



Año 25 No. 89

Enero - Marzo 2020

# Revista Venezolana de Gerencia



UNIVERSIDAD DEL ZULIA (LUZ)  
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales  
Centro de Estudios de la Empresa

ISSN 1315-9984

Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons  
Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 3.0 Unported.  
[http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/deed.es\\_ES](http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/deed.es_ES)

# Factores clave para el desarrollo emprendedor de estudiantes universitarios

Diez Farhat, Said<sup>1</sup>

## Resumen

El emprendimiento se ha transformado en una expresión que se ha diseminado de manera acelerada alrededor del mundo. Según los académicos, los emprendedores, administradores de políticas públicas y la población generalmente aseguran que el emprendimiento está expuesto a estar relacionado con el desarrollo económico y el bienestar social de los países del mundo. Para este estudio el objetivo fue determinar los factores clave para el emprendimiento de estudiantes universitario. La metodología a utilizar en esta investigación es el método deductivo a partir de la comparación de investigaciones previas con los resultados de varios estudios. Para el efecto, se realizó una revisión de literatura de los conceptos, hallazgos y aportes de diversos autores que fueron compilados de manera organizada y luego descritos en el documento. Bajo el planteamiento del comportamiento planificado de Ajzen, se concluye que la proactividad, la autoeficacia y la propensión al riesgo son claves para un desarrollo emprendedor y coadyuvan al desenvolvimiento del estudiante en su camino al éxito.

**Palabras clave:** Emprendimiento; proactividad; autoeficacia; propensión al riesgo.

---

Recibido: 18-09-19 Aceptado: 13-12-19

<sup>1</sup> Doctor en Administración de Estratégica de Empresas. Profesor en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Email: said.diez@cu.ucsg.edu.ec. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-8081-632x>

## ***Key factors for entrepreneurial development of university students***

### **Abstract**

Entrepreneurship has become an expression that has spread rapidly throughout the world. According to academics, entrepreneurs, public policy administrators and the population generally ensure that entrepreneurship is exposed to being related to economic development and social welfare. For this study, the objective was to find the factors that make a university student undertake. The methodology used in this research is the deductive method based on the comparison of previous research with the results of several studies. For this purpose, a review of the literature of the concepts, findings and contributions of various authors that were compiled in an organized manner and then specific in the document was made. Under the approach of the planned behavior of Ajzen, it is concluded that proactivity, self-efficacy and risk propensity are key to an entrepreneurial development and contribute to the development of the student on his way to success.

Keywords: Entrepreneurship; proactivity; self-efficacy; risk propensity.

### **1. Introducción**

La imagen del emprendedor radica en la literatura desde el siglo XII y a partir de esa época ha jugado un papel predominante en muchos de los logros de la humanidad. En las sociedades ancestrales el emprendedor solía vincularse con la imagen de un aventurero dispuesto para arriesgar su vida y fortuna (Nerlich, 1987). Inclusive la figura del “Gran Hombre” en la sociedad melanesia, como es detallada por Stewart (1990) es una clara ejemplificación de que la personificación de un emprendedor puede identificarse desde tiempos antiguos en algunas culturas. Sin embargo, de acuerdo a Kuratko (2008), la conceptualización del emprendedor como “un agente de cambio” ha sido un elemento central en el progreso de la humanidad al iniciar e

implementar el progreso material.

La sociología, la psicología y la antropología desplegaron contribuciones que se encargaron del estudio de este fenómeno desde el ámbito de las claves que generan un desarrollo emprendedor (Carsrud et al, 2011; Omoredede et al, 2015).

Cuando se examina el comportamiento humano, la Teoría del Comportamiento Planificado (TPB) ha mostrado un gran potencial para explicar la intención de emprender (Ajzen, 1991), la teoría se basa en la teoría de la acción razonada (Ajzen et al, 1980), en donde la intención junto con otros recursos puede predecir el comportamiento real de los individuos.

En el estudio Global Entrepreneurship Monitor, Corduras et al, (2002:4) enunciaron que “la trascendencia del tema de la actividad

empresaria se justifica principalmente por la incidencia positiva que tiene la misma tanto en la generación de nuevos puestos de trabajo como en el crecimiento económico” De forma muy acertada Freire (2005:1) indicó: Hoy las economías con tasas de crecimiento más altas del mundo tienen su “gran motor” en la actividad de los emprendedores, cuyas empresas generan la mayor cantidad de nuevos empleos: en los últimos diez años, el 90% de los nuevos puestos de trabajo en los Estados Unidos y el 80% en China, provienen de nuevos proyectos emprendedores. Cuando medimos las transformaciones económicas y técnicas, las cifras son aún más contundentes: en ambos casos, más del 90% de las innovaciones provienen de pequeñas compañías emprendedoras que dinamizan sus mercados. Por todo esto, hoy, más que nunca, los países emergentes necesitan el proceso emprendedor para desarrollarse. Pero contradictoriamente, son los países en desarrollo los que presentan mayores obstáculos para concretar de manera exitosa nuevos proyectos.

En este sentido, en el emprendimiento, relacionado al proceso de globalización, Drucker (1985:67) aseveró: La innovación es la herramienta específica de los empresarios innovadores, el medio con el cual explotar el cambio como una oportunidad para un negocio diferente. Se le presenta como una disciplina que puede aprenderse y practicarse. Los empresarios innovadores deben investigar conscientemente las fuentes de innovación, los cambios y los síntomas de oportunidades para hacer innovaciones exitosas, y deben conocer y aplicar los principios de la innovación exitosa.

Al respecto, Sánchez et al, (2005:38) afirmaron que: “Profesores, consultores, orientadores y emprendedores deberían beneficiarse más del conocimiento de cómo se forman las intenciones, y las motivaciones para comenzar un negocio”. En la actualidad no existe un consenso sobre las claves más idóneas en el desarrollo emprendedor (Carland et al, 1988; Frese et al, 2014; Nerlich, 1987; Soria-Barreto et al, 2016; Zhang et al, 2015), debido a que a pesar del tiempo existe el paradigma, de si los emprendedores nacen, lo que ha generado discusiones en varios estudios sobre la creación de los emprendimientos (Hussain et al, 2015; Verheul et al, 2015; Zhang et al, 2009), aseverando los autores que los emprendimientos pueden generarse basándose en las enseñanzas de las instituciones educativas (Ambad et al, 2016; Arasteh et al, 2012; Dickson et al, 2008; Küttim et al, 2014).

Por último, la escasez de estudios que incluyen la relación de la intención de comportamiento es un tanto sorprendente, y la existencia de una brecha considerable sería identificar otras claves que expliquen la varianza en el desarrollo emprendedor, lo cual apuntaría a la importancia del estudio de los factores adicionales para predecir y explicar el comportamiento empresarial en los estudiantes universitarios (Kautonen et al, 2015; Lortie et al, 2015; Sánchez, 2011; Schlaegel et al, 2014; Stewart, 1990).

Por esta razón, el objetivo de este estudio es determinar los factores que hace que un estudiante universitario emprenda. La metodología se apoya en el método deductivo, a partir de la comparación de investigaciones previas con los resultados de varios estudios. Para el efecto, se realizó una revisión de

literatura de los conceptos, hallazgos y aportes de diversos autores que fueron compilados de manera organizada.

## 2. Factores de emprendimiento: Análisis teórico

Los factores interactúan entre sí para conformar la intención a realizar una acción, la TPB señala que los individuos procesan información disponible conceptualizada por variables de fondo. Sin embargo, existen algunos modelos sobre desarrollo emprendedor que consideran como base a la TPB de Ajzen (1991).

En esta línea, se han desarrollado modelos de intenciones en el ámbito emprendedor (Al Mamun et al, 2016; Ambad et al, 2016; Fayolle et al, 2014; Ferreira et al, 2012; Hussain et al, 2015; Kakouris, 2016; Küttim et al, 2014; Liñán et al, 2015; Mustafa et al, 2016; Sánchez, 2011; Sánchez et al, 2005; Schlaegel et al, 2014; Zhang et al, 2015). Dichos modelos revelan que la decisión de empezar una acción emprendedora involucra la *autoeficacia*, *proactividad* y *propensión al riesgo* de los individuos frente a sus acontecimientos diarios.

En lo que respecta a la **autoeficacia**, los factores personales y el comportamiento enfocado se enfocan a una intervención de experiencia cognitiva de referencia. Se lo traduce como un estado psicológico, en el cual una persona analiza sus habilidades y capacidades para llevar a cabo una tarea, actividad o conducta. Los psicólogos la determinan dentro de los factores personales como el juicio que tienen los seres humanos sobre sus capacidades al alcanzar niveles de rendimientos (Velásquez, 2012).

En este aspecto, el comportamiento controlado mide el nivel de confianza que perciben los individuos en sus habilidades y talentos necesarios para iniciar un negocio; en el campo del emprendimiento, la habilidad y el talento también se denominan autoeficacia (Bandura, 1977, 1986, 1997; Liñán & Chen, 2009; Van Gelderen et al, 2008); indicando Bandura (1987:420), que: La idea de que el hombre puede influir sobre su conducta por medio del pensamiento autorreferente no es aceptada por aquellos que siguen un enfoque conductista. Estos últimos despojan a las autopercepciones de eficacia de todo poder determinante, como si éstas únicamente actuaran como predictores pasivos de la conducta futura que desarrollara el organismo que los hospeda. Si suscribe esta postura teórica conductista surge la cuestión de cómo un organismo que puede predecir su conducta futura no tiene capacidad para influir en ella. Los estímulos e imperativos externos vividos aumentan los conocimientos futuros del individuo. En contra de estas opiniones, las investigaciones realizadas demuestran que el individuo que se considera a sí mismo altamente eficaz actúa, piensa y siente de forma distinta de que aquel que se percibe ineficaz. Los primeros construyen su propio futuro, no se limitan a predecirlo.

Del mismo modo, la fuerza del apoyo social percibido y la creencia en la autoeficacia también se asocia positivamente con la intención del espíritu empresarial. Sin embargo, también existe desacuerdo sobre los impactos de los tres determinantes (Bandura, 1986; Krueger et al, 1994; Waung, 1995). Por ejemplo, estudios han encontrado que la actitud empresarial no predice significativamente la intención

empresarial y otros estudios solo encontraron apoyo para el impacto de la actitud y el comportamiento controlado en la intención empresarial. La inconsistencia en los resultados empíricos indica la necesidad de modelar todos los determinantes de la teoría del comportamiento planificado en diferentes contextos.

Otro factor esencial, identificado por los autores, es la *proactividad*, la cual se se la traduce como la cualidad que un individuo tiene orientado al desarrollo, este comportamiento implica actuar ante una situación futura en lugar de dejarla para otro momento y entrar en el juego de la procrastinación, es decir tomar control y tomar acción para generar un resultado deseado. A niveles prácticos ¿Cómo se puede diferenciar una persona reactiva de una proactiva?, es muy simple una persona reactiva malgastará su tiempo en lamentarse por las condiciones de su vida y preguntarse por qué estas situaciones son de esa manera, pero no toma acción para generar cambio, mientras que una persona proactiva analizará la situación, estudiará los ejes de las condiciones de su vida y que puede hacer para superar los obstáculos que le impiden tener la vida deseada (Covey, 2009).

La proactividad, implica crear un cambio, no simplemente anticiparlo; no se trata sólo de importantes atributos de flexibilidad y adaptabilidad hacia un futuro (Sexton et al, 1983; Soria-Barreto et al, 2016), ser un individuo proactivo es tener el ánimo de la mejora continua en los negocios. En el otro extremo, el comportamiento no proactivo incluye sentarse, dejar que otros hagan que las cosas sucedan y esperar pasivamente que el cambio impuesto externamente funciona bien (Bateman et al, 1999). Los individuos proactivos buscan

oportunidades y actúan sobre ellas, manifiestan iniciativa, toman acción directa y perseverar hasta que hayan hecho un cambio específico (Sánchez, 2011). Por el contrario, las personas no proactivas no identifican y actúan sobre las oportunidades de cambiar las cosas (Covin et al, 1989; Mortan et al, 2014). Este término enfatiza la anticipación y prevención de las dificultades y la orientación hacia la resolución de los problemas para lograr el cambio deseado (Sánchez, 2011; Sánchez et al, 2005).

Por otro lado, Sánchez et al, (2005: 44) indicaron que “La proactividad implica un énfasis en anticipar y prevenir problemas antes de que ocurran y una orientación a la acción que incluye una interpretación creativa de las normas y un alto nivel de persistencia y paciencia para operar el cambio”.

La significativa contribución de estos factores al mundo empresarial, proporcionan evidencia de la importancia de la personalidad proactiva en los estudiantes universitarios (Dai et al, 2014), en diferentes países y culturas, que aspiran a convertirse en emprendedores y que pueden beneficiarse de lo que educadores y mentores pueden hacer para desarrollar sus habilidades y aumentar su pueden hacerlo con éxito (Prabhu et al, 2012). De hecho, recientes hallazgos mostraron que los estudiantes con percepciones positivas de su entorno universitario pueden elevar su intención emprendedora en un futuro cercano. Un entorno universitario de apoyo para el espíritu empresarial puede hacer que los estudiantes con los conocimientos, habilidades o técnicas necesarias logren capitalizar sus sueños empresariales de varias maneras (Larson et al, 1986).

Finalmente, un tercer factor identificado, es la *propensión al riesgo*

conocida también con otros nombres, como percepción del riesgo, tolerancia al riesgo o miedo al fracaso, es un rasgo de la personalidad de un individuo que es enfocada hacia los retos que afronta una persona o en su proceso de toma de decisiones. Distintas teorías mencionan que la mente juega un papel fundamental en el proceso de decidir, y tomar de decisiones; siempre estará influida por: a) habilidades, b) capacidades, c) experiencias, d) características, e) necesidades y f) percepciones de cada persona; de todos estos factores dependerá al momento de tomar riesgos. Adicionalmente, existe un interés académico que busca la evidencia de cómo se crea una mejor relación sobre la contribución al crecimiento económico, a mejorar el tejido socio-productivo, y a la dinamización del proceso de innovación en una sociedad (Contento, 2015).

Un entendimiento común de la toma de riesgos de los empresarios es que a los empresarios les encanta tomar riesgos más que el resto de individuos. Sin embargo, esta suposición parece ser insuficiente en la actualidad.

Los estudios que examinaron la preferencia de riesgo empresarial han demostrado que un empresario puede tomar riesgos y tener aversión al riesgo. La propensión al riesgo describe la tendencia de los individuos que toman acciones riesgosas. Es una voluntad de tomar riesgos de una manera consistente, reflejando cómo los individuos evalúan el riesgo en general. Una baja propensión al riesgo indica una baja disposición a asumir riesgos, y una alta propensión al riesgo indica una alta disposición a asumir riesgos (Begley et al, 1987; Das et al, 1997; Sexton et al, 1983).

Según Espiritu-Olmos et al, (2015:1596) “una persona que arriesga

se puede definir como aquella que está orientada en aprovechar las oportunidades en contextos inciertos, lo cual está estrechamente relacionado con el concepto de emprendedor”. La toma de riesgos se define generalmente como una función de probabilidad o como un individuo tiene disposición hacia el riesgo, como disposición individual, es considerado como una característica de los individuos que establece la tendencia a la asunción de riesgos. Sin embargo, Luhmann (1998:242) expresó: Frente a la imposibilidad de decidir de manera perfectamente racional (óptima) y frente a la imposibilidad de prever lo que habrá sido una decisión, toda comunicación se convierte en un riesgo: el no haber atendido algo que más adelante resulta ser importante o el de haber decidido de una manera que más adelante resulta ser errónea o, de algún modo, reprochable. Pero la no comunicación tampoco nos protege de este riesgo, puesto que puede ser convertida, como omisión, en una decisión.

En algunos estudios se investigan la relación entre el riesgo y la intención de emprender. Mientras que los altos niveles de tomar riesgos pueden predecir la entrada de trabajo por cuenta propia, una asunción hacia el riesgo moderada en lugar de niveles muy altos o bajos parece pronosticar trabajo por propia supervivencia. Los resultados sugieren que diferentes magnitudes de toma de riesgo están asociadas con la disposición de empezar un negocio y tener éxito en esa actividad económica (Berkhout et al, 2016; Burmeister-Lamp et al, 2012; Dai et al, 2014; Nieß et al, 2014).

Para comprender las claves para el desarrollo emprendedor en los estudiantes universitarios, se realizó una compilación de las explicaciones,

hallazgos y aportes conceptuales de diversos autores. Los materiales utilizados fueron artículos científicos publicados en los mejores journals de administración de empresas y negocios, así como libros que tratan sobre la temática. A fin de obtener dichos artículos científicos se consultó la base de datos de revistas científicas que consten en SCOPUS mediante la búsqueda de las palabras claves que nos proporcionen la robustez conceptual. Luego de la revisión de literatura expuesta en la presente investigación, la discusión se basa en identificar las claves para un desarrollo emprendedor.

### **3. Evidencia de los factores de emprendimiento**

Los resultados son consistentes con otras investigaciones previas (Dai et al, 2014; Mustafa et al, 2016; Prabhu et al, 2012) que han sugerido la importancia de la propensión a actuar en el desarrollo de las carreras de los estudiantes universitarios, lo cual en el contexto de la teoría del Comportamiento Planificado de Ajzen (1991), argumentó que la decisión de iniciar una actividad emprendedora requiere de una creencia preexistente de que dicha actividad es deseable y factible, unida con alguna propensión personal a actuar sobre las oportunidades y algún tipo de factor precipitante. En este marco, la proactividad puede ser un importante elemento de la propensión a la acción como un importante precursor de las intenciones y el potencial emprendedor.

Con los diversos estudios se ha efectuado una significativa contribución al mundo empresarial, proporcionando evidencia de la importancia de la personalidad proactiva en los estudiantes universitarios (Dai et al, 2014), en

diferentes países y culturas, que aspiran a convertirse en emprendedores y que pueden beneficiarse de lo que educadores y mentores pueden hacer para desarrollar sus habilidades y aumentar su pueden hacerlo con éxito (Prabhu et al, 2012). De hecho, recientes hallazgos mostraron que los estudiantes con percepciones positivas de su entorno universitario pueden elevar su intención emprendedora en un futuro cercano.

Un entorno universitario de apoyo para el espíritu empresarial puede hacer que los estudiantes con los conocimientos, habilidades o técnicas necesarias logren capitalizar sus sueños empresariales de varias maneras (Larson et al, 1986). Esto se lo puede lograr a través de programas educativos, las universidades pueden equipar a los estudiantes con las conocimientos, habilidades y oportunidades de pasantías y redes necesarias para las ideas embrionarias de los estudiantes en conceptos de factibilidad empresarial (Saeed et al, 2015).

La proactividad, en las intenciones emprendedoras muestra como beneficios los siguientes: a) mayor porcentaje de paciencia para manejar los cambios, b) creatividad para la generación de ideas, c) identificación de oportunidades para ejecutarse, d) iniciativa para realizar cambios relevantes, e) desarrollo empresarial, f) predisposición para asumir el fracaso. En cambio los costos de esta variable psicológica podrían ser: a) motivación personal-laboral y, b) clima organizacional (Frese et al, 2014).

Otras investigaciones (Busenitz, 1999; Gu et al, 2017; Nieß et al, 2014), defienden, que los emprendedores categorizan las oportunidades de negocio como menos riesgosas que los no emprendedores; es decir, los no emprendedores son los menos

propensos a asumir riesgos que los emprendedores, pero este último está más dispuesto a la jerarquización de situaciones de riesgo como fuentes positivas de progreso (Berkhout et al, 2016; Hussain et al, 2015). Enfocándose en el tema de estudio, algunas investigaciones han determinado que la tolerancia y aptitudes positivas hacia el riesgo pronostican las intenciones emprendedoras (Al Mamun et al, 2016; Bae et al, 2014; Nieß et al, 2014). De la misma forma, la propensión al riesgo está directamente relacionada con las intenciones emprendedoras por medio de la influencia sobre algunos variables precedentes de éstas tal como la autoeficacia (Brooke et al, 2017; Bullough et al, 2014; Mortan et al, 2014; Zhao et al, 2005) y la actitud positiva hacia la conducta emprendedora (Arasteh et al, 2012; Fayolle et al, 2015; Lüthje et al, 2003).

La relación entre autoeficacia y emprendimiento está evidenciada por diferentes motivos. Primero, la gente evita carreras y sistemas que piensan que sobrepasan sus capacidades, y deciden emprender vocaciones para los que se consideran capaces (Krueger et al, 1994). Segundo, la decisión empresarial sufre algunos riesgos y dificultades, por lo que suena lógico que los emprendedores requieran altos niveles de autoeficacia. Tercero, basados en que la autoeficacia pronostica la elección de carrera, los ventajas ocupacionales, la constancia ante dificultades y la efectividad personal (Bandura, 1986; Krueger et al, 1994; Waung, 1995), sin lugar a dudas ha de estar relacionada con la actividad emprendedora. Por último, dado que el estímulo para actuar crece cuando los emprendedores piensan que sus acciones tendrán resultados alcanzables, la autoeficacia

se convierte en un factor predominante de los comportamientos emprendedores que han tenido éxito (Brooke et al, 2017; Bullough et al, 2014; Zhao et al, 2005).

Uno de los problemas que ha investigado la comunidad científica es el tratamiento indistinto que se le da a los términos “autoempleo” y “emprendimiento” que ha causado inclusive confusión (Bae et al, 2014; de Jong et al, 2015; Frese et al, 2014). Esta confusión radica en el hecho de que el autoempleo y el emprendimiento generan un concepto mental de “independencia laboral y financiera”, o sea dejar de trabajar bajo dependencia laboral y montar un “negocio propio” (Goethner et al, 2012; Mitchell, 2003; Omoredede et al, 2015). La distinción esencial no parte de la premisa que el emprendimiento sea una etapa más desarrollada del autoempleo, sino que la diferencia parte de que ambos tienen orígenes totalmente distintos a pesar que puedan presentar ciertas similitudes (Berkhout et al, 2016; Nieß et al, 2014; Pérez, 2014) Educación Superior: El reto de la empleabilidad (XIII Congreso Internacional de Teoría de la Educación.

## **4. Conclusiones**

Se identificaron y precisaron elementos centrales de los factores considerados clave para un desarrollo emprendedor en estudiantes universitarios; centrando la atención en tres fundamentalmente: proactividad, autoeficacia y propensión al riesgo, pudiendo concluir que en conjunto coadyuvan al desenvolvimiento del estudiante en su camino al éxito.

Con respecto a la autoeficacia, son esenciales las acciones para el cumplimiento de objetivos desafiantes relacionados al desarrollo de nuevos

productos, innovación, desarrollo de recursos humanos y al fomento de relaciones interpersonales.

El hecho de que los estudiantes crean en sus habilidades para la creación de un negocio, es fundamental. Por parte de las autoridades universitarias, resulta interesante conocer, que, para los estudiantes, la autoeficacia no implica autopercepción de habilidades para el trabajo en equipo, la adaptación ante los cambios de entorno y de resiliencia, es decir que se deben enfocar al desempeño de los planes empresariales.

La autoeficacia va muy ligada al desarrollo psicológico de una persona para alcanzar metas u objetivos y las habilidades que va obteniendo en el camino hacia su meta, la importancia del desarrollo individual y la conciencia que dicho sujeto genere sobre cómo le influye su medio y sus creencias determinará los resultados de sus deseos y desempeño dentro de organizaciones.

Con respecto a la proactividad, vista como la propensión individual hacia la resolución de problemas, defensa de ideas y tenacidad para cumplir con los objetivos, teóricamente es el factor que más contribuye a la intención de crear un negocio en un corto plazo, viéndose afectada de forma positiva y significativa por la autopercepción en cuanto a las habilidades necesarias para la creación de nuevos negocios; sin embargo, esta percepción de habilidades no es un gran predictor del desarrollo emprendedor, pero tiene una implicancia práctica porque permite conocer el cumplimiento de la misión de las universidades respecto a la formación de emprendedores.

Hábitos relacionados con la proactividad son vitales para poder alcanzar metas u objetivos, pero lo interesante de esta habilidad es que se la puede ir fomentando de manera

individual, o si el líder de una organización está capacitado para enseñarle a su gente a través del conocimiento y la capacitación constante, esta habilidad es fundamental no solo para lograr concretar las metas o trabajos en equipos, sino también porque propone una mejor calidad de vida; alcanzar un tipo de paz para afrontar mejor los problemas que se encuentran en la sociedad.

Por último, la propensión al riesgo es vital al momento de empezar el viaje del desarrollo emprendedor y estará lleno de obstáculos, en los cuales las habilidades y creencias ayudarán a afrontarlos de una mejor forma. Asumir el riesgo es salir de la zona de confort y esto como resultado generará cambios positivos para el desarrollo emprendedor de los estudiantes universitarios.

En el caso de los estudiantes universitarios, estos evidencian tener una actitud conservadora hacia la propensión al riesgo, por medio de la toma de decisiones seguras con riesgos calculados, no tienen la intención de emprender, es decir que se enfocan a conseguir un empleo bajo dependencia.

## Referencias bibliográficas

- Ajzen, Icek (1991), The theory of planned behavior, **Organizational Behavior and Human Decision Processes**, volumen 50, No. 2, pp. 179-211.
- Ajzen, Icek y Fishbein Nadelstein, Martin (1980), Understanding attitudes and predicting social behavior, **Englewood Cliffs**, New Jersey: Prentice-Hall.
- Al Mamun, Abdullah, Binti Che Nawi, Noorshella, Dewiendren, Anushah & Fazira Binti, Siti (2016), Examining the effects of entrepreneurial competencies on

- students' entrepreneurial intention, **Mediterranean Journal of Social Sciences**, pp. 119-127. <https://doi.org/10.5901/mjss.2016.v7n2p119>
- Azwa Ambad, Sylvia y Damit Haryani, Dayang (2016). Determinants of entrepreneurial intention among undergraduate students in Malaysia, **Procedia Economics and Finance**, volumen 37, pp. 108-114. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(16\)30100-9](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(16)30100-9)
- Arasteh, Hamidreza, Enayati, Taraneh, Zamani, Farshideh y Khademloo, Atefeh (2012), Entrepreneurial personality characteristics of university students: a case study, **Procedia - Social and Behavioral Sciences**, volumen 46, No. 1, pp. 5736-5740. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.06.507>
- Bae, Tae Jun, Qian, Shanshan, Miao, Chao y Fiet, James O. (2014), The relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial intentions: a meta-analytic review, **Entrepreneurship Theory and Practice**, volumen 38, No. 2, pp. 217-254. <https://doi.org/10.1111/etap.12095>
- Bandura, Albert (1971), Social Learning Theory, **New York: General Learning Press**.
- Bandura, Albert (1977), Self-efficacy: toward a unifying theory of behavioral change, **Psychological Review**, volumen 84, No. 2, pp.191-215.
- Bandura, Albert (1986), The Social Foundations of Thought and Action, **Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall**.
- Bandura, Albert (1987), Pensamiento y Acción, **Barcelona: Martínez Roca**.
- Bandura, Albert (1997), Self-efficacy: The Exercise of Control, **New York: W. H. Freeman & Co.**
- Bandura, Albert (2006). Guide for constructing self-efficacy scales. In F. Prajores and T. Urban (Eds.). **Self-efficacy beliefs of adolescents** (pp. 307–337). Charlotte, NC: IAP Press.
- Bateman, Thomas, y Crant, Michael (1999). Proactive behavior: meanings, impact, and recommendations. **Business Horizons**, volumen 42, No. 3, pp. 63-70.
- Begley, Thomas y Boyd, David (1987), Psychological characteristics associated with performance in entrepreneurial firms and smaller businesses, **Journal of Business Venturing**, volumen 2, No. 1, pp. 79-93.
- Berkhout, Peter, Hartog, Joop y Van Praag, Mirjam (2016), Entrepreneurship and financial incentives of return, risk, and skew. **Entrepreneurship Theory and Practice**, volumen 40, No. 2, pp. 249–268. <https://doi.org/10.1111/etap.12219>
- Brooke, J., Mohd y Abu, Beths. (2017), Modelling knowledge sharing behaviour using self-efficacy as a mediator, **European Journal of Training and Development**, volumen 41, No. 2, pp. 144-159. <https://doi.org/10.1108/EJTD-04-2016-0021>
- Bullough, Amanda, Renko, Maija y Myatt, Tamara (2014), Danger zone entrepreneurs: the importance of resilience and self-efficacy for entrepreneurial intentions, **Entrepreneurship Theory and Practice**, volumen 38, No. 3, pp. 473-499. <https://doi.org/10.1111/etap.12006>
- Busenitz, Lowell (1999) Entrepreneurial risk and strategic decision making: it's a matter of perspective, **Journal**

- of **Applied Behavioural Science**, volumen 35, No. 3, pp. 325-340.
- Carland, James, Hoy, Frank y Carland, Jo Ann (1988), Who is an entrepreneur? is a question worth asking. **American Journal of Small Business**, volumen 12, No. 4, pp. 33-39.
- Carsrud, Alan y Brännback, Malin (2011), Entrepreneurial motivations: what do we still need to know?, **Journal of Small Business Management**, volumen 49, No. 1, pp. 9-26. <http://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2010.00312.x>
- Contento Medina, Alejandro (2015), Propensión al Riesgo en la decisión de crear empresa, (**Tesis de Maestría en Ingeniería Industrial**), Universidad Nacional de Colombia, Bogotá.
- Corduras Martínez, Alicia, y Justo, Rachista (2002), **Global Entrepreneurship Monitor, Madrid: Instituto de Empresa.**
- Covin, Jeffrey y Slevin, Dennis P. (1989), Strategic management of small firms in hostile and benign environments. **Strategic Management Journal**, volumen 10, No. 1, pp. 75-87.
- Covey Richards, Stephen (2009), 7 Hábitos de la gente altamente efectiva. **Lecciones Magistrales sobre el cambio personal.** Buenos Aires: Paidós Ibérica.
- Dai, Li Dai, Maksimov, Vladislav, Gilbert, Brett y Fernhaber, Stephanie (2014), Entrepreneurial orientation and international scope: the differential roles of innovativeness, proactiveness, and risk-taking. **Journal of Business Venturing**, volumen 29, No. 4, pp. 511-524. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2013.07.004>
- Das T. K. y Teng, Bing Sheng (1997), Time and entrepreneurial risk behavior, **Entrepreneurship Theory and Practice**, volumen 22, No. 2, pp. 69-88.
- Dickson, Pat, Solomon, George y Weaver, Mark (2008). Entrepreneurial selection and success: does education matter?, **Journal of Small Business and Enterprise Development**, volumen 15, No. 2, pp. 239-258.
- Drucker Bondi, Peter (1985), The discipline of innovation, **Harvard business review**, volumen 63, No. 3, pp. 67-72.
- Espíritu Olmos, Roberto y Sastre Castillo, Miguel (2015), Personality traits versus work values: comparing psychological theories on entrepreneurial intention, **Journal of Business Research**, volumen 68, No. 7, pp. 1595-1598. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.02.001>
- Fayolle, Alain y Liñán Alcalde, Francisco (2014), The future of research on entrepreneurial intentions, **Journal of Business Research**, volumen 67, No. 5, pp. 663-666. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.11.024>
- Ferreira, Joao, Raposo, Mário, Gouveia Rodriguez, Rircardo, Dinis, Anabela y Finisterra do Paço, Arminda (2012), A model of entrepreneurial intention: an application of the psychological and behavioral approaches, **Journal of Small Business and Enterprise Development**, volumen 19, No. 3, pp. 424-440. <https://doi.org/10.1108/14626001211250144>
- Freire, Andy (2005). **Pasión por emprender: de la idea a la cruda realidad, México: Grupo Editorial Norma.**
- Frese, Michael y Gielnik, Michael (2014), The psychology of entrepreneurship, **Annual Review of Organizational**

- Psychology and Organizational Behavior**, volumen 1, No. 1, pp. 413-438. <http://doi.org/10.1146/annurev-orgpsych-031413-091326>.
- Goethner, Maximilian, Obschonka, Martin; Silbereisen, Rainer K. y Cantner, Uwe (2012). Scientists' transition to academic entrepreneurship: economic and psychological determinants, **Journal of Economic Psychology**, volumen 33, No. 3, pp. 628-641. <http://doi.org/10.1016/j.joep.2011.12.002>
- Gu, Jibao; Hu, Lingyu, Wu, Jianlin, y Lado, Augustine (2017). Risk propensity, self-regulation, and entrepreneurial intention: empirical evidence from China, **Current Psychology**, volumen 5, No. 1, pp. 1-13. <https://doi.org/10.1007/s12144-016-9547-7>
- Hussain Samo, Altaf y Hashim, Norashidah (2015). The impact of entrepreneurial alertness on entrepreneurial intentions, **Journal of International Business Research and Marketing**, volumen 1, No. 6, pp. 7-11. <https://doi.org/10.18775/jibrm.1849-8558.2015.16.3001>
- Kakouris, Alexandros (2016). Exploring entrepreneurial conceptions, beliefs and intentions of Greek graduates, **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research**, volumen 22, No. 1, pp. 109-132. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-07-2014-0137>
- Kautonen, Teemu, Van Gelderen, Marco y Fink, Matthias (2015), Robustness of the theory of planned behavior in predicting entrepreneurial intentions and actions, **Entrepreneurship Theory and Practice**, volumen 39, No. 3, pp. 655-674. <https://doi.org/10.1111/etap.12056>
- Krueger, Norris, y Dickson, Peter (1994), How believing in ourselves increases risk taking: perceived self-efficacy and opportunity recognition, **Decision Sciences**, volumen 25, No. 3, pp. 385-400.
- Kuratko, Donald (2008), *Entrepreneurship, theory, process, and practice* (8th ed.) **Cengage Learning**.
- Küttim, Merle, Kallaste, Marianne, Venesaar, Urve, y Kiis, Aino (2014). Entrepreneurship education at university level and students' entrepreneurial intentions. **Procedia - Social and Behavioral Sciences**, volumen 110, No. 5, pp. 658-668. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.12.910>
- Larson Jonesdatter, Lars; Bussom, Robert; Vicars, William y Jauch, Lawrence (1986). Proactive versus reactive manager: is the dichotomy realistic?, **Journal of Management Studies**, volumen 23, No. 4, pp. 385-400.
- Liñán Alcalde, Francisco, y Chen, Yi-Wen (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions, **Theory and Practice**, volumen 33, No. 3, pp. 593-617.
- Liñán Alcalde, Francisco y Fayolle, Alain (2015), A systematic literature review on entrepreneurial intentions: citation, thematic analyses, and research agenda, **International Entrepreneurship and Management Journal**, volumen 11, No. 4, pp. 907-933. <https://doi.org/10.1007/s11365-015-0356-5>
- Lortie, Jason y Castogiovanni, Gary (2015), The theory of planned behavior in entrepreneurship research: what we know and future directions. **International Entrepreneurship and Management Journal**, volumen 11, No. 4, pp. 935-957. <https://doi.org/10.1007/s11365-015-0356-5>

- org/10.1007/s11365-015-0358-3
- Luhmann, Niklas (1998). *Sociología del Riesgo*, México, D.F.: Triana Editores.
- Lüthje, Christian y Franke, Nikolaus (2003). The “making” of an entrepreneur: testing a model of entrepreneurial intent among engineering students at MIT, **R&D Management**, volumen 33, No. 2, pp. 135-147.
- Mitchell, Ronald (2003), A transaction cognition theory of global entrepreneurship. In J. A. Katz and D.A. Shepherd (Eds.), **Advances in entrepreneurship, firm emergence and growth: Cognitive approaches to entrepreneurship research** (pp. 183-231). Greenwich, CT: JAI Press.
- Mortan, Roxanna, Ripoll Botella, Pilar; Carvalho, Carla y Bernal Lizarazu, M. Consuelo (2014), Effects of emotional intelligence on entrepreneurial intention and self-efficacy, **Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones**, volumen 30, No. 3, pp. 97-104. <http://doi.org/10.1016/j.rpto.2014.11.004>
- Mustafa, Michael, Hernandez Ortega, Ernesto, Mahon, Christopher y Chee, Lai Kei (2016), Entrepreneurial intentions of university students in an emerging economy: the influence of university support and proactive personality on students' entrepreneurial intention, volumen 8, No. 2, pp. 162-179. <https://doi.org/10.1108/JEEE-10-2015-0058>
- Mortan, Roxanna, Ripoll Botella, Pilar, Carvalho, Carla y Bernal Lizarazu, M. Consuelo (2014), Effects of emotional intelligence on entrepreneurial intention and self-efficacy, **Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones**, volumen 30, No. 3, pp. 97-104. <http://doi.org/10.1016/j.rpto.2014.11.004>
- Nerlich Bernhard, Michael (1987). *Ideology of adventure: studies in modern consciousness*, Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Nieß, Christiane y Biemann, Torsten (2014). The role of risk propensity in predicting self-employment, **Journal of Applied Psychology**, volumen 99, No. 5, pp. 1000-1009. <http://doi.org/10.1037/a0035992>.
- Omoredé, Adesuwa, Thorgren, Sara, y Wincent, Joakim (2015), Entrepreneurship psychology: a review, **International Entrepreneurship and Management Journal**, volumen 11, No. 4, pp. 743-768. <http://doi.org/http://link.springer.com/journal/volumesAndIssues/11365>
- Pérez Ibañez, Iñaki (2014), Entrepreneurship as a euphemism for self-employment, **Procedia - Social and Behavioral Sciences**, volumen 139, No. 1, pp. 128-136. <http://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.08.042>.
- Prabhu, Veena, McGuire, Stephen Drost, Ellen y Kwong, Kern (2012), Proactive personality and entrepreneurial intent: is entrepreneurial self-efficacy a mediator or moderator?, **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research**, volumen 18, No. 5, pp. 559-586. <https://doi.org/10.1108/13552551211253937>
- Saeed, Saadat, Yousafzai, Shumaila, Yani De Soriano, Mirella y Muffatto, Moreno (2015), The role of perceived university support in the formation of students' entrepreneurial intention. **Journal of Small Business Management**, volumen 53, No. 4, pp. 1127-1145. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12090>
- Sánchez García, José (2011), University training for entrepreneurial competencies: its impact on intention of venture creation, **International Entrepreneurship and Management Journal**, volumen 7, No. 2, pp. 239-

254. <https://doi.org/10.1007/s11365-010-0156-x>

Sánchez García, José, Lanero Carrizo, Ana y Yurrebaso, Amaia (2005), Determinant variables of the entrepreneurial intention in the university context, **Revista de Psicología Social Aplicada**, volumen 15, No. 1, pp. 37-60.

Schlaegel, Christopher y Koenig, Michael (2014), Determinants of entrepreneurial intent: a meta-analytic test and integration of competing models, **Entrepreneurship Theory and Practice**, volumen 38, No. 2, pp. 291-332. <https://doi.org/10.1111/etap.12087>

Sexton, Donald y Bowman Weaver, Nancy (1983), Comparative entrepreneurship characteristics of students: Preliminary result, En J.A. Hornaday, J.A. Timmons & K. H. Vesper (Eds.), **Frontiers of Entrepreneurship Research** (pp. 213-232). Wellesley, M.A: Babson Centre for Entrepreneurial Studies.

Stewart, Alex (1990), The bigman metaphor for entrepreneurship: A "library tale" with morals on alternatives for further research, **Organization Science**, volumen 1, No. 2, pp. 143-159.

Soria Barreto, Karla, Zuniga Jara, Sergio y Ruiz Campo, Sofia (2016), Entrepreneurial education and intention in university students: a case of study, **Formación Universitaria**, volumen 9, No. 1, pp. 25-34. <http://doi.org/10.4067/S0718-50062016000100004>.

Van Gelderen, Marco, Brand, Maryse, Van Praag, Mirjam, Bodewes, Wynand; Poutsma, Erik, y Van Gils, Anita (2008), Explaining entrepreneurial intentions by means of the theory of planned behaviour. **Career Development**

**International**, volumen 13, No. 6, pp. 538-559.

Velásquez Fernandez, Andrey (2012), Revisión histórico-conceptual del concepto de autoeficacia, **Revista Pequén**. volumen 2, No. 1, pp. 148-160.

Verheul, Ingrid, Block, Joern, Burmeister Lamp, Katrin, Thurik, Roy, Tiemeier, Henning y Turtorea, Roxana (2015), ADHD-like behavior and entrepreneurial intentions, **Small Business Economics**, volumen 45, No 1, pp. 85-101. <http://doi.org/10.1007/s11187-015-9642-4>.

Waung, Marie P. (1995), The effects of self-regulatory coping orientation on newcomer adjustment and job survival. **Personal Psychology**, volumen 48, No. 3, pp. 633-649.

Zhang, Zhen, Zyphur, Michael, Narayanan, Jayanth; Arvey, Richard, Chaturvedi, Sankalp, Avolio, Bruce y Larsson, Gary (2009), The genetic basis of entrepreneurship: effects of gender and personality, **Organizational Behavior and Human Decision Processes**, volumen 110, No. 2, pp. 93-107.

Zhang, Pingying, Wang, Dongyuan D. y Owen, Crystal L. (2015), A study of entrepreneurial intention of university students, **Entrepreneurship Research Journal**, volumen 5, No. 1, pp. 61-82. <http://doi.org/10.1515/erj-2014-0004>.

Zhao, Hao, Seibert, Scott & Hills, Gerald (2005), The mediating role of self-efficacy development of entrepreneurial intentions, **Journal of Applied Psychology**, volumen 90, No. 6, pp. 1265-1272.

- Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 3.0 Unported. [http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/deed.es\\_ES](http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/deed.es_ES)