

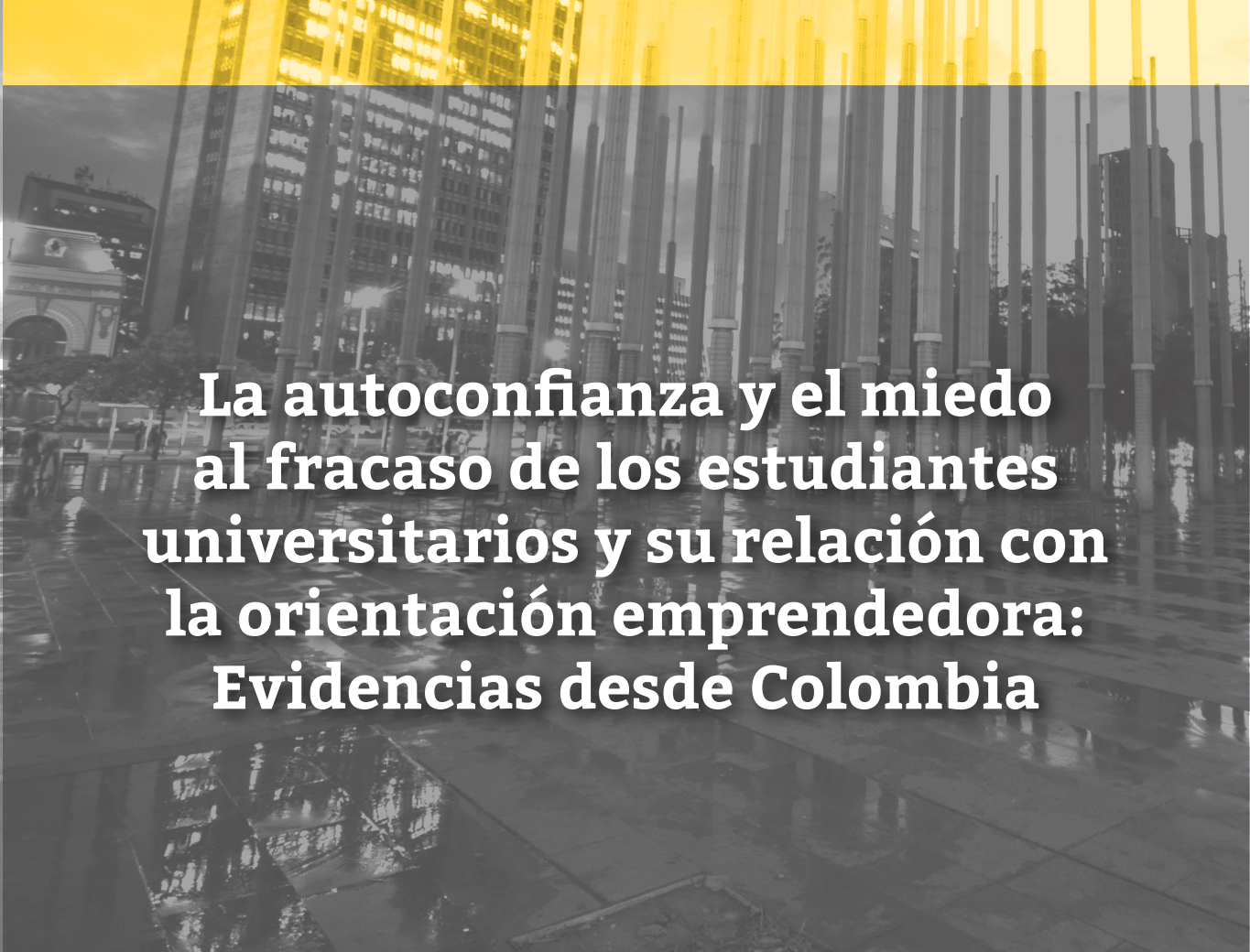


**ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE FACULTADES
Y ESCUELAS DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN**
**Organismo de Cooperación y Estudio de la Unión
de Universidades de América Latina y el Caribe**



XV Asamblea General

25 al 28 octubre del 2016
en la Ciudad de Medellín Colombia,
siendo sede la Universidad EAFIT bajo las siguientes:



**La autoconfianza y el miedo
al fracaso de los estudiantes
universitarios y su relación con
la orientación emprendedora:
Evidencias desde Colombia**

La autoconfianza y el miedo al fracaso de los estudiantes universitarios y su relación con la orientación emprendedora: Evidencias desde Colombia

ÁREA TEMÁTICA

Emprendimiento y creación de pequeñas y medianas empresas.

SUB ÁREA TEMÁTICA

Creación de empresas y emprendedores: incubadoras, aceleradoras y desarrolladoras de Empresas.

AUTORES

Izaias Martins Da Silva
Universidad EAFIT
Carrera 79 #7 Sur 50
Medellín – Colombia
imartins@eafit.edu.co
Tel. +57 2619500 ext 9451

Juan Pablo Pérez Monsalve
Universidad EAFIT
Carrera 79 #7 Sur 50
Medellín – Colombia
jperez9@eafit.edu.co
Tel. +57 2619500 ext 9451

Andrés Velásquez Martínez
Universidad EAFIT
Carrera 79 #7 Sur 50
Medellín – Colombia
avelas37@eafit.edu.co
Tel. +57 2619500 ext 9451

La autoconfianza y el miedo al fracaso de los estudiantes universitarios y su relación con la orientación emprendedora: Evidencias desde Colombia

RESUMEN

La actividad emprendedora es un elemento esencial para el desarrollo económico regional, la innovación y la mejora de la competitividad. Así, este fenómeno se ha consolidado como un factor de interés social, por lo que su presencia en la agenda de las políticas públicas es cada vez más recurrente. Teniendo en cuenta estos aspectos, los cuales están asociados a los cambios en la economía global y en la naturaleza de la fuerza laboral, ya no es suficiente que las instituciones de educación superior se limiten a formar individuos para ocupar puestos de trabajo en las organizaciones. Por ende, desarrollar habilidades emprendedoras en los estudiantes es un factor necesario para forjar ciudadanos capaces no solo de crear nuevas empresas, sino también con competencias para identificar y generar oportunidades en las ya establecidas. En este sentido, el objetivo de este artículo es investigar cómo la autoconfianza y el miedo al fracaso afectan la Orientación Emprendedora (OE) de los estudiantes universitarios. Para ello, se consideran variables relacionadas con la proactividad, la asunción al riesgo y la propensión a innovar, dimensiones que componen el constructo de la OE. El estudio utiliza información a partir de una encuesta aplicada a estudiantes de diferentes carreras en la ciudad de Medellín-Colombia. Modelos de regresión lineal son utilizados para contrastar las hipótesis propuestas. Los resultados indican una relación de signo positivo y significativo de la autoconfianza sobre la OE; respecto al miedo al fracaso, esta relación es negativa y significativa.

1. Introducción

Desde la década de los 90's, la actividad emprendedora ha sido percibida como un motor de desarrollo económico y social alrededor del mundo (Audretsch, Keilbach, & Lehmann, 2006). Tal situación ha hecho que la promoción al emprendimiento se considere como un factor a tener en cuenta dentro del planteamiento de políticas públicas (Henrekson & Stenkula, 2010), y en general dentro de todas aquellas medidas que busquen originar emprendimientos productivos e incentiven el espíritu emprendedor. Es en este punto donde cobra relevancia la educación emprendedora como uno de los mecanismos con mayor eficiencia y potencial de impacto (Liñán, 2004).

La educación emprendedora existe como una forma de impulsar el espíritu emprendedor e innovador bajo la premisa de que es posible adquirir facetas del emprendimiento más allá de ser una condición inherente a cada individuo, es decir, el emprendimiento como cualquier otra disciplina es posible ser asimilado (Drucker, 1985). Conscientes de ello, los modelos de educación superior alrededor del mundo han incorporado el emprendimiento como un elemento fundamental de sus programas académicos (Iglesias-Sánchez, Jambrino-Maldonado, Peñafiel-Velasco, Kokash, & McCracken, 2016), forjando individuos capaces no solo de crear nuevas empresas, sino también con competencias para identificar y generar oportunidades en las ya establecidas, desarrollando por ende habilidades hacia la orientación emprendedora (OE).

La OE definida a partir de la exposición a la innovación, la proactividad y la asunción al riesgo de una organización, ha sido ampliamente abordada en la literatura emprendedora (Anderson, Kreiser, Kuratko, Hornsby, & Eshima, 2015; Covin & Slevin, 1991; Lumpkin & Dess, 1996; Miller, 1983), y su enfoque ha estado destinado principalmente hacia la gestión empresarial y la administración estratégica. En el contexto de la educación emprendedora el uso y análisis del constructo de la OE ha estado basado en la eficacia y eficiencia de los distintos programas curriculares hacia la promoción del emprendimiento y como el mismo se ve afectado por condiciones socio-culturales y regionales (Alvarez, DeNoble, & Jung, 2006; Frank & Korunka, 2005). Sin embargo, el estudio de

rasgos asociados a la personalidad en el entorno de la educación en emprendimiento y su vínculo con las dimensiones de la OE, no ha sido explotado hasta el momento.

La presente investigación pretende por lo tanto identificar el impacto de rasgos propios de la personalidad tales como la autoconfianza y el miedo al fracaso en el constructo de la OE de estudiantes universitarios vinculados a cursos de formación en emprendimiento. Para ello, se consideran variables relacionadas con la asunción al riesgo, la propensión a innovar, la proactividad, y, así como variables asociadas con la autoconfianza y el miedo al fracaso, a partir de la información obtenida por encuestas aplicadas a diferentes programas educativos en la ciudad de Medellín.

La sección 2 presenta el marco teórico, estudios previos y las hipótesis planteadas. La sección 3 describe el diseño de la investigación. El análisis y los resultados se exhiben en la Sección 4. Finalmente, en la sección 5 se presentan las conclusiones, discusiones e implicaciones de los hallazgos del estudio.

2. Marco teórico, estudios previos e hipótesis

El emprendimiento es una actividad que implica el descubrimiento, evaluación y explotación de oportunidades en aras de introducir productos y servicios nuevos, formas de organización, mercados, procesos y materias primas mediante la organización de esfuerzos que anteriormente no existían (Shane & Venkataraman, 2000; Venkataraman, 1997). Bajo este escenario la actividad emprendedora ha asumido un rol fundamental como eje de crecimiento económico, siendo el emprendedor uno de los agentes determinantes en la denominada “nueva economía” (Audretsch et al., 2006).

El hecho de que el emprendedor sea considerado como el actor más importante en una economía moderna (Lazear, 2006), ha generado un creciente énfasis en objetivos de políticas e iniciativas que sensibilicen en el tema de emprendimiento y logren mejorar la capacidad de las sociedades para llevar a cabo actividades emprendedoras (Stamboulis & Barlas, 2014). Por ende las teorías actuales sobre el desarrollo económico incluyen la promoción emprendedora como uno de sus instrumentos cruciales (Liñán & Rodríguez, 2004), siendo la educación emprendedora una de las estrategias con mayor eficiencia y potencialidad de impacto (Liñán, 2004).

La importancia de la educación emprendedora radica en la capacidad de proporcionar a los individuos un sentido de independencia y confianza en sí mismos, al tiempo que otorga conocimientos para mejorar su capacidad para percibir o desarrollar nuevas oportunidades (Raposo & Paço, 2011; Sánchez, 2011). En este orden, a través de la educación emprendedora se brinda acceso a las habilidades y conocimientos necesarios para iniciar y hacer crecer un nuevo negocio, o lo que es igual determina la orientación emprendedora (OE), la cual se refiere a los procesos, prácticas y toma de decisiones que conducen a un nuevo emprendimiento (Lumpkin & Dess, 1996).

Con base a los planteamientos de Miller (1983), según los cuales una postura emprendedora corresponde a aquella que se dedica a la innovación de productos en el mercado, realiza operaciones arriesgadas y es la primera en idear innovaciones proactivas, autores como Covin & Slevin (1991), Daily & McDougall (2002) y Wiklund & Shepherd (2003), han adoptado un constructo multidimensional de la OE que está conformada por tres componentes a saber la innovación, la asunción al riesgo y la proactividad (Riviezzo, 2014).

Bajo este contexto, la innovación refleja la tendencia hacia el apoyo de las nuevas ideas, la novedad, la experimentación y en general los procesos creativos, dejando de lado aquellas prácticas y tecnologías establecidas (Lumpkin & Dess, 1996). La asunción al riesgo por su parte está representada en la disposición a asignar recursos de carácter financiero a proyectos con un resultado incierto, y está relacionada con la búsqueda permanente de nuevas oportunidades (Miller & Friesen, 1978; Riviezzo, 2014). Finalmente, la proactividad hace referencia a la capacidad de asumir a una postura

de anticipación y actuación con respecto a los deseos y necesidades futuros del mercado, logrando por ende una ventaja competitiva (Lumpkin & Dess, 1996).

Considerando la noción general de un emprendedor según la cual se concibe como alguien que prefiere desarrollar sus propios negocios, es de esperar que un emprendedor con confianza en sí mismo sea capaz de alcanzar los objetivos que se establezca (Koh, 1996). Así, la autoconfianza es una condición relevante dentro de los emprendedores en particular los nacientes y por ende se considera como una de las condiciones determinantes en materia de OE (Arenius & Minniti, 2005; Koellinger, Minniti, & Schade, 2004).

Partiendo de las dimensiones de la OE, se tiene que la confianza en las capacidades propias está relacionada positivamente con los procesos de innovación, en particular el exceso de confianza está asociado de manera directa con dicho componente a través de la introducción de productos pioneros (Simon & Houghton, 2003). En materia de riesgos, los gerentes de proyectos con elevados niveles de confianza demuestran bajos niveles de conciencia en cuestión de riesgos, con lo cual suelen evaluar los mismos de manera optimista y por ende están dispuestos a asumir mayores riesgos (Bryde & Volm, 2009; Fabricius & Büttgen, 2015). Finalmente, existe una relación positiva entre la proactividad y aspectos referentes a la personalidad de los individuos tales como la extroversión, la conciencia, la necesidad al logro y la confianza en sí mismos (Claes, Beheydt, & Lemmens, 2005).

Por lo tanto, considerando el contexto expuesto se plantean las siguientes hipótesis:

H1. La autoconfianza de los estudiantes está relacionada positivamente con la orientación emprendedora de los mismos.

H1a. La autoconfianza de los estudiantes está relacionada positivamente con la propensión a asumir riesgos.

H1b. La autoconfianza de los estudiantes está relacionada positivamente con la propensión hacia la innovación.

H1c. La autoconfianza de los estudiantes está relacionada positivamente con la proactividad.

La actividad emprendedora está influenciada no sólo por la decisión de convertirse en emprendedor, sino también por la elección de los proyectos y la decisión de finalizarlos, es en este punto donde el estigma asociado con el fracaso se convierte en un determinante importante en materia de emprendimiento (Landier, 2005). Así, el miedo al fracaso es un motivo para evitar decepciones y la vergüenza asociada al fallo de un proyecto, y por ende, cuanto mayor sea la vergüenza, mayores serán los incentivos para evitar el fracaso que podría ocurrir en el inicio de un nuevo emprendimiento (Carsrud, Brännback, Elfving, & Brandt, 2009).

La asociación entre el miedo al fracaso y el emprendimiento ha sido analizada considerando la relación entre las decisiones emprendedoras y la aversión al riesgo. En este sentido, dado que la mayoría de individuos tienen aversión al riesgo y dado que la percepción al miedo al fracaso es un determinante en los riesgos de iniciar un nuevo proyecto, una menor percepción de fracaso aumenta la posibilidad de iniciar un emprendimiento (Arenius & Minniti, 2005; Weber & Milliman, 1997).

Considerando, el efecto del miedo al fracaso se plantean las siguientes hipótesis:

H2. El miedo al fracaso de los estudiantes está relacionado negativamente con la orientación emprendedora de los mismos.

H2a. El miedo al fracaso de los estudiantes está relacionado negativamente con la propensión a asumir riesgos.

H2b. El miedo al fracaso de los estudiantes está relacionado negativamente con la propensión hacia la innovación.

H2c. El miedo al fracaso de los estudiantes está relacionado negativamente con la proactividad

3. Diseño de la Investigación

3.1. Recolección de la información

La información utilizada en el estudio es parte de una encuesta anual aplicada por la Universidad EAFIT sede Medellín a los estudiantes matriculados en una asignatura de formación en emprendimiento. La Universidad EAFIT ha incorporado cursos diseñados para fomentar el espíritu emprendedor en los estudiantes de las diferentes carreras ofrecidas. Este es el caso de la asignatura *Iniciativa y cultura empresarial*, la cual es transversal a todos los pregrados ofrecidos por la universidad y hace parte del núcleo de formación institucional. Por ende, todos los estudiantes de la universidad deben cursar mínimamente una materia que les proporcione conocimientos acerca de la actividad emprendedora.

La encuesta es anónima y los estudiantes la responden en línea durante las dos primeras sesiones de clase, minimizando así sesgos que puedan afectar la calidad de la respuesta (ej. sesgos inherentes al anonimato del alumno y/o respuestas influenciadas por la formación que reciben a partir de las sesiones subsecuentes). Las preguntas son cerradas diseñadas en escala Likert de siete puntos (siendo 1 el punto mínimo y 7 el máximo) y preguntas dicotómicas (sí o no). La información permite identificar la posición de los estudiantes respecto a diversos aspectos del emprendimiento y está agrupada en diferentes secciones. Para este estudio se considera únicamente la información referente a las variables propuestas en nuestro modelo de análisis. Así, se tiene en cuenta la información para el constructo de la OE que recoge la propensión de los estudiantes hacia la innovación, la proactividad y la asunción al riesgo, las preguntas que reflejan la autoconfianza y el miedo al fracaso y finalmente variables demográficas como edad y género.

Para este estudio, se considera la información recolectada en el año 2016, conformando una muestra de 688 observaciones de las cuales 656 fueron correctamente diligenciadas. De los encuestados, 48% son mujeres y 52% hombres, y el 63% de la población tenía entre 19 y 22 años de edad. Además, el 61% de estos se encontraban en sus 3 primeros semestres de estudios de pregrado. La escuela con mayor participación estudiantil en la encuesta fue la escuela de administración con 40,5%, seguido de la escuela de ingeniería con 27,4%, la escuela de humanidades con 12,2%, la escuela de economía y finanzas 7,3%, la escuela de derecho 6,9%, y la escuela de ciencias 5,6%.

3.2. Variables del modelo

Edad

La edad asume el rol de una variable de control en el modelo para considerar posibles efectos de la diferencia etaria entre los estudiantes que respondieron a la encuesta. Es una variable continua con media 20,21 años y una desviación estándar de 3,98. En el modelo se utiliza su forma logarítmica ($\ln_{\text{edad}}$).

Sexo

Variable de control con característica dicotómica que asume el valor de 1 cuando es hombre y el valor de 0 cuando es mujer.

Autoconfianza

Variable dicotómica que asume el valor de 1 cuando el estudiante afirma que cree firmemente en sus capacidades y en el logro de manera exitosa de todo lo que se proponga y el valor de 0 cuando afirma lo contrario.

Miedo al fracaso

Variable dicotómica que asume el valor de 1 cuando el estudiante afirma que el miedo al fracaso le frenaría a la hora de empezar un negocio y el valor de 0 cuando afirma lo contrario.

Orientación emprendedora

La literatura sobre OE valida y confirma que la tendencia a innovar, la proactividad y la asunción al riesgo son las dimensiones más representativas de este constructo ampliamente estudiado (Martins, 2016; Rauch, Wiklund, Lumpkin, & Frese, 2009; Wiklund & Shepherd, 2005). No obstante, se evalúa la consistencia interna del cuestionario como instrumento de investigación mediante la aplicación de un análisis factorial exploratorio para evaluar la dimensionalidad y validez factorial. Estadísticos como un KMO de 0,638 (Propensión a la innovación); 0,680 (proactividad) y 0,711 (Asunción al riesgo) y la prueba de esfericidad de Barlett ($p < 0,01$) apoyan la idea de validez de la aplicación de un análisis factorial y permite comprobar si hubo correlaciones significativas entre las variables.

Adicionalmente, se aplica el estadístico de Cronbach para cada uno de los bloques de preguntas que conforman los factores Propensión a la innovación ($\alpha = 0,700$), Proactividad ($\alpha = 0,728$) y Asunción al Riesgo ($\alpha = 0,800$). Cada una de las dimensiones ha sido medida a partir de tres preguntas y en todos los casos se observa un coeficiente α de Cronbach igual o superior a 0,7 lo que indica la consistencia interna de dichas medidas (Hair, Black, Babin, & Anderson, 2010).

Análisis multivariante

Las tres dimensiones de la OE, son las variables que dependen de la autoconfianza y el miedo al fracaso en nuestro modelo. Estas dos últimas son variables independientes y según el objeto de este estudio, tienen una influencia directa sobre los niveles de OE de los estudiantes encuestados. Por esta razón, se ha optado por la técnica de análisis multivariante, regresión lineal. Este tipo de análisis se ajusta para explicar el efecto que una o más variables independientes pueden ejercer sobre la dependiente (Hair et al., 2010). Las variables de control (edad y género) están relacionadas con aspectos socio-demográficos y son constantemente utilizadas en estudios similares (Iglesias-Sánchez et al., 2016).

3.3. Técnicas para el control del sesgo de método común

En estudios que utilizan información sobre el comportamiento del individuo o de la organización, se debe tener en cuenta los diferentes métodos de sesgo que pueden influenciar en el proceso de respuesta (Martins, 2016). Hay dos formas de controlar esta influencia: en el diseño de la investigación o en la parte estadística (Podsakoff, MacKenzie, Lee, & Podsakoff, 2003).

En primer lugar es importante garantizar el anonimato de los individuos que responden al cuestionario para minimizar efectos comunes tales como la consistencia en la respuestas (cuando los encuestados tratan de mantener una consistencia forzada en sus respuestas), la conveniencia social (la tendencia a responder más orientado a obtener una aceptación social que propiamente a su postura real sobre el tema), el estado de ánimo (que puede ser positivo o negativo emocionalmente en el momento de la encuesta), entre otros (Podsakoff et al., 2003).

Además, también se ha utilizado una técnica de control a nivel estadístico. Una de las técnicas ampliamente usada es la prueba de un factor de Harman (Martins, 2016; Meade, Watson, & Kroustalis, 2007). La hipótesis básica de esta prueba es que si hay una cantidad importante de varianza de método común, un único factor surgirá del análisis factorial o la mayoría de la covarianza estará concentrada en uno de los factores (Podsakoff et al., 2003). En nuestro estudio, como era de esperar, los resultados mostraron para las variables dependientes tres factores, los cuales muestran un 67% de la varianza total. Por lo tanto, no ha surgido un factor único de la prueba de Harman, y tampoco se ha visto que un sólo factor haya acumulado la totalidad de la varianza. Estos resultados muestran la validez de las medidas de los constructos usados en el estudio.

4. Resultados

Con el ánimo de explorar el impacto de los rasgos asociados a la personalidad sobre el desarrollo de la OE de los estudiantes universitarios, se eligieron dos variables a tener en cuenta: la autoconfianza percibida y el miedo al fracaso a la hora de emprender. De la población encuestada, el 84,45% respondió afirmativamente a la pregunta sobre autoconfianza y el 15,55% restante reflejó una baja autoconfianza a la hora de afrontar nuevos retos y desafíos. En cuanto al miedo al fracaso, el 39,79% de los estudiantes contestaron que no empezarían un nuevo emprendimiento por miedo al fracaso, mientras el 60,21% restante sí lo harían a pesar de la posibilidad de fracasar.

Previo al análisis de regresión se han observado posibles correlaciones entre las variables. Se pudo observar con el coeficiente -0,133** y como era de esperarse, una correlación negativa y significativa entre la autoconfianza y el miedo al fracaso. Sin embargo, la magnitud de dicha correlación es marginal y no representa problemas de multicolinealidad en el modelo de regresión lineal (Hair et al., 2010). Por otro lado, se esperaba una correlación significativa ($p < 0,001$) entre las variables dependientes que se justifica dado que son validadas en la literatura como dimensiones del constructo de la OE. La Tabla 1 resume los principales estadísticos (media y desviación estándar) y la matriz de correlación entre las variables de los modelos de regresión.

Variables	Media	SD	1	2	3	4	5	6	7
1. Sexo	-	-	1						
2. Edad	20,21	3,981	-0,023	1					
3. Autoconfianza	0,84	0,363	0,014	-0,005	1				
4. Miedo al Fracaso	0,4	0,49	-0,093*	-0,042	-0,133**	1			
5. Asunción al Riesgo	0	1	-0,111**	-0,026	0,159**	-0,196**	1		
6. Propensión a innovar	0	1	0,081*	-0,064	0,162**	-0,166**	0,314**	1	
7. Proactividad	0	1	0,009	-0,066	0,176**	-0,146**	0,331**	0,532**	1

Nota: * $p < 0,05$; ** $p < 0,001$

Para probar la hipótesis 1 y 2 de la investigación, se recurrió a modelos de regresión múltiple. El análisis se estructura en dos pasos. El Paso 1 es el modelo base, que contiene solo las variables demográficas de control (sexo y edad). El Paso 2 es el modelo completo que contiene las variables explicativas (autoconfianza y miedo al fracaso).

Respecto a las variables de control, se puede observar que el género (1= hombre 0= mujer) posee un efecto negativo sobre la asunción al riesgo. Por su parte, este efecto es positivo sobre la dimensión

propensión a innovar y finalmente no es significativo para la proactividad. La edad tuvo una relación positiva con la propensión a innovar y la proactividad de los estudiantes. No se ha evidenciado una relación significativa de la edad con la asunción al riesgo en la muestra.

En cuanto a las hipótesis, el análisis de regresión muestra que la autoconfianza ejerce un efecto positivo y significativo sobre las tres dimensiones de la OE, confirmando así las hipótesis H1a, H1b y H1c, por lo que se acepta la hipótesis H1. En cuanto al miedo al fracaso, se observa que este ejerce un efecto negativo y significativo sobre las tres dimensiones de la OE. De esta manera, se permite aceptar las hipótesis H2a, H2b y H2c, por lo que se acepta también la hipótesis H2.

Tabla2. Resultados del Análisis de Regresión

	Asunción al Riesgo		Innovación		Proactividad	
	Control	Modelo	Control	Modelo	Control	Modelo
Paso 1						
Control						
Sexo	-0,110***	-0,130***	0,081**	0,066*	0,009	-0,005
	(0,078)	(0,076)	(0,078)	(0,076)	(0,078)	(0,077)
In_edad	-0,011	-0,009	0,076*	0,078**	0,075*	0,077**
	(0,302)	(0,293)	(0,302)	(0,296)	(0,303)	(0,296)
Paso 2						
Hipótesis						
Autoconfianza		0,136***		0,142***		0,160***
		(0,105)		(0,106)		(0,106)
Miedo al Fracaso		-0,190***		-0,141***		-0,126***
		(0,078)		(0,079)		(0,079)
R ² Modelo	0,012	0,073	0,012	0,058	0,006	0,052
R ² Ajustado	0,009	0,068	0,009	0,052	0,003	0,046
Valor F	4,079**	12,868***	4,072**	9,968***	1,869	8,959***
Nota: N: 656; * p<0,10; **p<0,05; ***p<0,01. Las entradas en la tabla corresponden a coeficientes estandarizados. Los valores en paréntesis obedecen a los errores estándar.						

5. Discusión y conclusiones

El propósito de esta investigación era indagar sobre la existencia de una relación entre rasgos propios de la personalidad y la OE en los estudiantes universitarios. Para ello, se hizo particular énfasis en dos variables explicativas: la autoconfianza y el miedo al fracaso. Los resultados indican relaciones interesantes con relación al género de los estudiantes de la muestra. Particularmente, según la variable de control género, las mujeres están dispuestas a asumir más riesgos que los hombres. Sin embargo, se observa que los hombres tienden a ser más propensos a innovar que las mujeres. Las diferencias encontradas según el género están

en línea con estudios previos en el contexto colombiano que afirman la existencia de diferencias entre hombres y mujeres con respecto a la actividad emprendedora (Martins, Gómez-Araujo, & Vaillant, 2014) y que, además, estas diferencias son más dispares en Colombia, en comparación con el promedio de los países de América Latina y el Caribe (Pereira et al., 2012). Respecto a la variable edad, los estudiantes universitarios con más edad parecen ser más propensos a la innovación y a la proactividad, lo que se justificaría dada la posibilidad de tener un mayor grado de capital humano proveniente de experiencias y posible formación complementaria (Bae, Qian, Miao, & Fiet, 2014) reflejándose directamente en las actitudes e intenciones de estos individuos.

Considerando las dos hipótesis del estudio, se pudo observar que tanto la autoconfianza como el miedo al fracaso son determinantes de la orientación emprendedora de los estudiantes universitarios. El efecto de la autoconfianza demostrada por los estudiantes ha sido positivo y consistente en las tres dimensiones de la OE. Por otro lado, el miedo al fracaso, como era esperado, tiene un efecto negativo sobre la OE.

Con respecto a lo anterior, se observó mayor propensión a asumir riesgos, a innovar y a la proactividad en aquellos estudiantes que se denominaron seguros de sí mismos. La autoconfianza como factor de la propensión a asumir riesgos, se explica por el optimismo y la expectativa positiva de logros, lo que se califica como un rasgo de personalidad determinante para la actividad emprendedora. No obstante, puede inducir el individuo a evaluar los riesgos de manera sesgada. En este sentido, nuestros hallazgos son coherentes con estudios previos (ej. Fabricius & Büttgen (2015)).

La relación directa entre los estudiantes con confianza en sí mismos y la propensión a innovar se explica por la reducción de la incertidumbre que trae consigo la confianza, es decir, conforme se confía en las capacidades propias, se tiende a tener una percepción inferior de los riesgos asociados a una acción determinada, y por ende se está dispuesto a poner a prueba ideas, proyectos o procesos. Tales resultados son consistentes con los hallazgos obtenidos por Simon & Houghton (2003).

Por su parte, el efecto positivo de la autoconfianza en la proactividad de los estudiantes radica, en la definición propia de la proactividad. Según Ares (2004), un individuo proactivo busca cambiar su manera de hacer, aceptando condicionamientos pero aceptando que su conducta puede ser más afirmativa, con mayor autoestima, mayor seguridad y autoconfianza. Luego, un mayor nivel de confianza en sí mismo permite al individuo expresar pensamientos de manera coherente, y, por ende, crear nuevas alternativas, al adoptar una conducta enfocada en nuevas posibilidades y opciones.

A su vez se observó menor propensión a asumir riesgos, a innovar y a la proactividad en aquellos estudiantes con miedo al fracaso. La relación inversa existente entre el miedo al fracaso y la asunción al riesgo se explica dado que las personas que temen fallar están menos dispuestas a tomar riesgos. Estos resultados refuerzan lo destacado en estudios previos (ej. Nitu-Antonie & Feder (2015); Popescu & Maxim, 2014).

En cuanto al impacto negativo del miedo al fracaso sobre la propensión a innovar, se parte de una definición de innovación adoptada por Baregheh, Rowley, & Sambrook (2009) según la cual innovación es hacer las cosas de manera diferente para generar valor. Esta definición implica que las personas propensas a la innovación saben que existe la posibilidad de equivocarse varias veces en el proceso, pues al hacer las cosas por fuera de lo estándar es mayor la probabilidad de fracasar en el intento. Tales resultados son consistentes con los hallazgos de Farashah (2015) y Ostapenko (2015), los cuales sostienen que las personas que no le temen a la posibilidad de fallar no temen hacer las cosas de manera diferente, y aquellas que tienen mayor miedo al fracaso se dedican a hacer las cosas de manera convencional.

Se observó además que, a mayor miedo al fracaso, menos proactivo es el individuo. Basándose en la definición de Riviezzo (2014), según la cual la proactividad es la necesidad de adelantarse a las necesidades del consumidor para obtener una ventaja competitiva sobre la competencia, la proactividad implica que puede haber errores en el proceso al haber un trabajo de prospectiva, y además involucra cierto grado de incerti-

dumbre. Es decir, la proactividad es un rasgo de la personalidad de los individuos que tienen cierto grado de aceptación al fracaso.

Implicaciones para las universidades

Este estudio destaca, por un lado, la necesidad de futuras investigaciones que colaboren al entendimiento del fenómeno del emprendimiento, utilizando los hallazgos para crear un ecosistema que soporte la actividad emprendedora desde las universidades. Por otro lado, ofrece información relevante para el diseño de programas académicos orientados a fortalecer aspectos personales de los estudiantes en vías de promover la autoconfianza y la tolerancia al miedo al fracaso como predictores de la OE de este colectivo. Esta investigación ha señalado la influencia de las universidades en el estímulo del espíritu emprendedor dada la posibilidad de educar a los estudiantes para que sean más seguros de sí mismos y visualicen un posible fracaso como parte del proceso de formación en emprendimiento y del cual se puede absorber aprendizajes importantes para su futuro como emprendedores.

Otro aspecto relevante es que las universidades brinden a los profesores la formación necesaria y las herramientas idóneas para motivar a los estudiantes y mejorar las tasas de orientación hacia el emprendimiento (formación de formadores). Como lo destacado en estudios previos (ver Iglesias-Sánchez et al., (2016)), para lograr lo anterior es recomendable promover programas específicos de formación direccionados a los docentes con un particular énfasis en emprendimiento e intraemprendimiento como una competencia. Precisamente decisiones como estas desde la academia, son las que permitirán avanzar en vías de mejorar la calidad de la educación superior y en especial la orientada a la formación en emprendimiento. Igualmente, importantes serán los logros en la investigación que promoverán avances teóricos e innovaciones didácticas reales en la docencia desde la generación de nuevo conocimiento.

Limitaciones y futuras líneas de investigación

Este artículo es un estudio exploratorio que investiga la relación de ciertos rasgos de la personalidad con el desarrollo de la OE de los estudiantes universitarios en el presente. Por lo tanto, no es posible asegurar que, en el mediano y largo plazo, los individuos más propensos al riesgo, a la innovación y a la proactividad, efectivamente se conviertan en emprendedores. Futuras investigaciones longitudinales con objetivos semejantes a los planteados en este estudio arrojarían luz al entendimiento de aspectos importantes sobre rasgos de la personalidad y la emoción de los estudiantes, y el desarrollo de su orientación hacia el emprendimiento.

Por otro lado, aunque no quite la relevancia de los hallazgos, hay que destacar que este estudio ha sido realizado con una muestra específica de estudiantes en una universidad en particular y los resultados pueden variar en otros contextos. Por ende, sería interesante replicar estudios similares en distintas universidades colombianas, pero aún más importante serían estudios comparativos con universidades internacionales.

Finalmente, en este estudio se ha considerado únicamente dos aspectos de la personalidad de los estudiantes tomados como variables predictivas de la OE. Serán bienvenidos los estudios que observen la educación de los estudiantes para el emprendimiento teniendo en cuenta otros rasgos de personalidad, la emoción y el aprendizaje a partir del fracaso.

REFERENCIAS

- Alvarez, R., DeNoble, A., & Jung, D. (2006). Educational curricula and self-efficacy: entrepreneurial orientation and new venture intentions among university students in Mexico. *International Research in the Business Disciplines*, 5, 379–403.
- Anderson, B. S., Kreiser, P. M., Kuratko, D. F., Hornsby, J. S., & Eshima, Y. (2015). Reconceptualizing entrepreneurial orientation. *Strategic Management Journal*, 36(10), 1579–1596.
- Arenius, P., & Minniti, M. (2005). Perceptual variables and nascent entrepreneurship. *Small Business Economics*, 24(3), 233–247.
- Ares, A. (2004). La conducta proactiva de los emprendedores.
- Audretsch, D. B., Keilbach, M. C., & Lehmann, E. E. (2006). *Entrepreneurship and economic growth*. Oxford University Press.
- Bae, T. J., Qian, S., Miao, C., & Fiet, J. O. (2014). The relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial intentions: A meta-analytic review. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(2), 217–254.
- Baregheh, A., Rowley, J., & Sambrook, S. (2009). Towards a multidisciplinary definition of innovation. *Management Decision*, 47(8), 1323–1339.
- Bryde, D., & Volm, J. (2009). Perceptions of owners in German construction projects: congruence with project risk theory. *Construction Management and Economics*, 27(11), 1059–1071.
- Carsrud, A., Brännback, M., Elfving, J., & Brandt, K. (2009). Motivations: The entrepreneurial mind and behavior. In *Understanding the entrepreneurial mind* (pp. 141–165). Springer New York.
- Claes, R., Beheydt, C., & Lemmens, B. (2005). Unidimensionality of abbreviated proactive personality scales across cultures. *Applied Psychology*, 54(4), 476–489.
- Covin, J., & Slevin, D. (1991). A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior. *Entrepreneurship: Critical Perspectives on Business and Management*, 3.
- Daily, C. M., McDougall, P. P., Covin, J. G., & Dalton, D. R. (2002). Governance and strategic leadership in entrepreneurial firms. *Journal of Management*, 28(3), 387–412.
- Drucker, P. F. (1985). *Entrepreneurial strategies, innovation and entrepreneurship practice and principles*. Harper & Row, New York.
- Fabricius, G., & Büttgen, M. (2015). Project managers' overconfidence: how is risk reflected in anticipated project success? *Business Research*, 8(2), 239–263.
- Farashah, A. D. (2015). The effects of demographic, cognitive and institutional factors on development of entrepreneurial intention: Toward a socio-cognitive model of entrepreneurial career. *Journal of International Entrepreneurship*, 13(4), 452–476.
- Frank, H., & Korunka, C. (2005). Entrepreneurial orientation and education in Austrian secondary schools: Status quo and recommendations. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 12(2), 259–273.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis: A global perspective*. (P. E. Inc., Ed.). New York: Bookman Editora.
- Henrekson, M., & Stenkula, M. (2010). Entrepreneurship and public policy. In *Handbook of entrepreneurship research* (pp. 595–637). Springer.
- Iglesias-Sánchez, P. P., Jambrino-Maldonado, C., Peñafiel-Velasco, A., Kokash, H., & McCracken, M. (2016). Impact of entrepreneurship programmes on university students. *Education+ Training*, 58(2).
- Koellinger, P., Minniti, M., & Schade, C. (2004). I think I can, I think I can: A cross-country study of entrepreneurial motivation. In *1th GEM Research Conference: "Entrepreneurship, Government Policies, and Economic Growth"* (pp. 1–3). Berlin.
- Koh, H. C. (1996). Testing hypotheses of entrepreneurial characteristics: A study of Hong Kong MBA students. *Journal of Managerial Psychology*, 11(3), 12–25.
- Landier, A. (2005). Entrepreneurship and the Stigma of Failure. Available at SSRN 850446. Retrieved from http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=850446
- Lazear, E. P. (2006). Entrepreneurship. *NBER Working Papers*. Retrieved from <http://ideas.repec.org/p/nbr/nberwo/9109.html>
- Liñán, F. (2004). Intention-based models of entrepreneurship education. *Piccola Impresa/Small Business*, 3(1), 11–35.

- Liñán, F., & Rodríguez, J. (2004). Entrepreneurial attitudes of Andalusian university students. In *44th ERSA Conference* (pp. 25–29). Porto.
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review*, 21(1), 135–172.
- Martins, I. (2016). Network Usage, Entrepreneurial Orientation and Their Effectiveness on SMEs Growth. *The Journal of Entrepreneurship*, 25(1), 18–41.
- Martins, I., Gómez-Araujo, E., & Vaillant, Y. (2014). The effect of export behavior on owner-manager's commitment to innovation in Colombia: insights from learning approach. *Cuadernos de Administración*, 27(49), 135–153.
- Meade, A. W., Watson, A. M., & Kroustalis, C. M. (2007). Assessing common methods bias in organizational research. In *22nd annual meeting of the society for industrial and organizational psychology*, New York (pp. 1–10). Citeseer.
- Miller, D. (1983). The correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Management Science*, 29(7), 770–791.
- Miller, D., & Friesen, P. (1978). Archetypes of strategy formulation. *Management Science*, 24(9), 921–933.
- Nitu-Antonie, R. D., & Feder, E.-S. (2015). The Role of Economic Academic Education on Entrepreneurial Behaviour. *Amfiteatru Economic*, 17(38), 261.
- Ostapenko, N. (2015). National culture, institutions and economic growth: The way of influence on productivity of entrepreneurship. *Journal of Entrepreneurship and Public Policy*, 4(3), 331–351.
- Pereira, F., Osorio, F., Medina, L., Vesga, R., Quiroga, R., Gomez, L., & Soler, J. (2012). Reporte GEM Colombia 2011-2012. Cali: Ediciones Sello Javeriano.
- Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Lee, J.-Y., & Podsakoff, N. P. (2003). Common method biases in behavioral research: a critical review of the literature and recommended remedies. *Journal of Applied Psychology*, 88(5), 879.
- Popescu, C. C., & Maxim, A. (2014). DETERMINANTS OF ENTREPRENEURIAL INTENTIONS AMONG ROMANIAN STUDENTS. *Transformation in Business & Economics*, 13.
- Raposo, M., & Paço, A. Do. (2011). Entrepreneurship education: Relationship between education and entrepreneurial activity. *Psicothema*, 23(3), 453–457.
- Rauch, A., Wiklund, J., Lumpkin, G. T., & Frese, M. (2009). Entrepreneurial orientation and business performance: An assessment of past research and suggestions for the future. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 761–787.
- Riviezzo, A. (2014). Detecting the Determinant Attributes of Entrepreneurial Orientation within the Italian University Departments. *Journal of Enterprising Culture*, 22(2), 133–159.
- Sánchez, J. C. (2011). University training for entrepreneurial competencies: Its impact on intention of venture creation. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(2), 239–254.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217–226.
- Simon, M., & Houghton, S. M. (2003). The relationship between overconfidence and the introduction of risky products: Evidence from a field study. *Academy of Management Journal*, 46(2), 139–149.
- Stamboulis, Y., & Barlas, A. (2014). Entrepreneurship education impact on student attitudes. *The International Journal of Management Education*, 12(3), 365–373. <http://doi.org/10.1016/j.ijme.2014.07.001>
- Venkataraman, S. (1997). The distinctive domain of entrepreneurship research. *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth*, 3(1), 119–138.
- Weber, E. U., & Milliman, R. A. (1997). Perceived risk attitudes: Relating risk perception to risky choice. *Management Science*, 43(2), 123–144.
- Wiklund, J., & Shepherd, D. (2003). Knowledge-based resources, entrepreneurial orientation, and the performance of small and medium-sized businesses. *Strategic Management Journal*, 24(13), 1307–1314.
- Wiklund, J., & Shepherd, D. (2005). Entrepreneurial orientation and small business performance: a configurational approach. *Journal of Business Venturing*, 20(1), 71–91.