

## ACTITUD EMPRENDEDORA EN ESTUDIANTES DE LA LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN, MEDIANTE EL USO DE MODELACIÓN DE ECUACIONES ESTRUCTURALES

*María Isabel Correa López*<sup>1</sup>

*Alma Patricia Aduna Mondragón*<sup>2</sup>

### Resumen

*En este artículo se presentan los resultados de una investigación acerca de las actitudes emprendedoras de los alumnos de la Licenciatura en Administración de la Universidad Autónoma Metropolitana – Iztapalapa (UAM-I).*

*Se probó un modelo de ecuaciones estructurales entre variables latentes o factores, (las variables latentes no son directamente observables, a diferencia de un indicador o variable manifiesta que puede medirse con precisión, por ejemplo: estatura o género).*

*Se utilizó la escala denominada Entrepreneurial Attitude Orientation de Robinson et al. (1991) para medir los factores: necesidad de logro, locus de control interno, tolerancia a la ambigüedad y propensión al riesgo, los cuales se han identificado en la literatura académica como aquellos que hacen que un individuo esté más dispuesto a ser emprendedor. Además se agregaron otros factores acerca de los antecedentes emprendedores de su familia, ya sea de índole comercial o profesional. En relación con las variables de tipo demográficas se consideraron: edad, género y trimestre.*

---

<sup>1</sup> Profesora Investigadora del Departamento de Economía y de la Licenciatura en Administración de la Universidad Autónoma Metropolitana-Unidad Iztapalapa.

<sup>2</sup> Profesora Investigadora del Departamento de Economía y de la Licenciatura en Administración de la Universidad Autónoma Metropolitana-Unidad Iztapalapa. Miembro del Área de Investigación y del Cuerpo Académico de Estudios Organizacionales.

## Introducción

Actualmente se destaca el papel de la pequeña empresa para el crecimiento económico y el apoyo institucional (gobierno, entidades bancarias, universidades, entre otras) para el autoempleo y la creación de nuevas empresas, por lo que resulta conveniente ahondar en la capacidad de predecir las posibilidades de éxito del emprendedor individual.

Sánchez (2009)<sup>3</sup>, señala que el término *entrepreneurship*, entendido como proceso de creación de nuevas empresas, alude a una manera de pensar y actuar orientada a la creación de riqueza que se distribuye a todos y que, en los últimos años, se está convirtiendo en una carrera profesional alternativa para muchas personas, ya que supone una nueva forma de incorporación al mercado laboral que genera empleo para uno mismo y para otros y que ofrece libertad y flexibilidad.

Moriano *et al.* (2001), por su parte, definen al emprendedor “como la persona que pone en marcha una iniciativa empresarial, crea su propia empresa, solo o asociado con otros promotores, asumiendo los riesgos que esto supone, aportando su trabajo y ocupándose de la dirección de la empresa”.

La conducta emprendedora se refiere al conjunto de actividades específicas de aquellos individuos que deciden crear una empresa propia, parten de una idea, asumen riesgos financieros, ocupan un papel dirigente en su empresa y la conducen para lograr el éxito en un entorno competitivo y cambiante (Uriarte, 1999).

Lo planteado antes habla de la relevancia de conocer y comprender las características de las personas denominadas “empreendedoras”. Asimismo, debe tomarse en cuenta que los beneficios de las iniciativas emprendedoras se extienden al desarrollo económico de un país, constituyendo un canal para convertir ideas en oportunidades económicas, fortaleciendo la base competitiva a través de la revitalización de las redes productivas, y como fuente de empleo e incremento de la productividad.

---

<sup>3</sup> <http://www.uv.es/motiva2/Ponencias%20Motiva2009/docs/55.pdf> - Consultada el 22 de abril de 2011.

De este modo en la UAM-I, especialmente en la Licenciatura en Administración, se han hecho esfuerzos para fomentar la actitud emprendedora en los estudiantes y esta investigación se realizó considerando pertinente evaluar si existe o no esta predisposición en sus estudiantes y determinar si hay algún factor que se pudiera reconocer en esta tarea para provocar la mayor propensión al establecimiento de los negocios propios.

La investigación psicológica de los emprendedores ha estado interesada en descubrir qué tipo de persona es la que preferentemente se orienta a la creación de una empresa, por qué algunos individuos arriesgan sus bienes, invierten su talento y se esfuerzan por alcanzar el éxito<sup>4</sup>. Los emprendedores poseen una serie de características específicas que los distinguen del resto de las personas, pero aun no está claro si las características propias de los emprendedores que han conseguido el éxito son la causa de esa actividad emprendedora o si, por el contrario, es la propia experiencia emprendedora la que las provoca.

Se han creado diversos cuestionarios para evaluar características del emprendedor como por ejemplo: la motivación de logro (Cromie y O'Donaghue, 1986).

Entre los tests de lápiz y papel el más utilizado en el estudio de los emprendedores probablemente sea la Escala I-E de Rotter (1966), desarrollada para evaluar el *locus* de control. Esta escala está compuesta por 29 ítems de elección forzada, entre los cuales se encuentran seis creados para ocultar el objetivo de la prueba. Cada ítem consiste en un par de afirmaciones alternativas que expresan creencias opuestas sobre el control interno o externo que uno ejerce sobre el ambiente.

Otras pruebas han sido creadas expresamente para evaluar las características psicológicas relacionadas con la actividad empresarial. Uno de estos instrumentos es la medida de Tendencia Empresarial General (GET), elaborada por Caird (1978) (citado en Cromie y O'Donaghue, 1986), la cual define la tendencia empresarial como la tendencia a establecer y dirigir proyectos. Su escala consta de doce preguntas para evaluar

---

<sup>4</sup> [www.psicologiacientifica.com/.../psicologia-264-1-metodos-e-instrumentos-de-evaluacion-psicologica-de-jovenes-.html](http://www.psicologiacientifica.com/.../psicologia-264-1-metodos-e-instrumentos-de-evaluacion-psicologica-de-jovenes-.html) - Consultada el 2 de mayo de 2011.

cada una de las siguientes áreas: motivación de logro, *locus* de control interno, tendencia creativa y toma de riesgos calculados, y seis preguntas para medir necesidad de autonomía.

### Antecedentes

Las características personales del emprendedor han sido objeto de numerosos estudios, para los fines de esta investigación se estudiarán las relacionadas con dos aspectos específicos: las características demográficas y psicológicas.

Dentro de las características demográficas más relevantes se encuentran: edad, género, escolaridad y antecedentes familiares empresariales.

Al respecto de la edad generalmente se ha señalado que los jóvenes son quienes tienen una mayor propensión a emprender negocios propios, debido a que no tienen cargas familiares y a que están mejor capacitados a aprender nuevos comportamientos (Veciana, 1989; Kuratko y Hodgetts, 2004). En cuanto al género, varios autores han encontrado entre los hombres una mayor propensión a establecer negocios propios que las mujeres (Rubio *et. al.*, 1999; Arribas y Vila, 2004).

La escolaridad de los empresarios suele ser mayor que la de los asalariados, según los hallazgos de varias investigaciones (Robinson y Sexton, 1994; Cooper y Dunkelberg, 1987).

Se ha considerado que los antecedentes familiares empresariales son muy importantes para desarrollar en las personas el deseo por emprender negocios propios (Veciana, 1989; Rubio *et al.*, 1999; Scott y Twomey, 1988).

Por otra parte, autores como Brockhaus (1982), Brockhaus y Horwitz (1986), Bird (1989) y Shein (1990) plantean que las personas que tienen un elevado *locus* de control interno, alta necesidad de logro, capacidad para asumir riesgos y una alta tolerancia a la ambigüedad, serán más propicios a involucrarse en una actividad empresarial. Las anteriores características psicológicas son las consideradas en el presente estudio.

## **Locus de control interno**

Rotter (1966) propone este concepto para hacer referencia al grado en que un individuo percibe el éxito y/o fracaso de su conducta como dependiente de sí mismo (*locus* de control interno) o del contexto (*locus* de control externo). Por su parte, Kinicki y Kreitner, (2003) lo complementan señalando que las personas varían en el grado de responsabilidad personal que asumen por su comportamiento y por las consecuencias de éste.

Bonnett y Furnham (1991) en un estudio sobre jóvenes emprendedores encontraron que estos sujetos presentaban un mayor *locus* de control interno y comprobaron que el *locus* interno se puede desarrollar a través de situaciones alentadoras que ayudan a los individuos a percibir la relación entre su esfuerzo, la realización de la tarea y el resultado de esta realización.

## **Necesidad de logro**

McClelland (1985) sostiene que los emprendedores se caracterizan por una alta motivación de logro que les impulsa a mejorar, afrontar objetivos desafiantes y asumir riesgos calculados. Por otra parte, los emprendedores tendrían una alta necesidad de logro (conseguir objetivos y resultados cada vez más satisfactorios, mejorando constantemente los mismos) y baja necesidad de poder (tener influencia sobre otros y la posibilidad de ejercer control sobre ellos). Mientras que los altos directivos tendrían alta necesidad de poder y baja necesidad de logro (McClelland y Burnham, 1976).

## **Capacidad para asumir riesgos**

La propensión al riesgo puede definirse como un rasgo individual que determina la predisposición del individuo a asumir o evitar riesgos (Rohrmann, 2005). La creación de una empresa conlleva riesgos de tipo financiero, personal y social. De este modo, emprender se ha relacionado a menudo con niveles moderados de propensión al riesgo. Sánchez, J.C. señala que puesto que la iniciativa emprendedora implica considerables dosis de riesgo e incertidumbre, aquellos individuos con una alta

tendencia al riesgo considerarán la creación de una empresa como una alternativa atractiva y factible en sus elecciones de carrera ocupacional y, por tanto, serán más propensos a formarse la intención de emprender.<sup>5</sup>

### **Tolerancia a la ambigüedad**

Se refiere a soportar tensiones y vivir con cierta inseguridad. Se trata también de la disposición favorable a lo indefinido, es decir, a estar abierto a lo diferente, a lo ambiguo, a lo inacabado. Consiste en resistir y superar la frustración que implica enfrentarse a aspectos de la realidad que son ambiguos y abiertos. Es la capacidad de resistencia al cierre, de tolerancia a lo interrogativo, es decir, que el individuo prefiere moverse entre preguntas, figuras abiertas y situaciones inusuales, que entre respuestas, gráficas cerradas y contextos familiares. Característica relacionada con aquellas personas que encuentran las situaciones ambiguas como retadoras y las administran con la intención de tener un resultado favorable transformando la situación desconocida y manejando la incertidumbre. Mitton (1989) observa que los emprendedores cuando visualizan una oportunidad dentro de una situación de esta naturaleza, son capaces de establecer contactos y conexiones estratégicas, de manera que saben a quién llamar, a quién ver y cómo negociar.

### **Método de investigación**

Se aplicó la escala *Entrepreneurial Attitude Orientation* elaborada por Robinson *et al.* (1991) a 157 alumnos de la Licenciatura en Administración que estaban cursando los últimos trimestres de su licenciatura para establecer sus intenciones emprendedoras, relacionándolas con sus actitudes<sup>6</sup> em-

---

<sup>5</sup> <http://www.uv.es/motiva2/Ponencias%20Motiva2009/docs/55.pdf> - Consultada el 22 de abril de 2011.

<sup>6</sup> La actitud, un término definido principalmente desde la Psicología, puede entenderse de diversas formas, la más común es “aquella disposición anímica del ser humano expresada de algún modo en particular”. Este concepto proviene de la palabra latina “*actitudo*” y se define como aquella motivación social de las personas que predisponen su accionar hacia determinadas metas u objetivos.

La actitud que adopta una persona o grupo de individuos depende de muchos factores, entre otros, de las múltiples experiencias y relaciones que hayan ido acumulando a lo largo de su historia de vida. De este modo, las actitudes toman forma a partir del conjunto de creencias que se vaya conformando, comprendiendo por esto a aquella única predisposición a actuar de cierta forma ante ciertas situaciones o circunstancias, la que variará de un individuo a otro ante un contexto similar.

prendedoras, sus antecedentes emprendedores familiares y sus características demográficas.

En este análisis primero se buscó definir los factores que explicarían mejor la situación del universo de estudio, para lo que fue llevado a cabo un análisis factorial confirmatorio.

Los modelos de análisis factorial confirmatorio (AFC) se utilizan comúnmente para analizar patrones de interrelación entre constructos; relaciones entre constructos y sus indicadores o variables manifiestas; y permiten poner a prueba si los supuestos teóricos o modelos detallados *a priori* por los investigadores tienen relación con los datos recogidos y analizados sistemáticamente (Bollen, 1989; Byrne, 1994; Schumacker y Lomax, 1996).

Esta metodología implica dos aspectos importantes por un lado, permite probar hipótesis de relación particular entre constructos o variables latentes (e.g. logro) y variables observadas (sus indicadores), confirmando si un conjunto de indicadores definen al constructo (factor) y, por el otro, probar supuestos de relaciones de correlación o dependencia – y no de causalidad – entre constructos o variables latentes.

A la usanza de los modelos estructurales (Raykov y Marcoulides, 2000), los círculos representan a los factores (constructos o variables latentes), y los rectángulos las variables manifiestas o indicadores, las flechas bidireccionales indican covarianza y las flechas unidireccionales relacionan a las variables latentes con sus respectivos indicadores.

Las flechas unidireccionales entre factores indican que un factor influye en el otro. La letra E indica el error estadístico asociado con su indicador y la letra D indica el disturbio o error asociado con la variable latente.

El análisis factorial confirmatorio incluye dos aspectos esenciales al modelar constructos. Por una parte, al plantear por ejemplo relaciones directas entre cada una de estas variables latentes y sus indicadores, se esperaría que los pesos factoriales de estas relaciones (entre cada variable latente y sus indicadores) resultaran ser salientes y significativos para

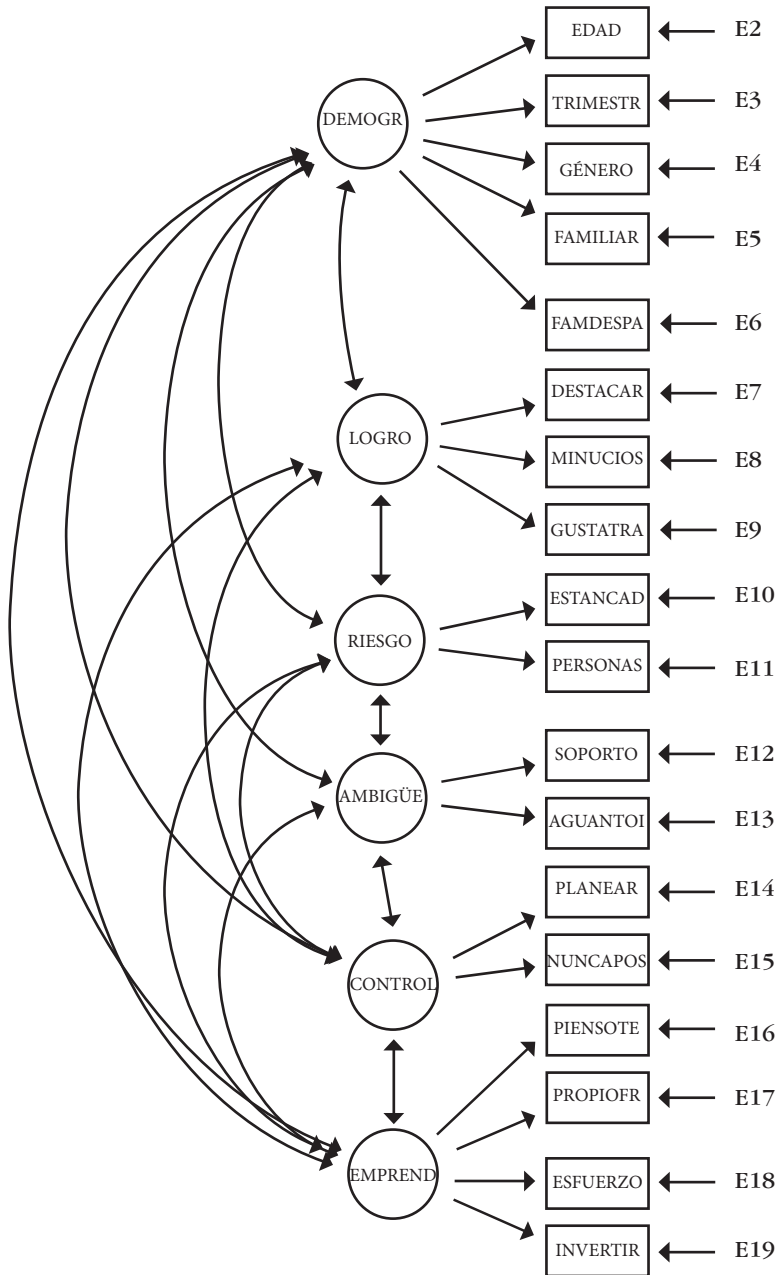
considerar que en conjunto esos indicadores permiten identificar cada uno de los constructos o variables latentes. Por otra parte, en este modelo se supone que dichas variables latentes deben divergir entre ellas para considerar que las mismas constituyen aspectos diferentes de la actitud emprendedora.

Para verificar lo anterior, las covarianzas entre las variables latentes (indicadas por las flechas bidireccionales) deben ser menores a los valores de los pesos factoriales para cada modelo de medición (Bazán, *et al*, 2006).

El modelo resultante del análisis factorial confirmatorio obtuvo una chi cuadrada = 216.03,  $p = 0.00$ , pero los indicadores prácticos de bondad de ajuste fueron aceptables CFI = 0.94 y RMSEA = 0.07 (root mean-square error of approximation) por lo que el modelo obtenido es muy similar al teórico (modelo hipotético sobre la relación de las variables implicadas en este estudio). Véase Figura 1.



FIGURA 1. MODELO HIPOTÉTICO SOBRE LA RELACIÓN DE LAS VARIABLES IMPLICADAS EN ESTE ESTUDIO.



EDAD	Edad	Demográfica
TRIMESTR	Trimestre	Demográfica
GENERO	Género	Demográfica
FAMILIAR	Familiar empresario	Demográfica
FAMDESPA	Familiar con despacho profesional	Demográfica
DESTACAR	Me gusta destacar	Necesidad de logro
MINUCIOS	Soy muy minucioso en las tareas que realizo	Necesidad de logro
GUSTATRA	Me gusta trabajar para estar entre los mejores	Necesidad de logro
ESTANCAD	Si no asumo riesgos me estancaré	Propensión al riesgo
PERSONAS	Las personas que se arriesgan tienen más probabilidades de salir adelante	Propensión al riesgo
SOPORTO	Soportó bien las situaciones confusas	Tolerancia a la ambigüedad
AGUANTOI	Aguantó las situaciones de incertidumbre	Tolerancia a la ambigüedad
PLANEAR	Me gusta planear las actividades que realizo	Locus de control interno
NUNCAPOS	Nunca pospongo asuntos importantes	Locus de control interno
PIENSOTE	Pienso algún día tener mi propio negocio	Actitud emprendedora
PROPIOFR	La idea de tener mi propio negocio a trabajar por cuenta ajena me resulta atractiva	Actitud emprendedora
ESFUERZO	Estaría dispuesto a esforzarme para crear mi propia empresa	Actitud emprendedora
INVERTIR	Estaría dispuesto a invertir mis ahorros para tener mi propia empresa	Actitud emprendedora

**CUADRO 1. SOLUCIÓN ESTANDARIZADA DEL ANÁLISIS FACTORIAL CONFIRMATORIO<sup>7</sup>**

Pesos factoriales + error					R <sup>2</sup> (Cuadrado de la varianza explicada) (equivalente a un porcentaje, ej: 0.07 = 7%)
2	EDAD	= V2	= .001 F1 + 1.000 E2		.000
3	TRIMESTR	= V3	= .269*F1 + .963 E3		.072
4	GÉNERO	= V4	= .181*F1 + .984 E4		.033
5	FAMILIAR	= V5	= .674*F1 + .738 E5		.455
6	FAMDESPA	= V6	= .361*F1 + .933 E6		.130
7	DESTACAR	= V7	= .748 F2 + .663 E7		.560
8	MINUCIOS	= V8	= .576*F2 + .817 E8		.332
9	GUSTATRA	= V9	= .713*F2 + .701 E9		.509
10	ESTANCAD	= V10	= .497 F3 + .868 E10		.247
11	PERSONAS	= V11	= .693*F3 + .721 E11		.481
12	SOPORTO	= V12	= .800 F4 + .600 E12		.640
13	AGUANTOI	= V13	= .858*F4 + .513 E13		.737
14	PLANEAR	= V14	= .446 F5 + .895 E14		.199
15	NUNCAPOS	= V15	= .818*F5 + .575 E15		.670
16	PIENSOTE	= V16	= .710 F6 + .705 E16		.504
17	PROPIOFR	= V17	= .585*F6 + .811 E17		.343
18	ESFUERZO	= V18	= .849*F6 + .528 E18		.721
19	INVERTIR	= V19	= .817*F6 + .576 E19		.668

F1	Variables Demográficas	F4	Tolerancia a la ambigüedad
F2	Necesidad de logro	F5	Locus de control interno
F3	Propensión al riesgo	F6	Actitud emprendedora

Por otro lado, las correlaciones entre los factores fueron bajas, lo que indica que los factores sí miden aspectos diferentes, por lo que conviene conservarlos todos en el modelo.

<sup>7</sup> La solución estandarizada usa una métrica uniforme para todas las medidas, por lo cual permite hacer comparaciones de la importancia de las variables.

CUADRO 2. CORRELACIONES ENTRE LOS FACTORES

---

<b>Demográficas</b>	Logro	.06
	Riesgo	.20
	Ambigüedad	.07
	Control	.10
	Actitud emprendedora	.22
<b>Logro</b>	Riesgo	.08
	Ambigüedad	.35
	Control	.28
	Actitud emprendedora	.06
<b>Riesgo</b>	Ambigüedad	.43
	Control	.07
	Actitud emprendedora	.28
<b>Ambigüedad</b>	Control	.43
	Actitud emprendedora	.12
<b>Actitud emprendedora</b>	Control	.23

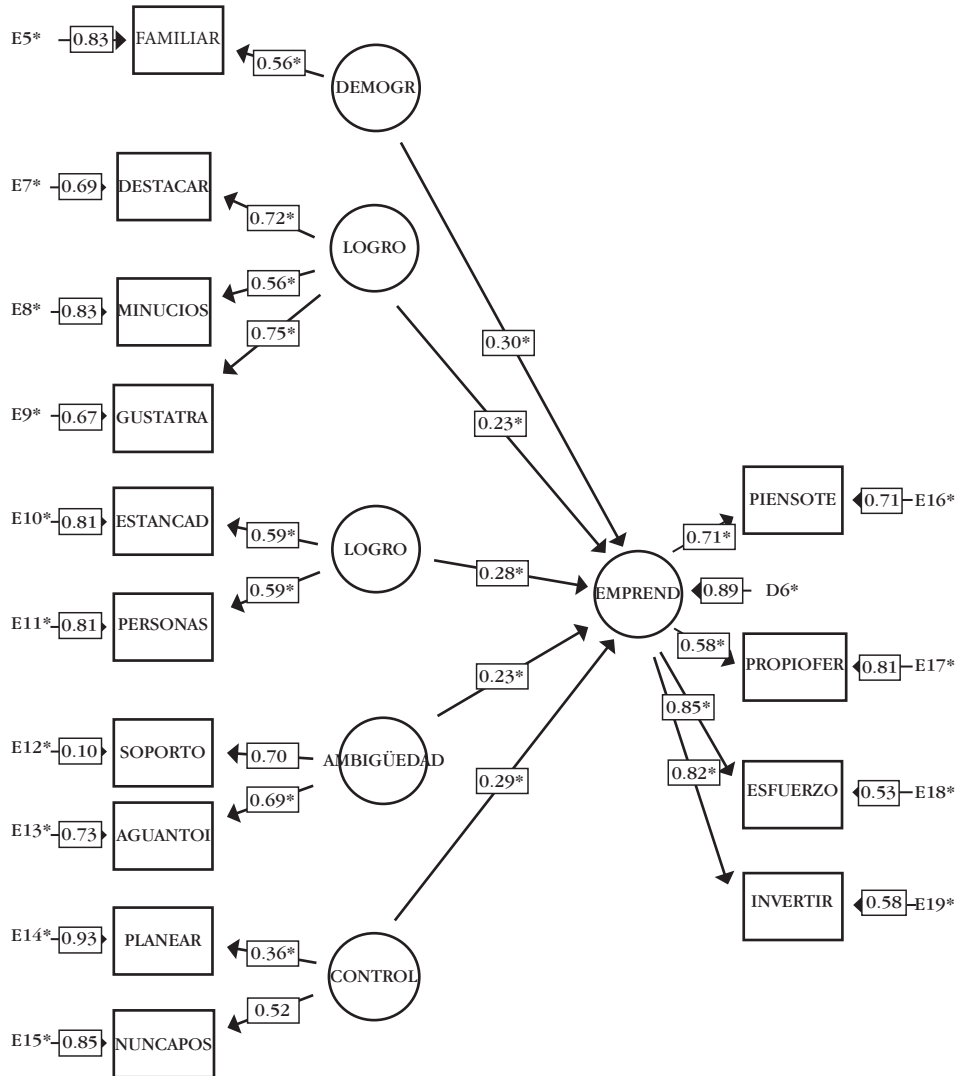
---

A partir de los resultados del análisis factorial confirmatorio se probaron algunos modelos de regresión estructural, al final se determinó un modelo del cual se eliminaron las variables edad, género y trimestre en curso, quedando al final solamente los antecedentes emprendedores familiares, ya que este indicador fue el único que tuvo una correlación significativa con el factor sobre aspectos demográficos.

El análisis de regresión estructural obtuvo una chi cuadrada de 154.88,  $p = 0.00$ , pero los indicadores prácticos de bondad de ajuste fueron aceptables CFI = 0.92 y RMSEA = 0.07 (root mean-square error of approximation) por lo que se considera que el modelo obtenido es similar al teórico y a partir de él se puede explicar la actitud emprendedora de los estudiantes de la UAM-I encuestados para este estudio.

El modelo de regresión quedó como se observa en la Figura 2.

FIGURA 2. MODELO DE REGRESIÓN ESTRUCTURAL



En el modelo se presentan los valores estandarizados, por lo que se pueden hacer comparaciones directas entre ellos, cabe señalar que de los cuatro factores que influyen en la actitud emprendedora de los alumnos, el que tiene más peso es el hecho de tener algún familiar que es propietario de algún negocio; sin embargo, sus valores no son demasiado elevados en relación con los otros factores.

El factor relacionado con la *tolerancia a la ambigüedad (AMBIGÜEDAD)* es de los dos más débiles, puede señalarse que los alumnos prefieren lidiar con situaciones más definidas.

El otro factor que obtuvo el mismo peso que la *tolerancia a la ambigüedad* es la *necesidad de logro (LOGRO)* y, dentro de ese factor el que tiene menor peso es *el ser muy minucioso en la realización de las tareas (MINUCIOS)*; los otros dos indicadores son *el gusto por destacar (DESTACAR)* y *el gusto por estar entre los mejores (GUSTATRA)*.

El factor de *locus de control interno* estuvo casi al nivel de los *antecedentes familiares (FAMILIAR)*, y de los dos indicadores utilizados *el gusto por planear a tiempo las actividades que realizo (PLANEAR)* fue el más bajo.

### Comentarios finales

En relación con la teoría en que se basa esta investigación, la propensión de los alumnos a emprender su propio negocio sí está relacionada con los cuatro factores actitudinales que consideramos en este análisis: necesidad de logro, locus de control interno, propensión al riesgo y tolerancia a la ambigüedad.

La escala *Entrepreneurial Attitude Orientation* de Robinson *et al.* (1991) que se utilizó para recabar la información fue adecuada para el estudio, ya que en todos los indicadores se obtuvieron valores que permitieron establecer los modelos, lo cual se corroboró en el análisis factorial confirmatorio.

En relación con los factores demográficos – en este caso la edad, género y trimestre que se encontraban cursando los alumnos –, no tuvieron

relevancia para el análisis; sin embargo, el hecho de contar con antecedentes familiares de emprendimiento favorece que los alumnos piensen en establecer también su propio negocio.

En cuanto a evaluar si existe o no esta disposición en los estudiantes se considera que sí están orientados a emprender, ya que los cuatro indicadores que se manejaron en el cuestionario:

- *Pienso algún día tener mi propio negocio (PIENSOTE).*
- *La idea de tener mi propio negocio frente a trabajar por cuenta ajena me resulta atractiva (PROPIOFR).*
- *Estaría dispuesto a hacer un gran esfuerzo y dedicar el tiempo necesario para crear mi propia empresa (ESFUERZO).*
- *Estaría dispuesto a invertir mis ahorros para tener mi propia empresa (INVERTIR).*

Resultaron con valores significativos.

Referente a buscar establecer si hay algún factor que se pudiera fomentar para provocar la mayor propensión al establecimiento de los negocios propios, el indicador *me gusta planear a tiempo las actividades que realizo* fue el que tuvo los valores más bajos en el modelo de regresión estructural, en segundo lugar fue: *nunca pospongo asuntos importantes para un momento mejor aunque esté presionado por el tiempo*; en ambos casos son los indicadores de *locus* de control interno y es en relación con este aspecto que la universidad puede centrar su contribución al desarrollo de este tipo de actitudes en los alumnos.

Una vez descritas las características diferenciales lo importante ahora es determinar cuáles son las que tendrían un papel de impulsoras de la decisión de crear la empresa, su relativo peso y posición jerárquica, y aquellas que favorecen su mantenimiento y correcta dirección.

Los resultados de esta investigación señalan que el *locus de control interno* es fundamental para el emprendedor.

En estudios anteriores se ha enfatizado en el control de la incertidumbre, luego en la innovación y posteriormente en el aprovechamiento de oportunidades percibidas, sin embargo, el eje entre cada uno de estos aspectos es el *locus de control interno* y, de acuerdo con Dehter<sup>8</sup>, la visión de largo plazo concerniente al desarrollo emprendedor.

La universidad debe tratar de que los alumnos enfrenten nuevas situaciones, ya que esto les lleva a evaluar sus habilidades y recursos para poder solucionar de la mejor manera la gran diversidad de tareas que se le presentan, de modo que sus creencias específicas acerca de la habilidad que tienen para realizar ciertas acciones o para demostrar su dominio es el punto de apoyo y de partida para poder visualizar una mayor probabilidad de éxito al enfrentar una determinada tarea, llámese entrevista con un nuevo proveedor, un problema legal en la empresa, rentar un local, decidirse por la exportación, asociarse con otros, un cambio de tecnología, etc.

Este enfrentamiento con nuevas situaciones incrementará la característica denominada: autoeficacia, la cual se refiere a las creencias específicas de la gente acerca de su habilidad para realizar ciertas acciones o para demostrar el dominio o resultados en un área de vida, lo cual redundará en el incremento de su *locus* de control interno o control interno, favoreciendo su inclinación a emprender un negocio propio (Bandura, 1977,1986; mencionado en Boekaerts, 1992; Correa y Aduna, 2008).

Es importante mencionar aquí los planteamientos de Bandura (1997) acerca de que el nivel de autoeficacia predice la elección de carrera y los intereses ocupacionales, lo que incluye la opción del autoempleo. Las personas evitan carreras y ambientes laborales que creen que exceden sus capacidades y eligen vocaciones para las que se juzgan capaces (Krueger & Dickson, 1994). En este sentido, puede pensarse que los individuos podrían estar muy inclinados a desarrollar planes de vida emprendedores en la medida en que se juzguen con las habilidades necesarias para trabajar ese tipo de escenarios.

---

<sup>8</sup> <http://www.mariodehter.com/>  
<http://jcvvalda.wordpress.com/2010/06/18/mirando-a-la-vision-emprendedora/>



Finalmente, se sugiere la realización de estudios longitudinales en los que se evalúen las variables psicológicas o tipos de personalidad vinculados con la actividad emprendedora para complementar los resultados de estudios como el presente donde se tiene como objetivo primordial determinar los perfiles emprendedores.

## Bibliografía

- Arribas, F. I.; Vila, G. J. (2004). "La actitud emprendedora del universitario Valenciano", en Roig, S.; Ribeiro, D.; Torcal, R.; De la Torre, A.; Cerver, E. (2004). *El emprendedor innovador y la creación de empresas de I+D+I*, Servei de Publicacions Universitat de Valencia, cap. 12, pp. 201-212.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*, W. H. Freeman & Co. New York, MA.
- Bazán, A., Sánchez, B. y Castañeda, S. (2007). "Relación estructural entre apoyo familiar, nivel educativo de los padres, características del maestro y desempeño en lengua escrita", *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, abril- junio, año/vol.12, número 033, COMIE, México, pp. 701-729.
- Bazán, A., Sánchez, B. y Castañeda, S. (2006). "Utilidad de los Modelos Estructurales en el Estudio de la Lectura y la Escritura", *Revista Interamericana de Psicología*, Vol. 40, Num. 1 pp. 89-97. México.
- Bentler, P. (1995). *EQS Structural Equations Program Manual*, Encino, Multivariate Software.
- Bird, B. J. (1989). *Entrepreneurial behavior*, Scout, Foresman, Glenview, IL.
- Bollen, K. (1989). *Structural Equations with Latent Variables*, Wiley. New York.
- Bonnett, C. y Furnham, A. (1991). "Who wants to be an entrepreneur? A study of adolescents interested in a young enterprise scheme", *Journal of Economic Psychology*, 12, 465-478.
- Brockhaus, R. H. (1982). "The psychology of the entrepreneur", en Kent, D.;Sixton, D.; Vesper, K. (Eds), *Encyclopedia of entrepreneurship*, Prentice Hall, Englewood Cliffs, NJ.

- Brockhaus, R. H.; Horwitz, P. (1986). "The psychology of the entrepreneur", en Sixton, D. L.; Smilor, R. W. (Eds.). *The art and science of entrepreneurship*, Cambridge, MA., Ballinger, pp. 25- 48.
- Boekaerts, M. (1992). "The adaptable learning process: Initiating and maintaining behavioural change", *Applied Psychology: An International Review*, Vol. 41 (4), pp. 377-397
- Byrne, B. (1994). *Structural Equation Modeling with EQS/Windows*, Sage Publications, Londres.
- Cooper, A.C.; Dunkelberg, W.C. (1987). "Entrepreneurial research: old questions, new answers and methodological issues", *American Journal of Small Business*, Vol. 11 (3), pp. 11-21.
- Cromie, S. and O´Donaghue, J. (1986). "Assesing Entrepreneurial Inclinations", *International Small Business Journal*, 10 (2), 66-71.
- Correa I. y Aduna A.P. (2008). "Estrategias de entrada al mercado para nuevos negocios", *Denarius. Anuario de Economía y Administración 2007*, Universidad Autónoma Metropolitana Iztapalapa, México, pp. 143-163.
- Espíritu R. y Sastre M. (2007). "La actitud emprendedora durante la vida académica de los estudiantes universitarios", *Cuadernos de Estudios Empresariales*, Vol. 17 95-116.
- Ibáñez, M.A. (2003). *Actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios. Medición y propuestas de actuación*, I.C.E. - Universidad de Deusto, Ediciones Mensajero, Bilbao.
- Kerlinger F. y Lee H. (2002). *Investigación del Comportamiento*, Mc Graw Hill, 4ed.
- Kinicki, A. y Kreitner, R. (2003). *Comportamiento organizacional. Conceptos, problemas y prácticas*, Editorial McGraw Hill Interamericana, México.

- Krueger, N. F., y Dickson, P. R. (1994). "How believing in ourselves increases risk taking: Perceived self-efficacy and opportunity recognition", *Decision Sciences*, 25 (3), 385-400.
- Kuratko, D. F. y Hodgetts, R. M. (2004). *Entrepreneurship*, 6th edition, Thompson, South Western.
- McClelland, D. C. (1985). *Human motivation*, Scott Foresman, Clenville.
- McClelland, D. C. y Burnham, D. H. (1976). "Power is the great motivator", *Harvard Business Review*, March-April, 100-110.
- Moriano, J.A., Trejo, E. y Palací, F. (2001). "El perfil psicosocial del emprendedor: un estudio desde la perspectiva de los valores", *Revista de Psicología Social*, 16 (2), 229-242
- Mitton, D.G. (1989). "The compleat entrepreneur", *Entrepreneurship: Theory and Practice* 13 (Spring), 9 to 19.
- Raykov, T. y Marcoulides, G. (2000). *A first course in structural equation modeling*, Laurence Erlbaum Associates, Inc., USA.
- Robinson, P. B. y Sexton, E. A. (1994). "The effect of education and experience of self-employment success", *Journal of Business Venturing*, Vol. 9 (2), pp. 141-156.
- Robinson, P. B., Stimpson, D. V., Huefner, J.C. y Hunt, H. K. (1991). "An attitude approach to the prediction of entrepreneurship", *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 15 (4), pp. 13-31.
- Rotter, J.B. (1966). "Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement: A major variable in behavior theory", *Psychological Monograph: General and Applied*, 80, N°1, 1-25.
- Rubio, E. A., Córdón, E. y Agote, A. L. (1999). "Actitudes hacia la creación de empresas: un modelo explicativo", *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, Vol. 8 (3), pp. 37-51.

- Schein, E. H. (1990). *Carer anchors: Discovering your real values*, University Associates, San Diego, CA.
- Scherer, R., Brodzinky, J. y Wiebe, F. (1991). "Examining the relationship between personality and entrepreneurial career preference", *Entrepreneurship and development*, Vol. 3 (2), pp. 195-206.
- Schumacker, R. E. y Lomax, R. (1996). *A beginner's guide to structural equation modeling*, Lawrence Erlbaum. New Jersey.
- Scott, M. y Twomey, F. (1988). "The long-term supply of entrepreneurs: students career aspirations in relation to entrepreneurship", *Journal of Small Business*, Vol. 26 (4), pp. 5-13.
- Uriarte Arciniega, J. D. (1999). *Características psicológicas diferenciales de los jóvenes emprendedores*, Servicio Editorial, Universidad del País Vasco.
- Veciana, J. M. (1989). *Características del empresario en España*, Papeles de economía española, num. 39/40.

### Fuentes electrónicas

- [www.psicologiacientifica.com/.../psicologia-264-1-metodos-e-instrumentos-de-evaluacion-psicologica-de-jovenes-.html](http://www.psicologiacientifica.com/.../psicologia-264-1-metodos-e-instrumentos-de-evaluacion-psicologica-de-jovenes-.html) - Consultada el 2 de mayo de 2011
- <http://www.uv.es/motiva2/Ponencias%20Motiva2009/docs/55.pdf> - Consultada el 22 de abril de 2011
- Rohrman B. (2005). Risk Attitude Scales: Concepts, Questionnaires, Utilizations. Project Report. University of Melbourne/Australia - January 2005. Available at [www.rohrmannresearch.net](http://www.rohrmannresearch.net)
- <http://www.mariodehter.com/>
- <http://jcvvalda.wordpress.com/2010/06/18/mirando-a-la-vision-emprendedora/>

