

JÓVENES Y ESPÍRITU EMPRENDEDOR: AUTOEFICACIA, MOTIVACIÓN Y PROCESOS PSICOLÓGICOS

M. Camino Escolar Llamazares
Carmen Palmero Cámara
Isabel Luis Rico
Vanesa Baños Martínez
Ángel Gañán Adánez
Josefa Santos González
Ana Isabel Sánchez
Alfredo Jiménez Eguizábal
Universidad de Burgos
cescolar@ubu.es

<http://dx.doi.org/10.17060/ijodaep.2015.n1.v2.100>

Fecha de Recepción: 17 Febrero 2015
Fecha de Admisión: 30 Marzo 2015

RESUMEN

Antecedentes: Numerosos textos y artículos relacionan distintos aspectos psicológicos con el emprendimiento, por ejemplo podemos hablar de autoeficacia, locus de control, expectativas, propensión al riesgo.

Objetivos: El objetivo de este trabajo consiste en comprender cómo distintos procesos psicológicos influyen en el fomento del espíritu emprendedor en población joven.

Método: Para ello hemos llevado a cabo una revisión bibliográfica analizando distintos trabajos y estudios científicos que abordan esta temática desde el año 2008 hasta la actualidad.

Resultados y Conclusiones: Tras el análisis realizado observamos que distintos aspectos psicológicos se asocian de manera positiva con las habilidades emprendedoras, reflejando la importancia de que en las prácticas educativas se incluyan estos factores.

Palabras claves: Joven; Emprendimiento; Motivación; Autoeficacia; Procesos Psicológicos

ABSTRACT:

Youth and entrepreneurship: efficacy, motivation and psychological processes

Antecedent: Numerous texts and articles relate different psychological aspects with entrepreneurship, for example can speak of self-efficacy, locus of control, expectations, risk.

Objectives: The aim of this work is to understand how different psychological processes influence the promotion of entrepreneurship among young people.

Method: We conducted a literature review analyzing scientific studies that approach this topic since 2008 until today.

Results and Conclusions: After the analysis made we observe that different psychological aspects are positively associated with entrepreneurial skills, reflecting the importance of these factors are included in education.

Keywords: Youth; Entrepreneurship; Motivation; Self-efficacy; Psychological Processes

ANTECEDENTES

El emprendimiento se ha convertido en un fenómeno de gran importancia en los últimos años debido a la necesidad de superar los constantes y crecientes problemas económicos por los que la mayoría de las sociedades están atravesando (Jimenez Palmero, Palmero Cámara, & Jiménez Eguizábal, 2012; Luis Rico, Palmero Cámara, & Escolar Llamazares, 2015; Palmero Cámara et al., 2014; Pérez Gonzalez, 2013; Ruiz Arroyo, Fuentes Fuentes, & Ruiz Jiménez, 2014).

Entendemos el emprendimiento como la creación de ideas, empresas y patentes así como todo el proceso de gestación, incluso en aquellos casos en los que no se alcanza su puesta en práctica (Jimenez Palmero et al., 2012; Luis Rico et al., 2015). El emprendimiento se encuentra íntimamente ligado a la innovación, al crecimiento de la productividad, la competitividad, al crecimiento económico, la creación de empleo y al éxito a nivel personal (Luis, De la Torre, Gañán, Palmero, & Jiménez, 2013; Luis Rico et al., 2015). Además de ser una de las necesidades actuales de la juventud para lograr su independencia.

Tal y como señalan Morales Gutiérrez & Ariza Montes (2013) tanto en España como en la Unión Europea el colectivo de los jóvenes es uno de los que más sufren la crisis y las desavenencias del sistema económico. Con frecuencia la población joven no es consciente de las oportunidades que tanto el emprendimiento individual como colectivo les ofrece, siendo una de las alternativas cada vez más asequibles para la juventud española en la actualidad.

Esto ha hecho que en las últimas décadas haya habido un importante aumento de estudios que analizan cuestiones relacionadas con la creación de empresas y el espíritu empresarial (Sánchez, Carballo, & Gutiérrez, 2011). Muchos de estos esfuerzos por entender el emprendimiento se han centrado en las características psicológicas de las personas que emprenden. Por lo que los enfoques psicológicos sobre el emprendimiento han experimentado una revitalización debido a la importancia futura de los emprendedores en general (Sánchez García, 2010) y de los jóvenes en particular.

Desde la perspectiva psicológica se han tratado de explicar las características, atributos o rasgos que tienen las personas que se convierten en empresarios. Dentro de la perspectiva psicológica, se han identificado, entre otras, dos grandes orientaciones (Ruiz Arroyo et al., 2014; Sánchez, 2011a):

- *Teoría de los rasgos de personalidad* (García Ramos, Martínez Campillo, & Fernánandez Gago, 2010; Sánchez, 2011a; Sánchez García, 2010). Se basa en la suposición de que los empresarios tienen rasgos de personalidad diferentes a las personas no emprendedoras (Sánchez, 2011a). Es decir, aunque sabemos que el comportamiento emprendedor es producto de muchas influencias esta teoría defiende que el sujeto que lleva a cabo una actividad emprendedora cuenta con un perfil psicológico que le predispone a actuar de manera emprendedora (Sánchez García, 2010) que le diferencia del resto. La investigación ha intentado determinar cuáles son esas características de la personalidad del emprendedor. Algunos de los atributos que suelen coincidir en la figura del emprendedor y que contribuyen a la puesta en marcha de una empresa y a su éxito son: la propensión a asumir riesgos y la inexistencia de miedo al fracaso (Sánchez, Lanero, & Wagner, 2006), la necesidad de realización personal (Shane, Kolvereid, & Westhead, 1991) el control interno/locus de control

(Kaufman, Welsh, & Bushmarin, 1995), la necesidad de autonomía e independencia (Jenssen & Kolvereid, 1992), una personalidad proactiva (Sánchez et al., 2005), y autoeficacia emprendedora (Lanero, Sanchez, Villanueva, & D Almeida, 2007), entre otras.

No obstante aunque este enfoque es un clásico en psicología actualmente existe cierto desacuerdo en la literatura en cuanto a si la personalidad es una construcción útil en las investigaciones sobre iniciativa empresarial (Sánchez García, 2010)

- *Teoría cognitiva* (Sánchez, 2011a; Sánchez et al., 2011). El enfoque cognitivo del estudio del emprendedor surge como respuesta a las limitaciones de la orientación de los rasgos (Boucknooghe, Van den Broeck, Cools, & Vanderheyden, 2005). Su objetivo es explicar la conducta emprendedora a través de las cogniciones. Es decir, si los empresarios piensan y procesan la información de forma diferente a los no empresarios y si esas diferencias podrán predecir a aquellos que pueden iniciar un negocio (Sánchez, 2011b). Estos aspectos cognitivos son creencias, valores, estilos cognitivos y procesos mentales. Entre los aspectos cognitivos más estudiados en la literatura pueden destacarse: la autoeficacia, los scripts, estilo y heurísticos cognitivos, mapas cognitivos, las motivaciones y las emociones (Sanchez, 2011a).

El propósito de este trabajo es revisar algunos de los procesos psicológicos más estudiados dentro de estas dos orientaciones psicológicas y su influencia en la conducta emprendedora de los jóvenes. Intentando justificar, posteriormente la importancia de su implantación en la educación formal.

OBJETIVOS

Los objetivos de esta revisión bibliográfica se centran en:

- Conocer la influencia que ejercen sobre la conducta emprendedora diferentes variables psicológicas como motivación, autoeficacia, locus de control, propensión al riesgo y personalidad proactiva.

- Dar respuesta a la conveniencia o no de articular la inclusión de estos procesos psicológicos en la educación formal.

MÉTODO

Para desarrollar los objetivos anteriormente señalados se llevó a cabo una revisión bibliográfica siguiendo el procedimiento propuesto por Fernández-Ríos y Buéla-Casal (2009). En cuanto a los medios empleados para recopilar la información se han utilizado las siguientes Bases de Datos: CSIC, Dialnet, Scopus, Google Scholar, Redined. Los términos de búsqueda empleados se pueden ver en la Tabla 1.

JÓVENES Y ESPÍRITU EMPRENDEDOR: AUTOEFICACIA, MOTIVACIÓN Y PROCESOS PSICOLÓGICOS

Tabla 1
Palabras clave utilizadas en las búsquedas

Términos en castellano	Términos en inglés
Emprendimiento y motivación	Joung and enterprising
Emprendimiento y psicología	Enterprising culture Young
Jóvenes emprendimiento expectativas	Psychological processess enterprising
Jóvenes emprendimiento motivación	Expectations entrepreneurship
Jóvenes emprendimiento procesos psicológicos	Motivations entrepreneur Entrepreneur psychology
Emprender psicología	
Cultura emprendedora motivación	
Joven emprendedor psicología	
Actitud y emprendimiento	
Psicología y emprendimiento	
Expectativas y emprendimiento	
Motivación y emprendimiento	

Para la selección de los estudios se han empleado los siguientes criterios de inclusión y exclusión (Tabla 2):

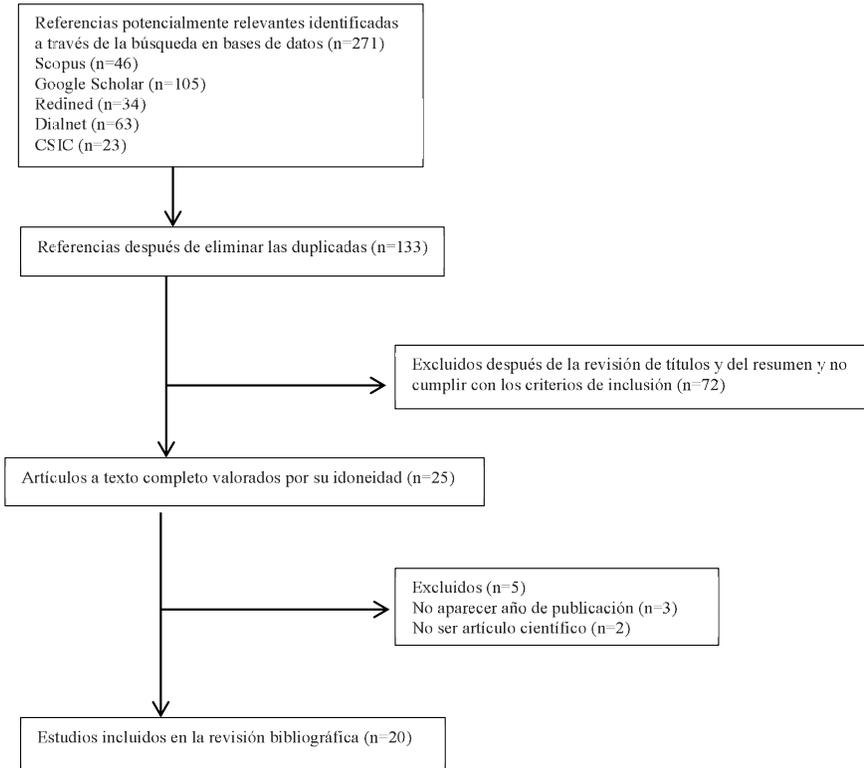
Tabla 2
Criterios de inclusión y exclusión utilizados para la selección de estudios

Criterios de Inclusión	Criterios de Exclusión
1. Estudios publicados entre 2008 y 2015	1. Estudios publicados como tesis, capítulos de libro o libros.
2. Estudios cuyo ámbito de actuación es España o Iberoamérica	2. Estudios publicados antes del año 2008
3. Cumplir al menos cinco criterios de la escala de validez científica <i>PEDro</i>	3. Estudios cuyo objeto de estudio es población con discapacidad
4. Estudios científicos de intervención, descriptivos, observacionales, revisiones	4. Trabajos centrados en aspectos diferenciales en función de la variable género
5. Estudios que se han centrado en población joven	
6. Estudios publicados en inglés y castellano	

En total se han analizado 20 materiales de los cuales 1 es un proceeding, 16 son artículos de investigación y 3 artículos de revisión, publicados en revistas científicas a partir de 2008 y que relacionan el emprendimiento con alguna variable psicológica.

A continuación, se presenta en la Figura 1 un diagrama de flujo que aborda la secuencia de pasos realizada para obtener los estudios seleccionados

Figura 1. Diagrama de flujo con los pasos seguidos en la selección de los artículos.



RESULTADOS

Teniendo en cuenta que nuestro objetivo es identificar aquellos factores psicológicos que influyen de forma más determinante en el fomento de la actividad emprendedora organizamos los resultados de esta revisión analizando las contribuciones que diferentes estudios han realizado sobre motivación, autoeficacia, locus de control, propensión al riesgo y personalidad proactiva y su relación con el emprendimiento.

Autoeficacia (autoconfianza)

Tal y como Sánchez García (2010) señala la autoeficacia es una atribución de competencia personal y control en una situación dada y refleja la percepción de una capacidad personal para realizar un trabajo o tarea concreta.

Específicamente en este contexto Sánchez García (2010) define el constructo de *autoeficacia emprendedora* (De Noble, Jung, & Ehrlich, 1999), como la creencia de la persona en sus propias habilidades para llevar a cabo distintas tareas implicadas en la creación de una nueva empresa.

Diversos autores han evidenciado que la autoeficacia emprendedora es un atributo distintivo de los emprendedores en comparación con otros individuos (Markman, Baron, & Balkin, 2005). Igualmente, otros estudios empíricos relacionan la autoeficacia con el éxito emprendedor (Markman, Balkin, & Baron 2001).

Sánchez García (2010) establece que la relación entre autoeficacia y emprendimiento está justificada por diferentes motivos. En primer lugar, porque las personas evitan carreras y ambientes que creen exceden sus capacidades y emprenden vocaciones para las que se juzgan capaces (Krueger & Dickson, 1994) lo que incluye la opción del autoempleo. En segundo lugar, porque la iniciativa empresarial conlleva importantes riesgos y dificultades, por lo que parece claro que los emprendedores necesiten altos niveles de autoeficacia (Sánchez García, 2010; Sánchez et al., 2011).

Para Ruiz Arroyo et al., (2014) la autoeficacia es un recurso cognitivo relevante en el comportamiento emprendedor. La percepción de contar con capacidades suficientes para emprender ha sido probada como variable que afecta al emprendimiento (Langowitz y Minniti, 2007). Koellinger, Minniri, & Schade (2007) sitúan la autoconfianza en las propias capacidades como el componente más importante en la decisión de poner en marcha un negocio. Markman et al. (2001) demuestran que emprendedores y no emprendedores difieren en esta variable mostrando los primeros un nivel significativamente mayor en autoconfianza. Así pues, la percepción que el individuo tiene sobre sí mismo acerca de su eficacia puede ser determinante en la intención de emprender (Ruiz Arroyo et al., 2014).

Por su parte, Ventura Fernández y Quero Gervilla (2013) confirman que la decisión de emprender está influenciada positivamente por la autoconfianza (autoeficacia) del individuo.

Otros trabajos que recogen la relación positiva entre autoeficacia y emprendimiento son los de Marulanda Valencia, Montoya Restrepo y Vélez Restrepo (2014); Lanero Carrizo, Vázquez Burguete, Gutiérrez Rodríguez y García Miguélez (2011) y Bonilla Ballesteros (2011).

Motivación

Corduras Martínez (2006) define la motivación como el proceso psicológico por el cual alguien se plantea un objetivo, emplea los medios adecuados y mantiene la conducta con el fin de conseguir dicha meta (Maslow, 1954; citado en Corduras Martínez). En el ámbito de la creación de empresas la literatura distingue dos motivos básicos para emprender: el aprovechamiento de una oportunidad y la necesidad. En el primer caso, la persona emprende porque se le presenta o busca una oportunidad de negocio, y en el segundo caso, lo hace porque no tiene otras alternativas de trabajo. Estos conceptos se han definido como «oportunidad» y «necesidad». Corduras Martínez señala alguna de las motivaciones que impulsan a las personas a tomar la decisión de emprender: Independencia, libertad o autonomía; Ganar dinero; Poner en marcha una idea; Seguir la tradición familiar; Realización personal, entre otros

Por su parte, Bonilla Ballesteros (2011) diferencia entre motivación intrínseca y extrínseca. La motivación intrínseca se refiere a un interés personal en la tarea, como lo es la motivación del logro, y la motivación extrínseca se refiere a una recompensa externa. Este autor señala que la mayoría de investigaciones apuntan a que la motivación para el emprendimiento está orientada por las recompensas externas, tales como el dinero, poder o estatus (un punto de vista económico de la motivación humana).

Sin embargo, Marulanda Valencia et al. (2014) en su interés por comprender las razones que motivan a las personas a convertirse en emprendedores, recoge que aunque en un principio se dio por sentada la supremacía de la motivación externa, considerando que los emprendedores buscaban ante todo maximizar sus ganancias (Renko, Kroeck & Bullough, 2012), en realidad es la necesidad de logro (motivación intrínseca) lo que realmente motiva a un individuo a convertirse en emprendedor (McClelland, 1961; citado en Marulanda Valencia et al.)

De hecho, muchos estudios empíricos han resaltado la necesidad de logro como una de las características de los emprendedores y su relación con el éxito de las empresas creadas (Marulanda Valencia et al., 2014). En este sentido en el trabajo de Luis Rico et al. (2015) sobre las competencias emprendedoras necesarias para la creación de empresas se obtuvo que la motivación intrínseca es la que a un emprendedor le lleva a crear su propio negocio.

Locus de control

Sánchez García (2010) en su trabajo sobre evaluación de la personalidad emprendedora señala como el locus de control está relacionado con la creencia de que las acciones que uno realiza determinan los resultados que uno obtiene. A esto se denomina locus de control interno (Rotter, 1966; citado en Sánchez García). Las personas con un locus de control interno alto piensan que son capaces de controlar los resultados, por lo que dedicarán más esfuerzo y persistencia hacia los resultados deseados, que a su vez ayudará a iniciar una aventura empresarial y a mantenerla exitosamente. Por el contrario, las personas con locus de control externo pueden ser más pasivas ya que, si alguien piensa que no es capaz de controlar los resultados, no tiene razones para cambiar activamente su entorno y comenzar un negocio.

Igualmente, Sánchez García (2010) señala que el locus de control interno es una característica frecuentemente atribuida a los emprendedores, además de que puede ser aprendida (Hansermark, 2003)

Otros autores como Priego Huertas, Espíritu Olmos, & Moreno Zacarías (2012) y Mora Pabon (2011) encuentran una relación positiva entre la variable psicológica control interno y la conducta emprendedora.

Propensión al Riesgo

Sánchez García (2010) define la propensión al riesgo como un rasgo de personalidad que determina la predisposición del individuo a asumir o evitar riesgos. Las personas con alta propensión al riesgo tienden a implicarse en conductas arriesgadas y consideran alternativas en sus decisiones cuyas consecuencias finales puedan exceder sus expectativas de resultados. Por su parte, los individuos con baja propensión al riesgo tenderán a evitar conductas arriesgadas, y preferirán alternativas seguras en sus decisiones.

El concepto de propensión al riesgo se ha relacionado con el emprendimiento, pues la actividad emprendedora implica, asumir riesgos de algún tipo (Sánchez García, 2010). Generalmente, el comportamiento emprendedor se ha relacionado con niveles moderados de propensión al riesgo (Sexton & Bowman, 1983). Algunos estudios, por ejemplo, confirman una mayor tendencia al riesgo en emprendedores que en directivos de compañías ya creadas (Stewart & Roth, 2001). Sánchez García (2010) considera que la iniciativa emprendedora implica considerables dosis de riesgo e incertidumbre, por lo que aquellos individuos con una alta tendencia al riesgo considerarán la creación de una empresa como una alternativa atractiva y factible.

Sin embargo, trabajos como el de Minniti y Nardone (2007) y Mora Pabon (2011) señalan como la aversión al riesgo ejerce un efecto negativo en la decisión de emprender.

Personalidad proactiva

Sánchez García (2010) la define como la tendencia a iniciar y mantener acciones que directamente alteran el ambiente circundante (Bateman & Crant, 1993). Las personalidades proactivas identifican oportunidades y actúan sobre ellas, muestran iniciativa, realizan acciones directas y perseveran hasta que consiguen un cambio significativo. Al contrario, las no proactivas fracasan en identificar y actuar sobre las oportunidades para cambiar cosas. La proactividad implica 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 (Sánchez García, 2010).

La relación entre personalidad proactiva y conducta emprendedora ha sido confirmada por diversos autores (Becherer & Mauer, 1999). En este sentido, Sánchez García (2010) consideran que los rasgos prototípicos de las personas proactivas (como orientación a la acción y al cambio, perseverancia, e identificación y actuación sobre las oportunidades) resultan críticos para el desarrollo de iniciativas emprendedoras. Por otra parte Crant (1996) encontró que las intenciones emprendedoras estaban positivamente asociadas con poseer una personalidad proactiva. En definitiva, este tipo de personalidad ha sido mencionado en la literatura como un importante precursor de las intenciones y el potencial emprendedor (Sánchez García, 2010)

CONCLUSIONES

El propósito de este trabajo era, en primer lugar, conocer la influencia que ejercen sobre la conducta emprendedora de los jóvenes diferentes variables psicológicas como motivación, autoeficacia, locus de control, propensión al riesgo y personalidad proactiva. Y en segundo lugar, dar respuesta a la conveniencia o no de articular la inclusión de estos procesos psicológicos en la educación formal.

Respecto del primer objetivo observamos que en general la relación entre variables psicológicas y comportamiento emprendedor ha sido frecuentemente analizadas en la investigación sobre emprendimiento, evidenciándose la validez predictiva de los rasgos de personalidad (Sánchez García, 2010).

En relación a las variables psicológicas que hemos estudiado, autores como Sánchez García (2010) confirman un efecto positivo de la *autoeficacia* y la *personalidad proactiva* sobre la intención de emprender, coherente con estudios que destacan la importancia de estas dos dimensiones en el surgimiento de iniciativas emprendedoras (Lanero et al., 2007). Igualmente, Ruiz Arroyo et al. (2014) obtienen una relación positiva entre la autoeficacia y la intención emprendedora.

Con respecto al *locus de control interno* Sánchez (2011a) obtiene una relación positiva entre éste, la creación de proyectos empresariales y el éxito. En esta línea se manifiestan autores como Priego Huertas et al. (2012).

Por su parte, la *propensión de asunción de riesgos* parece tener una relación débil con la conducta emprendedora (Sánchez, 2011a). Y para Ruiz Arroyo et al. (2014) y Mora Pabón (2011), el miedo al fracaso ejerce una influencia negativa sobre la intención de emprender.

En cuanto a la *motivación* la mayoría de las investigaciones señalan una relación positiva entre motivación intrínseca y emprendimiento (Corduras Martínez, 2006; Bonilla Ballesteros, 2011; Luis Rico et al., 2015; Marulanda Valencia et al., 2014).

Por lo tanto, cabe concluir que ciertos procesos cognitivos, como la autoeficacia emprendedora, la motivación intrínseca y ciertos rasgos de personalidad, como la personalidad proactiva y el locus de control interno, están positivamente implicados en el surgimiento de iniciativas emprendedoras. Siendo la relación negativa para la propensión al riesgo.

En relación con el segundo de los objetivos, podemos avanzar en consonancia con autores como Lanero Carrizo et al. (2011), Sánchez García (2010) y Sánchez (2011b) que es de vital importancia educar y formar a nuestros jóvenes en el fomento de la cultura emprendedora. Señalando, sin lugar a duda, la educación formal como el principal vehículo para su ejecución.

Las limitaciones de este trabajo se derivan principalmente de centrar el análisis de la literatura científica sobre ciertas características psicológicas relacionadas con el emprendimiento. Por esta razón, se propone como futura línea de investigación examinar la importancia de otros constructos

psicológicos y su influencia en la conducta emprendedora de los jóvenes como por ejemplo: la autoestima, las expectativas, la necesidad de logro, la ansiedad y la inteligencia emocional, entre otras.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bateman, S., & Crant, J.M. (1993). The proactive component of organizational behavior. *Journal of Organizational Behavior*, 14 (2), 103-118.
- Becherer, R.C., & Mauer, J.G. (1999). The proactive personality disposition and entrepreneurial behavior among small business presidents. *Journal of Small Business Management*, 37 (1), 28-36
- Bonilla Ballesteros, Á. B. (2011). Hacia una comprensión de la mente y el comportamiento del emprendedor. *Panorama*, (9), 141-161.
- Bouckennooghe, D., Van den Broeck, H., Cools, E., & Vanderheyden, K. (2005). *In search for the hef-falump: An exploration of the cognitive style profiles among entrepreneurs*. Vlerick Leuven Gent Management School Working Paper Series -4, Vlerick Leuven Gent Management School.
- Corduras Martínez, A. (2006). La motivación para emprender en España. *Ekonoziaz*, 2(62), 12-39.
- Crant, J.M. (1996). The proactive personality scale as a predictor of entrepreneurial intentions. *Journal of Small Business Management*, 34 (3), 42-49
- De Noble, A.F., Jung, J., & Ehrlich, S.B. (1999). Entrepreneurial self-efficacy: The development of a measure and its relationship to entrepreneurial action. *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Wellesley MA: Babson College.
- Fernández-Ríos, L., & Buela-Casal, G. (2009). Standards for the preparation and writing of Psychology review articles. *International Journal of Clinical and Health Psychology*, 9(2), 329-344.
- Filion, L.J. (2003). Emprendedores y propietarios- dirigentes de pequeña y mediana empresa (PME). *Revista de Administración de Empresas*, 34 (2), 5-28
- García Ramos, C., Martínez Campillo, A., & Fernández Gago, R. (2010). Características del emprendedor influyentes en el Proceso de creación empresarial y en el éxito esperado, 19, 31-47.
- Jensen, S., & Kolvereid, L. (1992): The Entrepreneurs' Reasons Leading to Start-Up as Determinants of Survival and Failure Among Norwegian New Ventures, en S. Birleye I.C. MacMillan [ed.]: *International Perspectives on Entrepreneurship Research*. London: Elsevier Science.
- Jimenez Palmero, A., Palmero Cámara, C., & Jiménez Eguizábal, A. (2012). El impacto de la educación secundaria y superior en la creación de empresas en la Unión Europea. *Revista Española de Pedagogía*, 252, 201-219.
- Kaufman, P., Welsh, D., & Bushmarin, N. (1995). Locus of Control and Entrepreneurship in the Russian Republic, *Entrepreneurship: Theory and Practice*, vol. 20, núm. 1, pp. 43-56
- Koellinger, P., Minniti, M., & Schade, C. (2007). "I think I can, I think I can": Overconfidence and entrepreneurial behaviour. *Journal of Economic Psychology*, vol. 28, n. 4, pp. 502-52
- Krueger, N. & Dickson, P.R. (1994). How believing in ourselves increases risk taking: Perceived self-efficacy and opportunity recognition. *Decision Sciences*, 25 (3), 385-400
- Lanero Carrizo, A., Vázquez Burguete, J. L., Gutiérrez Rodríguez, P., & García Miguélez, M. P. (2011). Evaluación de la conducta emprendedora en estudiantes universitarios. Implicaciones para el diseño de programas académicos. *Pecunia*, (12), 219-243. Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/1288085776?accountid=12268>
- Langowitz, N., & Minniti, M. (2007). The entrepreneurial propensity of women. *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 31, n. 3, pp. 341-364.

- Luis, I., De la Torre, T., Gañán, A., Palmero, C., & Jiménez, A. (2013). Formación universitaria para mayores: innovación curricular y competencias emprendedoras. *International Journal of Developmental and Educational Psychology*, 2(1), 175–186.
- Luis Rico, M. I., Palmero Cámara, C., & Escolar Llamazares, M. C. (2015). Impacto de la educación en el emprendimiento. Making-of y análisis de tres grupos de discusión. *Pedagogía Social. Revista Interuniversitaria*, 25, 221–250.
- Markman, G.D., Balkin, D.B. & Baron, R.A. (2001, Agosto). Inventors cognitive mechanisms as predictors of new venture formation. Paper presentado al encuentro de la Academy of Management, Washington, DC.
- Marulanda Valencia, F. Á., Montoya Restrepo, I. A., & Vélez Restrepo, J. M. (2014). Teorías motivacionales en el estudio del emprendimiento. *Pensamiento & Gestión*, (36), 204–236. doi:10.14482/pege.36.5571
- Minniti, M., & Nardone, C. (2007). Being in someone else's shoes: Gender and nascent entrepreneurship. *Small Business Economics*, vol. 28, n. 2, pp. 223-239.
- Mora Pabón, R. (2011). Estudio de Actitudes Emprendedoras con profesionales que crearon empresa. *Revista EAN*, (71), 70–83. Retrieved from <http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-81602011000200006&lng=pt&nrm=iso>. ISSN 0120-8160.
- Morales Gutiérrez, A. C., & Ariza Montes, J. A. (2013). Valores, actitudes y motivaciones en la juventud ante el emprendimiento individual y colectivo. *REVESCO Revista de Estudios Cooperativos*, (112), 11–35. doi:10.5209/rev-REVE.2013.v112.43062
- Palmero Cámara, C., Escolar Llamazares, M. C., Luis Rico, I., De la Torre Cruz, T., Gañán Adánez, A., Baños Martínez, V., ... Jiménez Eguizábal, A. (2014). Impacto de la educación en el emprendimiento. Making-of de un análisis por grupos de discusión. *International Journal of Developmental and Educational Psychology*, 7(1), 507–.
- Pérez Gonzalez, M. J. (2013). Emprendimiento, iniciativa y creatividad. In *Cómo ser competente. Competencias profesionales demandadas en el mercado laboral* (pp. 108–112). Salamanca: Servicio de Inserción Profesional Practicas y Empleo.
- Priego Huertas, H., Espíritu Olmos, R., & Moreno Zacarías, H. M. (2012). El comportamiento emprendedor de franquiciados a través de la influencia de rasgos psicológicos. *Global Conference on Business and Finance Proceedings*, 7(1), 1018–2012.
- Renko, M., Kroeck, G. & Bullough, A. (2012). Expectancy theory and nascent entrepreneurship. *Small Business Economics*, 39 (3), 667-684. DOI:10.1007/ s11187-011-9354-3
- Ruiz Arroyo, M., Fuentes Fuentes, M. del M., & Ruiz Jiménez, J. (2014). Análisis del emprendedor potencial: Integración de cognitivos y relacionales. *Revista de La Agrupación Joven Iberoamericana de Contabilidad Y Administración de Empresas (AJOICA)*, (12), 37–51.
- Sánchez García, J. C. (2010). Evaluación de la personalidad emprendedora: Validez factorial del cuestionario de orientación emprendedora (COE). *Revista Latinoamericana de Psicología*, 42(1), 41–52.
- Sánchez, J. C. (2011a). Entrepreneurship as a legitimate field of knowledge. *Psicothema*, 23(3), 427–432.
- Sánchez, J. C. (2011b). Entrepreneurship: introduction. *Psicothema*, 23(3), 424–426.
- Sánchez, J. C., Carballo, T., & Gutiérrez, A. (2011). The entrepreneur from a cognitive approach. *Psicothema*, 23(3), 433–438.
- Sánchez, J.C., Lanero, A., & Yurrebaso, A. (2005). Variables determinantes de la intención emprendedora en el contexto universitario. *Revista de Psicología Social Aplicada*, 15 (1-2), 37-60.
- Sexton D.L. & Bowman, N.B. (1983). Comparative entrepreneurship characteristics of students:

- Preliminary results. 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
- Shane, S., Kolvereid, L., & Westhead, P. (1991): An Exploratory Examination of the Reasons Leading to New Firm Formation Across Country and Gender, *Journal of Business Venturing*, vol. 6, núm. 6, pp. 431-446
- Stewart, W.H., & Roth, P.L. (2001). Risk propensity differences between entrepreneurs and managers: A meta-analytic review. *Journal of Applied Psychology*, 86 (1), 145-153
- Ventura Fernández, R., & Quero Gervilla, M. J. (2013). Factores explicativos de la intención de emprender en la mujer. Aspectos diferenciales en la población universitaria según la variable género. *Cuadernos de Gestion*, 13(Año), 127–149. doi:10.5295/cdg.100271rv

