientos lograron sortear las dificultades, reaccionar rápidamente y aprovechar la adversidad como beneficio, utilizando la transformación tecnológica como pilar de su negocio.

La situación de los emprendedores en Chile destaca la necesidad de políticas que se ajusten a las condiciones locales para promover un entorno de emprendimiento saludable y equitativo.

En conclusión, los emprendimientos en Chile han influido positivamente en el desarrollo del país, y hay instituciones que favorecen e impulsan a emprender (SERCOTEC, CORFO, ANID, Indap, entre otros), pero también han enfrentado retos, especialmente durante la pandemia. Es importante que las políticas de emprendimiento se adapten a las necesidades específicas de cada región para ser efectivas y evitar aumentar las desigualdades.

2.1.7. Desafíos de emprender en Chile.

Emprender en Chile en 2024 puede presentar varios desafíos (Portal Innova, 2023):

Situación Económica: Los conflictos armados internacionales pueden afectar el comercio de Chile, al igual que la incertidumbre política en Sudamérica y en el propio país. Las elecciones presidenciales y el nuevo plebiscito en Chile podrían tener repercusiones significativas en los próximos años (Atcom, 2023).

Acceso al capital: Problema muy usual al que se enfrentan los emprendedores en Chile.

Formalización de Negocios: Un emprendedor podría tener una idea brillante, pero podría sentirse atrapado en la maraña burocrática, los procesos legales engorrosos y las implicancias tributarias.

Era digital: Con las nuevas tecnologías, es necesario aprender el buen uso de las redes sociales y el uso de anuncios en internet.

La versión 2023 del índice de Actitud Innovadora y Emprendedora en los chilenos, realizado por ForolInnovación y Feedback Research (ForolInnovación, 2023), muestra que los principales desafíos para emprender en Chile son:

Construcción de confianza: La confianza es la base de cualquier relación exitosa, ya sea en los negocios o en la vida personal. En el contexto del emprendimiento, la confianza puede facilitar la cooperación entre los miembros del equipo, mejorar la comunicación y fomentar un ambiente de trabajo positivo. La confianza también puede influir en la disposición de los inversores y otras partes interesadas para apoyar el emprendimiento.

Generación de redes: Las redes pueden proporcionar al emprendedor acceso a recursos, información y oportunidades. A través de la creación de redes, los emprendedores pueden formar relaciones con otros empresarios, inversores, mentores y clientes potenciales. Estas relaciones pueden ser valiosas para obtener consejos, aprender de las experiencias de los demás, y descubrir nuevas oportunidades de negocio.

Colaboración: La colaboración implica trabajar juntos para lograr un objetivo común. En el emprendimiento, esto puede implicar la colaboración entre los miembros del equipo, así como con los inversores, mentores, y otras partes interesadas. La colaboración puede conducir a la innovación, ya que diferentes personas aportan diferentes habilidades, experiencias y perspectivas.

Para el desarrollo de las capacidades de los emprendedores, Chile ha implementado distintas iniciativas, tales como una plataforma que reúne información importante, que ayudaría a los emprendedores a mantenerse estables desde un inicio (Quiero Emprender), programas de apoyo financiero, como Impulso Chileno, programa de la fundación Luksic que apoya a más de 250 emprendedores del país por año (Diario Uchile, 2022), o iniciativas privadas que están interesadas

en prestar apoyo a para emprender en Chile, como RedCapital, Brain Chile, M Capital, Magical Startup, entre otros (Con Letra Grande, F., s. f.). Esto se relaciona mucho con el siguiente punto.

2.2. Capital humano y su potencial.

2.2.1. Definición

El concepto de capital humano se refiere a la cuantificación del valor que las capacidades y conocimientos de un individuo aportan a su desempeño laboral y, por ende, al crecimiento económico. Éste término engloba elementos fundamentales como la formación académica, el bagaje profesional, así como las habilidades y aptitudes que incrementan la eficiencia en el trabajo. Además, el capital humano abarca la noción de la fuerza laboral como un componente esencial de la producción, representado por el tiempo y el esfuerzo que los trabajadores invierten en la creación de productos o la prestación de servicios (Sevilla, 2020).

2.2.2. Teoría del Capital Humano

La teoría del capital humano fue desarrollada por Becker y Mincer, en esta se explica la decisión que toman los seres humanos de invertir en educación y formación como un patrón de ingresos a largo plazo. Esta teoría sostiene que la variación en los niveles de inversión en educación y formación que reciben las personas se justifica por los beneficios esperados derivados de dicha inversión (Briceño, 2021).

La teoría propone que la trayectoria de los ingresos de una persona a lo largo de su vida comienza con montos bajos durante la juventud, aumenta con la madurez y experiencia, y disminuye al llegar a la jubilación. Esta dinámica se debe a que los jóvenes invierten en su formación, renunciando a ingresos inmediatos, para luego cosechar los frutos de esa inversión con salarios más altos. Sin embargo, al final de la carrera laboral, la falta de inversión continua en formación lleva a una depreciación de habilidades. La educación es vista como un pilar clave para el desarrollo y progreso social, y su ausencia puede tener efectos negativos significativos en la economía y la tecnología.

Esta teoría se puede aplicar de forma directa al contexto de un emprendimiento (Noman, 2021), cuando los emprendedores invierten en su educación. Invierten tiempo y recursos para adquirir

habilidades y conocimientos necesarios para realizar su negocio, de este modo, pueden encontrar formas de obtener más ingresos. Y al igual que la falta de formación continua afecta al trabajador, el emprendedor necesita de estar adaptándose constantemente a los cambios de la tecnología y las tendencias del mercado, y así evitar que el producto o servicio quede obsoleto.

2.2.3. Tipos de Capital Humano

Dentro de una organización, es importante considerar tres categorías de capital humano (Briceño, 2021):

Intuitivo o vicario: Este tipo de aprendizaje se origina en el entorno familiar y social del individuo, e incluye conocimientos intuitivos o aquellos imitados de otros.

Por experiencia: Se basa en el aprendizaje obtenido a través de las vivencias personales de los individuos, que definen la forma específica de realizar tareas.

Formal: Comprende las competencias y habilidades adquiridas a través de la educación formal y la capacitación proporcionada por instituciones educativas.

2.2.4. Medición del Capital Humano

Tradicionalmente, para empresas grandes o consolidadas, se evalúa el capital humano considerando la educación, experiencia laboral y habilidades del individuo. No obstante, es crucial tratar estos elementos de manera separada para no simplificar las múltiples facetas del capital humano. Además, existen diversos indicadores que ayudan a medir la efectividad de la inversión en capital humano o Return on Investment (ROI), ayudan a identificar áreas de mejora y problemas para resolver (Briceño, 2021), tales como:

Índice de rotación de personal: Mide la relación entre las personas que se incorporan a una organización en relación con las que se marchan, en un periodo determinado de tiempo. Revela la satisfacción y motivación de los trabajadores.

Retención del talento: Se relaciona con el tiempo que los empleados permanecen en un cargo específico dentro de la empresa.

Capacitación y desarrollo: Involucra el aprendizaje de nuevos conocimientos y prácticas profesionales.

Vacantes no cubiertas: Reflejan la capacidad del departamento de recursos humanos para reclutar personal eficientemente.

Ausentismo laboral: Es un indicador valioso que muestra el nivel de motivación y compromiso de los empleados con su trabajo.

La inversión en capital humano es clave para incrementar la eficiencia productiva y fomentar la innovación tecnológica. Dicha inversión no solo ofrece ventajas económicas, sino que también propicia beneficios en esferas sociales y científicas, entre otras.

2.2.5. Importancia del Capital Humano y evidencias en Chile

La relevancia del capital humano trasciende su mención en fórmulas económicas o el reconocimiento por parte de especialistas en el campo. En realidad, los economistas han enfatizado esta variable debido a su papel crítico en la economía.

Por ende, el valor del capital humano radica en ser el pilar central de cualquier corporación. Las personas constituyen el recurso más precioso y crucial de una entidad. Así, su capital humano es primordial.

Las organizaciones no pueden operar sin seres humanos. A pesar de que se puedan optimizar operaciones, automatizar flujos de trabajo o incluso robotizar la cadena de producción completa, el rol más significativo siempre estará destinado a las personas.

En Chile se ha observado, con el paso del tiempo, una tendencia ascendente en el Índice de Capital Humano, el cual se mide con unidades de productividad en relación con un punto de referencia de educación completa y salud plena (Kraay, Aart C.). De acuerdo con la información proporcionada por el Banco Mundial, Chile alcanzó una puntuación de 0.7 en el año 2020, utilizando una escala que va de 0 a 1. Éste índice evalúa tanto la cantidad como la calidad del capital humano disponible

en un país, lo cual es un factor clave para el impulso del desarrollo económico (BancoMundial, 2020).

El informe del año 2017 del Foro Económico Mundial asignó a Chile una calificación de 64.22 puntos en el Índice de Capital Humano, ubicándolo en el lugar 53 de 130 países (Datosmacro, 2017). Esto demuestra un esfuerzo considerable en el fomento del talento humano nacional.

Asimismo, en el Índice de Capital Humano 2013 del mismo foro, Chile se posicionó en el puesto 36 de 122 países, evidenciando una fuerza laboral robusta y bien capacitada desde hace muchos años (DiarioUchile, 2013).

El crecimiento en la calidad y cantidad de capital humano en Chile mostró, en gran medida, mejoras en la productividad de los trabajadores, mostrando una relación muy íntima entre estos dos puntos. Y en cuanto al impacto directo del capital humano en el crecimiento del país, se ve que esta mejora más con los efectos de la enseñanza media y superior. El crecimiento sería 0.8 puntos porcentuales por año si la tasa de matriculación secundaria fuera a los niveles de Nueva Zelanda (Tokman, 2004). Aun así, un estudio indica que, en Chile y Colombia, la experiencia y los conocimientos empíricos se convierten en el motivador más importante en el momento de tomar la decisión de emprender un nuevo negocio por oportunidad, con clara ventaja sobre la capacitación formal, ya sea capacitación para emprender o educación formal (Castro, 2017).

El desarrollo del concepto de Capital Humano en Chile ha presentado retos para la Gestión Estratégica de Recursos Humanos, ajustándose a las realidades sociales, culturales e institucionales. La evolución de las relaciones laborales y las transformaciones en el esquema económico y social han incrementado la relevancia del capital humano en las organizaciones.

En conclusión, Chile ha mantenido un compromiso sostenido con el enriquecimiento y reconocimiento del capital humano, reflejado en su ascendente índice y su mejor posición en clasificaciones internacionales. Este aspecto ha sido fundamental para el avance económico y la competitividad internacional del país, y se aplica esta información para el área del

emprendimiento, pueden surgir personas que, con mejores habilidades, pueden destacar en el mundo del desarrollo y la innovación.

2.3. Motivación y Regulación motivacional

La motivación puede tener varios efectos positivos en el comportamiento de los trabajadores, como la mejora del desempeño y la satisfacción laboral (Ruiz, 2023). La motivación que surge de intereses personales y valores, se ha relacionado con una mayor persistencia en las tareas y una mayor energía y bienestar psicológico (O'Shea, 2017). Por lo tanto, aunque emprender en Chile puede presentar desafíos, la motivación puede ser un poderoso motor para superar estos obstáculos y lograr el éxito.

Tomando en cuenta lo importante que es la motivación, Wolters, con el concepto de “Regulación Motivacional” como parte de su investigación, centró sus estudios en ver la motivación como algo “controlable” (Wolters, 2002), es decir, que al usar distintas estrategias para realizar distintas tareas, estás influyendo de manera positiva, o negativa, en tus niveles de motivación. Además, la Regulación Motivacional es considerada una parte integral del capital humano. Esto se debe a que es un factor psicológico que tiene un impacto directo en el rendimiento, esto se puede ver en distintos estudios destinados a observar el desempeño de estudiantes que presentan estrategias de regulación motivacional (Schwinger, 2009, Wolters, 2013, Kryshko, 2020). Lo más importante es que la Regulación Motivacional no es una cualidad innata, sino que puede ser desarrollada y mejorada a través de la formación y capacitación adecuadas.

2.3.1. Definición

Para definir la motivación, la presente investigación se apoyó en los escritos de Wolters (2003), quien la caracteriza como un producto o un proceso. Cuando se ve como un producto o estado, la motivación se refiere a la disposición de un individuo para participar y persistir en una tarea. En cualquier momento particular, las personas tienen un nivel de motivación que experimentan fenomenológicamente y que influye en su elección, esfuerzo y persistencia con respecto a una actividad en particular.

Desde una perspectiva de proceso, la motivación se refiere no solo a un estado final, sino también a los medios a través de los cuales se determina ese estado, y más generalmente a los procesos cognitivos que rigen la elección, el esfuerzo y la persistencia de las personas (Wolters, 2003).

Entonces, la motivación se puede ocupar como una herramienta para cumplir con un objetivo, por lo tanto es necesario gestionarla y estudiar lo referente a la motivación. Es por eso que hay que aprender de “La regulación de la motivación”.

2.3.2. Teoría de la autorregulación del aprendizaje

El aprendizaje autorregulado se refiere a cómo los individuos utilizan estrategias y procesos para adquirir información o habilidades, con una conciencia de cómo estas estrategias afectan los resultados del aprendizaje. Las personas autorreguladas se distinguen por su uso sistemático de estrategias metacognitivas, motivacionales y/o conductuales (Zimmerman, 1990).

Una característica clave del aprendizaje autorregulado es un ciclo de “retroalimentación autoorientada”, donde los estudiantes supervisan la efectividad de sus métodos de aprendizaje y ajustan sus estrategias en consecuencia. Este ciclo puede implicar cambios en la auto percepción o en el comportamiento, y puede ser impulsado tanto por la retroalimentación negativa (reducir las diferencias entre las metas y los resultados) como por la retroalimentación positiva (elevar las metas basándose en los resultados).

El aprendizaje autorregulado también implica la elección consciente de los estudiantes de utilizar una estrategia o respuesta particular. Estas decisiones están influenciadas por factores motivacionales, ya que el uso de estrategias autorreguladas requiere tiempo y esfuerzo. Los teóricos sugieren que los estudiantes pueden estar motivados por recompensas externas, un sentido de autoestima, o factores como la autoeficacia y el éxito en el logro.

Quienes aplican los métodos de autorregulación del aprendizaje se ven afectados positivamente, en su productividad y rendimiento académico, al influir en su elección de estrategias, su persistencia en el uso de estrategias y en la capacidad, del sujeto, para ajustar estas estrategias en función de la retroalimentación. En última instancia, la autorregulación motivacional puede tener un impacto significativo en el éxito académico de un estudiante.

2.3.3. Regulación Motivacional

La **regulación motivacional** se refiere a la mejora o mantenimiento de la motivación en diferentes fases del proceso de aprendizaje, y puede considerarse como una forma de gestión de recursos internos (Schwinger, 2009, Wolters, 2013). Es también una faceta del aprendizaje autorregulado que describe los esfuerzos de los estudiantes por controlar su propia motivación o procesamiento motivacional (Wolters, 2011). Hay 3 aspectos a tomar en cuenta cuando se trata de la autorregulación de la motivación. Para empezar, está el **conocimiento de la motivación**, que es la comprensión meta-nivel de los individuos que refleja su conocimiento, creencias sobre la motivación. Esto se muestra más al participar en tareas que encuentran interesantes, agradables o intrínsecamente motivadoras. El segundo aspecto es el **monitoreo de la motivación**, que es la capacidad de la persona para observar y recopilar retroalimentación sobre su motivación en curso para una actividad. La gestión de este depende de su propia conciencia. Y el tercer aspecto es el **control de la motivación**, que se refiere a las acciones intencionales para intervenir y controlar la propia motivación, esfuerzo o persistencia del sujeto. Esta última dimensión implica el uso de estrategias de regulación de la motivación (Wolters, 2013).

Distintas investigaciones orientadas al rendimiento académico en estudiantes universitarios, muestran que quienes manejan estrategias de autorregulación de la motivación, consiguen mejores calificaciones que quienes desconocen de estos métodos, mostrando una relación directamente proporcional. Y no solo tienen mejoras en el ámbito académico, sino también mejoras en el desarrollo individual y reducción en las intenciones de abandono (Kryshko, 2020). La importancia de los resultados conseguidos en las investigaciones anteriores, radica en el cambio de muestra al que se puede aplicar, no solo a trabajadores, también a emprendedores.

2.4. Resultados esperados

Un emprendedor, aunque comparte ciertas similitudes con un trabajador, posee diferencias significativas que van más allá del horario laboral o el salario. La responsabilidad de un emprendedor hacia su proyecto es total, en contraste con el trabajador, quien asume solo una fracción de las responsabilidades corporativas. Por ello, se anticipa que la autorregulación motivacional tenga un impacto beneficioso en las habilidades del emprendedor, incrementando su eficiencia y contribuyendo positivamente a su bienestar mental. De hecho, se proyectan resultados análogos a los observados en el estudio de Christopher A. Wolters, quien investigó a 115 estudiantes universitarios para analizar cómo la autorregulación motivacional influye en su rendimiento académico (Wolters, 1998).

Los resultados del estudio indicaron que los estudiantes utilizaban una variedad de estrategias cognitivas, volitivas y motivacionales para regular su nivel de esfuerzo en las tareas académicas. Además, se observó que el uso reportado de estas estrategias variaba según los problemas de motivación planteados. Por ejemplo, los estudiantes eran más propensos a informar el uso de una estrategia de procesamiento de información para abordar situaciones en las que el material se describía como difícil, en comparación con situaciones en las que el material carecía de valor o resultaba poco interesante.

En relación a la regulación de la motivación de los estudiantes y otros aspectos del aprendizaje autorregulado y el rendimiento académico, los resultados indicaron que la forma en que los estudiantes regulaban su motivación estaba relacionada con otros aspectos del aprendizaje autorregulado. Específicamente, los estudiantes que informaron el uso de más estrategias de regulación intrínseca tendían a tener una orientación de meta de aprendizaje más fuerte, algunos ejemplos son la elaboración del pensamiento crítico y la autorregulación metacognitiva, mientras que aquellos que informaron más estrategias de regulación extrínseca tendían a tener una mayor orientación de meta de rendimiento, como motivarse en base a incentivos por logros académicos.

Si usamos lo estudiado por Wolters como referencia para estimar posibles resultados, se puede esperar que los emprendedores con mejor disposición frente a su proyecto, que se involucran más con las actividades a pesar de su dificultad, se espera que apliquen métodos del tipo intrínseco, o sea, que la motivación provenga de estímulos internos más que los externos.

3. Metodología

3.1. Objetivos

Los objetivos de la presente memoria de título son:

3.1.1. Objetivo general

Describir las características motivacionales de una muestra de emprendedores chilenos.

3.1.2. Objetivos específicos

1. Identificar características sociodemográficas relevantes de una muestra de emprendedores chilenos.
2. Identificar los niveles de Engagement y de Regulación Motivacional de una muestra de emprendedores chilenos.
3. Examinar diferencias y similitudes en los niveles de Engagement, Regulación Motivacional y Estrategias de Regulación Motivacional de una muestra de emprendedores chilenos en función de sus características sociodemográficas.

3.2. Diseño

Se realizó un estudio con diseño de tipo descriptivo de corte transversal que consistió en la caracterización de la muestra en cuanto a sus características sociodemográficas y en las variables de interés (Engagement, Regulación Motivacional y Estrategias de Regulación Motivacional) para luego analizar a través de una estrategia comparativa, diferencias y similitudes en los niveles de Engagement, Regulación Motivacional y Conocimiento sobre Estrategias de Regulación motivacional en torno a las características sociodemográficas de los participantes (Ato, 2013).

3.3. Participantes

Para la realización de esta investigación, se hizo un muestreo por conveniencia en una sola medición a partir de una encuesta entregada tanto por redes sociales como en persona, del cual se obtuvo una muestra de 154 emprendedores de distintas regiones de Chile (en su gran mayoría de la región del Bio Bío), donde 99 de quienes contestaron eran mujeres (64%) y 55 eran hombres (35%).

Los emprendedores fueron divididos en 5 rangos etarios para su análisis los cuales fueron organizados de éste modo: Un 9,09% pertenecen a “Juventud” (15 a 24 años), un 16,88% pertenecen al grupo “Adulto Joven” (25 a 31 años), un 29,87% está en el grupo “Adulto Medio” (32 a 40 años), el 41,56% está en el grupo “Adulto mayor” (40 a 65 años) y un 2,6% está en el grupo “Tercera Edad” (65 años en adelante). Para la lectura de este estudio, tenerse en cuenta el uso de Adulto Mayor y Tercera Edad como grupos ajenos entre sí.

Se preguntó también por sus niveles educativos, 37 de los encuestados solo tienen la educación media completa (24,02%), 26 tienen su formación técnica completa (16,88%), 81 encuestados tienen su educación superior completada (52,6%) y 10 encuestados tienen un postgrado, ya sea magíster, especialidad, doctorado, entre otros (6,5%).

De los 154 encuestados, 23 reconoce que su emprendimiento tiene una base científica tecnológica (14%), 114 no tiene esta característica (74,03%) y 17 no saben cómo clasificarla (11,04%).

De estos emprendimientos, 82 están formalizados legalmente (53,25%), 67 de ellos no lo están (43,51%) y hubo 5 personas que no estaban seguras de esa información (3,25%). Además, 147 de los emprendedores están en una micro empresa (95,45%), 4 en una empresa pequeña, 2 en una empresa mediana y una persona en una empresa grande.

Otra clasificación a aclarar, es que 141 de los emprendedores que contestaron, son los fundadores de su pyme, y 13 emprendedores no son creadores de su pyme, sino colaboradores o trabajadores

3.4. Instrumentos

Para la realización de la recolección de datos, se tuvieron en cuenta 3 instrumentos de medición, separado en distintas secciones.

El primer instrumento es la escala UWES - Work Engagement de Utrech - (Schaufeli , 2006), la cual sirve para estudiar el nivel de “Engagement laboral” experimentado por el trabajador. En el presente estudio se aplicó una versión abreviada de ésta, la cual consta de 9 frases a contestar, y 3 dimensiones del “work engagement” a analizar: la dedicación, el vigor y la absorción (Tabla 3.4.1). Estas frases se contestan en una escala del 1 al 5 donde 1 significa “muy en desacuerdo” y 5 significa “muy de acuerdo”. El instrumento ha mostrado una adecuada estructura factorial para los tres factores propuesto teóricamente con índices de ajuste apropiados.

Tabla 3.4.1: Utrecht Work Engagement Scale, UWES-9

<p>Nivel de Vigor</p> <p>El vigor se caracteriza por altos niveles de energía y resistencia mental durante el trabajo, la disposición para invertir esfuerzo en el trabajo y la persistencia incluso frente a las dificultades.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● En mi trabajo me siento lleno de energía ● Soy fuerte y vigoroso en mi trabajo ● Cuando me levanto en las mañanas, tengo ganas de ir a trabajar
<p>Nivel de Dedicación</p> <p>La dedicación se refiere a estar fuertemente involucrado en el trabajo de uno y experimentar un sentido de importancia, entusiasmo, inspiración, orgullo y desafío.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Estoy entusiasmado con mi trabajo ● Mi trabajo me inspira ● Estoy orgulloso del trabajo que hago
<p>Nivel de Absorción</p> <p>La absorción se caracteriza por estar completamente concentrado y felizmente absorto en el trabajo, de tal manera que el tiempo pasa rápidamente y uno tiene dificultades para desvincularse del trabajo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Soy feliz cuando estoy absorto en mi trabajo ● Estoy inmerso en mi trabajo ● Me “dejo llevar” por mi trabajo.

Tabla 3.4.1: Utrecht Work Engagement Scale, UWES-9 (Schaufeli, 2006)

Luego se utilizó la Escala Breve para la Regulación Motivacional, la escala BRoMS (Kim, 2018), que busca establecer el grado de regulación motivacional de los trabajadores. Se hace una serie de preguntas la cual tiene doce aseveraciones con dos factores en cuenta: la regulación de la motivación y la fuerza de voluntad del individuo (Tabla 3.4.2). El formato de respuesta es en escala tipo Likert teniendo estas que contestarse en una escala del 1 al 5 para mostrar que tan comprometidos están con las frases, donde 1 es “muy en desacuerdo” y 5 es “muy de acuerdo”.

Tabla 3.4.2: Brief Regulation of Motivation Scale. BRoMS

<p>Regulación Motivacional</p> <p>La regulación de la motivación se refiere a las actividades a través de las cuales los individuos actúan intencionalmente para iniciar, mantener o complementar su disposición para comenzar, trabajar hacia o completar una actividad o meta en particular.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Utilizo diferentes medios para seguir trabajando, incluso si no tengo ganas. ● Si pierdo interés en una tarea, tengo formas de aumentar mi esfuerzo para realizarla. ● Si tengo ganas de detenerme antes de terminar, tengo estrategias para seguir trabajando. ● Incluso cuando trabajar es difícil, puedo encontrar una manera de seguir adelante. ● Es fácil para mí obligarme a trabajar, incluso si prefiero hacer otra cosa. ● Si en lo que estoy trabajando me parece poco importante, aún puedo convencerme de seguirlo. ● Si es necesario, tengo formas de convencerme de seguir trabajando en una tarea difícil. ● Si trabajar se vuelve demasiado aburrido, encuentro una manera de hacerlo divertido.
<p>Fuerza de Voluntad</p> <p>La fuerza de voluntad es ese impulso interno o capacidad que nos ayuda a tomar decisiones y acciones de forma segura cuando encontramos obstáculos para conseguir una meta deseada y, además, se puede fortalecer.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Incluso si un trabajo parece bastante inútil, todavía me esfuerzo por continuar hasta terminarlo. ● Si un trabajo es difícil, todavía encuentro una manera de seguir adelante y terminar el trabajo. ● Me esfuerzo por seguir trabajando incluso cuando la tarea es realmente aburrida. ● Puedo obligarme a seguir trabajando, incluso si tengo ganas de rendirme.

Tabla 3.4.2: Brief Regulation of Motivation Scale. BRoMS (Kim, 2018)

Finalmente, se utilizó el Cuestionario sobre Estrategias de Regulación Motivacional (CERM) diseñado por Maluenda (2023) que busca conocer el grado de dominio de diferentes estrategias de regulación motivacional por parte de los trabajadores. Se contestan 31 actividades distintas con una escala del 1 al 5, tal como los instrumentos anteriores, donde contestar 1 significa “nunca la realizo” y 5 significa “siempre la realizo”.

Este instrumento se organiza en tres grandes dimensiones de estrategias para la regulación motivacional. La distinción de los resultados se hizo en tres grupos. El primer grupo de ítems incluye métodos que “Impulsan el Interés” para resolver las tareas con mejor estado de ánimo. El segundo grupo incluye métodos “basados en objetivos” que organizan las tareas o los pensamientos del emprendedor. El tercer grupo incluye métodos “basados en control” tanto del ambiente como de las rutinas y de la ingesta del emprendedor (Tabla 3.4.3).

Tabla 3.4.3: Cuestionario sobre Estrategias de Regulación Motivacional - CERM

Estrategias para aumentar el interés	Enhancement of Situational Interest (Hacer la tarea más emocionante e interesante)	<ul style="list-style-type: none"> ● Hacer las tareas más entretenidas ● Buscar formar de hacer las tareas más desafiantes. ● Pensar en las cosas positivas o atractivas que tienen las tareas. ● Poner en perspectiva las ventajas de mi trabajo respecto de otros.
	Enhancement of Personal Significance (Buscar conexión entre el trabajo y mi interés personal)	<ul style="list-style-type: none"> ● Recordar algún premio cuando se terminen las tareas y/o cuando se haga bien. ● Pensar cómo las tareas aportan a los propios propósitos y aspiraciones. ● Pensar como las tareas conectan con los temas que a uno le interesan.
	Self-Concequating (Reforzarse)	<ul style="list-style-type: none"> ● Prometerse algún premio cuando se terminen las tareas y/o cuando se hagan bien. ● Decirse cosas negativas (castigarse) si se está perdiendo el foco. ● Decirse cosas que motiven. Ej. Ánimo, tu puedes; falta poco para terminar; no es tan complejo como parece, etc. ● Autocorregirse cuando se está haciendo algo

Tabla 3.4.3: Cuestionario sobre Estrategias de Regulación Motivacional - CERM

		desmotivador. Ej. “deja de pensar en lo aburrido y concéntrate”; “deja de esquivar el trabajo y comienza”; “deja de pensar en lo difícil que es”, etc.
Estrategias basadas en objetivos	Proximal Goal Setting (Planificar metas de corto plazo para hacer más manejable el trabajo.	<ul style="list-style-type: none"> ● Dividir las tareas pequeñas en partes para ir quemando etapas”. ● Comenzar por lo difícil para contar con más energía y luego abordar lo fácil. ● Comenzar por lo fácil para observar logros y luego abordar lo difícil. ● Organizar lo urgente y lo importante para abordarlo primero.
	Mastery Self-Talking (Recordar la utilidad del trabajo para volverse más capaz/competente)	<ul style="list-style-type: none"> ● Pensar en cómo las tareas te harán más capaz o hábil. ● Pensar en cómo las tareas te servirán para desarrollarte como trabajador.
	Performance-Approach Self-Talking (Comparar el propio desempeño con el de otros).	<ul style="list-style-type: none"> ● Recordarse que el desempeño afecta la valoración de los colegas. ● Recordarse que el desempeño afecta la valoración de la jefatura. ● Recordarse que el desempeño afecta la valoración que el entorno tiene de uno. ● Recordarse que el desempeño afecta la valoración que la sociedad tiene de uno.
Estrategias basadas en el control	Del entorno	<ul style="list-style-type: none"> ● Asegurarse de no tener o reducir las distracciones. ● Modificar el entorno físico para que facilite el trabajo (Ej. Lugar silencioso o tranquilo, materiales a mano, orden, limpieza, etc.). ● Modificar el entorno físico para que sea más agradable trabajar (Ej. Lugar de mi agrado, materiales de mi gusto, confort, etc.). ● Modificar el entorno social para que sea más agradable y útil para trabajar. Ej. Trabajar con otros para animarme, trabajar con otros para discutir ideas, someter mi trabajo a la crítica de

Tabla 3.4.3: Cuestionario sobre Estrategias de Regulación Motivacional - CERM

		terceros, etc.
	Del tiempo	<ul style="list-style-type: none"> ● Tomar pausas para descansar y luego retomar la tarea. ● Programar tareas en diferentes horarios porque hay momentos en que produce más (Ej. Luego de un descanso) y otros que menos (Ej. Luego de comer). ● Hacer pausas activas (Ej. Salir a caminar, elongar, etc.) para energizarse.
	Del consumo (o ingesta)	<ul style="list-style-type: none"> ● Tomar café u otras bebidas energizantes para estimularse. ● Consumir alimentos energizantes. ● Consumir fármacos o medicamentos.

Tabla 3.4.3: Cuestionario sobre Estrategias de Regulación Motivacional - CERM

3.5. Procedimientos

Para realizar esta investigación, se pasó por 5 etapas distintivas para llegar a conseguir resultados:

a) Establecimiento de contactos para difusión de encuesta

Tomada la decisión de realizar una encuesta para recopilar datos, se debía establecer a quien solicitar colaboración para el envío y difusión de las encuestas. Fueron las organizaciones de apoyo a emprendimientos que tiene la Universidad de Concepción, Incuba UdeC y Gearbox, quienes asistieron en esta tarea al establecer un acuerdo de colaboración mutua.

b) Crear formulario digital

Se diseñó la encuesta manualmente con la página web Google Forms. Esta se divide en 7 secciones:

Sección 1: Consentimiento Informado

Con la finalidad de informar sobre el propósito y características de la participación de los emprendedores en esta encuesta, se redacta el consentimiento informado, exponiendo en éste la descripción del estudio, los procedimientos que realizará el encuestado, los beneficios potenciales, riesgos potenciales, una aclaración sobre la confidencialidad de la información aportada, la expresión del derecho que tiene el encuestado de participar o no, el uso de los resultados de la investigación y compartición de información del memorista junto a su profesor guía.

Sección 2: Identificación Personal

Se realizan 5 preguntas para poder diferenciar de forma sociodemográfica a los participantes de la encuesta, preguntando por su edad, género, comuna de residencia, nivel educativo y profesión u oficio (esto dependiendo de si tiene completos sus estudios superiores).

Sección 3: Identificación de emprendimiento

Se presentan 6 preguntas para caracterizar el emprendimiento que los participantes manejan o participan actualmente, preguntando por el sector al que pertenece el emprendimiento, formalización legal del negocio, si el proyecto es de base científico tecnológico, tamaño de la empresa, cargo del encuestado en la empresa y motivo de inicio del emprendimiento en caso de que el cargo sea fundador.

Sección 4: Motivación (Instrumento UWES)

Se exponen 9 frases que componen la escala como previamente se ha descrito. El fin de esta sección es medir los niveles de Vigor, Dedicación y Absorción.

Sección 5: Nivel de Regulación Motivacional (Regulación Motivacional - BRoMS)

Se exponen 12 frases para que se conteste por familiaridad con la situación presentada. El fin de esta sección es medir los niveles de Regulación Motivacional y Fuerza de Voluntad.

Sección 6: Conocimiento sobre Estrategias de Regulación Motivacional (CERM)

Se exponen 31 frases, previamente estudiadas, del instrumento CERM, para que se conteste por familiaridad con la situación presentada. El fin de esta sección conocer las preferencias de los emprendedores a la hora de tener sus métodos de regulación motivacional.

c) Recolección de datos

Entre mitad y finales de septiembre, con la colaboración de Gearbox UdeC, se hizo el envío de un correo general, invitando a contestar la encuesta de forma cordial. De igual modo, el autor de la memoria de título usó sus propios medios para poder llegar de forma personal a emprendedores de distintas partes de Chile, usando medios digitales tales como Instagram, Facebook, y LinkedIn. También asistiendo de forma presencial a eventos donde se reúnen distintos tipos de emprendedores. Éste proceso se realiza hasta fines de noviembre.

d) Creación de la base de datos.

En esta parte del procedimiento, utilizando MS Excel, se creó la base de datos, con el objetivo de organizar las diferentes variables del estudio y previamente descritas, para proceder al análisis de la información con los programas de análisis de datos.

e) Análisis de los datos

Para el análisis de los datos, se utilizó el programa JASP, donde se aplicaron análisis descriptivos de los diferentes variables. Para comprobar diferencias en las variables (Engagement, Regulación Motivacional y Estrategias de Regulación Motivacional), se analizaron los supuestos necesarios para el uso de la prueba t de Student y la prueba ANOVA para comparaciones de medias, y luego, mediante estas pruebas se analizaron las diferencias existentes en las variables, en función de las características recopiladas. En las comparaciones, se toma como diferencia significativa cuando el valor p del ANOVA es menor o igual que 0.05

4. Resultados

4.1. Resultados sobre distribuciones de variables sociodemográficas

Las respuestas son números naturales para definir los años de edad, números del 15 al 100, como la Figura 4.1.1 en el Anexo, y los 5 grupos etarios correspondientes, como en la Figura 4.1.2 en el Anexo. Analizando por números naturales, la moda es 36.153, la media es 39.617 (edades que están en el grupo de Adulto Medio), la desviación estándar es 11.977, y los mínimos y máximos son 20 y 72 años. Los resultados en la Tabla 4.1.1 en el Anexo.

En cuanto a los grupos formados, la media y la Moda se encuentran en el grupo “Adulto Mayor”. Mientras que la Mediana es parte del grupo de Adultos Jóvenes. Los resultados en la tabla 4.1.2 en el Anexo.

El 64.286% de los encuestados contestaron Femenino (por lo tanto, la moda está en Femenina), el 35.714% contestó Masculino. No se presentaron omisiones a esta pregunta. Gráfica y Resultado en la Figura 4.1.3 y en la Tabla 4.1.3 en el Anexos.

En Nivel Educativo, la moda corresponde a la “Educación Superior Completa”, siendo el 52,597% de los resultados. El siguiente grupo más frecuentado es de los que tienen su educación Media Completa, con un 24.026%. Gráfico y resultados en Figura 4.1.4 y Tabla 4.1.4 en el Anexo.

Los sectores de mercado que presentan una mayor frecuencia son el Comercio, la alimentación y los textiles, alcanzando en conjunto el 63% de los emprendimientos presentes en la encuesta Resultados en la Tabla 4.1.5 en el Anexo.

La moda de los resultados es que hayan formalizado su negocio, con el 53% de los resultados Gráfico y resultados en Figura 4.1.5 y Tabla 4.1.6 en el Anexo.

En cuanto a la distribución del conocimiento sobre una base científica del proyecto, un 14.935% de los encuestados tienen certeza de que su emprendimiento tiene una base científico-tecnológica, un 74.026% sabe que no emprende con base científico tecnológica, y un 11.039% no estaba seguro. Gráfico y resultados en Figura 4.1.6 y Tabla 4.1.7 en el Anexo.

La moda de los resultados, por tamaño de empresa, es que los emprendedores pertenecen a una microempresa, mientras que el 4.545% lo componen emprendedores que pertenecen a una pequeña, mediana o gran empresa. Gráfico y resultados en Figura 4.1.7 y Tabla 4.1.8 en el Anexo.

4.2. Resultados sobre niveles de motivación y regulación motivacional.

4.2.1. Niveles de Engagement

De la tabla 4.2.1.1, en el Anexo, se pueden describir tres ítems importantes, empezando por el ítem “Nivel de Vigor”, que se define como el nivel de fuerza y energía con la que el emprendedor trabaja, corresponde al promedio de los resultados entre las 3 frases superiores a esta. Se puede recoger de los resultados que la moda es de 4.778, la mediana es 4.333, la media es de 4,177, la desviación estándar es de 0,749, y sus mínimos y máximos son 1 y 5. Después está el ítem “Nivel de Dedicación”, que se define como el orgullo e inspiración que produce el trabajo, corresponde al promedio de las 3 situaciones desplegadas encima de su fila respectiva, se puede ver que la media tiende a promediar 4.545 puntos, y tiene una desviación estándar de 0.648 puntos, la mediana es 5 puntos y la moda es 4.989 puntos, el resultado mínimo es 1 y el máximo es 5. Y por último está el ítem “Nivel de Absorción”, corresponde a la inmersión del emprendedor con su trabajo, y muestra el promedio de los resultados de las 3 frases sobre esta. La moda es 4.893 puntos, la mediana es 4.333 puntos y la media es 4.236 puntos. La desviación estándar es de 0.755 puntos, y los valores mínimo y máximo son 1 y 5 puntos respectivamente. Gráficos en la Figura 4.2.1.1, Figura 4.2.1.2 y Figura 4.2.1.3 en el Anexo

4.2.2. Nivel de Regulación Motivacional y Fuerza de Voluntad.

De la tabla 4.2.2.1 en el Anexo, el ítem con el nombre de “Regulación Motivacional”, corresponde al puntaje global obtenido a partir de todos los ítems que componen la subescala “regulación motivacional” de BroMS. Los resultados fueron los siguientes; la moda es 4.080 puntos, la mediana es de 4.125 puntos, la media es de 4,076 puntos, la desviación estándar es de 0.673 puntos, y los valores mínimos y máximos son de 1.625 y 5 puntos. Y el ítem con el nombre de

“Fuerza de Voluntad”, corresponde al puntaje global obtenido a partir de todos los ítems que componen la subescala “fuerza de voluntad” del Broms. Los resultados fueron los siguientes; la moda es 3.955 puntos, la mediana es de 4.000 puntos, la media es de 4,128 puntos, la desviación estándar es de 0.744 puntos, y los valores mínimos y máximos son de 1 y 5 puntos. Gráficos en el anexo con los nombres Figura 4.2.2.1 y Figura 4.2.2.2 .

4.2.3. Métodos de autorregulación Motivacional

El ítem “Aumentar Interés” corresponde al puntaje global obtenido a partir de todos los ítems que conforman el componente “Métodos que aumentan el interés” del CERM. (Tabla 4.2.3.1). La moda es de 4.481, la mediana es de 4.270, la media es de 4.205, la desviación estándar es de 0.558, y los mínimos y máximo son 2.27 y 5.

El ítem “Basada en objetivos” corresponde al puntaje global obtenido a partir de todos los ítems que conforman el componente “Métodos basados en objetivos” del CERM. (Tabla 4.2.3.2). La moda es de 3.958, la mediana es de 3.9, la media es de 3.859, la desviación estándar es de 0.678, y los mínimos y máximo son 1.7 y 5.

El ítem “Basadas en Control” tiene la funcionalidad de promediar los resultados obtenidos en los ítems anteriores a esta, indicadas en la tabla siguiente (4.2.3.3). La moda es de 3.891, la mediana es de 3.8, la media es de 3.755, la desviación estándar es de 0.574, y los mínimos y máximo son 2 y 5.

4.3. Resultados comparativos entre las variables sociodemográficas y los niveles de motivación y regulación motivacional.

4.3.1. Análisis de resultados por género del Emprendedor.

Cuando se comparan los géneros, se muestra que los datos siguen una distribución normal. Aun así, los datos no muestran diferencias significativas para ninguna de las variables de estudio en función del género. Esto se comprueba con el análisis de prueba t, donde no hay un *valor p* menor o igual a 0,05 (tabla 4.3.1.3 en el Anexo).

4.3.2. Análisis de resultados por edad de los emprendedores.

Según las verificaciones de supuestos, y omitiendo al grupo de la tercera edad por ser un grupo muy menor de emprendedores, se puede observar que entre los rangos etarios solo hay diferencias significativas en estrategias de regulación motivacional, en específico estrategias del tipo “Reforzarse” (Tabla 4.3.2.6 en el Anexo).

Al hacer un análisis de las pruebas post-hoc con corrección de Tukey, se puede observar por los resultados del estadístico p_{Tukey} que si hay diferencias entre el grupo de “Adulto Joven” contra “Adulto Mayor” y “Adulto Medio” contra “Adulto Mayor” en la tabla 4.3.2.7 cuando se estudia la variable “Self-Concequating”, siendo el grupo “Adulto Mayor” el que tiene una media significativamente mayor a los otros dos grupos, lo que indica que las personas entre 40 y 65 años usan en promedio más la estrategia de reforzamiento a si mismo que las personas entre 25 y 40 años.

Tabla 4.3.2.7: Contraste Post-Hoc para comparar diferencias entre “Self-Concequating” y “Grupo Etario”

		Diferencia de Medias	ET	t	p_{Tukey}
a.Juventud	b.Adulto Joven	0.187	0.261	0.715	0.891
	c.Adulto Medio	0.142	0.241	0.590	0.935
	d.Adulto Mayor	-0.307	0.233	-1.322	0.551
b.Adulto Joven	c.Adulto Medio	-0.045	0.193	-0.231	0.996
	d.Adulto Mayor	-0.494	0.183	-2.696	0.039*
c.Adulto Medio	d.Adulto Mayor	-0.450	0.152	-2.950	0.019*

Nota. Valor p ajustado para comparar una familia de 4

4.3.3. Análisis de resultados por Nivel Educativo

En éste caso, los emprendedores que tienen “educación post grado completa” en la muestra son un número pequeño, por lo que no se consideraron en el análisis. Luego, en los resultados del ANOVA, se observó diferencias en la “Fuerza de Voluntad” a la hora de realizar actividades de emprendimiento (Tabla 4.3.3.5 en el Anexo).

Al realizar un análisis Post-hoc con la variable “fuerza de voluntad”, se consigue un estadístico p_{Tukey} significativo al comparar quienes tienen su educación media completa con el grupo que tiene educación superior completa, y como la diferencia de medias es positiva, indica que los emprendedores con educación media completa tienen una fuerza de voluntad significativamente mayor que los emprendedores con educación superior completa (Tabla 4.3.3.7).

Tabla 4.3.3.7: Análisis Post-Hoc teniendo de variable dependiente “Fuerza de Voluntad”, para comparar diferencias entre emprendedores con distintos niveles educativos.

		Diferencia de Medias	ET	t	p_{Tukey}
Educación Media completa	Educación Superior completa	0.408	0.143	2.850	0.014*
	Formación Técnica completa	0.430	0.185	2.324	0.056
Educación Superior completa	Formación Técnica completa	0.021	0.163	0.131	0.991

Nota. Valor p ajustado para comparar una familia de 3

4.3.4. Análisis de resultados por negocio formalizado.

En este resultado se omitió el grupo que contestó “No lo sé”. Analizando las tablas 4.3.4.4, 4.3.4.5 y 4.3.4.6 (ubicadas en el Anexo), no se muestran verificaciones de supuestos que indiquen que hay diferencias en los resultados.

4.3.5. Análisis de resultados con emprendimiento de base científico tecnológico.

Para el análisis de los resultados, se evitó comparar con el grupo “No lo sé” por ser un grupo pequeño en comparación a las otras 2 respuestas (Tablas 4.3.5.1, 4.3.5.2, 4.3.5.3 en el Anexo). De igual manera, en la tabla 4.3.5.4 del Anexo, se puede ver que se cumple con la verificación de supuestos en “Fuerza de Voluntad”, “Self_Concequating”, “Mastery Self-Talking” y “Entorno” indicando que hay diferencias entre quienes tienen emprendimientos con base científico-tecnológicos y quiénes no. En los análisis Post-hoc, las 4 variables representan una diferencia que favorece a quienes no tienen un emprendimiento con base científico-tecnológico sobre quienes si tienen, es decir, las medias del primer grupo son superiores a la del segundo (Tabla 4.3.5.5, 4.3.5.6, 4.3.5.7 y 4.3.5.8). Lo que significa que los emprendedores que no son de base científico-tecnológica usarían más la “Fuerza de Voluntad” como forma de regulación motivacional que los emprendedores tecnológicos. Y comparando los comportamientos más usados para regular la motivación, los emprendedores no tecnológicos usarían más “Self_Concequating”, “Proximal Goal Settings” y “Entorno” que los emprendedores tecnológicos.

Tabla 4.3.5.5: Análisis Post-Hoc teniendo de variable dependiente “Fuerza de Voluntad”, para comparar diferencias entre tipo de base de emprendimiento.

		Diferencia de Medias	ET	t	p _{Tukey}
No	Si	0.361	0.165	2.181	0.031

Tabla 4.3.5.6: Análisis Post-Hoc teniendo de variable dependiente “Self-Concequating”, para comparar diferencias entre tipo de base de emprendimiento.

		Diferencia de Medias	ET	t	p _{Tukey}
No	Si	0.477	0.182	2.619	0.010

Tabla 4.3.5.7: Análisis Post-Hoc teniendo de variable dependiente “Mastery Self-Talking”, para comparar diferencias entre tipo de base de emprendimiento.

		Diferencia de Medias	ET	t	p _{Tukey}
No	Si	0.264	0.132	1.990	0.049

Tabla 4.3.5.8: Análisis Post-Hoc teniendo de variable dependiente “Entorno”, para comparar diferencias entre tipo de base de emprendimiento.

		Diferencia de Medias	ET	t	p _{Tukey}
No	Si	0.377	0.173	2.177	0.031

4.3.6. Análisis Resultados por tamaño de empresa.

Debido a las características de la muestra, donde la mayoría de los emprendedores que respondieron participaban en pequeñas empresas, no se pueden lograr resultados funcionales a partir de una comparación con otros tamaños de empresas, por lo tanto, no se trabajará.

4.4. Relación entre el engagement de los emprendedores con sus niveles de regulación motivacional y métodos de Regulación Motivacional.

En la Tabla 4.4.1, ubicada en el Anexo, se muestra el tipo de relación que hay entre las variables estudiadas, las correlaciones son significativas entre la mayoría de las variables, excepto cuando se enfrentan la variable “Nivel de Vigor” con “Proximal Goal Settings” y “Consumo”, el “Nivel de Dedicación” con “Self-Concequating”, “Proximal Goal Setting”, “Performance-Approach Self-Talking”, “Entorno” y “Consumo”, el “Nivel de Absorción” con las mismas variables que “Nivel de Dedicación” y finalmente “Engagement Global” con “Proximal Goal Settings” y “Consumo”. La totalidad de las variables correlacionadas tienen un valor R de Pearson positiva.

5. Discusión

5.1. Variables Sociodemográficas

De los resultados sociodemográficos extraídos de la encuesta, la media de edad de los emprendedores es de 39.671, según el reporte nacional de Chile de Global Entrepreneurship Monitor (Guerrero, 2023), indica que el promedio de edad es de 39 años y en aumento. Este resultado concuerda con lo que se recopiló.

En los resultados obtenidos por género, un 64.286% de los encuestados se identificaban con el género femenino, mientras que el 35.286% de los encuestados se identificaban con el género masculino. Según el GEM (Guerrero, 2023), en el año 2022 el porcentaje de hombres que emprenden es de un 51% y bajando ligeramente por año. La composición de la muestra no coincide con la caracterización general de la población emprendedora, lo que indica que la muestra no es representativa de las personas que emprenden en Chile.

De los resultados por nivel educativo, un 52.597% de los encuestados tienen educación superior completa (universitaria), y el siguiente grupo representativo es de los emprendedores con solo educación media. El porcentaje de universitarios coincide con los resultados obtenidos por el GEM (Guerrero, 2023), ya que ellos indican que un 44% de los emprendedores encuestados tenían educación universitaria y con tendencia a la subida, por lo tanto, en este aspecto la muestra coincide con lo que reporta el GEM.

En los resultados por sector al que pertenece el emprendimiento, el Comercio, la alimentación y los textiles son los sectores más predominantes entre los emprendimientos, donde juntos logran el 63% de los encuestados. La composición por sector de la muestra coincide parcialmente con las características de la muestra con la que trabajó Comunidad Empresas de Entel (2018), quien indica que los tres sectores principales que representan el 55,2% del total de empresas son el "Comercio al por mayor y al por menor" (34,5%), "Transporte y almacenamiento (10,5%) e Industrias manufactureras (10,2%). Coinciden 2 sectores del comercio, por lo tanto, se presenta como parcialmente representativa.

En cuanto a la formalización del negocio de los encuestados, el 53% de los emprendedores indicaron estar en un negocio formal, un 43% no estar formalizado y que no han pensado en hacerlo, y un 3.247% dijo no saber tal información. Según Síntesis de resultados EME-VII (M.E.F. y T, 2023) se registran 1.152.443 (58,3 %) personas microempendedoras informales y 824.983 formales (41,7 %), luego la muestra tendría características semejantes a la población microempendedora en base a esta variable.

Un 14.935% de los encuestados indica estar en un proyecto con base científica, el 74.026% indica que el emprendimiento no es de base científica y un 11.039% no estaba seguro de como contestar. Según la medición del Global Index rescatado de Emprendimientos de base Científico-tecnológica en América Latina (Kantis, 2020), en Chile, la producción regional de ciencia y tecnología es de alrededor de un 15% a un 20%. Es un resultado que se asemeja a lo recopilado en la encuesta, por lo en este sentido la muestra pareciera representativa.

El 95.455% de los emprendedores que contestaron la encuesta pertenecen a una micro empresa. Esto es por cómo se realizó el envío de la encuesta, donde el método de acercamiento personal tuvo mejores resultados que realizar las encuestas por redes sociales, donde también era más probable encontrar un dueño de una microempresa que de una empresa con más desarrollo. Además, se sabe que el 98.6% de las empresas chilenas pertenecen a las MiPymes, por lo tanto, esta muestra en cuanto al tamaño es representativa.

5.2. Niveles de Motivación y Regulación Motivacional

De los resultados conseguidos sobre los niveles de motivación y de regulación motivacional, como observación general, son resultados altos ya que todos superan el tercer cuartil del puntaje máximo, lo que habla positivamente de la mentalidad de los emprendedores que contestaron la encuesta.

El promedio de puntuación del Nivel de Vigor en los emprendedores es de 4.177 de 5 puntos. La característica con la que más se identifican es con "Soy fuerte y vigoroso en mi trabajo" y el grupo con mayor promedio ha sido "Adulto Mayor" de los Grupos Etarios (4.339). El promedio de puntuación del Nivel de Dedicación en los emprendedores es de 4.545 de 5 puntos. La característica con la que más se identifican es con "Estoy orgulloso del trabajo que hago" y el grupo con mayor promedio son los que tienen un emprendimiento con base científico-tecnológica (4.507). El promedio de puntuación del Nivel de Absorción en los emprendedores es de 4.236 de 5 puntos. La característica con la que más se identifican es con "Soy feliz cuando estoy absorto en mi trabajo", y el grupo con mayor promedio son los que tienen un emprendimiento con base científico-tecnológica (4.652). Estos datos implicarían que los emprendedores tienden a estar comprometidos con sus proyectos y de sentir plenitud al trabajar en ellos, en especial los emprendedores que buscan la innovación científico-tecnológica.

El promedio de puntuación del Nivel de Regulación Motivacional en los emprendedores es de 4.076 de 5 puntos y el grupo con mayor promedio son los que contestaron que no tenían un emprendimiento con base científico-tecnológica. El promedio de puntuación del Nivel de Fuerza de Voluntad en los emprendedores es de 4.128 de 5 puntos y quienes tienen mejor promedio son quienes tienen únicamente su educación media completa. Estos resultados nos indican que los emprendedores tienen la intención comenzar, trabajar y terminar sus tareas en base a métodos personales, y también tienen la capacidad de sobrepasar por los obstáculos que ellos se encuentren para lograr sus metas deseadas.

El promedio de puntuación para los métodos que aumentan el interés en los emprendedores es de 4.222 de 5 puntos. La característica con la que más se identifican es con "Personal Significance" y el grupo con el promedio más alto es "Educación Media completada" de los Niveles Educativos (4.381). El promedio de puntuación para los métodos basados en objetivos en los emprendedores es de 3.859 de 5 puntos, un resultado más bajo que el promedio en "Aumentar interés". La característica con la que más se identifican es con "Mastery Self-Talking" y el grupo con mejor promedio es también Educación Media Completada. El promedio de puntuación para los métodos basados en control en los emprendedores es de 3.755 de 5 puntos, la característica con la que más se identifican es con "Entorno" y el grupo con mejor promedio para este ítem es el grupo etario "Juventud". Estos son los métodos favoritos de los emprendedores por cada tipo de forma para manejar la regulación motivacional, siendo más predominante el grupo métodos que dan valor a la tarea por como esta conecta con sus intereses personales.

5.3. Comparaciones

A continuación, se van a comparar los puntos anteriores, las variables demográficas con los niveles de motivación y regulación motivacional.

5.3.1. Comparación por Géneros

Se ha realizado un estudio comparativo entre los géneros, en el cual, sorprendentemente, no se han detectado diferencias significativas en los aspectos evaluados. Este hallazgo es particularmente notable, ya que existen estudios que demuestran diferencias generales, tanto biológicas como psicológicas, entre ambos sexos, especialmente cuando se trata de abordar tareas y tratar con clientes.

Por ejemplo, se ha observado que las mujeres tienden a superar a los hombres en áreas como la capacidad de atención, la memoria verbal y facial, y la inteligencia social. Estas habilidades pueden ser particularmente útiles en situaciones que requieren una alta interacción social y una comprensión profunda de las emociones y motivaciones de los demás. Por otro lado, los hombres suelen destacar en la capacidad y velocidad de procesamiento de información. Esta habilidad puede ser especialmente útil en situaciones que requieren una rápida toma de decisiones y una alta capacidad para manejar grandes volúmenes de información (Ragini, 2014).

Además, se ha observado que los hombres muestran una mayor autoeficacia en las inteligencias lógico-matemática y cinestésico-corporal. Esto significa que tienden a tener una mayor confianza en sus habilidades en estas áreas. Por otro lado, las mujeres suelen tener una mayor autopercepción de las inteligencias naturalista, musical, interpersonal, intrapersonal y lingüística (Navarro, 2019).

A pesar de estos hallazgos, se espera que con una investigación más exhaustiva, se puedan identificar diferencias más sutiles y específicas. Por ejemplo, podrían encontrarse diferencias en los resultados del Engagement Global y sus componentes, así como en la regulación motivacional y

la fuerza de voluntad. También se podrían descubrir diferencias en los métodos de motivación y recompensa que corresponden a la naturaleza de cada género.

En resumen, aunque este estudio no encontró diferencias significativas entre los géneros en los aspectos analizados, existe literatura que sugiere que existen diferencias sustanciales entre los géneros en una variedad de áreas, como otros estudios que indican que sustancialmente, no importa el sexo a la hora de aplicar habilidades, ya que estas son entrenables. Se espera que futuras investigaciones puedan arrojar más luz sobre estas diferencias y ayudar a entender mejor la compleja interacción entre género, motivación y rendimiento.

5.3.2. Comparación por Grupos Etarios

En el análisis de los diferentes grupos etarios, se observan dos distinciones notables: el “Adulto Joven” (de 21 a 31 años) y el “Adulto Mayor” (de 40 a 65 años), y el grupo “Adulto Medio” (de 32 a 40 años) y el “Adulto Mayor”. Esta diferencia se manifiesta en el método de regulación motivacional conocido como “Self-Concepting”.

La motivación, como fuerza impulsora del comportamiento humano, puede variar significativamente dependiendo de la edad. Por ejemplo, las personas más jóvenes, pertenecientes a los grupos “Adulto Joven” y “Adulto Medio”, pueden estar más motivadas por logros tangibles y reconocimiento social. Buscan validación externa y se esfuerzan por alcanzar metas que les otorguen un estatus o una posición destacada.

Por otro lado, las personas del grupo “Adulto Mayor” pueden estar más motivadas por la satisfacción personal y el deseo de contribuir a la sociedad. Su motivación se basa más en factores internos y en la realización personal. Buscan cumplir con sus propias expectativas y metas, y encuentran satisfacción en el simple hecho de completar una tarea o contribuir de alguna manera a su entorno (Cuenca, 2011).

Es en este contexto donde surge el método de “Reforzarse”. Este método es especialmente prevalente en el grupo de “Adulto Mayor”, donde los individuos se auto-incentivan para completar sus tareas. Este auto-reforzamiento puede tomar la forma de recompensas internas, como la

satisfacción de un trabajo bien hecho, o la gratificación de contribuir positivamente a su comunidad. En resumen, la motivación y los métodos de auto-reforzamiento pueden variar significativamente entre diferentes grupos de edad, reflejando las diferentes prioridades y enfoques de vida de cada grupo.

5.3.3. Comparación por Nivel Educativo

El nivel educativo es una variable que influye en los emprendedores, particularmente en la “fuerza de voluntad”. Se ha observado que las personas que han completado solo su “Educación Media” muestran una mayor “Fuerza de Voluntad” para trabajar en su emprendimiento en comparación con aquellos que poseen un “Título Universitario”.

La “fuerza de voluntad” para trabajar puede estar influenciada por las diferencias en las oportunidades laborales disponibles para las personas con y sin un título universitario. Esto se enfatiza especialmente cuando se consideran los sueldos y el crecimiento de los puestos en las empresas, por ejemplo, el salario promedio en Chile es de aproximadamente 825,000 CLP por mes (AdvancedSalary, 2023), y las personas con un título reciben el salario mensual promedio más alto, que asciende a aproximadamente 1.8 millones de pesos chilenos (Statista, 2021). Por lo tanto, el emprendimiento puede presentarse como una opción atractiva para aquellos sin un título universitario, ya que podría ofrecerles la oportunidad de superar el salario promedio.

5.3.4. Comparación por Emprendimiento Formalizado

Para la comparación de estos resultados, se omitió el grupo que contestó “No sé” a esta pregunta. Según los resultados, no existen diferencias entre los grupos de emprendedores que hayan formalizado su empresa de los que no lo hicieron o de los que no saben de su estado actual.

5.3.5. Comparación por Emprendimiento con Base Científico-Tecnológica

Hay diferencias cuando se comparan emprendimientos que tienen, o no, base científica. Esto se ve al comparar la “fuerza de voluntad” de los emprendedores, junto a los métodos de regulación motivacional "Self-Concepting", “Proximal Goal Settings” y “Entorno” donde hay una diferencia favorable para quienes “no” tienen un emprendimiento con "Base científica" de otros que “sí” la tienen. Lo anterior visto se puede relacionar con los distintos propósitos que tienen los emprendedores, quienes no tienen un emprendimiento con base científico-tecnológica se puede inspirar por el resultado económico de su negocio, e incentivarse a terminar rápido para pasar a otro tipo de tareas, organizar a partir de objetivos y metas la tarea, e incluso reordenar el espacio de trabajo para trabajar de manera más placentera, mientras que el otro grupo, que sí tiene un emprendimiento tecnológico-científico, busca el desarrollo e innovación de un área en específico, tienden a pensar más en la significancia de su trabajo, por lo que no requieren ese tipo de métodos.

5.3.6. Comparación por Emprendimiento con Tamaño de Empresa

Hay un problema con el tamaño de muestra de tres grupos, son cuatro emprendedores que son de un emprendimiento pequeño y dos emprendedores que están en un emprendimiento mediano y uno que pertenece a un emprendimiento grande, por lo que se decidió desestimar esta diferencia por falta de variabilidad en la muestra.

5.4. Correlaciones

Finalmente, se estudia la relación entre el engagement de los emprendedores con sus niveles de regulación motivacional y métodos de Regulación Motivacional, ninguna correlación es negativa, y se toman en consideración como el “valor R de Pearson” desde 0 a 1 para saber el nivel de correlación: menos de 0,3 es correlación baja, de 0,3 a 0,7 es correlación media y más de 0,7 es correlación alta.

El Engagement Global (el promedio de niveles de Vigor, Dedicación y Absorción) se ve que tiene una correlación media con las variables "Regulación Motivacional", "Aumentar interés" y "Situational Interest", por el contrario, las variables que no están correlacionadas con el Engagement Global son los métodos "Proximal Goal Settings" y los métodos de "Consumo". Con estos resultados, podemos inferir que el Engagement Global es, en efecto, directamente proporcional a la Regulación Motivacional, y que los métodos que aumentan el interés en realizar las tareas, son los métodos que pueden influenciar a un emprendedor a estar más motivado a realizar tareas, siendo el subgrupo “Situational Interest” los métodos que más influyen en el compromiso de la persona.

De los 3 componentes del Engagement Global, el “Vigor” tiene correlación y mayor asociación con la Regulación Motivacional, la Fuerza de Voluntad y los métodos de autorregulación motivacional, excepto “Proximal Goal Settings” y “Consumo”, con las cuales no tienen correlación. La “Absorción” y “Dedicación” tienen correlaciones similares, pero no tienen correlación con “Self-Concequating”, “Proximal Goal Settings”, “Performance-Aproach Self-Talking”, “Entorno”, “Consumo” y “Basadas en Control”. Los resultados altos de correlación del componente Vigor en esta investigación pueden describir una importancia en el contexto de la regulación motivacional y, por lo tanto, en el rendimiento en la realización de las tareas pesadas, resultado similar a un estudio que investiga la relación entre el work engagement, satisfacción laboral y rendimiento en las tareas realizadas, en un contexto chileno (Juyumaya, 2019). También se destaca como los métodos “Proximal Goal Settings” y “Consumo” no se correlacionan con ninguno de los

componentes del engagement, por lo tanto, alguien comprometido con su trabajo no requiere de estos métodos de autorregulación motivacional.

6. Conclusión

El primer objetivo de la presente investigación fue identificar características sociodemográficas relevantes, el cual, se cumplió de forma parcial. Hubo éxito al conseguir participantes suficientes por grupo para comparar por género del emprendedor y para quienes tienen su negocio formalizado, sin embargo, hubo menor variabilidad de participantes tomando en cuenta los rangos etarios (no se llegó más jóvenes y gente de la tercera edad), faltaron más encuestados con estudios en postgrado completo, faltó equilibrio en los distintos sectores de los emprendimientos, hizo falta también llegar a emprendedores que tengan un proyecto con base científico tecnológica, y encontrar emprendedores que manejen emprendimientos a una escala mayor que una micro empresa, factores que limitaron el estudio.

En cuanto al segundo objetivo, identificar los niveles de motivación y de regulación motivacional, se cumple en su totalidad, se reconocen los resultados como válidos, en general se ven promedios positivos en la mayoría de variables evaluadas. Cabe destacar que los métodos que mejor familiaridad tienen con los emprendedores, son los que tienen que ver con aumentar el interés en realizar estas actividades, o asociarlas a situaciones o cosas buenas que pueden ocurrir si las tareas se realizan.

Finalmente, el tercer objetivo de examinar diferencias y similitudes entre los resultados de los objetivos anteriores, se cumplió parcialmente. Por falta de variedad en los resultados de la muestra, no se realizó la comparación por tamaño de empresa, ya la cantidad de emprendedores pertenecientes a empresas pequeñas, medianas y grandes no eran suficientes para realizar un estudio. En cuanto a los demás resultados, se destaca que hay una diferencia de "Fuerza de Voluntad" entre los emprendedores que solo tienen educación media y emprendedores que tienen su educación superior completa, donde el primer grupo tiene un mayor promedio, también una diferencia de familiaridad con el método "Self-Concequating" entre los "Adultos Jóvenes" y los "Adultos Medios" contra los "Adultos Mayores", donde los adultos mayores aprovechan mejor este método que los otros 2 grupos restantes, ya que se alinea mejor a sus metas de vida, que es

el desarrollo personal, en vez del desarrollo de habilidades laborales. Y finalmente, el cómo tener o no un emprendimiento con base científico tecnológica afecta en la “fuerza de Voluntad” del emprendedor, y en los métodos “Self-Concepting”, “Proximal Goal Settings” y “Entorno”

Es muy importante la motivación en las personas, y tal como ocurre en anteriores estudios con estudiantes y trabajadores, los emprendedores se pueden ver favorecidos por los métodos de autorregulación motivacional, ya que en general, sus niveles de engagement son altos, incluidos los de Regulación Motivacional y Fuerza de Voluntad. Esto también se ve influenciado por la necesidad de los individuos en sentirse realizados con sus vidas, buscando fervientemente oportunidades para estar alineados a su propósito, lo cual explica la decisión de estos emprendedores de realizar sus propios proyectos de vida, conviviendo con las grandes empresas y aportando a la sociedad con productos y servicios.

Los resultados de esta investigación indican que sí importan las características sociodemográficas a la hora de crear un plan de apoyo para los emprendedores, en especial el “grupo etario” al que pertenezcan, el “nivel educativo” de las personas y si su emprendimiento es de “base científico-tecnológica” o no. Esta información puede ser aprovechada por las instituciones que imparten cursos, y que divulgan conocimiento, para incentivar hábitos que sean compatibles con la situación del sujeto, o aumentar la motivación de las personas por emprender al presentarles métodos de regulación motivacional acordes y a favor del perfil de la personas, por ejemplo, a un trabajador de entre los 21 y 40 años se le puede presentar cursos destinados al desarrollo de habilidades que se puedan aplicar en un trabajo tradicional y en un proyecto personal, ya que pertenece a un grupo que tiene en cuenta estas necesidades; a un emprendedor sin título se le puede presentar cursos que impulsen el desarrollo de su empresa y su llegada a un target mayor, ya que ellos tienen ese deseo de conseguir más ingresos. Incluso se puede divulgar sobre la importancia de la autorregulación motivacional como una herramienta importante a la hora de emprender, a la misma altura que los conocimientos para administrar una pequeña empresa o un proyecto escalable, y así los emprendedores tengan conciencia de los métodos de autorregulación motivacional, para que se adapten al método que les guste y que puedan usar diariamente.

Hay muchas preguntas que están sin resolver por falta de muestras, por ejemplo, ¿qué tan impactante es el lugar de residencia para el emprendedor?, o, ¿influye de alguna manera el tamaño de la empresa que maneja el emprendedor en su visión de las actividades que realiza?, incluso quedan dudas de si los ancianos son quienes tienen mejor disposición a enfrentarse a los retos que puede traer un emprendimiento, preguntas que se podrían contestar en un futuro estudio sobre los emprendedores y sus motivaciones.

Sería interesante replicar este estudio de forma presencial en otras regiones de Chile, como ferias de emprendimiento y charlas destinadas a emprendedores. Tal vez apuntar a dueños de empresas grandes en todo el país, para poder tener sus puntos de vista y sus métodos para llevar a cabo la hazaña de manejar un emprendimiento totalmente exitoso, de ese modo contestar las preguntas que no fueron aclaradas en este estudio.

7. Referencias

- AdvancedSalary (2023, 1 de Junio). Average Salary in Chile. International Average Salaries.
<https://advancedsalary.com/average-salary-chile/average-salary-in-chile/>
- Alonso, C. (2020, 21 de noviembre). Las pymes son el sostén de la economía. La Tercera.
<https://www.latercera.com/pulso/noticia/las-pymes-son-el-sosten-de-la-economia/SYHT7OR6SVH7DIYQP4OIKP7NGU/>
- Alvarez, S., & Busenitz, L. (2001). The entrepreneurship of resource based theory. *Journal of Management*, 27, 755-775.
- Andrés Sevilla Arias (2020, 1 de julio) Capital Humano. Economipedia.
<https://economipedia.com/definiciones/capital-humano.html>
- Angel Morales (2021, 21 de diciembre). 2021: año de desafíos y oportunidades para el emprendimiento en Chile. UDD Ventures <https://uddventures.udd.cl/blog/2021-año-de-desafíos-y-oportunidades-para-el-emprendimiento-en-chile>
- ANID (s.f.). Agencia Nacional de Investigación y Desarrollo.
- Atcom (2023, 11 de diciembre). Proyecciones para 2024 en Chile: Crecimiento moderado en medio de la incertidumbre. <https://www.atcom.cl/proyecciones-2024-chile-crecimiento#>
- Atienza, Miguel, Lufín, Marcelo, & Romani, Gianni. (2016). Un análisis espacial del emprendimiento en Chile: Más no siempre es mejor. *EURE (Santiago)*, 42(127), 111-135.
<https://dx.doi.org/10.4067/S0250-71612016000300005>
- Atkinson, J.W. (1964). *An Introduction to Motivation*. Princeton, N.J.: Van Nostrand.
- Ato, M., López-García, J. J., & Benavente, A. (2013). Un sistema de clasificación de los diseños de investigación en psicología. *Anales de Psicología / Annals of Psychology*, 29(3), 1038–1059.
<https://doi.org/10.6018/analesps.29.3.178511>
- BancoMundial (2020), Índice de Capital Humano (escala de 0 a 1) – Chile. Recuperado de <https://datos.bancomundial.org/indicador/HD.HCI.OVRL?end=2020&locations=CL&start=2010&view=chart>

- Biblioteca del Congreso Nacional de Chile (2007, 16 de Febrero). Regula la competencia desleal. BCN.
<https://www.tdlc.cl/wp-content/uploads/2015/01/Ley-competencia-desleal.pdf>
- Biblioteca del Congreso Nacional de Chile (2019, 15 de Julio). Crea el ministerio de ciencia, tecnología, conocimiento e innovación. BCN. <https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=1121682>
- Biblioteca del Congreso Nacional de Chile (2020, 8 de septiembre). Ley 20416 | Fija normas especiales para las empresas de menor tamaño. BCN. <https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=1010668>
- Blank, S. and Dorf, B. (2012) *The Startup Owner's Manual: The Step-by-Step Guide for Building a Great Company*. BookBaby, Pennsauken.
- Bonilla, G. (2023, 10 de febrero). 5 etapas de un proceso de emprendimiento. Treinta.
<https://www.treinta.co/blog/proceso-emprendimiento>
- Briceño V., Gabriela. (2021). Capital humano. Recuperado el 27 octubre, 2023, de Euston96:
<https://www.euston96.com/capital-humano/>
- Cámara de Comercio de Santiago (s.f.). La consolidación del emprendimiento en Chile | e-certchile.
<https://www.e-certchile.cl/noticias/la-consolidacion-del-emprendimiento-en-chile#:~:text=De%20acuerdo%20Sercotec%2C%20aunque%20Chile,antes%20de%20los%205%20a%C3%B1os>
- Carola Grunschel; Malte Schwinger; Ricarda Steinmayr; Stefan Fries. (2016). Effects of using motivational regulation strategies on students' academic procrastination, academic performance, and well-being. *Learning and Individual Differences*. 162-170. <https://doi.org/10.1016/j.lindif.2016.06.008>.
- Castro, G.; Girón, L.; Soto, D. (2017, Enero). Impacto del Capital Humano en el Emprendimiento y Oportunidad para Colombia, Chile y Ecuador. Pontificia Universidad Javeriana.
<https://acrobat.adobe.com/id/urn:aaid:sc:US:11b9a24d-7745-4442-a461-da5a76e325b7>
- Christopher A. Wolters (2003) Regulation of Motivation: Evaluating an Underemphasized Aspect of Self-Regulated Learning, *Educational Psychologist*, 38:4, 190, DOI:10.1207/S15326985EP3804_1
- Christopher A. Wolters (2003) Regulation of Motivation: Evaluating an Underemphasized Aspect of Self-Regulated Learning, *Educational Psychologist*, 38:4, 189-205, DOI: 10.1207/S15326985EP3804_1
- Cochran, T. C. (1971). The Entrepreneur in Economic Change. In Peter Kilby (ed.), *Entrepreneurship and Economic Development*, (pp. 95-107), New York: Free Press.

Comunidad Empresas. Artículos. [en línea], Chile son mi Pymes, 2018 [consulta, 22/31 de mayo de 2018].
<https://ce.entel.cl/articulos/96-7-empresas-chile-son-mipymes/>

Coon, D. (2004). *Introduction to Psychology* (9th ed). Minneapolis: West Publishing Company.

Corfo (s.f.). Fondo de Desarrollo y Crecimiento Perfil Empresa.
https://www.corfo.cl/sites/cpp/convocatorias/fondo_de_desarrollo_crecimiento_perfil_empresa

Cuenca Elena (2011, 18 de Junio). Motivación hacia el aprendizaje en las personas mayores más allá de los resultados y rendimiento académico. *Revista de Psicología y Educación*. Núm. 6, pág 239-254

Datosmacro (2017). Chile – Índice de Capital Humano. <https://datosmacro.expansion.com/mercado-laboral/capital-humano/chile>

DatosMacro (s.f). PIB de Chile. Expansión. <https://datosmacro.expansion.com/pib/chile?anio=2022>

De Con Letra Grande, F. (s. f.). Iniciativas privadas que prestan apoyo para emprender en Chile (Parte 1). Con Letra Grande. <https://www.conletragrande.cl/mi-empresa/iniciativas-privadas-que-prestan-apoyo-para-emprender-en-chile-parte-1>

Diario Uchile (2022, 12 de octubre). Impulso Chileno: el programa que apoyará a 250 emprendedores del país abre sus postulaciones. <https://radio.uchile.cl/2022/10/12/impulso-chileno-el-programa-que-apoyara-a-250-emprendedores-del-pais-abre-sus-postulaciones/>

DiarioUchile (2013, 22 de octubre). Capital Humano: Chile 36° entre 122 países. Escrito por Roberto Meza. <https://radio.uchile.cl/2013/10/22/capital-humano-chile-36o-entre-122-paises/>

Dolores Ruiz, Erika, Salazar Gómez, Julio Fernando, & Valdivia Rivera, María de Jesús. (2023). La motivación laboral y su relación con el desempeño laboral. Un estudio de caso. *RIDE. Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 13(26), e039. Epub 08 de septiembre de 2023. <https://doi.org/10.23913/ride.v13i26.1478>

Drucker, P. F. (1985). *Innovation and Entrepreneurship*. New York: Harper y Row Publishers.

Editorial RSyS (2021, 27 de octubre). Emprendimiento: qué es, definición, tipos, características y ejemplos. Responsabilidad social Empresarial y Sustentabilidad. <https://responsabilidadsocial.net/emprendimiento-que-es-definicion-tipos-caracteristicas-y-ejemplos/#:~:text=El%20emprendimiento%20es%20el%20proceso,un%20producto%2C%20servicio%20o%20proceso.>

- Empréndete Chile (2012, noviembre). Emprendimiento en Chile: Una comparación Internacional. Análisis a partir de los datos publicados por el ranking Doing Business del Banco Mundial. MEFT. https://www.economia.gob.cl/wp-content/uploads/2012/11/Boletin_Emprendimiento_Doing_Business.pdf
- F. J. Guzmán (2017, 7 de junio). Desafíos del emprendimiento en Chile. Fundación Jaime Guzmán. https://www.fjguzman.cl/wp-content/uploads/2017/06/N224_IP-1.pdf
- Flores T. (2014, enero). Chile: Impulsando el emprendimiento y la innovación. Gobierno de Chile. <https://negocios.udd.cl/gemchile/files/2014/01/Presentacion-TFlores.pdf>
- Forbes (2023, 2 de junio). Estas son las mejores ciudades para desarrollar startups en Latinoamérica en 2023: ¿en qué posición está Santiago?. Forbes <https://forbes.cl/negocios/2023-06-02/mejores-ciudades-startups-latinoamerica-2023-santiago>
- ForoInnovación & Feedback Research (2023, julio). ¿Qué tan innovadores y emprendedores somos los chilenos/as?. Cuestionario extraído de ForoInnovación. <https://foroinnovacion.cl/indice/>
- Fondef (s.f.). Fondo de Fomento al Desarrollo Científico y Tecnológico. <https://www.conicyt.cl/fondef/>
- Freire, A. (2005). Pasión por emprender: de la idea a la cruda realidad. Barcelona: Editorial Norma.
- Gartner México (s.f.). Estrategias para abordar la carencia de habilidades. Gartner. <https://www.gartner.mx/es/recursos-humanos/insights/carencia-de-habilidades>
- Guerrero, M. & Yáñez-Valdés, C. (2023). Reporte Nacional de Chile 2022. Global Entrepreneurship Monitor.
- Hagen, E. E. (1962). On the Theory of Social Change: How Economic Growth Begins. Homewood, IL: Dorsey Press.
- Hernández-Vargas, B. A., & García-Castro, L. I. (2022). Persistencia académica en estudiantes universitarios: ¿cómo se manifiesta la autoeficacia emocional? Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud, 20(3), 1-25. <https://dx.doi.org/10.11600/rllcsnj.20.3.4975>
- Indap (s.f.). Programa desarrollo de Inversiones (PDI). Ministerio de Agricultura. <https://www.indap.gob.cl/plataforma-de-servicios/programa-desarrollo-de-inversiones-pdi>

- Innovación Chilena (2018, 8 de junio). ¿Cuáles son los principales motivos por los que fracasa una pyme en Chile?. InnovacionChilena <https://innovacionchilena.cl/pyme-chile/>
- Juyumaya, J. E. (2019, Mayo). Work engagement, satisfacción y rendimiento laboral: El rol de la cultura organizacional. DOI:10.5354/0719-0816.2018.55392
- Kantis H. & Angelelli A. (2020, Enero). Emprendimientos de base científico-tecnológica en América Latina: Importancia, desafíos y recomendaciones para el futuro. <http://dx.doi.org/10.18235/0002156>
- Kim, Y. (2018). Learning and Individual Differences. <https://doi.org/10.1016/j.lindif.2017.12.010>
- Knight, F. H. (1921). Risk, Uncertainty and Profit. New York: Harper and Row.
- Kraay, Aart C. (2018, 25 de Septiembre). Methodology for a World Bank Human Capital Index. <https://documents.worldbank.org/en/publication/documents-reports/documentdetail/300071537907028892/methodology-for-a-world-bank-human-capital-index>
- Krysko, O; Fleischer, J; Waldeyer, J; Wirth, J; Leutner, D. (2020). Do motivational regulation strategies contribute to university students' academic success?
- Lattacher, W. and Wdowiak, M.A. (2020), "Entrepreneurial learning from failure. A systematic review", International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, Vol. 26 No. 5, pp. 1093-1131. <https://doi.org/10.1108/IJEER-02-2019-0085>
- Learning and Individual Differences, 621-627. <https://doi.org/10.1016/j.lindif.2009.08.006>
- L . Recalde, L. Villota, M. Flores (2016, 3 de septiembre). Emprendedores como creadores de riqueza y desarrollo regional. https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/381/pdf_238
- M. Esposito, A. Altukhov (2017, 1 de septiembre). The links Between Economic Growth and social progress. World Economic Forum <https://www.weforum.org/agenda/2017/09/the-most-competitive-countries-are-also-the-most-progressive/>
- McClelland, D. C. (1961). The Achieving Society. Princeton, NJ: Van Nostrand.
- Ministerio de Economía, Fomento y Turismo (2023, Junio). Síntesis de resultados EME-VII. <https://www.economia.gob.cl/wp-content/uploads/2023/06/sintesis-de-resultados-eme-vii.pdf>
- Ministerio de Relaciones Exteriores (s.f.). Economía. Chile.Gob. <https://www.chile.gob.cl/chile/economia>

Minniti, M. (2012) El emprendimiento y el crecimiento económico de las naciones. *Economía industrial*, 1(383), p.27.

MIT Technology Review, Chivas, & Opinno (s.f). Barómetro de Emprendimiento de éxito en España. <https://therightwayclub.marca.com/uploads/files/barometro-emprendimiento-exito.pdf>

Montoya-Rendón, J.C; Chica-Velázquez, M.; Caballero-Lozada, M.F. (2019). Ser empresario y emprendedor: factores humanos claves que inciden en el éxito o fracaso de pequeñas empresas de Palmira, 2019. *Revista Criterio Libre Jurídico*, 16 (2), e-5735. DOI: 10.18041/1794-7200/clj.2019.v16n2.5753.

Mujica, J. (2022, 8 de Marzo). Cómo sobrevivir al valle de la muerte. <https://juliomujica.com/como-sobrevivir-al-valle-de-la-muerte/>

Naciones Unidas, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2019). Panorama Social de América Latina 2018. https://www.cepal.org/sites/default/files/publication/files/10848/078007024_es.pdf

Navarro Saldaña, G., Flores-Oyarzo, G., y González Navarro, M.G. (2019). Diferencias por sexo en el nivel de Autoeficacia percibida en una muestra de estudiantes de la Provincia de Concepción ¿Qué papel juegan los roles de género en la educación?. *Revista de Educación Inclusiva*, 12(1), 205-2234

Noman Arshed; Ramla Rauf; Samra Bukhari; (2021). Empirical Contribution of Human Capital in Entrepreneurship . *Global Business Review*, DOI:10.1177/0972150920976702

O'Shea, Deirdre; Buckley, Finian; Halbesleben, Jonathon (2017). Self-regulation in entrepreneurs. *Organizational Psychology Review*, (), 204138661770543-. doi:10.1177/2041386617705434

Quiero Empeñer. <https://www.quieroempeñer.cl>

Ranis, G; Stewart F. (2002). Crecimiento económico y desarrollo humano en América Latina. *Revista de la Cepal* 78. <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/bf3202b9-9d53-4ef0-94d3-06ca4f110264/content>

Ricardo, D. (1817). *On the Principles of Political Economy and Taxation*. London: John Murray

Rockcontent Redator (2018, 29 de diciembre). ¿Qué tipo de emprendimientos existen? Descubre cuál se identifica mejor con tu negocio. Rockcontent. <https://rockcontent.com/es/blog/tipos-de-emprendimiento/>

- Ryan, R. M. & Deci, E. L. (Eds.), (2000). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American Psychologist*, 55, 68-78.
<https://dx.doi.org/10.1037/0003-066X.55.1.68>
- Schaufeli, W. B. (2006). The Measurement of Work Engagement With a Short Questionnaire: A Cross-National Study. *Educational and Psychological Measurement*, 66(4), 701–716.
[doi:10.1177/0013164405282471](https://doi.org/10.1177/0013164405282471)
- Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Schwinger, M., Steinmayr, R. & Spinath, B. (2009, diciembre). How do motivational regulation strategies affect achievement: Mediated by effort management and moderated by intelligence.
- Sence (s.f.) <https://sence.gob.cl>
- Sercotec (s.f.). <https://www.sercotec.cl>
- Sernatur (s.f.). Oferta de ayudas para el sector turismo. Servicio Nacional de Turismo.
<https://www.sernatur.cl/oferta-de-ayudas-para-el-sector-turismo/>
- SII (s.f.). Estadísticas de Empresa. https://www.sii.cl/sobre_el_sii/estadisticas_de_empresas.html
- StartupBlink (2018, 6 de diciembre). Top Ranked Startup Ecosystem Countries in 2019. StartupBlink.
<https://www.startupblink.com/blog/top-ranked-startup-ecosystem-countries-in-2019/>
- StartupBlink (2023). Global Startup Map and Startup Rankings. StartupBlink.
<https://www.startupblink.com/startups/south-america>
- Statista (2023, 23 de Noviembre). Average monthly income in Chile in 2021, by educational attainment.
<https://www.statista.com/statistics/1401234/average-monthly-income-by-educatoinal-attainment-chile/>
- Team Asana (2023, 21 de abril). Cómo mejorar la eficacia del equipo: 4 modelos como guía. Asana.
<https://asana.com/es/resources/team-effectiveness>
- Terán-Yépez Eduardo F. y Guerrero Mora Andrea M. (2020, 05 de marzo). Teorías del emprendimiento: revisión crítica de la literatura y sugerencias para futuras investigaciones. *Revista Espacios*.
<https://www.revistaespacios.com/a20v41n07/a20v41n07p07.pdf>
- Tokman, A. (2004, Diciembre). Educación y Crecimiento en Chile. Banco Central de Chile.
<https://acrobat.adobe.com/id/urn:aaid:sc:US:03fa41b1-5b7b-4da3-b850-818bd4f6af84>

- USS (2022, 13 de Junio). Informe USS-Equifax: Más de 78 mil empresas chilenas son morosas. Universidad San Sebastian. <https://www.uss.cl/noticias/informe-empresas-morosas-uss-equifax/#:~:text=El%20Informe%20de%20Morosidad%20de,del%20total%20de%20compañías%20activas.>
- Verma, R. , Ingahlalikar, M., Smith, A., Parker, D., Satterthwaite, T. D., Elliott, M. A., Ruparel, K., Hakonarson, H., Gur, R. E. & Gur, R. C., (2014). Sex differences in the structural connectome of the human brain. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 111(2), 823–828. <https://doi.org/10.1073/pnas.1316909110>
- Weber, M. (1947). *The theory of social and economic organization*. New York: Oxford University Press.
- Wolters, C. A. (1998). Self-Regulated Learning and College Students' Regulation of Motivation. *Journal of Educational Psychology*, 90(2), 224-235.
- Wolters, C. A. (2011). Regulation of motivation: Contextual and social aspects. *Teachers College Record*, 113, 265–283, DOI: 10.1177/0161468111111300202
- Wolters, C; Benzon, M. (2013). Assessing and Predicting College Students' Use of Strategies for the Self-Regulation of Motivation, *The Journal of Experimental Education*, 81:2, 199-221, DOI: 10.1080/00220973.2012.699901

8. Anexos

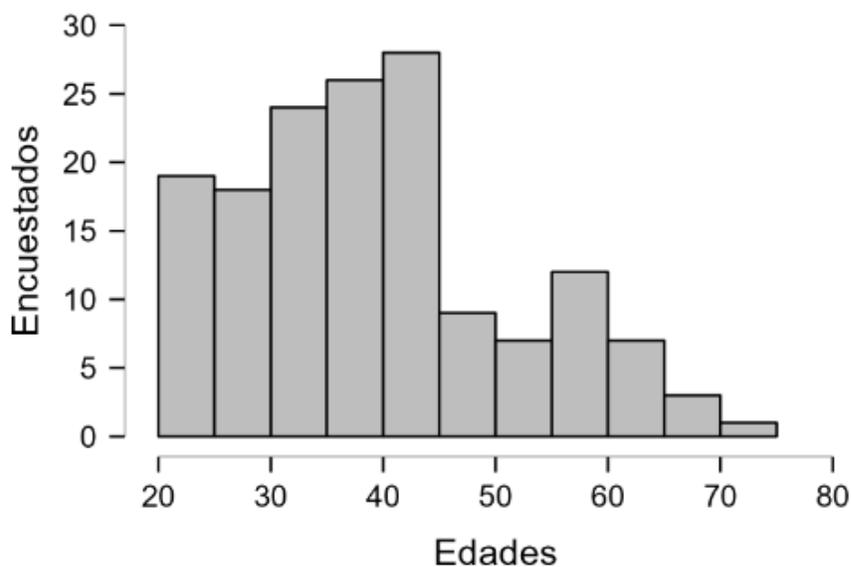


Figura 4.1.1: Distribución de edades de los emprendedores como números naturales

Tabla 4.1.1: Información sobre estadísticos de las edades de los emprendedores

	Válido	Moda	Mediana	Media	Desviación Típica	Varianza	Mínimo	Máximo
¿Qué edad tiene usted?	154	36.153	37.000	39.617	11.977	143.454	20.000	72.000

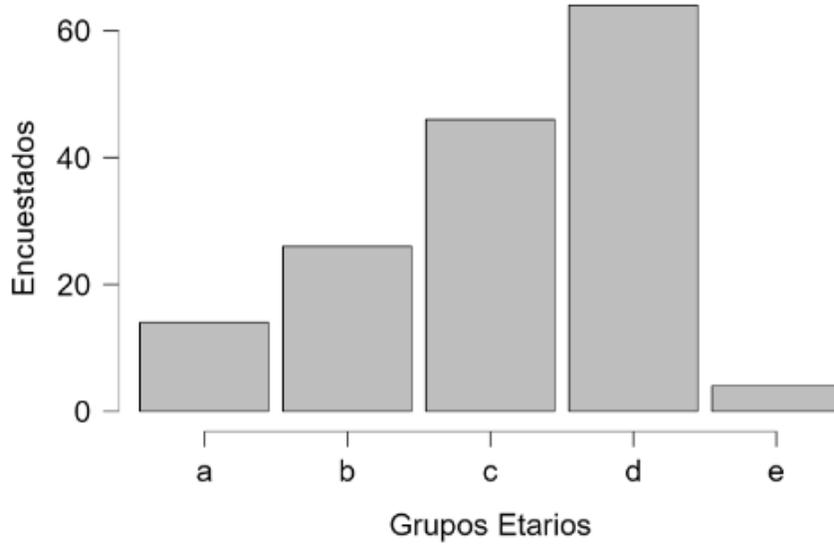


Figura 4.1.2: Distribución de las edades de los emprendedores por rangos etarios.

Tabla 4.1.2: Información sobre los estadísticos de los 5 grupos etarios.

Grupo Etario	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
a. Juventud	14	9.091	9.091	9.091
b. Adulto Joven	26	16.883	16.883	25.974
c. Adulto Medio	46	29.870	29.870	55.844
d. Adulto Mayor	64	41.558	41.558	97.403
e. Tercera Edad	4	2.597	2.597	100.000
Total	154	100.000		

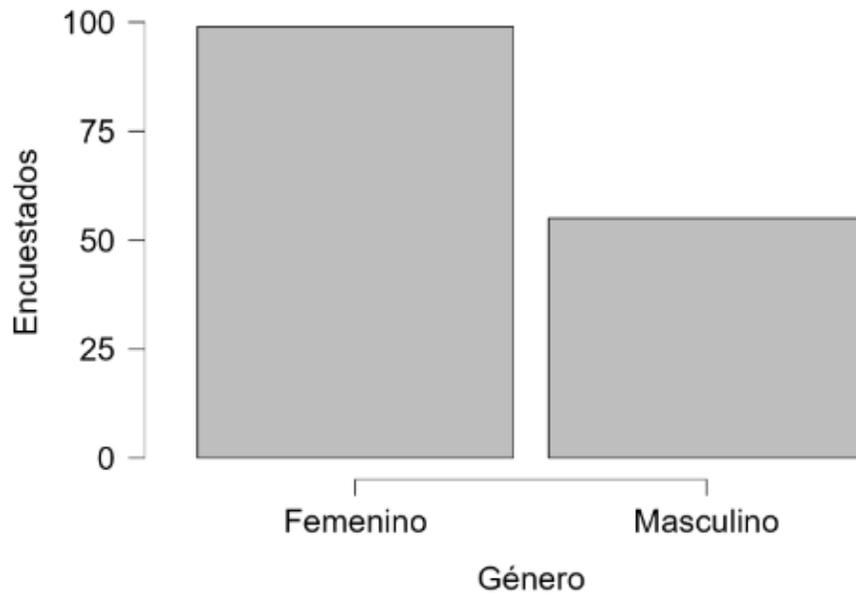


Figura 4.1.3: Gráfico de barra de la distribución por género.

Tabla 4.1.3: Información de la distribución de los géneros

¿Con qué género se identifica?	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Femenino	99	64.286	64.286	64.286
Masculino	55	35.714	35.714	100.000
Total	154	100.000		

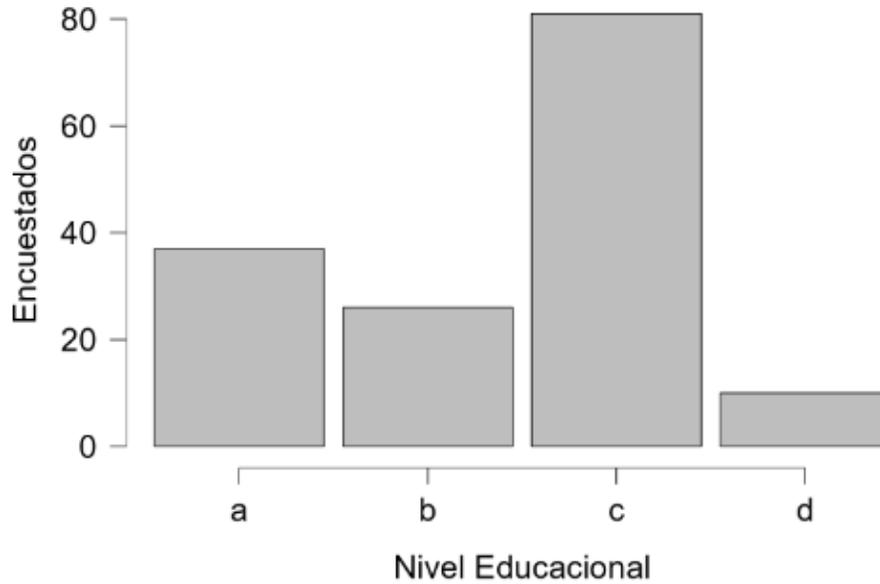


Figura 4.1.4: Gráfico de barra de la distribución de los niveles educativos de los emprendedores.

Tabla 4.1.4: Información sobre la distribución de los niveles educativos de los emprendedores.

¿Cuál es su nivel educativo?	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
a. Educación Media completa	37	24.026	24.026	24.026
b. Formación Técnica completa	26	16.883	16.883	40.909
c. Educación Superior completa	81	52.597	52.597	93.506
d. Postgrado completo (Magíster, especialidad, doctorado u otro)	10	6.494	6.494	100.000
Total	154	100.000		

Tabla 4.1.5: Información de la distribución de los sectores de emprendimiento a los que pertenecen los proyectos.

¿A qué sector pertenece su emprendimiento?	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Agricultura; plantaciones, otros sectores rurales	5	3.247	3.247	3.247
Alimentación; bebidas; tabaco	23	14.935	14.935	18.182
Comercio	54	35.065	35.065	53.247
Construcción	5	3.247	3.247	56.494
Educación	5	3.247	3.247	59.740
Fabricación de material de transporte	1	0.649	0.649	60.390
Función pública	2	1.299	1.299	61.688
Hotelería, restauración, turismo	1	0.649	0.649	62.338
Ingeniería mecánica y eléctrica	5	3.247	3.247	65.584
Medios de comunicación; cultura; gráficos	6	3.896	3.896	69.481
Minería (carbón, otra minería)	2	1.299	1.299	70.779
Petróleo y producción de gas; refinación de petróleo	1	0.649	0.649	71.429
Servicios de correos y de telecomunicaciones	2	1.299	1.299	72.727
Servicios de salud	10	6.494	6.494	79.221
Servicios financieros; servicios profesionales	6	3.896	3.896	83.117
Silvicultura; madera; celulosa; papel	4	2.597	2.597	85.714
Textiles; vestido; cuero; calzado	20	12.987	12.987	98.701
Transporte (incluyendo aviación civil, ferrocarriles, transporte por carretera)	2	1.299	1.299	100.000
Ausente	0	0.000		
Total	154	100.000		

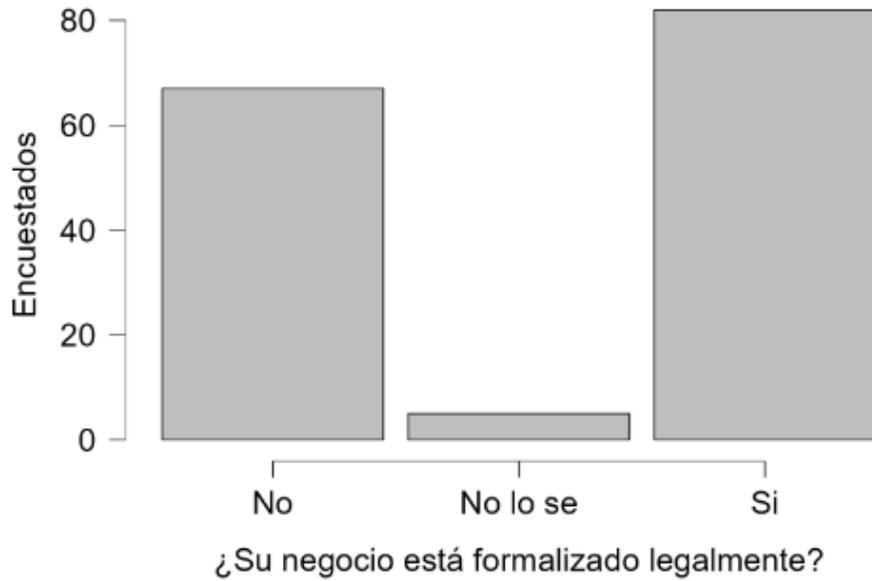


Figura 4.1.5: Gráfico de barra de la distribución de respuestas sobre la formalización del negocio.

Tabla 4.1.6: Información de la distribución de las respuestas sobre la formalización de los negocios participantes.

¿Su negocio está formalizado legalmente?	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
No	67	43.506	43.506	43.506
No lo se	5	3.247	3.247	46.753
Si	82	53.247	53.247	100.000
Total	154	100.000		

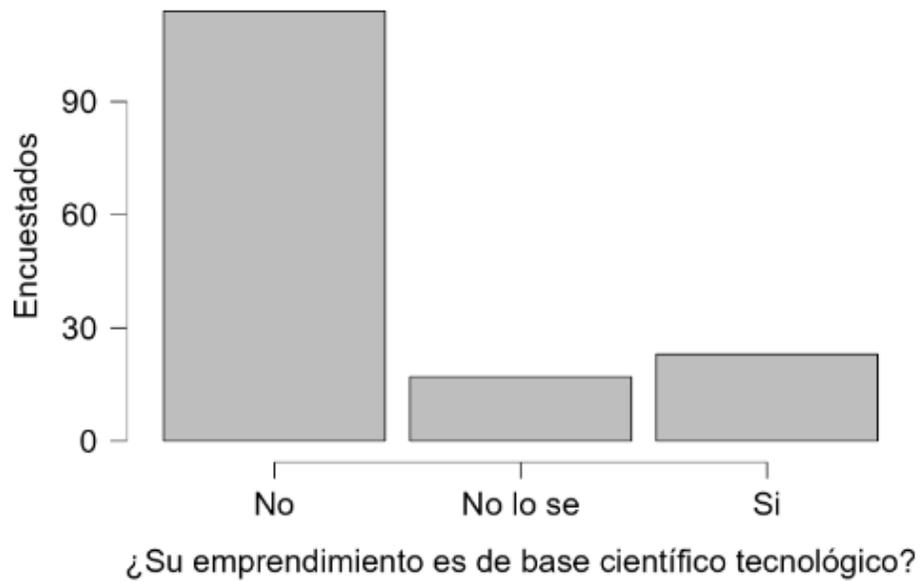


Figura 4.1.6: Gráfico de barra de la distribución de respuestas sobre la base científico-tecnológica de sus respectivos emprendimientos.

Figura 4.1.7: Información de la distribución de las respuestas sobre el conocimiento de base científico-tecnológico del emprendimiento.

¿Su emprendimiento es de base científico tecnológico?	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
No	114	74.026	74.026	74.026
No lo se	17	11.039	11.039	85.065
Si	23	14.935	14.935	100.000
Total	154	100.000		

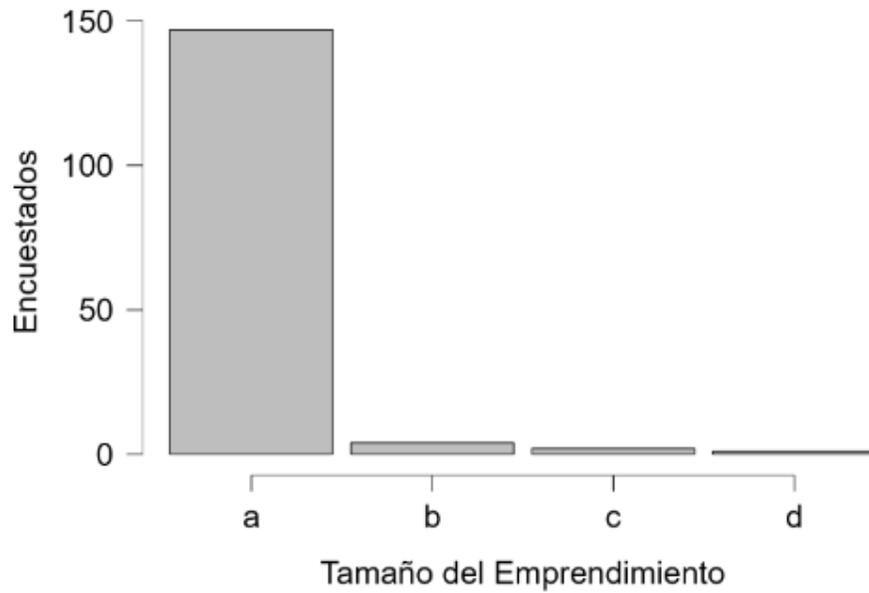


Figura 4.1.7: Gráfico de barra de la distribución de tamaños de emprendimientos.

Tabla 4.1.8: Tabla de distribución de tamaño de empresa a la que pertenece el encuestado

Escoja la siguiente categoría que represente a su emprendimiento.	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
a. Micro Empresa	147	95.455	95.455	95.455
b. Empresa Pequeña	4	2.597	2.597	98.052
c. Empresa Mediana	2	1.299	1.299	99.351
d. Empresa grande	1	0.649	0.649	100.000
Total	154	100.000		

Tabla 4.2.2.1: Información de estadísticos de los resultados de medición de los niveles de engagement en los emprendedores.

	Válido	Moda	Mediana	Media	Desviación Típica	Varianza	Mínimo	Máximo
En mi trabajo me siento lleno de energía	154	5.000	4.000	4.253	0.821	0.674	1.000	5.000
Soy fuerte y vigoroso en mi trabajo	154	5.000	4.000	4.305	0.827	0.684	1.000	5.000
Cuando me levanto en las mañanas, tengo ganas de ir a trabajar	154	4.000	4.000	3.974	1.009	1.019	1.000	5.000
Nivel de Vigor	154	4.778	4.333	4.177	0.749	0.561	1.000	5.000
Estoy entusiasmado con mi trabajo	154	5.000	5.000	4.435	0.792	0.626	1.000	5.000
Mi trabajo me inspira	154	5.000	5.000	4.532	0.777	0.604	1.000	5.000
Estoy orgulloso del trabajo que hago	154	5.000	5.000	4.669	0.647	0.419	1.000	5.000
Nivel de Dedicación	154	4.989	5.000	4.545	0.648	0.419	1.000	5.000
Soy feliz cuando estoy absorto en mi trabajo	154	5.000	5.000	4.383	0.865	0.748	1.000	5.000
Estoy inmerso en mi trabajo	154	5.000	4.500	4.286	0.884	0.781	1.000	5.000
Me "dejo llevar" por mi trabajo	154	4.002	4.000	4.039	0.942	0.887	1.000	5.000
Nivel de Absorción	154	4.893	4.333	4.236	0.755	0.571	1.000	5.000

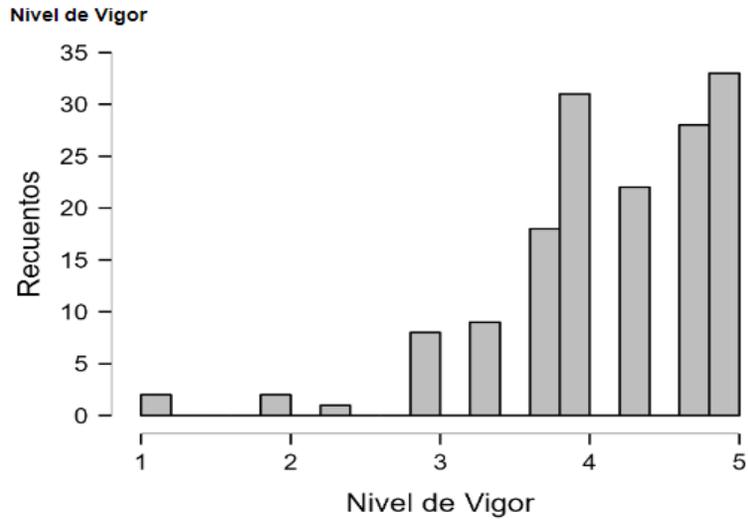


Figura 4.2.1.1: Gráficos de barras de la distribución de respuestas para el nivel de vigor

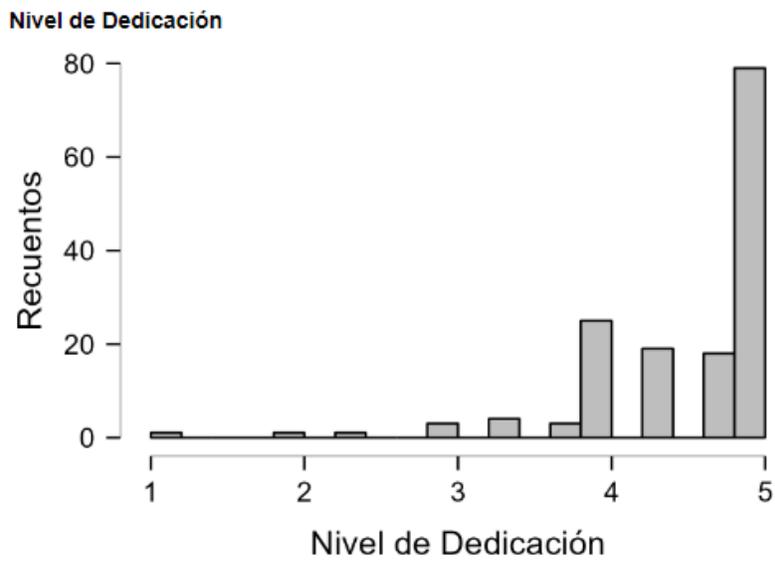


Figura 4.2.1.2: Gráficos de barras de la distribución de respuestas para el nivel de dedicación y el promedio de estas respuestas

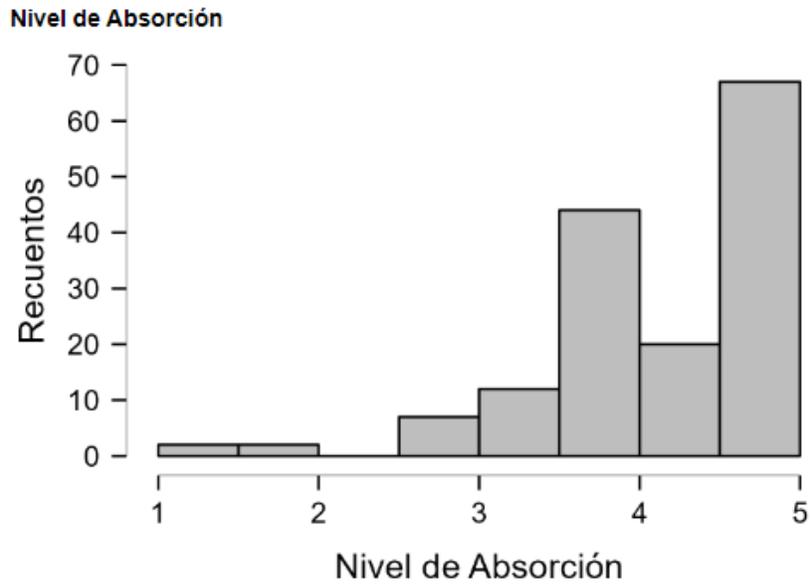


Figura 4.2.1.3: Gráficos de barras de la distribución de respuestas para el nivel de absorción y el promedio de estas respuestas.

Tabla 4.2.2.1: Información de estadísticos de los resultados de medición de nivel de regulación motivacional y fuerza de voluntad en los emprendedores.

	Válido	Moda	Mediana	Media	Desviación Típica	Varianza	Mínimo	Máximo
Regulación Motivacional	154	4.080	4.125	4.076	0.673	0.452	1.625	5.000
Fuerza de Voluntad	154	3.955	4.000	4.128	0.744	0.554	1.000	5.000

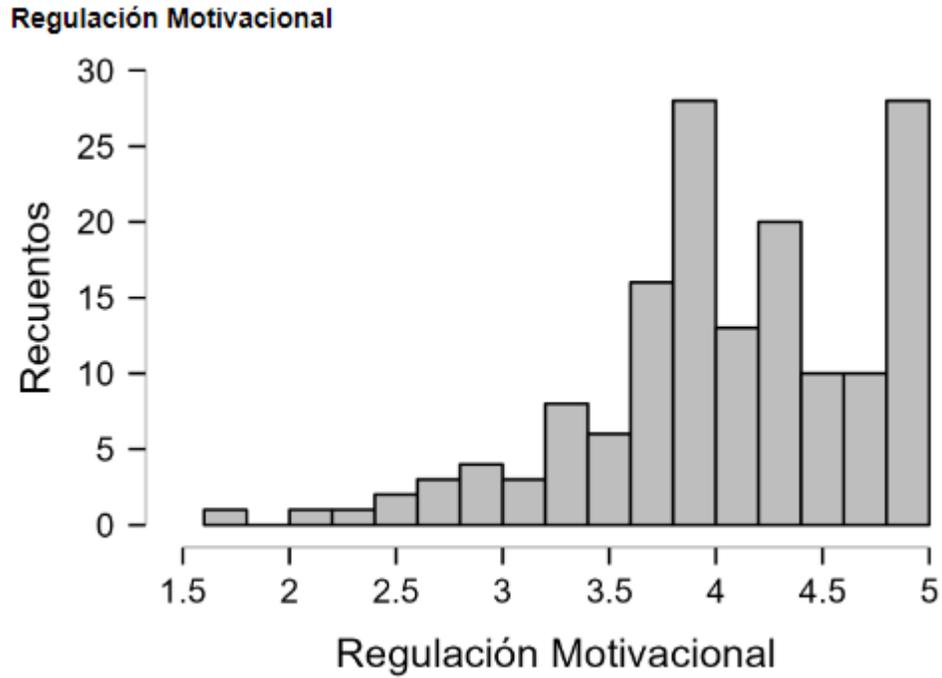


Figura 4.2.2.1: Gráficos de barras para los resultados que miden los niveles de regulación motivacional de los emprendedores.

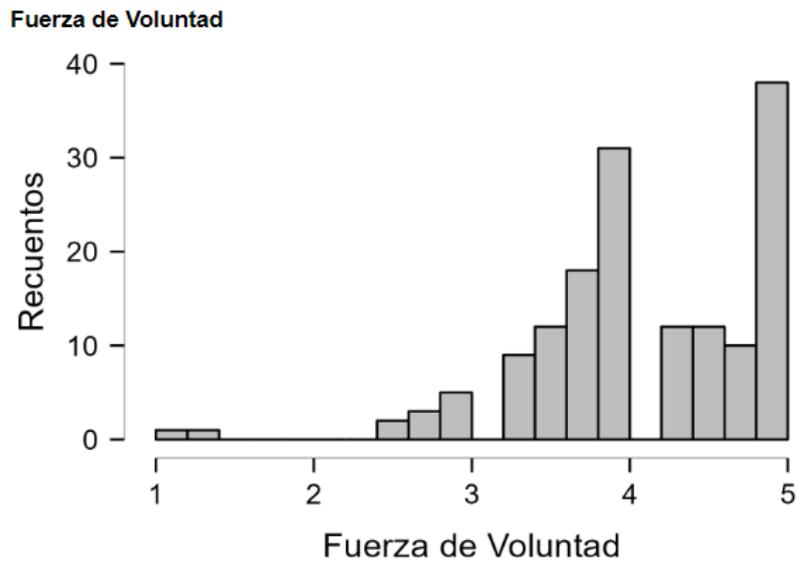


Figura 2.2: Gráficos de barras para los resultados que miden los niveles de fuerza de voluntad de los emprendedores.

Tabla 4.2.3.1: Información de estadísticos de los resultados de medición de familiaridad con métodos de regulación motivacional, enfocados en aumentar el interés en realizar las tareas.

	Moda	Mediana	Media	Desviación Típica	Mínimo	Máximo
Buscar formas para que las tareas sean más entretenidas	5.000 ^a	4.000	4.201	0.787	2.000	5.000
Buscar formas de hacer las tareas más desafiantes	4.974 ^a	4.000	3.896	1.121	1.000	5.000
Pensar en las cosas positivas o atractivas que tienen las tareas	5.000 ^a	5.000	4.429	0.731	1.000	5.000
Poner en perspectiva las ventajas de mi trabajo respecto de otros trabajos	5.000 ^a	5.000	4.435	0.808	1.000	5.000
Situational Interest	4.830 ^a	4.250	4.240	0.635	2.000	5.000
Recordar cómo las tareas conectan con las propias metas de mediano y/o largo plazo	5.000 ^a	5.000	4.429	0.665	3.000	5.000
Pensar cómo las tareas aportan a mis propósitos y aspiraciones de vida	5.000 ^a	5.000	4.442	0.686	2.000	5.000
Pensar cómo las tareas conectan con los temas que a uno le interesan	5.000 ^a	4.000	4.344	0.717	2.000	5.000
Personal Significance	4.976 ^a	4.333	4.405	0.598	3.000	5.000
Prometerse algún premio cuando se terminen las tareas y/o cuando se hagan bien	4.971 ^a	4.000	3.896	1.156	1.000	5.000
Decirse a uno mismo cosas para mantener el foco. Ej. "Concéntrate"; "Mantente firme en la tarea", etc.	4.991 ^a	4.000	4.084	1.022	1.000	5.000
Decirse a uno mismo cosas que motiven. Ej. "Ánimo, tu puedes"; "Falta poco para terminar"; "No es tan complejo como parece", etc.	5.000 ^a	4.000	4.149	1.028	1.000	5.000
Autocorregirse cuando se está haciendo algo desmotivador. Ej. "deja de pensar en lo aburrido"; "deja de esquivar el trabajo y comienza"; "deja de pensar en lo difícil que es", etc.	4.009 ^a	4.000	3.942	1.062	1.000	5.000
Self-Concequating	3.923 ^a	4.000	4.018	0.810	1.250	5.000
Aumentar Interés	4.472 ^a	4.300	4.222	0.548	2.310	5.000

^a Existe más de un modo. Para datos nominales y ordinales, se informa del primer modo. Para datos continuos, se informa del modo con la estimación de la densidad más alta, pero pueden existir varios modos. Recomendamos visualizar los datos para verificar la multimodalidad.

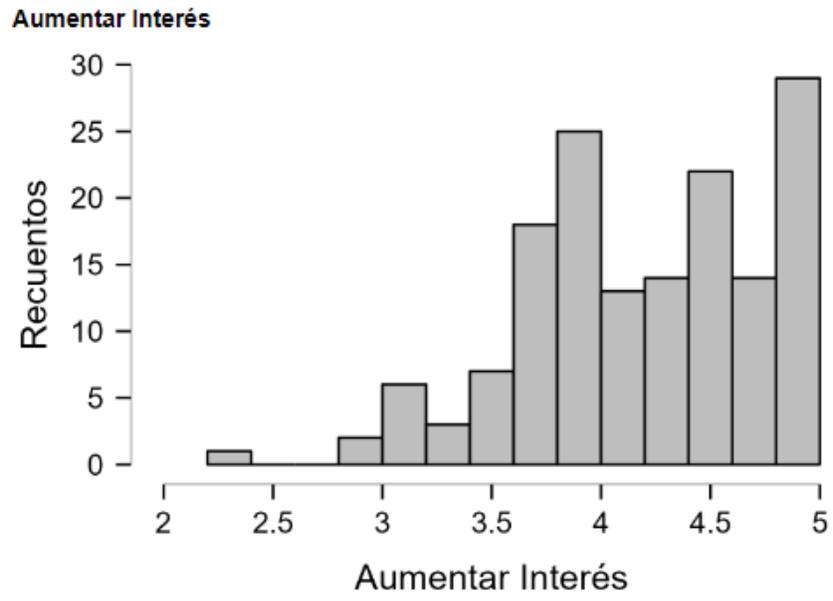


Figura 4.2.3.1: Gráfico de barras para los resultados que miden la familiaridad que tienen los emprendedores con métodos de regulación motivacional que aumentan el interés en las tareas.

Tabla 4.2.3.2: Información de estadísticos de los resultados de medición de familiaridad con métodos de regulación motivacional, basados en los objetivos a cumplir del emprendedor.

	Moda	Mediana	Media	Desviación Típica	Mínimo	Máximo
Dividir las tareas en pequeñas partes para ir “quemando etapas”	5.000 ^a	4.000	4.234	0.906	1.000	5.000
Comenzar por lo difícil para contar con más energía y luego abordar lo fácil	4.011 ^a	4.000	3.831	1.101	1.000	5.000
Comenzar por lo fácil para observar logros y luego abordar lo difícil	3.000 ^a	3.000	3.351	1.326	1.000	5.000
Organizar lo urgente y lo importante para abordarlo primero	5.000 ^a	5.000	4.571	0.635	2.000	5.000
Proximal Goal Settings	3.965 ^a	4.000	3.997	0.584	2.000	5.000
Pensar en cómo las tareas te harán más capaz o hábil	5.000 ^a	4.000	4.110	1.007	1.000	5.000
Pensar en cómo las tareas te servirán para desarrollarte	5.000 ^a	4.000	4.227	0.933	1.000	5.000
Mastery Self-Talking	4.990 ^a	4.000	4.169	0.924	1.000	5.000
Recordarse que el desempeño afecta la valoración que los colegas tienen de uno	4.024 ^a	4.000	3.604	1.275	1.000	5.000
Recordarse que el desempeño afecta la valoración que la jefatura tiene de uno	4.044 ^a	4.000	3.331	1.428	1.000	5.000
Recordarse que el desempeño afecta la valoración que la propia familia tiene de uno	4.034 ^a	4.000	3.792	1.219	1.000	5.000
Recordarse que el desempeño afecta la valoración que la sociedad tiene de uno	3.998 ^a	4.000	3.539	1.269	1.000	5.000
Performance-Approach Self-Talking	3.959 ^a	3.750	3.567	1.066	1.000	5.000
Basada en objetivos	3.958 ^a	3.900	3.859	0.678	1.700	5.000

^a Existe más de un modo. Para datos nominales y ordinales, se informa del primer modo. Para datos continuos, se informa del modo con la estimación de la densidad más alta, pero pueden existir varios modos. Recomendamos visualizar los datos para verificar la multimodalidad.

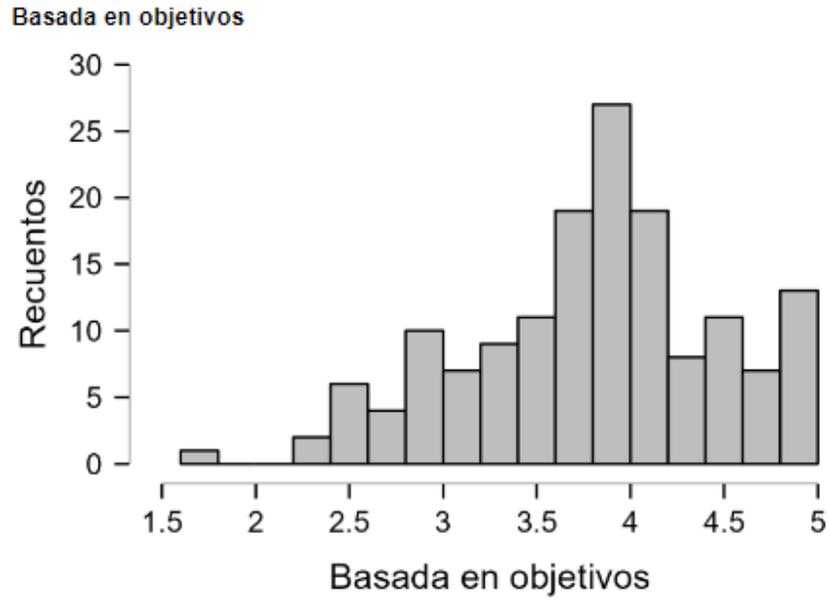


Figura 4.2.3.2: Gráfico de barras para los resultados que miden la familiaridad que tienen los emprendedores con métodos de regulación motivacional que se basan en objetivos a cumplir.

Tabla 4.2.3.3: Información de estadísticos de los resultados de medición de familiaridad con métodos de regulación motivacional, basados en controlar factores tanto externos como internos del emprendedor.

	Moda	Mediana	Media	Desviación Típica	Mínimo	Máximo
Asegurarse de no tener o de reducir las distracciones	4.000 ^a	4.000	3.643	1.071	1.000	5.000
Modificar el entorno físico para que facilite el trabajo Ej. Lugar silencioso o tranquilo, materiales a mano, orden, limpieza, etc.	5.000 ^a	5.000	4.266	0.977	1.000	5.000
Modificar el entorno físico para que sea más agradable trabajar. Ej. Lugar de mi agrado, materiales de mi gusto, confort, etc.	5.000 ^a	5.000	4.338	0.951	1.000	5.000
Modificar el entorno social para que sea más agradable y útil para trabajar. Ej. Trabajar con otros para animarme, trabajar con otros para discutir ideas, someter mi trabajo a la crítica de terceros, etc.	4.024 ^a	4.000	3.818	1.180	1.000	5.000
Entorno	4.021 ^a	4.000	4.016	0.759	1.500	5.000
Tomar pausas para descansar y luego retomar la tarea	5.000 ^a	5.000	4.221	1.011	1.000	5.000
Programar tareas en diferentes horarios porque hay algunos momentos en que se produce más (Ej. Luego de un descanso) y otros menos (Ej. luego de comer)	5.000 ^a	4.000	4.078	1.064	1.000	5.000
Hacer pausas activas, Ej. Salir a caminar, elongar, etc.	4.034 ^a	4.000	3.416	1.366	1.000	5.000
Tiempo	3.968 ^a	4.000	3.905	0.871	1.667	5.000
Tomar bebidas. Ej. té, café, etc.	5.000 ^a	4.000	4.110	1.118	1.000	5.000
Consumir alimentos	4.003 ^a	4.000	3.740	1.119	1.000	5.000
Consumir fármacos o medicamentos	1.017 ^a	1.000	1.922	1.276	1.000	5.000
Consumo	3.314 ^a	3.333	3.258	0.836	1.000	5.000
Basadas en Control	3.891 ^a	3.800	3.755	0.574	2.000	5.000

^a Existe más de un modo. Para datos nominales y ordinales, se informa del primer modo. Para datos continuos, se informa del modo con la estimación de la densidad más alta, pero pueden existir varios modos. Recomendamos visualizar los datos para verificar la multimodalidad.

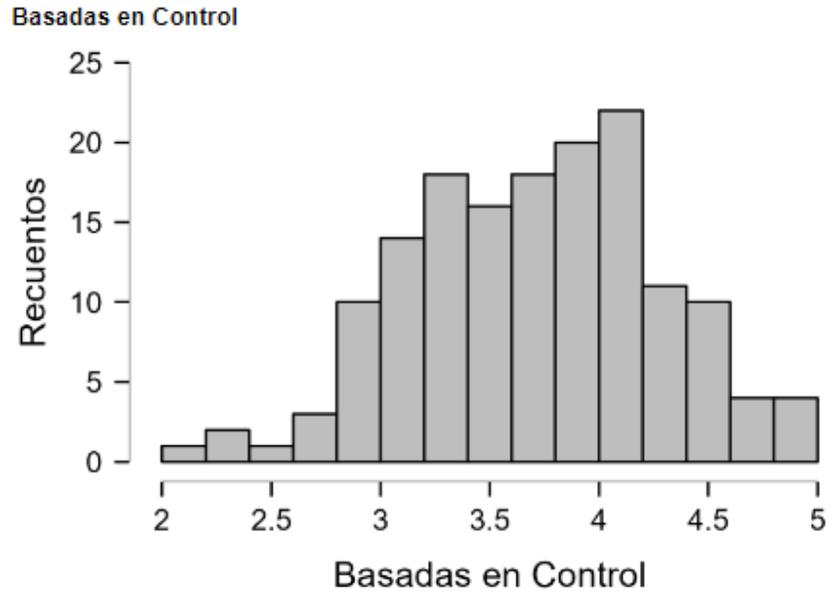


Figura 4.2.3.3: Gráfico de barras para los resultados que miden la familiaridad que tienen los emprendedores con métodos de regulación motivacional basadas en el control de factores externos e internos.

Tabla 4.3.1.1: Estadísticos Descriptivos que comparan los resultados de Engagement y BRoMS usados en el estudio con los géneros de los emprendedores.

		Válido	Moda	Mediana	Media	Desviación Típica	Varianza	Mínimo	Máximo
Nivel de Vigor	Femenino	99	4.778	4.333	4.125	0.806	0.650	1.000	5.000
Nivel de Vigor	Masculino	55	4.258	4.333	4.273	0.629	0.395	2.000	5.000
Nivel de Dedicación	Femenino	99	4.872	4.333	4.202	0.840	0.705	1.000	5.000
Nivel de Dedicación	Masculino	55	4.081	4.333	4.297	0.576	0.332	2.667	5.000
Nivel de Absorción	Femenino	99	4.961	5.000	4.539	0.719	0.516	1.000	5.000
Nivel de Absorción	Masculino	55	4.975	4.667	4.558	0.501	0.251	3.000	5.000
Engagement Global	Femenino	99	4.806	4.444	4.288	0.716	0.512	1.000	5.000
Engagement Global	Masculino	55	4.252	4.444	4.376	0.477	0.228	2.556	5.000
Regulación Motivacional	Femenino	99	4.087	4.125	4.098	0.701	0.492	1.625	5.000
Regulación Motivacional	Masculino	55	4.077	4.000	4.036	0.622	0.387	2.250	5.000
Fuerza de Voluntad	Femenino	99	4.908	4.250	4.192	0.790	0.624	1.000	5.000
Fuerza de Voluntad	Masculino	55	3.822	4.000	4.014	0.646	0.418	2.500	5.000

Tabla 4.3.1.2: Estadísticos Descriptivos que comparan los resultados de CERM usados en el estudio con los géneros de los emprendedores.

		Válido	Moda	Mediana	Media	Desviación Típica	Mínimo	Máximo
Situational Interest	Femenino	99	4.883	4.250	4.240	0.690	2.000	5.000
Situational Interest	Masculino	54	4.420	4.250	4.245	0.533	2.250	5.000
Personal Significance	Femenino	99	4.963	4.667	4.394	0.659	3.000	5.000
Personal Significance	Masculino	54	4.050	4.333	4.432	0.474	3.333	5.000
Self-Concequating	Femenino	99	4.892	4.000	4.081	0.859	1.250	5.000
Self-Concequating	Masculino	54	4.068	4.000	3.903	0.713	2.000	5.000

Tabla 4.3.1.2: Estadísticos Descriptivos que comparan los resultados de CERM usados en el estudio con los géneros de los emprendedores.

		Válido	Moda	Mediana	Media	Desviación Típica	Mínimo	Máximo
Aumentar Interés	Femenino	99	4.862	4.310	4.238	0.617	2.310	5.000
Aumentar Interés	Masculino	54	4.465	4.310	4.198	0.402	3.280	5.000
Proximal Goal Settings	Femenino	99	3.959	4.000	4.061	0.589	2.500	5.000
Proximal Goal Settings	Masculino	54	3.962	4.000	3.880	0.568	2.000	5.000
Mastery Self-Talking	Femenino	99	4.988	4.000	4.182	0.935	1.000	5.000
Mastery Self-Talking	Masculino	54	4.926	4.000	4.148	0.920	1.000	5.000
Performance-Approach Self-Talking	Femenino	99	3.967	3.750	3.513	1.184	1.000	5.000
Performance-Approach Self-Talking	Masculino	54	3.962	3.750	3.657	0.820	1.000	5.000
Basada en objetivos	Femenino	99	3.921	3.900	3.866	0.752	1.700	5.000
Basada en objetivos	Masculino	54	4.106	3.850	3.844	0.529	2.600	4.900
Entorno	Femenino	99	4.009	4.000	4.076	0.749	1.750	5.000
Entorno	Masculino	54	4.165	4.000	3.907	0.781	1.500	5.000
Tiempo	Femenino	99	4.083	4.000	3.949	0.873	1.667	5.000
Tiempo	Masculino	54	3.832	4.000	3.821	0.878	1.667	5.000
Consumo	Femenino	99	3.609	3.333	3.310	0.855	1.000	5.000
Consumo	Masculino	54	3.014	3.000	3.148	0.800	1.333	5.000
Basadas en Control	Femenino	99	4.007	3.900	3.808	0.604	2.000	5.000
Basadas en Control	Masculino	54	3.302	3.500	3.654	0.511	2.800	4.700

Tabla 4.3.1.3: Contraste t de Student para los resultados de los tres instrumentos usados en el estudio y los géneros de los emprendedores.

	t	gl	P
Nivel de Vigor	-1.178	152	0.241
Nivel de Dedicación	-0.173	152	0.863
Nivel de Absorción	-0.746	152	0.457
Engagement Global	-0.810	152	0.419
Regulación Motivacional	0.548	152	0.585
Fuerza de Voluntad	1.429	152	0.155
Situational Interest	-0.009	152	0.992
Personal Significance	-0.301	152	0.764
Self-Concequating	1.297	152	0.197
Aumentar Interés	0.479	152	0.633
Proximal Goal Settings	1.833	152	0.069
Mastery Self-Talking	0.233	152	0.816
Performance-Approach Self-Talking	-0.841	152	0.401
Basada en objetivos	0.161	152	0.872
Entorno	1.308	152	0.193
Tiempo	0.854	152	0.394
Consumo	1.039	152	0.300
Basadas en Control	1.540	152	0.126

Tabla 4.3.2.1: Tabla descriptiva con los factores dependientes del instrumento Utrech y el rango etario de los emprendedores.

	Válido	Moda	Mediana	Media	Desviación Típica	Varianza	Mínimo	Máximo
Nivel de Vigor a. Juventud	14	3.797	3.833	3.881	0.635	0.404	3.000	5.000
Nivel de Vigor b. Adulto Joven	26	4.435	4.333	4.077	0.779	0.607	1.000	5.000
Nivel de Vigor c. Adulto Medio	46	3.864	4.000	4.058	0.796	0.634	1.000	5.000
Nivel de Vigor d. Adulto Mayor	64	4.821	4.500	4.339	0.699	0.489	2.000	5.000
Nivel de Vigor e. Tercera Edad	4	5.000	5.000	4.667	0.667	0.444	3.667	5.000
Nivel de Absorción a. Juventud	14	3.934	4.000	4.262	0.509	0.259	3.667	5.000
Nivel de Absorción b. Adulto	26	4.269	4.333	4.103	0.826	0.682	1.333	5.000

Tabla 4.3.2.1: Tabla descriptiva con los factores dependientes del instrumento Utrech y el rango etario de los emprendedores.

		Válido	Moda	Mediana	Media	Desviación Típica	Varianza	Mínimo	Máximo
Absorción	Joven								
Nivel de Absorción	c. Adulto Medio	46	4.705	4.333	4.138	0.815	0.665	1.000	5.000
Nivel de Absorción	d. Adulto Mayor	64	4.890	4.667	4.333	0.737	0.543	2.000	5.000
Nivel de Absorción	e. Tercera Edad	4	4.918	4.667	4.583	0.500	0.250	4.000	5.000
Nivel de Dedicación	a. Juventud	14	4.921	4.667	4.595	0.374	0.140	4.000	5.000
Nivel de Dedicación	b. Adulto Joven	26	4.925	4.833	4.500	0.694	0.482	2.333	5.000
Nivel de Dedicación	c. Adulto Medio	46	4.924	4.667	4.449	0.751	0.564	1.000	5.000
Nivel de Dedicación	d. Adulto Mayor	64	4.986	5.000	4.599	0.612	0.375	2.000	5.000
Nivel de Dedicación	e. Tercera Edad	4	5.000	5.000	4.917	0.167	0.028	4.667	5.000
Promedio Utrech	a. Juventud	14	4.087	4.167	4.246	0.318	0.101	3.778	5.000
Promedio Utrech	b. Adulto Joven	26	4.434	4.333	4.226	0.676	0.457	1.556	4.889
Promedio Utrech	c. Adulto Medio	46	4.617	4.389	4.215	0.724	0.525	1.000	5.000
Promedio Utrech	d. Adulto Mayor	64	4.847	4.556	4.424	0.614	0.377	2.000	5.000
Promedio Utrech	e. Tercera Edad	4	4.939	4.889	4.722	0.421	0.177	4.111	5.000

Tabla 4.3.2.2: Tabla descriptiva con los factores dependientes del instrumento BRoMS (Wolters) y el rango etario de los emprendedores.

		Válido	Moda	Mediana	Media	Desviación Típica	Varianza	Mínimo	Máximo
Regulación Motivacional	a.Juventud	14	3.941	4.000	4.071	0.545	0.297	3.250	5.000
Regulación Motivacional	b.Adulto Joven	26	4.145	4.125	3.942	0.650	0.423	2.500	4.875
Regulación Motivacional	c.Adulto Medio	46	4.175	4.188	4.065	0.703	0.494	1.625	5.000
Regulación Motivacional	d.Adulto Mayor	64	4.008	4.000	4.096	0.686	0.471	2.125	5.000
Regulación Motivacional	e.Tercera Edad	4	4.962	4.938	4.781	0.359	0.129	4.250	5.000
Fuerza de Voluntad	a.Juventud	14	4.079	4.250	4.250	0.500	0.250	3.500	5.000
Fuerza de Voluntad	b.Adulto Joven	26	4.606	4.125	4.077	0.713	0.509	2.750	5.000
Fuerza de Voluntad	c.Adulto Medio	46	3.970	4.000	4.005	0.870	0.757	1.000	5.000
Fuerza de Voluntad	d.Adulto Mayor	64	3.906	4.000	4.164	0.705	0.496	2.500	5.000
Fuerza de Voluntad	e.Tercera Edad	4	5.000	5.000	4.875	0.250	0.063	4.500	5.000

Tabla 4.3.2.3: Tabla descriptiva con los factores dependientes del instrumento CERM y el rango etario de los emprendedores.

		Válido	Moda	Mediana	Media	Desviación Típica	Mínimo	Máximo
Situational Interest	a.Juventud	14	4.168	4.250	4.250	0.500	3.250	5.000
Situational Interest	b.Adulto Joven	26	4.605	4.250	4.077	0.796	2.250	5.000
Situational Interest	c.Adulto Medio	45	4.357	4.250	4.161	0.649	2.000	5.000
Situational Interest	d.Adulto Mayor	64	4.868	4.500	4.320	0.573	3.000	5.000
Situational Interest	e.Tercera Edad	4	5.000	5.000	4.938	0.125	4.750	5.000
Personal Significance	a.Juventud	14	4.946	4.833	4.500	0.624	3.000	5.000
Personal Significance	b.Adulto Joven	26	4.906	4.667	4.462	0.687	3.000	5.000
Personal Significance	c.Adulto Medio	45	4.958	4.333	4.348	0.623	3.000	5.000
Personal Significance	d.Adulto Mayor	64	4.082	4.333	4.375	0.549	3.000	5.000
Personal Significance	e.Tercera Edad	4	5.000	5.000	4.917	0.167	4.667	5.000
Self-Concequating	a.Juventud	14	4.083	4.000	3.946	0.748	2.500	5.000
Self-Concequating	b.Adulto Joven	26	3.682	3.750	3.760	0.770	2.250	5.000
Self-Concequating	c.Adulto Medio	45	3.855	3.750	3.800	0.849	2.000	5.000
Self-Concequating	d.Adulto Mayor	64	4.824	4.500	4.254	0.766	1.250	5.000
Self-Concequating	e.Tercera Edad	4	4.894	4.750	4.625	0.479	4.000	5.000
Aumentar Interés	a.Juventud	14	4.427	4.250	4.234	0.533	3.100	5.000
Aumentar Interés	b.Adulto Joven	26	4.454	4.120	4.098	0.577	2.980	4.920
Aumentar Interés	c.Adulto Medio	45	3.881	4.030	4.108	0.581	2.310	5.000
Aumentar Interés	d.Adulto Mayor	64	4.406	4.380	4.316	0.503	3.260	5.000
Aumentar Interés	e.Tercera Edad	4	4.981	4.845	4.835	0.191	4.650	5.000
Proximal Goal Settings	a.Juventud	14	4.023	4.000	4.161	0.456	3.500	5.000

Tabla 4.3.2.3: Tabla descriptiva con los factores dependientes del instrumento CERM y el rango etario de los emprendedores.

		Válido	Moda	Mediana	Media	Desviación Típica	Mínimo	Máximo
Proximal Goal Settings	b.Adulto Joven	26	4.147	4.000	4.058	0.580	2.750	5.000
Proximal Goal Settings	c.Adulto Medio	45	3.993	4.000	3.839	0.572	2.500	5.000
Proximal Goal Settings	d.Adulto Mayor	64	3.863	4.000	4.020	0.611	2.000	5.000
Proximal Goal Settings	e.Tercera Edad	4	4.067	4.375	4.438	0.515	4.000	5.000
Mastery Self- Talking	a.Juventud	14	4.937	4.250	4.321	0.696	3.000	5.000
Mastery Self- Talking	b.Adulto Joven	26	4.874	4.500	4.019	1.170	1.500	5.000
Mastery Self- Talking	c.Adulto Medio	45	3.949	4.000	4.033	0.894	1.000	5.000
Mastery Self- Talking	d.Adulto Mayor	64	4.978	4.000	4.242	0.891	1.000	5.000
Mastery Self- Talking	e.Tercera Edad	4	4.999	5.000	5.000	0.000	5.000	5.000
Performance- Approach Self-Talking	a.Juventud	14	3.835	3.750	3.571	0.885	2.000	5.000
Performance- Approach Self-Talking	b.Adulto Joven	26	3.737	3.500	3.231	1.086	1.000	5.000
Performance- Approach Self-Talking	c.Adulto Medio	45	4.007	3.750	3.506	1.163	1.000	5.000
Performance- Approach Self-Talking	d.Adulto Mayor	64	3.987	4.000	3.738	0.979	1.000	5.000
Performance- Approach Self-Talking	e.Tercera Edad	4	4.432	4.250	3.563	1.737	1.000	4.750
Basada en objetivos	a.Juventud	14	3.743	3.900	3.957	0.511	3.200	5.000
Basada en objetivos	b.Adulto Joven	26	3.973	3.850	3.719	0.721	2.600	5.000
Basada en objetivos	c.Adulto Medio	45	3.914	3.800	3.744	0.707	1.700	5.000
Basada en objetivos	d.Adulto Mayor	64	4.028	4.000	3.952	0.660	2.300	5.000
Basada en	e.Tercera	4	4.652	4.500	4.200	0.849	3.000	4.800

Tabla 4.3.2.3: Tabla descriptiva con los factores dependientes del instrumento CERM y el rango etario de los emprendedores.

		Válido	Moda	Mediana	Media	Desviación Típica	Mínimo	Máximo
objetivos	Edad							
Entorno	a.Juventud	14	4.494	4.125	3.893	0.994	2.000	5.000
Entorno	b.Adulto Joven	26	3.738	3.875	3.837	0.741	1.500	5.000
Entorno	c.Adulto Medio	45	3.965	4.000	3.872	0.832	2.000	5.000
Entorno	d.Adulto Mayor	64	4.561	4.250	4.184	0.635	1.750	5.000
Entorno	e.Tercera Edad	4	4.933	4.625	4.563	0.515	4.000	5.000
Tiempo	a.Juventud	14	4.680	4.167	3.976	1.033	1.667	5.000
Tiempo	b.Adulto Joven	26	3.787	4.000	3.846	0.875	2.000	5.000
Tiempo	c.Adulto Medio	45	3.993	4.000	3.793	0.868	1.667	5.000
Tiempo	d.Adulto Mayor	64	4.100	4.000	3.958	0.864	1.667	5.000
Tiempo	e.Tercera Edad	4	4.662	4.500	4.417	0.569	3.667	5.000
Consumo	a.Juventud	14	3.291	3.500	3.762	0.697	3.000	5.000
Consumo	b.Adulto Joven	26	3.335	3.333	3.359	0.603	2.000	5.000
Consumo	c.Adulto Medio	45	2.970	3.000	3.222	1.040	1.000	5.000
Consumo	d.Adulto Mayor	64	3.593	3.000	3.167	0.739	1.333	5.000
Consumo	e.Tercera Edad	4	2.980	2.667	2.500	0.882	1.333	3.333
Basadas en Control	a.Juventud	14	3.965	3.900	3.879	0.649	2.800	5.000
Basadas en Control	b.Adulto Joven	26	3.721	3.700	3.696	0.487	2.900	5.000
Basadas en Control	c.Adulto Medio	45	3.286	3.600	3.653	0.674	2.000	5.000
Basadas en Control	d.Adulto Mayor	64	3.761	3.800	3.811	0.527	2.400	4.700
Basadas en Control	e.Tercera Edad	4	4.085	4.000	3.900	0.356	3.400	4.200

Tabla 4.3.2.4: ANOVA de Resultados Utrech para Grupos Etarios

ANOVA	Casos	Suma de Cuadrados	gl	Cuadrado Medio	F	p
Nivel de Vigor	Grupo Etario	3.786	3	1.262	2.311	0.079
	Residuals	79.714	146	0.546		
Nivel de Dedicación	Grupo Etario	0.682	3	0.227	0.528	0.663
	Residuals	62.850	146	0.430		
Nivel de Absorción	Grupo Etario	1.510	3	0.503	0.869	0.459
	Residuals	84.561	146	0.579		
Engagement Global	Grupo Etario	1.480	3	0.493	1.198	0.313
	Residuals	60.122	146	0.412		

Nota: Suma de Cuadrados Tipo III

Tabla 4.3.2.5: ANOVA de Resultados BRoMS para Grupos Etarios

ANOVA	Casos	Suma de Cuadrados	gl	Cuadrado Medio	F	p
Regulación Motivacional	Grupo Etario	0.444	3	0.148	0.326	0.807
	Residuals	66.357	146	0.455		
Fuerza de Voluntad	Grupo Etario	0.992	3	0.331	0.594	0.620
	Residuals	81.310	146	0.557		

Nota: Suma de Cuadrados Tipo III

Tabla 4.3.2.6: ANOVA de Resultados CERM para Grupos Etarios

ANOVA	Casos	Suma de Cuadrados	gl	Cuadrado Medio	F	p
Situational Interest	Grupo Etario	1.367	3	0.456	1.141	0.335
	Residuals	58.325	146	0.399		
Personal Significance	Grupo Etario	0.429	3	0.143	0.393	0.758
	Residuals	53.070	146	0.363		
Self_Concequating	Grupo Etario	7.429	3	2.476	3.984	0.009*
	Residuals	90.758	146	0.622		
Aumentar Interés	Grupo Etario	1.559	3	0.520	1.773	0.155
	Residuals	42.797	146	0.293		
Proximal Goal Settings	Grupo Etario	1.581	3	0.527	1.568	0.200
	Residuals	49.072	146	0.336		
Mastery Self-Talking	Grupo Etario	2.032	3	0.677	0.787	0.503
	Residuals	125.741	146	0.861		
Performance-Approach Self-Talking	Grupo Etario	4.935	3	1.645	1.502	0.216
	Residuals	159.898	146	1.095		
Basado en Objetivos	Grupo Etario	1.725	3	0.575	1.274	0.286
	Residuals	65.910	146	0.451		
Entorno	Grupo Etario	3.731	3	1.244	2.202	0.090
	Residuals	82.456	146	0.565		
Tiempo	Grupo Etario	0.850	3	0.283	0.365	0.778
	Residuals	113.261	146	0.776		
Consumo	Grupo Etario	4.312	3	1.437	2.141	0.098
	Residuals	98.003	146	0.671		
Basado en Control	Grupo Etario	0.910	3	0.303	0.902	0.442
	Residuals	49.065	146	0.336		

Nota: Suma de Cuadrados Tipo III

Tabla 4.3.3.1: Tabla descriptiva con los factores dependientes del instrumento Utrech y el nivel educacional de los emprendedores.

		Válido	Moda	Mediana	Media	Desviación Típica	Varianza	Mínimo	Máximo
Nivel de Vigor	a. Educación Media completa	37	4.060	4.333	4.216	0.654	0.427	2.000	5.000
Nivel de Vigor	b. Formación Técnica completa	26	3.981	4.000	4.013	0.892	0.428	1.000	5.000
Nivel de Vigor	c. Educación Superior completa	81	4.712	4.333	4.202	0.756	0.429	1.000	5.000
Nivel de Vigor	d. Postgrado completo (Magíster, especialidad, doctorado u otro)	10	4.101	4.167	4.267	0.663	0.430	3.000	5.000
Nivel de Absorción	a. Educación Media completa	37	4.833	4.333	4.306	0.755	0.431	2.000	5.000
Nivel de Absorción	b. Formación Técnica completa	26	4.769	4.333	4.141	0.895	0.432	1.000	5.000
Nivel de Absorción	c. Educación Superior completa	81	4.873	4.333	4.193	0.736	0.433	1.333	5.000
Nivel de Absorción	d. Postgrado completo (Magíster, especialidad, doctorado u otro)	10	4.752	4.667	4.567	0.446	0.434	3.667	5.000
Nivel de Dedicación	a. Educación Media completa	37	4.960	5.000	4.577	0.632	0.435	2.000	5.000
Nivel de Dedicación	b. Formación Técnica completa	26	4.965	4.500	4.423	0.836	0.436	1.000	5.000
Nivel de Dedicación	c. Educación Superior completa	81	4.975	5.000	4.547	0.611	0.437	2.333	5.000
Nivel de Dedicación	d. Postgrado completo (Magíster,	10	4.992	5.000	4.733	0.439	0.438	3.667	5.000

Tabla 4.3.3.1: Tabla descriptiva con los factores dependientes del instrumento Utrech y el nivel educacional de los emprendedores.

		Válido	Moda	Mediana	Media	Desviación Típica	Varianza	Mínimo	Máximo
Promedio Utrech	especialidad, doctorado u otro) a. Educación Media completa	37	4.233	4.333	4.366	0.585	0.439	2.000	5.000
Promedio Utrech	b. Formación Técnica completa	26	4.547	4.333	4.192	0.807	0.440	1.000	5.000
Promedio Utrech	c. Educación Superior completa	81	4.749	4.444	4.314	0.629	0.441	1.556	5.000
Promedio Utrech	d. Postgrado completo (Magíster, especialidad, doctorado u otro)	10	4.819	4.500	4.522	0.429	0.442	3.778	5.000

Tabla 4.3.3.2: Tabla descriptiva con los factores dependientes del instrumento BRoMS y el nivel educacional de los emprendedores.

		Válido	Moda	Mediana	Media	Desviación Típica	Varianza	Mínimo	Máximo
Regulación Motivacional	a. Educación Media completa	37	4.086	4.125	4.128	0.627	0.393	2.125	5.000
Regulación Motivacional	b. Formación Técnica completa	26	4.038	4.125	4.091	0.769	0.592	1.625	5.000
Regulación Motivacional	c. Educación Superior completa	81	4.114	4.125	4.052	0.683	0.467	2.250	5.000
Regulación Motivacional	d. Postgrado completo (Magíster, especialidad, doctorado u otro)	10	3.961	4.000	4.037	0.553	0.306	3.375	5.000
Fuerza de Voluntad	a. Educación Media completa	37	4.924	4.500	4.439	0.505	0.255	3.500	5.000
Fuerza de Voluntad	b. Formación Técnica completa	26	4.044	4.000	4.010	0.896	0.802	1.250	5.000
Fuerza de Voluntad	c. Educación Superior completa	81	3.935	4.000	4.031	0.744	0.554	1.000	5.000
Fuerza de Voluntad	d. Postgrado completo (Magíster, especialidad, doctorado u otro)	10	4.703	4.250	4.075	0.850	0.723	2.750	5.000

Tabla 4.3.3.3: Tabla descriptiva con los factores dependientes del instrumento CERM y el nivel educacional de los emprendedores.

		Válido	Moda	Mediana	Media	Desviación Típica	Mínimo	Máximo
Situational Interest	Educación Media completa	37	4.853	4.250	4.378	0.545	3.000	5.000
Situational Interest	Educación Superior completa	80	4.108	4.250	4.144	0.655	2.250	5.000
Situational Interest	Formación Técnica completa	26	4.677	4.500	4.279	0.722	2.000	5.000
Situational Interest	Postgrado completo (Magíster, especialidad, doctorado u otro)	10	4.707	4.625	4.425	0.501	3.500	5.000
Personal Significance	Educación Media completa	37	4.963	4.667	4.523	0.542	3.000	5.000
Personal Significance	Educación Superior completa	80	4.961	4.333	4.379	0.592	3.000	5.000
Personal Significance	Formación Técnica completa	26	4.913	4.333	4.321	0.696	3.000	5.000
Personal Significance	Postgrado completo (Magíster, especialidad, doctorado u otro)	10	4.851	4.500	4.433	0.610	3.333	5.000
Self-Concequating	Educación Media completa	37	4.880	4.250	4.243	0.728	2.500	5.000
Self-Concequating	Educación Superior completa	80	3.855	4.000	3.941	0.764	2.250	5.000
Self-Concequating	Formación Técnica completa	26	4.651	4.125	4.125	0.867	2.000	5.000
Self-Concequating	Postgrado completo (Magíster,	10	4.198	3.750	3.525	1.121	1.250	4.750

Tabla 4.3.3.3: Tabla descriptiva con los factores dependientes del instrumento CERM y el nivel educacional de los emprendedores.

		Válido	Moda	Mediana	Media	Desviación Típica	Mínimo	Máximo
Aumentar Interés	especialidad, doctorado u otro) Educación Media completa	37	4.845	4.420	4.381	0.499	3.480	5.000
Aumentar Interés	Educación Superior completa	80	3.843	4.135	4.154	0.525	2.980	5.000
Aumentar Interés	Formación Técnica completa	26	4.511	4.415	4.245	0.674	2.310	5.000
Aumentar Interés	Postgrado completo (Magíster, especialidad, doctorado u otro)	10	4.447	4.175	4.151	0.522	3.260	4.830
Proximal Goal Settings	Educación Media completa	37	3.866	4.000	4.122	0.492	3.250	5.000
Proximal Goal Settings	Educación Superior completa	80	3.922	4.000	3.925	0.606	2.000	5.000
Proximal Goal Settings	Formación Técnica completa	26	4.002	4.000	4.010	0.658	2.500	5.000
Proximal Goal Settings	Postgrado completo (Magíster, especialidad, doctorado u otro)	10	4.370	4.125	4.075	0.541	3.000	4.750
Mastery Self- Talking	Educación Media completa	37	4.979	5.000	4.419	0.741	2.500	5.000
Mastery Self- Talking	Educación Superior completa	80	4.974	4.000	4.156	0.848	1.500	5.000
Mastery Self- Talking	Formación Técnica completa	26	4.972	4.250	4.173	1.039	1.000	5.000

Tabla 4.3.3.3: Tabla descriptiva con los factores dependientes del instrumento CERM y el nivel educacional de los emprendedores.

		Válido	Moda	Mediana	Media	Desviación Típica	Mínimo	Máximo
Mastery Self-Talking	Postgrado completo (Magíster, especialidad, doctorado u otro)	10	3.853	3.750	3.350	1.415	1.000	5.000
Performance-Approach Self-Talking	Educación Media completa	37	3.929	4.000	3.750	0.986	1.000	5.000
Performance-Approach Self-Talking	Educación Superior completa	80	3.934	3.750	3.453	1.044	1.000	5.000
Performance-Approach Self-Talking	Formación Técnica completa	26	4.100	4.000	3.702	1.202	1.000	5.000
Performance-Approach Self-Talking	Postgrado completo (Magíster, especialidad, doctorado u otro)	10	3.620	3.625	3.400	1.220	1.000	5.000
Basada en objetivos	Educación Media completa	37	4.148	4.100	4.032	0.576	2.500	5.000
Basada en objetivos	Educación Superior completa	80	3.941	3.800	3.782	0.646	2.600	5.000
Basada en objetivos	Formación Técnica completa	26	4.120	4.000	3.919	0.821	1.700	5.000
Basada en objetivos	Postgrado completo (Magíster, especialidad, doctorado u otro)	10	3.800	3.800	3.660	0.844	2.300	4.900
Entorno	Educación Media completa	37	4.646	4.000	4.108	0.770	2.000	5.000
Entorno	Educación Superior completa	80	3.655	4.000	3.891	0.817	1.500	5.000

Tabla 4.3.3.3: Tabla descriptiva con los factores dependientes del instrumento CERM y el nivel educacional de los emprendedores.

		Válido	Moda	Mediana	Media	Desviación Típica	Mínimo	Máximo
Entorno	Formación Técnica completa	26	4.251	4.250	4.212	0.599	2.750	5.000
Entorno	Postgrado completo (Magíster, especialidad, doctorado u otro)	10	4.208	4.250	4.175	0.514	3.250	5.000
Tiempo	Educación Media completa	37	3.808	4.000	3.910	0.928	1.667	5.000
Tiempo	Educación Superior completa	80	3.878	4.000	3.854	0.853	1.667	5.000
Tiempo	Formación Técnica completa	26	4.432	4.167	3.936	0.924	1.667	5.000
Tiempo	Postgrado completo (Magíster, especialidad, doctorado u otro)	10	4.121	4.167	4.200	0.757	2.667	5.000
Consumo	Educación Media completa	37	3.554	3.333	3.387	0.752	1.333	5.000
Consumo	Educación Superior completa	80	3.321	3.333	3.258	0.883	1.000	5.000
Consumo	Formación Técnica completa	26	2.899	3.000	3.154	0.891	1.333	5.000
Consumo	Postgrado completo (Magíster, especialidad, doctorado u otro)	10	3.216	3.000	2.967	0.576	2.000	3.667
Basadas en Control	Educación Media completa	37	4.244	3.800	3.832	0.548	2.800	4.700

Tabla 4.3.3.3: Tabla descriptiva con los factores dependientes del instrumento CERM y el nivel educacional de los emprendedores.

		Válido	Moda	Mediana	Media	Desviación Típica	Mínimo	Máximo
Basadas en Control	Educación Superior completa	80	3.512	3.650	3.690	0.614	2.000	5.000
Basadas en Control	Formación Técnica completa	26	3.934	3.900	3.812	0.559	2.600	5.000
Basadas en Control	Postgrado completo (Magíster, especialidad, doctorado u otro)	10	3.959	3.850	3.820	0.385	3.100	4.400

Tabla 4.3.3.4: ANOVA de Resultados Utrech para niveles educativo de los emprendedores

ANOVA	Casos	Suma de Cuadrados	gl	Cuadrado Medio	F	p
Nivel de Vigor	¿Cuál es su nivel educativo?	0.802	2	0.401	0.698	0.499
	Residuals	80.972	141	0.574		
Nivel de Dedicación	¿Cuál es su nivel educativo?	0.401	2	0.200	0.458	0.633
	Residuals	61.670	141	0.437		
Nivel de Absorción	¿Cuál es su nivel educativo?	0.488	2	0.244	0.410	0.664
	Residuals	83.870	141	0.595		
Engagement Global	¿Cuál es su nivel educativo?	0.476	2	0.238	0.557	0.574
	Residuals	60.227	141	0.427		

Nota: Suma de Cuadrados Tipo III

Tabla 4.3.3.5: ANOVA de Resultados BRoMS para niveles educativo de los emprendedores

ANOVA	Casos	Suma de Cuadrados	gl	Cuadrado Medio	F	p
Regulación Motivacional	¿Cuál es su nivel educativo?	0.151	2	0.076	0.161	0.852
	Residuals	66.310	141	0.470		
Fuerza de Voluntad	¿Cuál es su nivel educativo?	4.709	2	2355	4.515	0.013*
	Residuals	73.534	141	0.522		

Nota: Suma de Cuadrados Tipo III

Tabla 4.3.3.6: ANOVA de Resultados CERM para niveles educativo de los emprendedores

ANOVA	Casos	Suma de Cuadrados	gl	Cuadrado Medio	F	p
Situational Interest	¿Cuál es su nivel educativo?	1.503	2	0.752	1.840	0.163
	Residuals	57.611	141	0.409		
Personal Significance	¿Cuál es su nivel educativo?	0.771	2	0.386	1.076	0.344
	Residuals	50.534	141	0.358		
Self_Concequating	¿Cuál es su nivel educativo?	2.483	2	1.242	2.084	0.128
	Residuals	84.001	141	0.596		
Aumentar Interés	¿Cuál es su nivel educativo?	1.347	2	0.674	2.253	0.109
	Residuals	42.150	141	0.299		
Proximal Goal Settings	¿Cuál es su nivel educativo?	0.983	2	0.492	1.427	0.243
	Residuals	48.568	141	0.344		
Mastery Self-Talking	¿Cuál es su nivel educativo?	1.866	2	0.933	1.270	0.284
	Residuals	103.549	141	0.734		
Performance-Approach Self-Talking	¿Cuál es su nivel educativo?	2.624	2	1.312	1.174	0.312
	Residuals	157.560	141	1.117		
Basado en Objetivos	¿Cuál es su nivel educativo?	1.621	2	0.810	1.848	0.161
	Residuals	61.824	141	0.438		
Entorno	¿Cuál es su nivel educativo?	2.537	2	1.269	2.155	0.120
	Residuals	83.021	141	0.589		
Tiempo	¿Cuál es su nivel educativo?	0.159	2	0.079	0.102	0.903
	Residuals	109.912	141	0.780		
Consumo	¿Cuál es su nivel educativo?	0.852	2	0.426	0.588	0.557
	Residuals	102.259	141	0.725		
Basado en Control	¿Cuál es su nivel educativo?	0.605	2	0.303	0.881	0.417
	Residuals	48.455	141	0.344		

Nota: Suma de Cuadrados Tipo III

Tabla 4.3.4.1: Tabla descriptiva con los factores dependientes del instrumento Utrech y estado de la formalización legal del emprendimiento.

		Válido	Moda	Mediana	Media	Desviación Típica	Varianza	Mínimo	Máximo
Nivel de Vigor	No	67	4.015	4.000	4.065	0.792	0.627	1.000	5.000
Nivel de Vigor	No lo se	5	4.854	4.667	4.600	0.435	0.189	4.000	5.000
Nivel de Vigor	Si	82	4.799	4.333	4.244	0.716	0.513	1.000	5.000
Nivel de Absorción	No	67	4.901	4.333	4.209	0.797	0.636	1.333	5.000
Nivel de Absorción	No lo se	5	4.085	4.333	4.400	0.596	0.356	3.667	5.000
Nivel de Absorción	Si	82	4.895	4.333	4.248	0.735	0.540	1.000	5.000
Nivel de Dedicación	No	67	4.960	5.000	4.522	0.662	0.438	2.000	5.000
Nivel de Dedicación	No lo se	5	4.343	4.333	4.600	0.365	0.133	4.333	5.000
Nivel de Dedicación	Si	82	4.980	5.000	4.561	0.654	0.428	1.000	5.000
Promedio Utrech	No	67	4.657	4.444	4.265	0.690	0.476	1.556	5.000
Promedio Utrech	No lo se	5	4.763	4.667	4.533	0.411	0.169	4.000	5.000
Promedio Utrech	Si	82	4.333	4.444	4.351	0.610	0.373	1.000	5.000

Tabla 4.3.4.2: Tabla descriptiva con los factores dependientes del instrumento BRoMS y estado de la formalización legal del emprendimiento.

		Válido	Moda	Mediana	Media	Desviación Típica	Varianza	Mínimo	Máximo
Regulación Motivacional	No	67	4.031	4.125	4.056	0.678	0.459	2.500	5.000
Regulación Motivacional	No lo se	5	4.750	4.625	4.475	0.454	0.206	4.000	5.000
Regulación Motivacional	Si	82	4.126	4.125	4.069	0.678	0.460	1.625	5.000
Fuerza de Voluntad	No	67	4.002	4.000	4.168	0.642	0.412	2.750	5.000
Fuerza de Voluntad	No lo se	5	4.686	4.500	4.450	0.447	0.200	4.000	5.000
Fuerza de Voluntad	Si	82	3.913	4.000	4.076	0.831	0.691	1.000	5.000

Tabla 4.3.4.3: Tabla descriptiva con los factores dependientes del instrumento CERM y estado de la formalización legal del emprendimiento.

		Válido	Moda	Mediana	Media	Desviación Típica	Mínimo	Máximo
Situational Interest	No	67	4.828	4.250	4.172	0.719	2.250	5.000
Situational Interest	No lo se	4	4.750	4.625	4.500	0.540	3.750	5.000
Situational Interest	Si	82	4.342	4.250	4.287	0.565	2.000	5.000
Personal Significance	No	67	4.967	4.667	4.358	0.680	3.000	5.000
Personal Significance	No lo se	4	4.082	4.333	4.417	0.500	4.000	5.000
Personal Significance	Si	82	4.969	4.333	4.447	0.532	3.000	5.000
Self-Concequating	No	67	3.879	4.000	4.045	0.783	2.000	5.000
Self-Concequating	No lo se	4	4.797	4.750	4.563	0.554	3.750	5.000
Self-Concequating	Si	82	4.142	4.000	3.970	0.843	1.250	5.000
Aumentar Interés	No	67	3.786	4.190	4.190	0.581	3.000	5.000
Aumentar Interés	No lo se	4	4.719	4.570	4.492	0.501	3.830	5.000

Tabla 4.3.4.3: Tabla descriptiva con los factores dependientes del instrumento CERM y estado de la formalización legal del emprendimiento.

		Válido	Moda	Mediana	Media	Desviación Típica	Mínimo	Máximo
Aumentar Interés	Si	82	4.489	4.350	4.239	0.527	2.310	5.000
Proximal Goal Settings	No	67	4.010	4.000	4.026	0.576	2.750	5.000
Proximal Goal Settings	No lo se	4	3.765	4.000	4.125	0.661	3.500	5.000
Proximal Goal Settings	Si	82	3.936	4.000	3.966	0.597	2.000	5.000
Mastery Self-Talking	No	67	4.985	4.000	4.201	0.896	1.500	5.000
Mastery Self-Talking	No lo se	4	4.106	4.250	4.375	0.479	4.000	5.000
Mastery Self-Talking	Si	82	4.945	4.000	4.134	0.972	1.000	5.000
Performance-Approach Self-Talking	No	67	3.899	4.000	3.683	1.099	1.000	5.000
Performance-Approach Self-Talking	No lo se	4	4.004	4.250	4.313	0.554	3.750	5.000
Performance-Approach Self-Talking	Si	82	4.028	3.500	3.430	1.045	1.000	5.000
Basada en objetivos	No	67	3.965	4.000	3.924	0.696	2.300	5.000
Basada en objetivos	No lo se	4	4.123	4.150	4.250	0.545	3.700	5.000
Basada en objetivos	Si	82	3.916	3.800	3.785	0.667	1.700	5.000
Entorno	No	67	4.097	4.000	3.974	0.840	1.500	5.000
Entorno	No lo se	4	4.106	4.250	4.375	0.479	4.000	5.000
Entorno	Si	82	4.589	4.000	4.034	0.706	2.000	5.000
Tiempo	No	67	4.059	4.000	3.826	0.966	1.667	5.000
Tiempo	No lo se	4	3.485	3.667	3.917	0.788	3.333	5.000
Tiempo	Si	82	3.927	4.000	3.967	0.801	1.667	5.000
Consumo	No	67	3.385	3.333	3.199	0.837	1.000	5.000
Consumo	No lo se	4	2.672	2.833	2.917	0.569	2.333	3.667
Consumo	Si	82	3.277	3.333	3.313	0.848	1.000	5.000
Basadas en Control	No	67	3.634	3.700	3.697	0.633	2.000	5.000
Basadas en	No lo se	4	3.511	3.650	3.800	0.572	3.300	4.600

Tabla 4.3.4.3: Tabla descriptiva con los factores dependientes del instrumento CERM y estado de la formalización legal del emprendimiento.

		Válido	Moda	Mediana	Media	Desviación Típica	Mínimo	Máximo
Control								
Basadas en Control	Si	82	3.939	3.850	3.798	0.528	2.800	5.000

Tabla 4.3.4.4: Contraste t de Student para los resultados de los tres instrumentos usados en el estudio y estado de la formalización legal del emprendimiento.

	t	gl	p
Nivel de Vigor	-1.449	147	0.150
Nivel de Dedicación	-0.356	147	0.722
Nivel de Absorción	-0.310	147	0.757
Engagement Global	-0.803	147	0.423
Regulación Motivacional	-0.113	147	0.910
Fuerza de Voluntad	0.740	147	0.460
Situational Interest	-1.092	147	0.277
Personal Significance	-0.896	147	0.372
Self-Concequating	0.560	147	0.577
Aumentar Interés	-0.534	147	0.594
Proximal Goal Settings	0.617	147	0.538
Mastery Self-Talking	0.436	147	0.664
Performance-Approach Self-Talking	1.436	147	0.153
Basada en objetivos	1.236	147	0.218
Entorno	-0.471	147	0.638
Tiempo	-0.978	147	0.329
Consumo	-0.821	147	0.413
Basadas en Control	-1.057	147	0.292

Nota. Contraste t de Student.

Tabla 4.3.5.1: Tabla descriptiva con los factores dependientes del instrumento Utrech y la base científico tecnológica del emprendimiento.

		Válido	Moda	Mediana	Media	Desviación Típica	Varianza	Mínimo	Máximo
Nivel de Vigor	No	114	4.826	4.333	4.187	0.786	0.618	1.000	5.000
Nivel de Vigor	No lo se	17	4.004	4.000	4.078	0.464	0.216	3.333	4.667
Nivel de Vigor	Si	23	4.647	4.333	4.203	0.750	0.563	2.000	5.000
Nivel de Absorción	No	114	4.895	4.333	4.173	0.805	0.647	1.000	5.000
Nivel de Absorción	No lo se	17	4.675	4.333	4.294	0.498	0.248	3.333	5.000
Nivel de Absorción	Si	23	4.893	4.667	4.507	0.602	0.362	2.667	5.000
Nivel de Dedicación	No	114	4.968	4.667	4.494	0.690	0.476	1.000	5.000
Nivel de Dedicación	No lo se	17	4.988	5.000	4.745	0.301	0.091	4.333	5.000
Nivel de Dedicación	Si	23	4.998	5.000	4.652	0.590	0.348	3.000	5.000
Promedio Utrech	No	114	4.825	4.333	4.285	0.685	0.470	1.000	5.000
Promedio Utrech	No lo se	17	4.333	4.333	4.373	0.260	0.068	4.000	4.889
Promedio Utrech	Si	23	4.805	4.556	4.454	0.605	0.366	2.556	5.000

Tabla 4.3.5.2: Tabla descriptiva con los factores dependientes del instrumento BRoMS y la base científico tecnológica del emprendimiento.

		Válido	Moda	Mediana	Media	Desviación Típica	Mínimo	Máximo
Regulación Motivacional	No	114	4.103	4.125	4.151	0.669	2.125	5.000
Regulación Motivacional	No lo se	16	4.027	4.000	3.828	0.668	1.625	4.500
Regulación Motivacional	Si	23	4.088	4.000	3.880	0.658	2.500	5.000
Fuerza de Voluntad	No	114	4.925	4.250	4.219	0.726	1.000	5.000
Fuerza de Voluntad	No lo se	16	4.004	4.000	3.875	0.837	1.250	5.000
Fuerza de Voluntad	Si	23	3.666	3.750	3.859	0.710	2.750	5.000

Tabla 4.3.5.3: Tabla descriptiva con los factores dependientes del instrumento CERM y la base científico tecnológica del emprendimiento.

		Válido	Moda	Mediana	Media	Desviación Típica	Mínimo	Máximo
Situational Interest	No	114	4.876	4.250	4.285	0.609	2.500	5.000
Situational Interest	No lo se	16	4.101	4.125	4.047	0.781	2.000	5.000
Situational Interest	Si	23	4.510	4.250	4.163	0.664	2.250	5.000
Personal Significance	No	114	4.974	4.500	4.424	0.592	3.000	5.000
Personal Significance	No lo se	16	4.745	4.000	4.146	0.699	3.000	5.000
Personal Significance	Si	23	4.989	4.333	4.507	0.531	3.333	5.000
Self-Concequating	No	114	4.887	4.250	4.140	0.791	1.250	5.000
Self-Concequating	No lo se	16	3.882	3.750	3.656	0.724	2.000	4.750
Self-Concequating	Si	23	4.160	3.750	3.663	0.828	2.250	4.750
Aumentar Interés	No	114	4.479	4.375	4.283	0.542	3.000	5.000
Aumentar Interés	No lo se	16	3.960	4.015	3.957	0.632	2.310	4.920
Aumentar Interés	Si	23	4.474	4.140	4.115	0.477	3.260	4.830
Proximal Goal Settings	No	114	3.956	4.000	4.057	0.567	2.500	5.000
Proximal Goal Settings	No lo se	16	3.987	4.000	3.859	0.591	2.500	4.750
Proximal Goal Settings	Si	23	3.946	4.000	3.793	0.638	2.000	4.750
Mastery Self-Talking	No	114	4.989	4.000	4.211	0.864	1.000	5.000
Mastery Self-Talking	No lo se	16	4.001	4.000	3.875	1.103	1.000	5.000
Mastery Self-Talking	Si	23	4.904	4.500	4.174	1.093	1.000	5.000
Performance-Approach Self-Talking	No	114	3.943	3.875	3.645	1.047	1.000	5.000
Performance-Approach Self-Talking	No lo se	16	3.803	3.625	3.172	1.083	1.000	4.250

Tabla 4.3.5.3: Tabla descriptiva con los factores dependientes del instrumento CERM y la base científico tecnológica del emprendimiento.

		Válido	Moda	Mediana	Media	Desviación Típica	Mínimo	Máximo
Performance- Approach	Si	23	4.061	3.500	3.435	1.139	1.000	5.000
Self-Talking								
Basada en objetivos	No	114	3.966	4.000	3.923	0.675	2.300	5.000
Basada en objetivos	No lo se	16	3.848	3.750	3.587	0.693	1.700	4.500
Basada en objetivos	Si	23	4.002	3.800	3.726	0.660	2.600	4.900
Entorno	No	114	4.026	4.000	4.105	0.723	1.750	5.000
Entorno	No lo se	16	4.163	4.000	3.797	0.691	2.500	5.000
Entorno	Si	23	3.582	3.750	3.728	0.917	1.500	5.000
Tiempo	No	114	3.988	4.000	3.953	0.857	1.667	5.000
Tiempo	No lo se	16	3.790	3.667	3.521	1.011	1.667	5.000
Tiempo	Si	23	3.951	4.000	3.928	0.829	1.667	5.000
Consumo	No	114	3.366	3.333	3.208	0.830	1.000	5.000
Consumo	No lo se	16	3.275	3.333	3.354	0.890	1.000	5.000
Consumo	Si	23	3.266	3.333	3.406	0.847	1.333	5.000
Basadas en Control	No	114	3.972	3.850	3.790	0.593	2.000	5.000
Basadas en Control	No lo se	16	3.510	3.550	3.581	0.567	2.800	4.700
Basadas en Control	Si	23	3.327	3.700	3.691	0.482	3.000	4.500

Tabla 4.3.5.4: Contraste t de Student para los resultados de los tres instrumentos usados en el estudio y los emprendimientos de base científico tecnológico.

	t	gl	p
Nivel de Vigor	-0.088	135	0.930
Nivel de Dedicación	-1.024	135	0.308
Nivel de Absorción	-1.889	135	0.061
Engagement Global	-1.102	135	0.272
Regulación Motivacional	1.777	135	0.078
Fuerza de Voluntad	2.181	135	0.031
Situational Interest	0.864	135	0.389
Personal Significance	-0.625	135	0.533
Self-Concequating	2.619	135	0.010
Aumentar Interés	1.388	135	0.167
Proximal Goal Settings	1.990	135	0.049
Mastery Self-Talking	0.177	135	0.860
Performance-Approach Self-Talking	0.864	135	0.389
Basada en objetivos	1.280	135	0.203
Entorno	2.177	135	0.031
Tiempo	0.132	135	0.895
Consumo	-1.041	135	0.300
Basadas en Control	0.752	135	0.453

Nota. Contraste t de Student.

Tabla 4.4.1: Tabla descriptiva con las correlaciones entre los elementos del Engagement Global y los elementos de las herramientas BRoMS y CERM.

Variable		Nivel de Vigor	Nivel de Dedicación	Nivel de Absorción	Engagement Global
1. Regulación Motivacional	R de Pearson	0.452	0.398	0.362	0.453
	Valor p	< .001	< .001	< .001	< .001
2. Fuerza de Voluntad	R de Pearson	0.289	0.269	0.256	0.304
	Valor p	< .001	< .001	0.001	< .001
3. Situational Interest	R de Pearson	0.475	0.351	0.395	0.459
	Valor p	< .001	< .001	< .001	< .001
4. Personal Significance	R de Pearson	0.375	0.315	0.356	0.393
	Valor p	< .001	< .001	< .001	< .001
5. Self-Concequating	R de Pearson	0.334	0.126	0.119	0.219
	Valor p	< .001	0.121	0.140	0.006
6. Aumentar Interés	R de Pearson	0.489	0.319	0.350	0.436
	Valor p	< .001	< .001	< .001	< .001
7. Proximal Goal Settings	R de Pearson	0.143	0.131	0.110	0.143
	Valor p	0.076	0.104	0.173	0.076
8. Mastery Self-Talking	R de Pearson	0.320	0.238	0.242	0.300
	Valor p	< .001	0.003	0.002	< .001
9. Performance-Approach Self-talking	R de Pearson	0.278	0.118	0.155	0.209
	Valor p	< .001	0.144	0.055	0.009
10. Basada en objetivos	R de Pearson	0.312	0.185	0.202	0.263
	Valor p	< .001	0.022	0.012	< .001
11. Entorno	R de Pearson	0.298	0.134	0.011	0.165
	Valor p	< .001	0.099	0.889	0.040
12. Tiempo	R de Pearson	0.298	0.243	0.244	0.294
	Valor p	< .001	0.002	0.002	< .001
13. Consumo	R de Pearson	-0.124	-0.081	-0.105	-0.117
	Valor p	0.124	0.315	0.196	0.148
14. Basadas en Control	R de Pearson	0.238	0.146	0.071	0.170
	Valor p	0.003	0.071	0.380	0.035