Intención de reemprender en contexto de crisis: evidencia desde la teoría del comportamiento planeado

Entrepreneurial Re-entry Intention in a Crisis Context: Evidence from the Theory of Planned Behavior

Edwin Tarapuez Chamorro
eitarapuez@uniquindio.edu.co
https://orcid.org/0000-0003-1668-0840
Doctor en Ciencias Económicas, Universidad Nacional de Córdoba. Profesor titular, programa de Contaduría, Universidad del Quindío (Colombia).

Juan Manuel Aristizábal
jm.aristizabal@umanizales.edu.co
https://orcid.org/0000-0003-3166-4718
Máster en Economía, Universidad EAFIT. Profesor, Universidad de Manizales (Colombia).

Manuela Carmona González
mcarmonag_1@uniquindio.edu.co
https://orcid.org/0000-0002-8448-7738
Economista, Universidad del Quindío. Joven investigador, Grupo de Investigación en Gerencia y Emprendimiento (GIGA), Universidad del Quindío (Colombia).

pensamiento y gestión, N.° 58
ISSN 2145-941X (online)
https://dx.doi.org/10.14482/pege.58.303.404

Resumen

Este estudio examina cómo se configura la intención de volver a emprender en empresarios que experimentaron el cierre de su empresa durante la crisis del COVID-19. Aunque la teoría del comportamiento planeado ha demostrado amplia capacidad explicativa en el análisis de la intención emprendedora, existe evidencia limitada sobre su funcionamiento cuando el individuo ha atravesado recientemente un cierre empresarial inducido por un shock sistémico. A partir de una muestra de empresarios del departamento del Quindío que cancelaron su registro mercantil en 2020, se estimó un modelo de ecuaciones estructurales para evaluar el papel de las actitudes, las normas subjetivas y el control percibido en la formación de la intención de reemprender. Los resultados indican que las normas sociales y las actitudes motivacionales mantienen un efecto significativo en este contexto, mientras que los antecedentes sociodemográficos y empresariales muestran menor capacidad explicativa. Estos hallazgos amplían la aplicación empírica de la teoría del comportamiento planeado hacia escenarios de crisis y aportan evidencia sobre los determinantes cognitivos y sociales que influyen en la reactivación de trayectorias emprendedoras tras un cierre empresarial.

Palabras clave*: intención emprendedora, reemprendimiento, crisis económica, teoría del comportamiento planeado, resiliencia empresarial.*

Abstract

This study examines how the intention to re-enter entrepreneurship is formed among business owners who experienced firm closure during the COVID-19 crisis. Although the theory of planned behavior has demonstrated strong explanatory power in the analysis of entrepreneurial intention, limited evidence exists regarding its performance when individuals have recently undergone business closure due to a systemic shock. Using a sample of entrepreneurs from the department of Quindío, Colombia, who canceled their commercial registration in 2020, a structural equation model was estimated to assess the role of attitudes, subjective norms, and perceived behavioral control in shaping the intention to re-enter entrepreneurship. The findings indicate that subjective norms and motivational attitudes remain significant determinants in this context, whereas sociodemographic and prior business characteristics exhibit lower explanatory power. Consequently, these results extend the empirical application of the theory of planned behavior to crisis settings and provide evidence of the cognitive and social factors influencing the reactivation of entrepreneurial trajectories after business closure.

Keywords*: entrepreneurial intention, crisis, COVID-19, entrepreneurs, TPB.*

Clasificación JEL: M13, L26, J23.

Fecha de recepción: 23 de febrero de 2025
Fecha de aceptación: 19 de marzo de 2026

1. INTRODUCCIÓN

La pandemia del SARS-CoV-2 desencadenó una contracción económica global que expuso vulnerabilidades estructurales en los sistemas productivos, especialmente en economías emergentes con alta informalidad y limitada profundidad financiera (Banco Mundial, 2021). Más allá de la caída del producto y del empleo, la crisis puso en evidencia la fragilidad del tejido empresarial y la alta rotación de unidades productivas de pequeña escala (Klein & Todesco, 2021). En América Latina, la contracción superó el promedio mundial, y en Colombia, el cierre masivo de micro y pequeñas empresas durante 2020 afectó de manera directa la generación de ingresos y la estabilidad laboral (Romero et al., 2025).

Las crisis sistémicas no solo destruyen capacidad productiva; también reconfiguran incentivos, expectativas y trayectorias ocupacionales. La literatura sobre emprendimiento ha mostrado que, en contextos de recesión, la creación de empresas puede funcionar como mecanismo de ajuste del mercado laboral y como vía de movilidad social, particularmente en economías con mercados de trabajo segmentados (Audretsch & Thurik, 2001; Naudé, 2010). Asimismo, la evidencia sugiere que los *shocks* macroeconómicos pueden inducir tanto emprendimiento por oportunidad como emprendimiento por necesidad, especialmente en economías con alta informalidad (Acs et al., 2008; Fairlie, 2013). En América Latina, el emprendimiento ha sido asociado tanto a oportunidades de ascenso social como a estrategias de supervivencia frente a crisis económicas, lo que le otorga una relevancia estructural en los procesos de recuperación y recomposición productiva (Lederman et al., 2014).

En este contexto, la teoría de la intención emprendedora, sustentada principalmente en la teoría del comportamiento planeado de Ajzen (1991), ha proporcionado un modelo robusto para explicar la decisión de crear empresa a partir de actitudes, normas subjetivas y control percibido del comportamiento. La evidencia empírica ha validado consistentemente estos determinantes en poblaciones potencialmente emprendedoras, como estudiantes universitarios o trabajadores asalariados (Aristizábal et al., 2021; Tarapuez-Chamorro et al., 2018). Sin embargo, la mayor parte de esta evidencia se concentra en decisiones prospectivas, es decir, en

individuos que aún no han experimentado el ciclo completo de creación y cierre empresarial.

La pregunta adquiere otra dimensión cuando el individuo ha atravesado recientemente un cierre forzado en un contexto de crisis sistémica. La experiencia previa puede modificar las creencias conductuales que sustentan la intención, alterando la percepción social del emprendimiento, la autoconfianza y la evaluación de riesgos (Tarapuez-Chamorro et al., 2021). El cierre inducido por un *shock* externo no necesariamente es interpretado como un fracaso individual, lo que abre interrogantes sobre la forma en que operan los determinantes psicológicos y sociales de la intención en escenarios de interrupción abrupta de la actividad productiva. Aunque investigaciones recientes han explorado la resiliencia empresarial y la persistencia emprendedora en contextos adversos, aún existe evidencia limitada sobre la intención de reemprender tras cierres asociados a *shocks* sistémicos.

Este vacío resulta particularmente relevante en economías regionales en las que el emprendimiento constituye un componente central de la estructura productiva. El departamento del Quindío (Colombia) ofrece un escenario empírico pertinente para analizar este fenómeno. Se trata de una economía con alta participación de micro y pequeñas empresas, fuerte dependencia del comercio y los servicios, y significativa incidencia de informalidad laboral. Estas características amplificaron los efectos de la pandemia sobre el tejido empresarial local, convirtiendo al territorio en un laboratorio natural para estudiar la disposición a reemprender tras un cierre inducido por la crisis.

En este marco, este estudio analiza los determinantes de la intención de volver a emprender en una muestra de empresarios del departamento del Quindío que cancelaron su registro mercantil durante la pandemia. Con base en la teoría del comportamiento planeado se estima un modelo de ecuaciones estructurales que permite evaluar el papel de las normas sociales, las actitudes motivacionales y el control percibido del comportamiento en un escenario posterior al cierre empresarial. La contribución de este estudio es doble. En primer lugar, amplía la aplicación empírica de la teoría hacia un contexto poco explorado: empresarios con experiencia reciente de cierre en medio de una crisis sistémica; en segundo lugar, aporta evidencia

desde una economía regional latinoamericana sobre los factores que condicionan la disposición a reactivar trayectorias emprendedoras tras un *shock* macroeconómico.

Este artículo se ha estructurado de la siguiente manera: en la segunda sección se presenta el marco teórico y se discuten los fundamentos conceptuales de la intención emprendedora en contextos de crisis, así como la formulación de las hipótesis; la tercera describe la metodología, la muestra y el diseño del instrumento de medición, junto con la especificación del modelo de ecuaciones estructurales; la cuarta presenta los resultados empíricos y el análisis del modelo estimado; finalmente, la quinta sección discute los hallazgos, sus implicaciones teóricas y prácticas, y se exponen las conclusiones y líneas futuras de investigación.

2. LITERATURA RELEVANTE

La *intención* ha sido conceptualizada en las ciencias sociales como una disposición consciente que orienta el comportamiento futuro (Aristizábal et al., 2025). Triandis (1977) la define como la convergencia de influencias motivacionales conscientes, mientras que Landis et al. (1978) la describen como un proceso de autoinstrucción conductual que antecede a la acción. En el ámbito empresarial, la intención emprendedora se entiende como la convicción autorreconocida de crear una nueva empresa en el futuro (Thompson, 2009), constituyéndose en el predictor más inmediato del comportamiento emprendedor. Ajzen y Fishbein (2005) sostienen que las intenciones surgen de metas amplias que pueden materializarse a través de múltiples acciones sostenidas, lo que explica su relevancia analítica en el estudio de decisiones económicas.

La teoría del comportamiento planeado propuesta por Ajzen (1991) se ha consolidado como el marco teórico predominante para explicar la formación de la intención emprendedora. De acuerdo con este modelo, la intención está determinada por la interacción entre actitudes hacia el comportamiento, normas subjetivas y control percibido. Las actitudes reflejan la evaluación individual de la actividad emprendedora; las normas subjetivas capturan la presión social percibida; y el control percibido expresa la valoración sobre la propia capacidad para ejecutar la acción. Numerosos

estudios han validado empíricamente este enfoque en distintos contextos culturales y económicos (Krueger et al., 2000; Shi et al., 2020; Santos et al., 2023), consolidando su capacidad explicativa tanto en poblaciones estudiantiles como en escenarios empresariales.

No obstante, la mayor parte de esta evidencia se ha desarrollado en entornos relativamente estables o en poblaciones que aún no han experimentado el ciclo completo de creación y cierre empresarial. Las crisis económicas introducen una dimensión adicional de incertidumbre que transforma no solo las condiciones objetivas del mercado, sino también las expectativas y percepciones individuales (Rapoport & Brenta, 2010). La pandemia de COVID-19 intensificó este fenómeno al generar cierres masivos de empresas y alterar profundamente la estructura de oportunidades.

La literatura reciente ofrece hallazgos heterogéneos frente a este escenario. Algunos estudios subrayan la capacidad adaptativa del emprendimiento y su papel como mecanismo de resiliencia económica (Maritz et al., 2020; Nicolás Martínez & Rubio Bañón, 2020). La adaptabilidad organizacional y la digitalización han sido identificadas como factores clave para la supervivencia empresarial en contextos de crisis (Al Mamun et al., 2022), mientras que la experiencia previa puede incidir en la disposición a volver a emprender cuando el riesgo es interpretado como gestionable (Fu et al., 2022). Asimismo, el acceso a financiamiento y la reducción de barreras institucionales aparecen como condicionantes relevantes para la reactivación empresarial (Nguyen & Le, 2024; Costa et al., 2023).

En contraste, otros trabajos señalan que los contextos recesivos pueden erosionar la confianza y la motivación emprendedora. Liñán y Jaén (2020) muestran que la recesión económica afecta negativamente las expectativas individuales, mientras que Konstantin et al. (2019) advierten sobre procesos de desprofesionalización en entornos socioeconómicos adversos. Incluso cuando persisten actitudes favorables hacia el emprendimiento, la incertidumbre puede debilitar el control percibido y alterar la relación entre intención y acción efectiva. Estudios como los de Ruiz et al. (2020) y Bressan et al. (2021) sugieren que el apoyo social y la reinvención estratégica pueden mitigar estos efectos, aunque no eliminan la heterogeneidad en las respuestas individuales.

Este conjunto de aportes revela que la formación de la intención emprendedora en contextos de crisis no puede asumirse como un proceso uniforme. La experiencia previa de cierre introduce una dimensión adicional que puede reconfigurar las creencias subyacentes al modelo tradicional. El aprendizaje acumulado puede fortalecer la percepción de control, pero el desgaste financiero y emocional puede debilitarla. De igual forma, el significado social del fracaso puede modificarse cuando el cierre es atribuido a un *shock* externo de carácter sistémico, lo que potencialmente altera la influencia de las normas subjetivas y la evaluación de la propia capacidad.

La literatura ha avanzado en el estudio de la resiliencia empresarial y del reemprendimiento en escenarios adversos, pero aún existe evidencia limitada sobre cómo interactúan los determinantes propuestos por la teoría del comportamiento planeado cuando el emprendimiento no representa una decisión inicial, sino la posible reactivación de una trayectoria interrumpida por una crisis. Analizar este escenario permite articular el marco clásico de la intención emprendedora con los debates contemporáneos sobre resiliencia y recuperación económica.

En este contexto, este estudio examina si las actitudes, las normas subjetivas y el control percibido mantienen su capacidad explicativa en empresarios que cancelaron su registro mercantil durante la pandemia en el departamento del Quindío. Al hacerlo, el trabajo se sitúa en la intersección entre la literatura sobre intención emprendedora y los estudios sobre emprendimiento en tiempos de crisis, aportando evidencia empírica desde una economía regional latinoamericana caracterizada por alta vulnerabilidad estructural y fuerte dependencia del emprendimiento como mecanismo de generación de ingresos.

3. METODOLOGÍA

Estrategia empírica y muestra

Este estudio adopta un enfoque cuantitativo de carácter explicativo, orientado a analizar los determinantes de la intención de volver a emprender en empresarios que experimentaron el cierre de su empresa durante la crisis de

COVID-19. El diseño es transversal, dado que la información fue recolectada en un único momento del tiempo posterior al cierre empresarial.

La unidad de análisis está conformada por empresarios del departamento del Quindío que cancelaron su registro mercantil en 2020. De acuerdo con el informe económico de la Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío, durante ese año se registraron 3116 cancelaciones de matrícula mercantil, concentradas principalmente en actividades de comercio y servicios. A partir de este universo se obtuvo una muestra final de 196 empresarios que respondieron voluntariamente el instrumento aplicado en línea.

El tamaño muestral se considera adecuado para la estimación mediante modelos de ecuaciones estructurales (SEM), teniendo en cuenta la relación entre número de parámetros y tamaño de muestra sugerida por la literatura metodológica, que recomienda contar con al menos cinco a diez observaciones por parámetro estimado y tamaños superiores a 150 casos en modelos de complejidad moderada (Hair et al., 1995; Bollen, 1989). La especificación final del modelo cumple con estos criterios.

El departamento del Quindío constituye un contexto pertinente para el análisis, dado su alto nivel de dependencia del emprendimiento como mecanismo de generación de ingresos y movilidad social, así como su vulnerabilidad frente a choques macroeconómicos. La crisis sanitaria afectó particularmente a micro y pequeñas empresas del sector comercio y servicios, lo que convierte a esta región en un escenario adecuado para examinar la posible reactivación de trayectorias empresariales tras un cierre inducido por un *shock* sistémico.

Tabla 1. Descripción sociodemográfica de los empresarios

Categoría	Perfil del empresario	Frecuencia	Porcentaje
Género	Masculino	93	47.45
	Femenino	103	52.55
Edad (años)	18-28	49	25
	29-38	53	27.04
	39-45	41	20.92
	46-66	53	27.04
Nivel de educación	Ninguno	1	0.51
	Primaria	8	4.08
	Secundaria	56	28.57
	Pregrado	98	50
	Especialización	22	11.22
	Maestría	11	5.61
Estrato socioeconómico	1	19	9.69
	2	50	25.51
	3	70	35.71
	4	38	19.39
	5	16	8.16
	6	3	1.53
Estado civil	Soltero/a	79	40.31
	Casado/a	52	26.53
	Unión libre	54	27.55
	Viudo/a	4	2.04
	Divorciado/a	7	3.57
Años de funcionamiento de la empresa	1 a 3	74	37.76
	4 a 7	78	39.80
	8 a 12	23	11.73
	13 en adelante	21	10.71
Subsector de la empresa	Industrial o agroindustrial	13	6.63
	Comercial y servicios	166	84.69
	Agropecuario	3	6.63
	Tecnología	4	2.04

Continúa...

Motivo principal para cerrar su empresa	La pandemia, que disminuyó las ventas	120	61.22
	Elevados costos de nómina	3	1.53
	Era una empresa temporal	1	0.51
	Falta de financiamiento	15	7.65
	Elevada competencia	13	6.63
	Insuficiente apoyo de entidades públicas y privadas en la contingencia del COVID-19	24	12.24
	Elevados impuestos	17	8.67
	Falta de apoyo de la familia	3	1.53
¿Cuál cree que fue el motivo personal más importante para cerrar la empresa?	Falta de experiencia en gestión empresarial	24	12.24
	Escasa capacitación en gestión empresarial	31	15.82
	Poco conocimiento del subsector económico de la empresa	17	8.67
	Pérdida de la motivación para continuar con la empresa	61	31.12
	Problemas de salud en general	8	4.08
	Pánico al COVID-19 por contacto con clientes y empleados	49	25
	Usted o una persona de su núcleo familiar se contagió de COVID-19	6	3.06

Fuente: elaboración propia.

Las variables sociodemográficas y empresariales se incorporan con fines de caracterización de la muestra y como posibles variables de control, pero no

se modelan como constructos latentes, dado que no representan dimensiones psicológicas centrales dentro de la teoría del comportamiento planeado.

Modelo teórico e hipótesis

El modelo analítico se fundamenta en la teoría del comportamiento planeado (TPB), propuesta por Ajzen (1991), según la cual, la intención de realizar un comportamiento está determinada por las actitudes hacia dicho comportamiento, las normas subjetivas y el control percibido. Esta teoría ha mostrado una amplia capacidad explicativa en el estudio de la intención emprendedora en distintos contextos culturales y económicos (Krueger et al., 2000; Ajzen & Fishbein, 2005).

En este estudio, la intención de volver a emprender se conceptualiza como la disposición consciente de reactivar una trayectoria empresarial tras haber experimentado un cierre inducido por una crisis sistémica. A diferencia de investigaciones centradas en individuos sin experiencia previa, aquí se examina un escenario en el que las creencias conductuales pueden haber sido reconfiguradas por la experiencia reciente de cierre, lo cual potencialmente modifica la valoración del riesgo, la percepción de apoyo social y la confianza en las propias capacidades.

Tras el proceso de depuración empírica del instrumento, se identificaron tres dimensiones latentes coherentes con la estructura conceptual de la TPB: normas sociales, actitudes motivacionales y factores desmotivadores. Las *normas sociales* capturan la percepción del respaldo cultural y familiar hacia el emprendimiento; las *actitudes motivacionales* reflejan la valoración positiva del reemprendimiento como reto personal, independencia y autorrealización; y los *factores desmotivadores* agrupan percepciones de barreras internas y externas que pueden debilitar la intención, tales como la baja confianza o la incertidumbre económica.

Con base en esta especificación parsimoniosa, se plantean las siguientes hipótesis:

H1: Las normas sociales percibidas influyen positivamente en la intención de volver a emprender.

H2: Las actitudes motivacionales influyen positivamente en la intención de volver a emprender.

H3: Los factores desmotivadores influyen negativamente en la intención de volver a emprender.

Esta estructura responde al principio de parsimonia en modelos estructurales, priorizando los determinantes centrales de la TPB y evitando la sobredimensión del modelo (Bollen, 1989).

Construcción y depuración del instrumento

El instrumento de recolección fue diseñado a partir de la literatura sobre intención emprendedora y de los lineamientos metodológicos de la teoría del comportamiento planeado (Ajzen, 1991; Ajzen & Fishbein, 2005). Inicialmente se formularon 54 ítems, distribuidos en bloques temáticos que incluían dimensiones psicológicas y variables de caracterización. Los ítems asociados a los constructos latentes fueron estructurados en escala tipo Likert, con el fin de captar el grado de acuerdo frente a afirmaciones relacionadas con la posibilidad de reemprender en contexto de crisis.

Con el fin de depurar el instrumento y verificar la estructura subyacente de los ítems asociados a los constructos psicológicos, se realizó un análisis factorial exploratorio (AFE) como etapa preliminar. El AFE constituye un procedimiento habitual en la validación inicial de escalas, ya que permite identificar agrupamientos latentes a partir de la covariación entre variables observadas (Hair et al., 1995; Mavrou, 2015).

Para la retención de ítems se consideraron cargas factoriales iguales o superiores a 0,50, ausencia de cargas cruzadas relevantes y coherencia conceptual con la dimensión teórica correspondiente. La eliminación de indicadores se realizó atendiendo tanto a criterios estadísticos como a consistencia teórica, con el propósito de construir un modelo parsimonioso y conceptualmente sólido.

Tabla 2. Matriz rotada de factores principales

Factor	Varianza	Diferencia	Proporción	Acumulado
Factor 1	4.91998	1.33447	0.2008	0.2008
Factor 2	3.58551	1.04892	0.1464	0.3472
Factor 3	2.53659	0.68405	0.1035	0.4507
Factor 4	1.85254	.	0.0756	0.5264

Nota. LR test: independiente vs. saturado: chi2(1431) = 3293.51 Prob>chi2 = 0.0000.

Fuente: elaboración propia.

El análisis de las cargas factoriales permitió identificar los ítems con mayor contribución a cada dimensión.

Tabla 3. Cargas de factores rotados (matriz de patrones) y variaciones únicas

Variable	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4	Unicidad
C36	**0.7438**	0.0486	-0.0495	0.0233	0.4414
C28	**0.7048**	-0.0141	0.0411	-0.0431	0.4995
C26	**0.6790**	0.0571	0.0380	0.1188	0.5201
C32	**0.6466**	0.2264	0.0709	-0.1117	0.5131
C35	**0.6284**	0.2721	-0.0112	-0.0135	0.5308
C31	**0.5979**	0.0600	0.1170	0.0614	0.6215
C23	**0.5694**	0.2780	0.0731	-0.0252	0.5925
C33	**0.5641**	-0.0267	0.0147	-0.0716	0.6758
C37	0.0655	**0.7372**	0.0640	0.0118	0.4480
C38	0.1446	**0.7256**	0.0644	-0.0042	0.4484
C39	0.2555	**0.6613**	-0.0044	-0.0098	0.4972
C41	0.1011	**0.5751**	-0.0709	0.0634	0.6500
C47	0.1098	0.1389	**0.6080**	-0.0155	0.5987
C44	-0.0007	-0.1400	**0.5432**	0.0513	0.6827
C45	0.0135	-0.1133	**0.5033**	0.0265	0.7329
C48	0.1417	0.1798	**0.4820**	-0.0704	0.7104
C2	0.1615	0.0156	0.0447	**0.5933**	0.6196
C4	-0.1269	0.0879	0.0133	**0.4889**	0.7369

Fuente: elaboración propia.

Como resultado del proceso de depuración, se seleccionaron 18 ítems distribuidos en tres dimensiones principales.

Tabla 4. Factores y criterios seleccionados

Factores	Criterios
3.0 Normas sociales	C23 Cerrar una empresa no es fracaso C26 Los empresarios demuestran su mentalidad creativa C28 Los empresarios son visionarios y optimistas C31 La familia desempeña un papel positivo C32 Los programas de asesoría ayudan a potencializar la empresa C33 Para ser empresario requiere más dedicación que ser empleado
3.1 Actitudes que motivan, motivaron o motivarían su intención para crear una empresa propia.	C37 Identificar y superar un reto personal C38 Ser mi propio jefe y manejar mi tiempo. C39 Lograr mi autorrealización y satisfacción personal C41 Demostrarme a mí mismo la importancia de ser persistente y crear una nueva empresa.
3.2 Factores que lo desmotivan, desmotivaron o desmotivarían en su intención para crear o reabrir una empresa.	C44 Mis estudios de pregrado y/o postgrado no son para crear empresa C45 Tengo baja confianza en mis capacidades emprendedoras C47 Me faltan socios para iniciar la empresa C48 Temor a que no mejore la situación debido al COVID-19.

Fuente: elaboración propia.

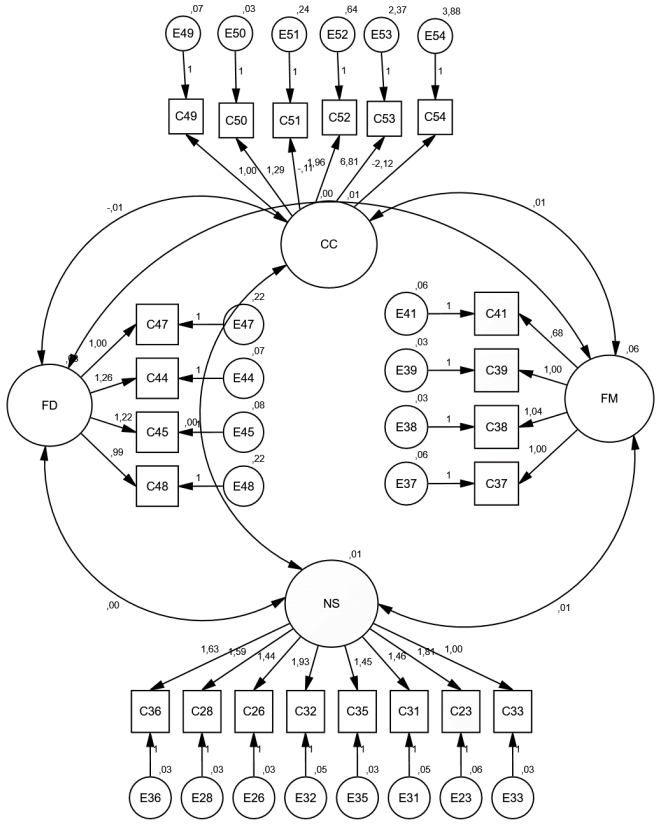
Esta estructura depurada sirvió como base para la estimación del modelo de medición mediante análisis factorial confirmatorio.

Modelo de medición y modelo estructural

Con base en la estructura identificada en el análisis exploratorio, se estimó el modelo de medición mediante análisis factorial confirmatorio (AFC),

técnica que permite contrastar empíricamente una estructura teórica previamente especificada (Bollen, 1989; Hair et al., 1995). El modelo incluyó tres variables latentes: normas sociales, actitudes motivacionales y factores desmotivadores.

La estimación se realizó utilizando el método de máxima verosimilitud, ampliamente empleado en modelos SEM bajo supuestos de aproximación continua de las variables observadas (Hair et al., 1995). Este procedimiento permite estimar simultáneamente las cargas factoriales, las varianzas de error y las covarianzas entre constructos.



Fuente: elaboración propia.

Figura. Modelo estructural confirmatorio

La evaluación del ajuste global del modelo se realizó considerando diversos índices recomendados por la literatura, entre ellos el estadístico χ^2 y su razón respecto a los grados de libertad, los índices de bondad de ajuste absoluta (GFI y AGFI), los índices de ajuste incremental (CFI y NFI), el error cuadrático medio de aproximación (RMSEA) y el residuo cuadrático medio (RMR) (Bollen, 1989; Hair et al., 1995).

Tabla 5. Índices esperados y obtenidos del modelo estructural

Índices de ajustes esperados para un modelo de ecuaciones estructurales e índices obtenidos para el análisis factorial confirmatorio		
Índice de ajuste	**Esperado**	**Obtenido**
Chi-cuadrado (x2)	>0.05	0.00
Discrepancia entre y2 y grados de libertad; (CMN/DF)	<5	2.03
Índice de bondad de ajuste/GFI)	0.90-1	0.85
Índice de ajuste ponderado (AGFI)	0.90-1	0.81
Índice residual de la raíz cuadrada media (RMR)	Lo más cercano a 0	.00
Error cuadrático media de aproximación (RMSEA)	<0.05/0.08	0.73
Índice de ajuste comparativo (CFI)	0.90-1	0.83
Índice de ajuste normalizado (NFI)	0.90-1	0.72
Índice no normalizado de ajuste (NNFI O TLI)	0.90-1	0.81

Fuente: elaboración propia.

Los resultados muestran un ajuste global aceptable del modelo a los datos. La razón χ^2/gl se ubicó dentro de los rangos recomendados para modelos de complejidad moderada, mientras que el RMSEA indicó un nivel de ajuste aproximado razonable. Los índices incrementales reflejan un ajuste consistente con las características muestrales y el carácter aplicado del estudio.

Una vez validado el modelo de medición, se procedió a estimar el modelo estructural con el fin de contrastar las hipótesis planteadas. La intención de volver a emprender fue especificada como variable dependiente explicada por las tres dimensiones latentes. Los resultados evidencian que las normas sociales y las actitudes motivacionales ejercen efectos positivos y estadísticamente significativos sobre la intención, mientras que los factores desmotivadores presentan un efecto negativo, en línea con las hipótesis

formuladas. La varianza explicada sugiere que el modelo captura una proporción sustantiva de la variabilidad observada en la intención de reemprender, confirmando que los determinantes cognitivos y sociales propuestos por la TPB mantienen capacidad explicativa incluso en contextos de crisis sistémica.

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Evaluación del modelo estructural y contrastación de hipótesis

Una vez validado el modelo de medición mediante análisis factorial confirmatorio, se estimó el modelo estructural con el propósito de contrastar empíricamente las hipótesis formuladas. La intención de volver a emprender fue especificada como variable dependiente, explicada por las dimensiones latentes de normas sociales, actitudes motivacionales y factores desmotivadores.

Los resultados muestran que las normas sociales ejercen un efecto positivo y estadísticamente significativo sobre la intención de reemprender. Este hallazgo indica que una mayor percepción de respaldo social, legitimación cultural del emprendimiento y valoración del cierre como parte del aprendizaje empresarial incrementa la probabilidad de reactivar una trayectoria productiva. En consecuencia, la hipótesis H1 es aceptada. Este resultado es coherente con la teoría del comportamiento planeado, que atribuye a las normas subjetivas un papel central en la formación de la intención conductual (Ajzen, 1991), y coincide con evidencia reciente que subraya la importancia del apoyo social en contextos de crisis (Ruiz et al., 2020; Bressan et tal., 2021).

Las actitudes motivacionales también presentan un efecto positivo y estadísticamente significativo sobre la intención, lo que respalda la hipótesis H2. La valoración del reemprendimiento como reto personal, vía de autorrealización e independencia mantiene capacidad explicativa incluso después de experimentar el cierre de una empresa. Este resultado confirma la relevancia de la dimensión actitudinal en la TPB (Ajzen, 1991; Ajzen & Fishbein, 2005) y amplía la evidencia tradicional, que se ha concentrado principalmente en poblaciones sin experiencia previa de cierre

(Krueger et al., 2000). En este caso, la experiencia adversa no elimina la valoración positiva del emprendimiento, sino que parece reconfigurarla.

Por su parte, los factores desmotivadores muestran un efecto negativo y estadísticamente significativo sobre la intención de reemprender, lo que permite aceptar la hipótesis H3. La percepción de barreras internas, como la disminución de la confianza en las propias capacidades, y externas, como la incertidumbre económica posterior a la pandemia, reduce la disposición a volver a emprender. Este resultado se alinea con estudios que evidencian cómo las recesiones económicas erosionan las expectativas individuales y debilitan el control percibido (Liñán & Jaén, 2020; Fu et al., 2022). La experiencia de crisis, por tanto, no solo genera aprendizaje, sino también mayor sensibilidad al riesgo.

La varianza explicada por el modelo sugiere que los determinantes cognitivos y sociales propuestos por la teoría del comportamiento planeado conservan capacidad explicativa en contextos de crisis sistémica. La estructura básica del modelo de Ajzen (1991) se mantiene operativa, aunque modulada por la experiencia previa de cierre empresarial.

Discusión e implicaciones

Los hallazgos permiten aportar evidencia empírica a la literatura sobre intención emprendedora en escenarios adversos. En primer lugar, la relevancia de las normas sociales indica que la legitimación cultural del emprendimiento y la reinterpretación del fracaso como parte del proceso empresarial constituyen factores clave para la reactivación productiva. Cuando el cierre es atribuido a un *shock* sistémico y no exclusivamente a incompetencia individual, el estigma asociado disminuye, lo que facilita la persistencia emprendedora. Esta interpretación es consistente con los planteamientos de Tubadji et al. (2016), quienes destacan la influencia del contexto cultural en la resiliencia económica.

En segundo lugar, el efecto significativo de las actitudes motivacionales sugiere que el emprendimiento continúa siendo percibido como un mecanismo de autorrealización y movilidad, incluso tras un episodio adverso. Este resultado dialoga con la literatura que vincula emprendimiento

y resiliencia económica (Maritz et al., 2020), y respalda la idea de que la motivación intrínseca puede persistir aun cuando las condiciones estructurales se deterioran.

Finalmente, la incidencia negativa de los factores desmotivadores confirma que la intención de reemprender no depende únicamente de disposiciones internas, sino también de la percepción de estabilidad económica e institucional. En entornos donde la incertidumbre macroeconómica persiste, la percepción de riesgo puede debilitar el vínculo entre actitud favorable e intención efectiva, tal como sugieren Liñán y Jaén (2020).

Desde el punto de vista teórico, los resultados amplían la aplicación empírica de la teoría del comportamiento planeado hacia un contexto poco explorado: empresarios que han experimentado recientemente un cierre en medio de una crisis sistémica. Desde el punto de vista práctico, los hallazgos sugieren que las políticas de reactivación empresarial no deben centrarse exclusivamente en instrumentos financieros, sino también en mecanismos de legitimación social, acompañamiento psicológico y fortalecimiento de la confianza emprendedora.

5. CONCLUSIONES

Este estudio analizó los determinantes de la intención de volver a emprender en empresarios que experimentaron el cierre de su empresa durante la crisis del COVID-19, tomando como marco de referencia la teoría del comportamiento planeado. Los resultados muestran que los componentes cognitivos y sociales propuestos por Ajzen (1991) mantienen capacidad explicativa en contextos de crisis sistémica, aunque modulados por la experiencia reciente de cierre.

En particular, la percepción de normas sociales favorables y la presencia de actitudes motivacionales positivas emergen como factores centrales en la reactivación de trayectorias empresariales. Cuando el entorno social legitima el emprendimiento y el cierre no es interpretado exclusivamente como fracaso individual, la disposición a reemprender aumenta. De manera complementaria, la valoración del emprendimiento como reto per-

sonal y vía de autorrealización conserva relevancia incluso después de una experiencia adversa.

Al mismo tiempo, la presencia de factores desmotivadores asociados a la pérdida de confianza y a la incertidumbre económica reduce la intención de reemprender, lo que evidencia que el impacto de la crisis no se limita a dimensiones objetivas del mercado, sino que también afecta percepciones subjetivas sobre el riesgo y la capacidad de recuperación.

Desde el punto de vista teórico, este estudio amplía la aplicación empírica de la teoría del comportamiento planeado hacia un escenario poco explorado en la literatura: empresarios que han experimentado el cierre de su empresa en medio de un shock sistémico. La evidencia sugiere que la estructura básica del modelo se mantiene operativa, pero que la experiencia previa introduce matices relevantes en la formación de la intención. Este aporte contribuye al diálogo entre la literatura sobre intención emprendedora y los estudios sobre resiliencia y reemprendimiento en contextos adversos.

En términos prácticos, los hallazgos sugieren que las estrategias de reactivación empresarial no deben limitarse al acceso a financiamiento o incentivos fiscales. Resulta igualmente importante fortalecer entornos de apoyo social, programas de acompañamiento y mecanismos que contribuyan a reconstruir la confianza emprendedora. En economías regionales con alta dependencia del emprendimiento como mecanismo de generación de ingresos, la dimensión cultural y relacional puede desempeñar un papel determinante en la recuperación productiva.

Este estudio presenta algunas limitaciones. El diseño transversal impide establecer relaciones causales estrictas y no permite observar la evolución de la intención en el tiempo. Asimismo, la muestra se concentra en una región específica, lo que puede limitar la generalización de los resultados a otros contextos institucionales y económicos. Investigaciones futuras podrían emplear diseños longitudinales, ampliar el análisis a otras regiones o incorporar variables relacionadas con digitalización, innovación o acceso efectivo a financiamiento, con el fin de profundizar en los mecanismos que facilitan el reemprendimiento tras episodios de crisis.

REFERENCIAS

Acs, Z. J., Desai, S., & Hessels, J. (2008). Entrepreneurship, economic development and institutions. *Small Business Economics*, *31*(3), 219-234.

Aftab, R., Naveed, M. y Hanif, S. (2021). Un análisis de las implicaciones de Covid-19 para las PYME en Pakistán. *Revista de estudios económicos y de comercio exterior chinos*, *14*(1), 74-88. https://doi.org/10.1108/JCEFTS-08-2020-0054

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, *50*(2), 179-211. https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T

Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behaviour*. Prentice-Hall.

Ajzen, I., & Fishbein, M. (2005). The influence of attitudes on behaviour. In D. Albarracín, B. T. Johnson, & M. P. Zanna (Eds.), *The handbook of attitudes* (pp. 173-222). Erlbaum.

Al Mamun, A., Nasir, N., & Sabah, M. N. (2022). Entrepreneurial resilience and adaptation during COVID-19: A study of SMEs in emerging economies. *Journal of Business Venturing Insights*, *17*, e00321.

Aristizábal, J. M., Tarapuez, E., & Astudillo, C. A. (2025). Predicting entrepreneurial intention in Colombian academics: A machine learning approach. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, *17*(2), 260-288. https://doi.org/10.1108/JEEE-04-2023-0141

Aristizábal, J. M., Tarapuez, E., & Guzmán, B. (2021). Application of a fuzzy system to the analysis of entrepreneurial intention in Colombia. *Journal of Urban & Regional Analysis*, *13*(1). https://doi.org/10.37043/JURA.2021.13.1.4

Audretsch, D. B., & Thurik, A. R. (2001). What's new about the new economy? Sources of growth in the managed and entrepreneurial economies. *Industrial and Corporate Change*, *10*(1), 267-315. https://doi.org/10.1093/icc/10.1.267

Autio, E., Keeley, R. H., Klofsten, M., Parker, G. G. C., & Hay, M. (2001). Entrepreneurial intent among students in Scandinavia and in the USA. *Enterprise and Innovation Management Studies*, *2*(2), 145-160. https://doi.org/10.1080/14632440110094632

Bartlett, R., & Morse, A. (2020). *Small business survival capabilities and policy effectiveness: Evidence from Oakland (Working Paper N.º 27629)*. National Bureau of Economic Research. http://www.nber.org/papers/w27629

Begley, T. M., Tan, W. L., Larasati, A. B., Rab, A., & Zamora, E. (1997). The relationship between socio-cultural dimensions and interest in starting a

business: A multi-country study. In *Frontiers of Entrepreneurship Research* (Vol. 17, pp. 143-159). Babson College. http://fusionmx.babson.edu/entrep/fer/papers97/begley/beg.htm

Bhandari, N. (2012). Relationship between students' gender, their own employment, their parents' employment, and the students' intention for entrepreneurship. *Journal of Entrepreneurship Education*, *15*, 133-144.

Birdthistle, N. (2008). An examination of tertiary students' desire to found an enterprise. *Education + Training*, *50*(7), 552-567. https://doi.org/10.1108/00400910810909027

Boissin, J., Branchet, B., Emin, S., & Herbert, J. (2009). Students and entrepreneurship: A comparative study of France and the United States. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, *22*(2), 101-122.

Bollen, K. A. (1989). A new incremental fit index for general structural equation models. *Sociological Methods & Research*, *17*, 303-316.

Bressan, A., Duarte Alonso, A., & Kok, S. K. (2021). Confronting the unprecedented: Micro and small businesses in the age of COVID-19. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, *27*(3), 799-820. https://doi.org/10.1108/IJEBR-09-2020-0602

Cantarero, S., González-Loureiro, M., & Puig, F. (2017). Efectos de la crisis económica sobre el emprendimiento en empresas de economía social en España: Un análisis espacial. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, *125*, 24-47. https://doi.org/10.5209/REVE.56133

Chatzinikolaou, D., & Vlados, C. (2020, June 27). *Entrepreneurship and crisis mutation in Greece: A neo-Schumpeterian approach* [Conference paper]. International Conference on Business & Economics of the Hellenic Open University (ICBE-HOU), Athens, Greece. https://ssrn.com/abstract=3636756

Christoph, A., & Caggese, A. (2021). Cyclical fluctuations, financial shocks, and the entry of fast-growing entrepreneurial startups. *The Review of Financial Studies*, *34*(5), 2508-2548. https://doi.org/10.1093/rfs/hhaa112

Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL]. (2021). *Balance preliminar de las economías de América Latina y el Caribe, 2020 (LC/PUB.2020/17-P/Rev.1)*. https://www.cepal.org/es/publicaciones/46501-balance-preliminar-economias-america-latina-caribe-2020

Costa, R., Martins, L., & Ribeiro, T. (2023). Bureaucracy and financial constraints in entrepreneurial resilience. *Business Research Quarterly*, *26*(2), 102-120.

Cueto, B., Suarez, P., & Mayor, M. (2020). Effects of human capital and regional context on entrepreneurial survival. *The Annals of Regional Science*, *66*, 331-357. https://doi.org/10.1007/s00168-020-01023-0

Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío. (2021). *Informe económico vigencia 2020*. https://camaraarmenia.org.co/wp-content/uploads/2021/04/Informe-Econ%C3%B3mico-2020.pdf

Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE]. (2020). *Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH) 2020* [Conjunto de datos]. https://microdatos.dane.gov.co/index.php/catalog/780

Devece, C., Peris-Ortiz, M., & Rueda-Armengot, C. (2016). Entrepreneurship during economic crisis: Success factors and paths to failure. *Journal of Business Research*, *69*(11), 5366-5370. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.04.139

Fairlie, R. W. (2013). Entrepreneurship, economic conditions, and the great recession. *Journal of Economics & Management Strategy*, *22*(2), 207-231. https://doi.org/10.1111/jems.12017

Fairlie, R. W. (2020). *The impact of COVID-19 on small business owners: The first three months after social-distancing restrictions (CESifo Working Paper N.º 8581)*. CESifo. https://www.ifo.de/DocDL/cesifo1_wp8581.pdf

Fayolle, A., Gailly, B., & Lassas-Clerc, N. (2006). Effect and counter effect of entrepreneurship education and social context on students' intentions. *Estudios de Economía Aplicada*, *24*(2), 509-523.

Fu, Y., Chen, X., & Liu, Y. (2022). Perceived risk and entrepreneurial re-intention: The moderating role of entrepreneurial experience. I*nternational Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, *28*(4), 1035-1052.

Gasse, Y. y Tremblay, M. (2011). Las intenciones de crear empresa: Un estudio multicultural entre estudiantes universitarios de cuatro países. Las intenciones de crear empresa: Un estudio multicultural entre estudiantes universitarios de cuatro países. En R. Varela V. (Ed.), *Educación empresarial (Desarrollo, Innovación y Cultura Empresarial* (Vol. 2, pp. 121-142). Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial (CDEE), Universidad Icesi. https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/5290/5/varela_educacion_empresarial_2011.pdf

Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (1995). *Análisis multivariante* (5ª ed.). Prentice-Hall.

Hofstede, G. (1980). Motivation, leadership, and organization: Do American theories apply abroad? *Organizational Dynamics*, *9*(1), 42-63. https://doi.org/10.1016/0090-2616(80)90013-3

Hofstede, G. (1991). *Cultures and organizations: Software of the mind*. McGraw-Hill.

Hofstede, G. (2001). *Culture's consequences: Comparing values, behaviors, institutions, and organizations across nations* (2ª ed.). Sage Publications.

Kantis, H., Federico, J., & Trajtenberg, L. A. (2014). Middle-class entrepreneurs and their firms: A regional view and international comparison. In E. Lora & F. Castellani (Eds.), *Entrepreneurship in Latin America: A step up the social ladder?* (pp. 53-80). Inter-American Development Bank; World Bank. https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/16944

Klein, V. B., & Todesco, J. L. (2021). COVID-19 crisis and SMEs responses: The role of digital transformation. *Knowledge and Process Management*, *28*(2), 117-133. https://doi.org/10.1002/kpm.1660

Krueger, N., Reilly, M., & Carsrud, A. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, *15*(5), 411-432. https://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00033-0

Landis, D., Triandis, H., & Adamopoulos, J. (1978). Habit and behavioral intentions as predictors of social behavior. *The Journal of Social Psychology*, *106*(2), 227-237. https://doi.org/10.1080/00224545.1978.9924174

Lederman, D., Messina, J., Pienknagura, S., & Rigolini, J. (2014). *Latin American entrepreneurs: Many firms but little innovation*. World Bank. https://doi.org/10.1596/978-1-4648-0014-6

Liñán, F., & Jaén, I. (2020). The Covid-19 pandemic and entrepreneurship: Some reflections. The Covid-19 pandemic and entrepreneurship: Some reflections. *International Journal of Emerging Markets*. https://doi.org/10.1108/IJOEM-05-2020-0491

Maritz, A., Perenyi, A., de Waal, G., & Buck, C. (2020). Entrepreneurship as the unsung hero during the current COVID-19 economic crisis: Australian perspectives. *Sustainability*, *12*(11), 4612. https://doi.org/10.3390/su12114612

Mavrou, I. (2015). Análisis factorial exploratorio: Cuestiones conceptuales y metodológicas. *Revista Nebrija de Lingüística Aplicada a la Enseñanza de las Lenguas*, *19*, 71-80. https://doi.org/10.26378/rnlael019283

Nguyen, T., & Le, M. (2024). Financial access and re-entrepreneurial intention in post-pandemic economies. *Finance & Economics Review*, *12*(1), 45-65.

Nicolás Martínez, C., & Rubio Bañón, A. (2020). Entrepreneurship in times of crisis: An exploratory analysis of the COVID-19's effects. *Small Business International Review*, *4*(2), 53-66. https://doi.org/10.26784/sbir.v4i2.279

Organización Internacional del Trabajo [OIT]. (2020). *Impacto de la COVID-19 en las mipymes colombianas*. https://www.ilo.org/sites/default/files/wcmsp5/groups/public/%40americas/%40ro-lima/documents/publication/wcms_774974.pdf

Osorio, F. F. y Londoño Roldán, J. C. (2015). Intención emprendedora de estudiantes de educación media: extendiendo la teoría de comportamiento

planificado mediante el efecto exposición. *Cuadernos de Administración*, *28*(51), 103-131. https://doi.org/10.11144/Javeriana.cao28-51.ieee

Peris-Ortiz, M., Fuster-Estruch, V., & Devece-Carañana, C. (2014). Entrepreneurship and innovation in a context of crisis. In K. Rüdiger, M. Peris-Ortiz, & A. Blanco-González (Eds.), *Entrepreneurship, innovation and economic crisis* (pp. 1-10). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-02384-7_1

Rapoport, M., & Brenta, N. (2010). La crisis económica mundial: ¿El desenlace de cuarenta años de inestabilidad? Problemas del Desarrollo. *Revista Latinoamericana de Economía*, *41*(163), 7-30. https://doi.org/10.22201/iiec.20078951e.2010.163.25758

Ratten, V. (2021). COVID-19 and entrepreneurship: Future research directions. *Strategic Change*, *30*(2), 91-98. https://doi.org/10.1002/jsc.2392

Romero, J., Mesa, M., Minoli, C., & Aristizábal, J. (2025). Resilience after COVID-19: A global review of recovery strategies and their impact on demographic and economic sectors. *Problemy Ekorozwoju*, *20*(1), 74-95. https://doi.org/10.35784/preko.6754

Ruiz, R., Gutiérrez, D., & García, F. (2020). Social entrepreneurial intention and the impact of COVID-19 pandemic: A structural model. *Sustainability*, *12*(17), 6970. https://doi.org/10.3390/su12176970

Santos, S. C., Caetano, A., Spagnoli, P., Costa, S. F., & Neumeyer, X. (2017). Predictors of entrepreneurial activity before and during the European economic crisis. *International Entrepreneurship and Management Journal*, *13*(4), 1263-1288. https://doi.org/10.1007/s11365-017-0453-8

Scheidgen, K., Aslan, A., Günzel-Jensen, F., Krlev, G., & Wolf, M. (2021). Crises and entrepreneurial opportunities: Digital social innovation in response to physical distancing. *Journal of Business Venturing Insights*, *15*, e00222. https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2020.e00222

Scott, M. G., & Twomey, D. F. (1988). Long-term supply of entrepreneurs: Student career aspirations in relation to entrepreneurship. *Journal of Small Business Management*, *26*(4), 5-13.

Shi, Y., Yuan, T., Bell, R., & Wang, J. (2020). Investigating the relationship between creativity and entrepreneurial intention: The moderating role of creativity in the theory of planned behavior. *Frontiers in Psychology*, *11*. Article 1209. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.01209

Shirokova, G., Ivvonen, L., & Gafforova, E. (2019). Strategic entrepreneurship in Russia during economic crisis. *Foresight and STI Governance*, *13*(3), 62-76. https://doi.org/10.17323/2500-2597.2019.3.62.76

Solimano, A. (2014). Entrepreneurship, the middle class, and social mobility: An overview of literature. In E. Lora & F. Castellani (Eds.), *Entrepreneurship*

in Latin America: A step up the social ladder? (pp. 17-49). Inter-American Development Bank; World Bank. https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/16944

Tarapuez, E. (2008). *La creación de empresas en los estudiantes de Contaduría Pública de la Universidad del Quindío* [Ponencia]. IX Congreso de Contaduría Pública y III Congreso Internacional de Estudiantes de Contaduría Pública, Medellín, Colombia.

Tarapuez-Chamorro, E. I., Aristizábal-Tamayo, J. M., & Uribe-Urán, A. P. (2021). Intención empresarial y dimensiones culturales en estudiantes de Maestría en Administración en Colombia. *Tendencias*, *22*(1), 120-144. https://doi.org/10.22267/rtend.202102.157

Tarapuez-Chamorro, E., Aristizábal-Tamayo, J. M., & Monard-Blandón, C. (2018). Aspectos sociodemográficos y familiares e intención empresarial en estudiantes de Maestría en Administración en Colombia. *Estudios Gerenciales*, *34*(149), 422-434. https://doi.org/10.18046/j.estger.2018.149.2757

Thompson, E. R. (2009). Individual entrepreneurial intent: Construct clarification and development of an internationally reliable metric. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, *33*(3), 669-694. https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00321.x

Triandis, H. (1977). *Interpersonal behavior*. Brooks/Cole.

Tubadji, A., Nijkamp, P., & Angelis, V. (2016). Cultural hysteresis, entrepreneurship and economic crisis. *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, 9(1), 103-136. https://doi.org/10.1093/cjres/rsv035

Turker, D., & Sonmez Selcuk, S. (2009). Which factors affect entrepreneurial intention of university students? Journal of European Industrial Training, 33(2), 142-159. Which factors affect entrepreneurial intention of university students? *Journal of European Industrial Training*, *33*(2), 142-159. https://doi.org/10.1108/03090590910939049

Urbano, D. (2006). *La creación de empresas en Catalunya: Organismos de apoyo y actitudes hacia la actividad emprendedora*. Generalitat de Catalunya.

Varela V., R., Moreno, J. A., Bedoya, M., Gómez, L., Restrepo, J. G., Negrette, I., & Fierro, A. M. (2014). *Dinámica empresarial colombiana: Reporte GEM Colombia 2013*. Global Entrepreneurship Monitor Colombia; Universidad del Norte, Universidad Icesi, Universidad de los Andes, Pontificia Universidad Javeriana Cali. https://gemcolombia.org/wp-content/uploads/din%C3%A1mica-empresarial-colombiana.pdf

Vodenko, K. V., Gribanov, G. A., Chernov, K. A., & Mukhina, K. S. (2019). Russian entrepreneurship in the context of socio-economic crisis: The risks of

deprofessionalization. *The Journal of Social Sciences Research*, *5*(10), 1495-1500. https://doi.org/10.32861/jssr.510.1495.1500

Warwick, M., & Roshen, F. (2021). The global macroeconomic impacts of COVID-19: Seven scenarios. *Asian Economic Papers*, *20*(2), 1-30. https://doi.org/10.1162/asep_a_00796

World Bank. (2021). *Global economic prospects* (June 2021). https://doi.org/10.1596/978-1-4648-1665-9

Yindok, T. (2021). Entrepreneurship during an economic crisis: Evidence from rural Thailand. *Economic Development and Cultural Change*, *69*(3), 1071-1113. https://doi.org/10.1086/704380