

Vol. 3, N° 6  
(Julio-Diciembre)  
2022

# REDIP

Revista Digital de Investigación y Postgrado

Depósito Legal TA2019000041

ISSN: 2665 - 038X



INSTITUTO DE ESTUDIOS SUPERIORES  
DE INVESTIGACION Y POSTGRADO  
VENTANAS AL CONOCIMIENTO

**La inteligencia ética:**  
*Una visión desde el contexto Educativo*

**Ética del docente en el contexto  
Educativo Colombiano:**

*Una práctica Pedagógica transformadora.*

**Experiencias universitarias  
basadas en la Tecnoformación. Caso:  
IESIP, una mirada al conocimiento.**

**Otros temas**

*Dialéctica de la  
transcomplejidad de las  
ciencias del espíritu.*

*Enseñanza de las  
competencias comunicativas  
en la educación básica  
primaria.*

## Indexaciones



Firmante de:



Referencia para citar: López de Echenique, D. O. (2022). Emprendimiento: teorías y educación emprendedora en la universidad. *Revista Digital de Investigación y Postgrado*, 3, (6), 133–143. <https://redip.iesip.edu.ve/ojs/index.php/redip/article/view/63/version/63>

---

## Emprendimiento: teorías y educación emprendedora en la universidad

---

Delis Omaira López de Echenique\*  
<https://orcid.org/0000-0003-3072-0837>  
Santa Bárbara / estado Barinas / Venezuela

### Resumen

El propósito del presente artículo es describir el emprendimiento desde las teorías que lo explican y la educación emprendedora en la universidad. El tema es un asunto de gran producción científica a nivel mundial. La idea de negocio, creación de empresas, motivación por emprender son parte de lo que hoy es considerado vital en las universidades porque en una economía global el crecimiento económico va a la par de las alianzas entre universidad–empresa, universidad–instituciones públicas, la idea de universidad emprendedora y universidad que forma emprendedores es el nuevo modelo de universidad. Asimismo, el emprendimiento se explica desde las teorías del comportamiento humano, de la expectativa, del aprendizaje social, del comportamiento planificado y de las necesidades de McClellan. Esta última es la teoría que domina en los estudios que explican cómo se origina en emprendimiento. No obstante, los referentes teóricos y estudios han servido para que este en pleno desarrollo la educación emprendedora desde las universidades; aspecto muy positivo que ha conducido a la innovación, revisión curricular de los pensum de estudio y la competitividad entre las universidades.

*Palabras claves:* emprendimiento, teorías, educación emprendedora.

Recibido en febrero 22 de 2022  
Aceptado en abril 29 de 2022

---

\*MSc. en Educación Superior. Universidad Nacional Experimental de los Llanos Occidentales Ezequiel Zamora. Docente agregado del Programa de Ciencias de la Educación. Email de contacto: mayo\_21echenique@hotmail.com

## Entrepreneurship: theories and entrepreneurial education at the university level

### Summary

The purpose of this article is to describe entrepreneurship from the theories that explain it and entrepreneurship education at university. The subject is a matter of great scientific production worldwide. The business idea, business creation, motivation for entrepreneurship are part of what today is considered vital in universities because in a global economy economic growth goes hand in hand with the alliances between university-business, university-public institutions, the idea of entrepreneurial university and university that forms entrepreneurs is the new model of university. Likewise, entrepreneurship is explained from the theory of human behaviour theories, of expectation, social learning, planned behaviour and McClellan's theory of needs. The latter is the theory that dominates the studies that explain how entrepreneurship originates. Nevertheless, the theoretical references and studies have served to ensure that entrepreneurial education is in full development in universities; a very positive aspect that has led to innovation, curricular revision of the curricula and competitiveness among universities.

*Keywords:* entrepreneurship, theories, entrepreneurial education.

## Empreendedorismo: teorias e educação empreendedora a nível universitário

### Sumário

O objectivo deste artigo é descrever o empreendedorismo a partir das teorias que o explicam e a educação empresarial na universidade. O assunto é uma questão de grande produção científica em todo o mundo. A ideia empresarial, a criação de empresas, a motivação para o empreendedorismo fazem parte do que hoje é considerado vital nas universidades porque numa economia global o crescimento económico anda de mãos dadas com as alianças entre universidade-empresa, universidade-instituições públicas, a ideia de universidade empreendedora e universidade que forma empreendedores é o novo modelo de universidade. Do mesmo modo, o empreendedorismo é explicado pela teoria do comportamento humano, da expectativa, aprendizagem social, comportamento planeado e a teoria das necessidades de McClellan. Esta última é a teoria que domina os estudos que explicam como o empreendedorismo se origina. No entanto, as referências teóricas e os estudos têm servido para assegurar que a educação empresarial está em pleno desenvolvimento nas universidades; um aspecto muito positivo que tem levado à inovação, revisão curricular dos currículos e competitividade entre as universidades.

*Palavras-chave:* empreendedorismo, teorias, educação empreendedora.

## Entrepreneuriat: théories et formation à l'entrepreneuriat au niveau universitaire

### Résumé

L'objectif de cet article est de décrire l'entrepreneuriat à partir des théories qui l'expliquent et de l'enseignement de l'entrepreneuriat à l'université. Le sujet fait l'objet d'une grande production scientifique dans le monde entier. L'idée d'entreprise, la création d'entreprise, la motivation pour l'entrepreneuriat font partie de ce qui est aujourd'hui considéré comme vital dans les universités parce que dans une économie globale, la croissance économique va de pair avec les alliances entre université-entreprise, université-institutions publiques, l'idée d'université entrepreneuriale et d'université qui forme des entrepreneurs est le nouveau modèle d'université. De même, l'esprit d'entreprise est expliqué à partir des théories du comportement humain, des attentes, de l'apprentissage social, du comportement planifié et de la théorie des besoins de McClellan. Cette dernière est la théorie qui domine les études expliquant la genèse de l'esprit d'entreprise. Néanmoins, les références théoriques et les études ont permis de s'assurer que l'enseignement de l'entrepreneuriat est en plein développement dans les universités ; un aspect très positif qui a conduit à l'innovation, à la révision des programmes d'études et à la compétitivité des universités.

*Mots-clés:* entrepreneuriat, théories, éducation entrepreneuriale.

### Introducción

En el siguiente artículo se realiza una descripción del emprendimiento desde las teorías que lo explican y la educación emprendedora en la universidad. Como se revela en la literatura revisada el tema es muy prolífico en producción científica. No solo se trata en la psicología, educación, enfermería, ingeniería y otras áreas más del conocimiento sino que actualmente en las universidades cada vez se hace más necesario pensar en ser universidades emprendedoras para estar en el staff de las universidades competitivas. Los distintos estudios realizados pasan desde la consideración de la motivación y emprendimiento, el perfil del emprendedor, hasta la oferta de cursos, seminarios y diplomados para formar emprendedores.

Todo el asunto tiene una razón de ser y es que las universidades son centros de investigación que contribuyen con el desarrollo de las políticas de Estado. Los emprendedores ayudan al crecimiento económico de cada país y en la economía global la creación de empresas, la idea de un negocio y el desarrollo y expansión de nuevas empresas son un talante de gran valor. En ello las universidades tienen mucho que aportar a través de una educación emprendedora, en la capacitación y formación de talentos humanos con las habilidades y destrezas necesarias para el negocio y creación de empresas.

Desde las universidades emprendedoras se realiza la revisión y ajuste permanente de sus currículos así como la formación de alianzas. De allí que en ellas los investigadores tienen interés en el estudio del emprendimiento y su relación con la motivación, la predicción de los niveles motivacionales, autoeficacia percibida de Bandura, expectativa de resultado y la educación emprendedora. Este asunto no es un tema que se agota sino un abanico de posibilidades en las

universidades de tercera hélice y las emprendedoras. Por tal razón este ha sido el elemento motivador para desarrollar el título del presente artículo.

### Teoría del comportamiento humano

En la revisión de la literatura de las escuelas del pensamiento emprendedor hay dos que destacan por sus aportes la Comportamental y la Psicológica, representadas por Gartner y Carland respectivamente. En esta perspectiva plantea, [Rodríguez y Jiménez \(2005, p. 73\)](#) definen al emprendedor por el “conjunto de actividades que pone en marcha para crear una organización” pero consideran que la creación de una empresa es un suceso de contexto que basa en el resultado de numerosos fracasos o éxitos, de perseverancia o de informaciones percibidas como importantes.

Por otro lado, hay quienes dirigen su mirada hacia las necesidades tal es el caso de [Carland & Carland \(1988, p. 34\)](#) quienes plantean que “el emprendedor es un individuo con necesidades de cumplimiento, dependencia, gusto por el riesgo y sentimiento por controlar su destino”, lo cual es una visión más cognitiva y más personalista basada en las representaciones o pensamientos que el individuo hace de sus comportamientos.

En la misma línea se encuentra [Shaver \(2004, p. 16\)](#) quien define al emprendedor como “una persona con un cierto número de atributos psicológicos descritos tanto por la personalidad como por los procesos cognitivos activados por las circunstancias”. Adicionalmente complementa su concepto afirmando que el emprendedor es una persona cuya cabeza o mente integra todas las posibilidades. Es alguien que cree que la innovación es posible, y tiene la motivación para persistir hasta que el trabajo se haga. Finalmente hay que mencionar que algunas de las características psicológicas para emprender que la literatura propone como básicas son la necesidad de logro, independencia y la motivación económica.

### Teoría de la Expectativa/Valoración de Víctor Vroom

Esta teoría predice los niveles motivacionales de los individuos. En tal sentido, [Erez & Isen \(2002\)](#) consideran que el individuo toma una acción cuando cree que sus esfuerzos le conducen a un desempeño exitoso, el cual conlleva unos resultados positivos. La teoría *Valence, Instrumentality and expectancy* es conocida por sus siglas VIE porque explica las tres tipos de relaciones.

Al respecto, [Gatewood, Shaver, Powers & Gartner \(2002\)](#) mencionan: (a) Expectativa o la probabilidad subjetiva de que el esfuerzo conducirá a un resultado (relación esfuerzo–rendimiento). (b) Lo atractivo, conveniente y satisfactorio de los resultados previstos (relación de valoración o valoración personal de los objetivos) y (c) La creencia de que un determinado nivel de rendimiento se traducirá en un resultado deseado (relación de instrumentalidad). Con base en esta teoría [Van Eerde y Thierry \(1996\)](#) especifican cuatro mecanismos mediante los cuales la caracterización motivacional del emprendedor puede influir en la creación de empresas: la intención, el esfuerzo previsto, el desempeño de tareas y el tiempo dedicado a la tarea.

Otro aporte significativo en esta perspectiva lo realizan Manolova, Brush y Edelman (2008) citados por [Marulanda, Montoya y Vélez \(2014\)](#) al dar relevancia teórica a tres aspectos impor-

tantes de la motivación emprendedora desde la teoría de Expectativa / Valencia: (a) Esfuerzo (intensidad de emprendimiento): entendido como el compromiso asumido por quien emprende al momento de crear empresa. (b) Expectativa: esperanza o posibilidad que determinada acción terminará en cierta ejecución. (c) Ejecución (iniciar un negocio): la relación percibida entre los resultados de primer nivel (iniciar un negocio) y los resultados de segundo nivel (qué desea obtener el emprendedor con su negocio).

Renko, Kroeck & Bullough (2012) afirman que la instrumentalidad, la valencia y la expectativa específicas de la puesta en marcha son componentes clave de la motivación emprendedora y están estrechamente relacionados con aquellas intenciones, esfuerzos y comportamientos que eventualmente conducirán a operar una empresa.

### Teoría del aprendizaje social de Albert Bandura

De acuerdo con Marulanda, Montoya y Vélez (2014) uno de los conceptos más importantes desarrollados por Bandura y más utilizados en los estudios sobre el emprendimiento es el de la autoeficacia percibida. Entendida como un juicio personal del individuo sobre sus capacidades para enfrentar determinadas situaciones, la autoeficacia depende de la información contenida en los eventos ambientales y la información procesada y transformada por el individuo.

De esta manera se considera que las personas tienden a evitar situaciones de riesgo que consideran superiores a sus habilidades para afrontarlas, mientras que se involucran con mayor seguridad en actividades cuando se creen capaces de hacerles frente. En este sistema conceptual, las expectativas de eficacia determinan la cantidad de esfuerzo que la gente gastará y cuánto tiempo va a persistir enfrentando los obstáculos y las experiencias adversas. De acuerdo con Bandura (1982) las personas que tienen un alto sentido de eficacia desplegarán toda su atención a las exigencias de la situación y harán un mayor esfuerzo para enfrentar las dificultades.

El propio Bandura (1977) es enfático cuando señala que las expectativas de eficacia son diferentes de las expectativas de resultado. Así por ejemplo una expectativa de resultado se define como la estimación de una persona que un determinado comportamiento conducirá a ciertos resultados, mientras que la expectativa de eficacia es la convicción de que se puede ejecutar con éxito el comportamiento requerido para producir los resultados.

Por su parte, se centran en el tema de las expectativas y explican que estas representan el mecanismo a través del cual se utilizan experiencias y conocimientos anteriores para predecir el futuro y se derivan de las creencias del individuo sobre sí mismo, sobre los demás y otras creencias. En este sentido relacionan la teoría de Expectativa con los planteamientos de Bandura en cuanto que un individuo estará dispuesto a poner todo su empeño para desarrollar actividades si considera que posee las habilidades suficientes para hacerlo. Así, un emprendedor estará dispuesto a realizar todos los esfuerzos para iniciar una empresa si considera que tiene las capacidades para que esta sea exitosa.

### Teoría del comportamiento planificado (TPB)

La *Theory of Planned Behavior*, fue desarrollada por Icek Ajzen y se conoce por las siglas del nombre en inglés (TPH). Esta teoría se centra en la intención del individuo para realizar una conducta determinada. Las intenciones reflejan los factores motivacionales que influyen en un comportamiento y son indicaciones del nivel de esfuerzo que las personas están dispuestas ejercer con el fin de realizar la conducta. El autor hace claridad en cuanto a que una intención de comportamiento se traducirá en ejecución del mismo solo si dicho comportamiento está bajo control de la voluntad.

Sin embargo, no se puede desconocer que la ejecución depende también de otros factores, como la disponibilidad de oportunidades y recursos (tiempo, dinero, habilidades, cooperación de los demás). [Ajzen \(1991\)](#) explica que son tres los determinantes, conceptualmente independientes, de la intención: (a) La actitud hacia el comportamiento, tiene que ver con el grado en que una persona tiene una valoración favorable o desfavorable de la conducta en cuestión. (b) Un factor social que el autor denomina “norma subjetiva”, se refiere a la percepción de la presión social para realizar o no realizar la conducta. (c) El grado de control conductual percibido, que está relacionado con la facilidad o dificultad percibida de la realización de la conducta. De acuerdo con Ajzen, este concepto es muy compatible con el de “autoeficacia” en la forma como lo plantea Bandura.

[Krueger & Carsrud \(1993\)](#) y [Krueger & Brazeal \(1994\)](#) en sus investigaciones en encontraron que las actitudes personales hacia los resultados del comportamiento y las normas sociales percibidas tienen que ver con la deseabilidad percibida de la realización del comportamiento en tanto que el control percibido del comportamiento es personalmente controlable. Asimismo, la viabilidad percibida de la realización del comportamiento tiene que ver con la manera como el sujeto capta la competencia situacional personal.

### Teoría de las necesidades de McClelland

Desde la visión de este autor existen tres motivaciones en las personas: necesidades de logro, afiliación y poder. En tal sentido, cuando una persona toma una decisión lo hace basado en niveles de motivación. Asimismo, los hallazgos de McClelland revelan que las personas que tienen altos niveles de motivación están asociadas con actividades empresariales de manera que es importante conocer el proceso de motivación de las personas cuando se impulsan proyectos productivos. De la misma forma, el poder es un elemento importante cuando se quiere pertenecer a un grupo selecto y puede ser un motor importante con respecto a iniciativas de emprendimiento.

### Rol de la universidad en la formación del emprendedor

El papel de las universidades actualmente se redefine permanentemente. Ya no es posible continuar con la herencia iluminista de esa universidad del siglo XVIII. Los nuevos cambios sociales en todos los ámbitos han hecho que la universidad asuma nuevas posturas y deje a un lado el modelo de los últimos doscientos años. La inestabilidad que es lo característico del momento actual, la incertidumbre y esa constante búsqueda del modo más eficiente de dar respuesta a lo societal, es lo que caracteriza a las universidades del siglo XXI.

Paralelamente, el progreso y desarrollo económico y social han exigido cambios de para-

digma. Un nuevo espectáculo envuelve a las universidades y ellas se enrumban para evitar el naufragio. Se trata de las universidades emprendedoras o las universidades de tercera generación, dentro de ese ecosistema de innovación que le es inherente a su exigencia social. [Caicedo \(2013, p. 50\)](#) argumenta que: “El emprendimiento es un motor importante de la innovación al igual que el desarrollo tecnológico y científico y la existencia de un ecosistema que favorezca la generación de organizaciones”. En esas organizaciones están lógicamente las universidades, que se convierten en nuevo termómetro en el tipo de actividad emprendedora. En esta visión planteada [Pacheco-Rojas, Niebles y Hernández \(2022, p. 140\)](#):

La universidad está llamada a formar a estos segmentos para fomentar el desarrollo de proyectos productivos desde la academia, con base en la implementación de estrategias de enseñanza y programas que fortalezcan las competencias y habilidades emprendedoras en los estudiantes, así como también, el apoyo en el proceso emprendedor, con miras a potenciar una educación empresarial a nivel superior.

Por esta razón es que actualmente, las universidades realizan investigación, son muy pocas las que se mantienen inertes a diferencia del pasado donde como menciona [Caicedo \(2013, p. 52\)](#) “Las universidades en ese entonces no hacía mayor investigación científica, no existían estímulos tributarios ni de ningún tipo. No existían agencias gubernamentales o privadas para apoyar los emprendimientos, ni tampoco incubadoras de empresa, ni inversionistas ángeles, ni capital de riesgo”. En otras palabras, las universidades están formando alianzas estratégicas que les permiten resolver los problemas identificados en su contexto aprovechando las potencialidades con las que cuentan, desde generar productos innovadores para la industria, formar talentos humanos de alto nivel para los distintos sectores productivos, pasando por promover un espíritu emprendedor y empresarial en todos los que hacen vida activa en la universidad, hasta formar alianzas con emprendedores.

Este nuevo papel, asumido por las universidades hacia el emprendimiento puede tener, y de hecho la tiene, una marcada connotación social por su naturaleza creadora de riqueza, en todas sus manifestaciones. Tal creencia toma mayor relevancia cuando la universidad es pública, por el papel a que están llamadas de asumir y promover aptitudes y modelos que se dan en la escala social. Sostienen [Guerrero y Urbano \(2012, p. 109\)](#) que “En este proceso la universidad emprendedora desempeña un importante papel como organización productora y difusora del conocimiento”.

¿Cuáles son la característica de una universidad emprendedora? En primer lugar hay que destacar que estas universidades tiene una facilidad de adaptarse a los entornos que son competitivos. En segundo término, la meta de estas universidades es ser la primera en las actividades que desarrolla por ello se preocupan por tener buenos docentes, formación permanente de los profesores, actualización en equipos y tecnología para desarrollar investigaciones de impacto y de los más altos estándares de calidad. En tercera prioridad esta la preocupación constante por vincular la educación y la investigación. Como cuarto término para ellas un requisito esencial en estas universidades es el apoyo y promoción del emprendimiento porque es parte de su cultura institucional. Una quinta característica es que estas universidades permanentemente forman alianzas con instituciones públicas y privadas en virtud de alcanzar metas comunes. Un sexto aspecto

es que estas universidades identifican las mejores prácticas para la transferencia de conocimiento y tecnología las implementan para cumplir sus actividades de docencia, investigación y emprendimiento.

### Educación emprendedora en la universidad

En este contexto, la idea central es que las instituciones universitarias en sus actividades académicas egresen graduados cualificados y emprendedores generadores de empleo. El aspecto planteado conlleva a definir lo que se entiende por educación emprendedora; para [Calzado, Fernández y Almodovar \(2019, p. 135\)](#) el objetivo de esta educación es “promover el espíritu emprendedor y desarrollar las cualidades personales”. Todo apunta a lo que advierten [Alshrari, Aljaaidi, & Hassan \(2021, p. 44\)](#) la importancia que cada día cobra el espíritu empresarial dentro de la construcción de las economías nacionales y la recomendación que “los gobiernos y las escuelas den prioridad a las intenciones emprendedoras de sus estudiantes”.

En la educación empresarial el énfasis está puesto en la incorporación del espíritu empresarial en las instituciones de educación universitarias para lo cual es necesario crear, desarrollar centros de emprendimiento en todo el país para brindar consultas, estudios de factibilidad y seguimiento de proyectos en las áreas de emprendimiento, y facilitar los procedimientos para obtener préstamos y financiamiento para los propietarios de proyectos y el financiamiento necesario para iniciar proyectos. El emprendimiento es el eje que promueve la tercera misión de la universidad. [Valenzuela, Gálvez y Moreno \(2021, p. 104\)](#) sostienen que esto se logra a través de “la generación y apoyo a negocios, o bien, mediante la formación de sus estudiantes dotándoles de herramientas que fomenten la creación de empresas”

En tal sentido las universidades no deben dejar de lado su apoyo a estas políticas de desarrollo local de forma que se vaya más allá de las funciones sustantivas de enseñanza e investigación. [García \(2016, p. 7\)](#) incluyen dentro de este paradigma de la tercera misión dos pilares básicos: “la responsabilidad social institucional de la universidad; y, por otro, el compromiso de transformar el conocimiento en valor económico, incidiendo en la competitividad y facilitando la innovación, la creatividad y el desarrollo cultural, científico y tecnológico”

Mucho más allá de lo señalado se requiere también relaciones universidad–empresa para consolidar esta tercera misión pues como afirman [Ocampo, Ramírez Rendón y Vélez, \(2019\)](#) es bastante conocido el potencial de las Instituciones de Educación Superior para la creación de empresas innovadoras y el emprendimiento es la apuesta estratégica que tienen los Estados a través de la política pública. Agregan [Kantis y Angelelli \(2020\)](#) que actualmente existe un marco institucional para fomentar la transferencia de ciencia, tecnología e innovación y el crecimiento de empresas con un sólido componente científico–tecnológico.

[Rojas, Pertuz, Navarro y Quintero \(2019, p. 30\)](#) sostienen que para la educación emprendedora el desafío que se tiene que plantear es “el cambio conceptual de la noción de emprendimiento asumiendo la perspectiva integral de un conjunto de competencias válidas para todos los aspectos de la vida, tanto personal, como ciudadano o laboral”. Cosa nada fácil de asumir por lo cambiante de las condiciones de competitividad en un mundo globalizado

en donde los jóvenes tienen que tomar decisiones frente al abanico de oportunidades. En algunas universidades la enseñanza del emprendimiento está dirigida a fomentar la cultura del emprendimiento dado que como lo han manifestado Papadaki, Novák y Dvorsky (2017) existe una relación directa comprobada entre el espíritu empresarial y el crecimiento económico. De allí la piedra angular para que se genere todo esto son las universidades en ayudar a crear un entorno empresarial y apoyar a los estudiantes en la actividad empresarial.

### Conclusiones

Se concluye que existen posicionamientos teóricos que explican el emprendimiento desde las necesidades de cumplimiento y en ello destacan las escuelas Comportamental y la psicológica que plantean la teoría del comportamiento humano con sus exponentes Gartner y Carland. Tres atributos principales tiene el emprendedor según esta teoría: la necesidad de logro, independencia y la motivación económica. Por su parte Vroom, con su Teoría de la Expectativa/Valoración, recurre a la predicción de los niveles motivacionales de los individuos y en función a esto explica las relaciones entre la valoración, expectativa y la instrumentalidad. Desde la postura de Bandura del aprendizaje social y con el concepto de autoeficacia percibida y expectativa de eficacia teóricos como Gatewood, Shaver, Powers & Gartner han desarrollado la relación entre la teoría de la expectativa/valoración con los planteamientos de Bandura y afirman que un individuo pone su empeño en algo para lograrlo si cree que tiene las habilidades para hacerlo.

Igualmente, se concluye que el emprendimiento se puede explicar desde la teoría del comportamiento planificado planteada por Ajzen; en ella la ejecución del comportamiento a voluntad se realiza a partir del grado de valoración favorable o desfavorable de la conducta, el control conductual percibido y la norma subjetiva en función a esto el individuo examina las oportunidades y recursos para el emprendimiento. Otra teoría sobre la cual se ha desarrollado la mayor producción científica de las investigaciones en el emprendimiento ha sido la Teoría de las necesidades de McClelland desde la perspectiva de este experto es muy importante conocer los niveles de motivación en los emprendedores al momento de impulsar un proyecto productivo.

Finalmente, se concluye que en el emprendimiento es muy importante el rol que desempeñan las universidades como centros que desarrollan investigación, forman alianzas estratégicas con otras instituciones y empresas; así como por la oferta de cursos, seminarios, diplomados que ofrecen para fortalecer el emprendimiento y las ideas de negocio. La educación emprendedora es una tendencia competitiva en las universidades emprendedoras dentro de una economía global por ser motor de desarrollo económico de cada país.

### Referencias

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior & Human Decision Processes*, 50, 179–211. doi:10.1016/0749-5978(91)90020-T
- Alshrari, A. D., Aljaaidi, K. S. & Hassan, O. W. K. (2021). Saudi Arabian 2030 vision and entrepreneurial intention among university students. *AD-minister*, (38), 43–62. <https://doi.org/10.17230/ad-minister.38.2>

- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a Unifying Theory of Behavioral Change. *Psychological Review*, 84(2), 191–215.
- Bandura, A. (1982). Self-efficacy mechanism in human agency. *American psychologist*, 37(2), 122–147.
- Caicedo, G. (diciembre de 2013). El rol de la universidad en ecosistemas de innovación. *ASPAAE*, 3(30).
- Calzado-Barbero, M., Fernández-Portillo, A. y Almodovar-González, M. (2019). Educación emprendedora en la universidad. *Journal of Management and Business Education*, 2(2), 127–159. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7291790>
- Carland, J. W., Hoy, F. & Carland, J. A. (1988). Who is an entrepreneur? Is a question worth asking. *American Journal of small business*, 13, 33–39.
- Erez, A. & Isen, A. M. (2002). The Influence of Positive Affect on the Components of Expectancy Motivation. *Journal of Applied Psychology*, 87(6), 1055–1067.
- García-Peñalvo, F. J. (2016). La tercera misión. *Education in the Knowledge Society (EKS)*, 17(1), 7–18 (2016). <https://revistas.usal.es/index.php/eks/article/view/eks2016171718/14803>
- Gatewood, E; Shaver, K; Powers, J & Gartner, W. (2002). Entrepreneurial expectancy, task effort, and performance. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 27(2), 187–206. doi:10.1111/1540-8520.00011
- Guerrero, M. y Urbano, D. (2012). Transferencia de conocimiento y tecnología. Mejores prácticas en las universidades emprendedoras españolas. *Gestión y política pública*. XXI(1), 107–139. <http://www.scielo.org.mx/pdf/gpp/v21n1/v21n1a4.pdf>
- Kantis, H., y Angelelli, P. (2020). *Emprendimientos de base científico-tecnológica en América Latina: Importancia, desafíos y recomendaciones para el futuro*. Banco Interamericano de Desarrollo. Doi: 10.18235/0002156
- Krueger, N. F. & Carsrud, A. (1993). Entrepreneurial intentions: Applying the theory of Planned behaviour. *Entrepreneurship and Regional Development, An International Journal* 5(4), 315–330. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/08985629300000020>
- Krueger, N. F. & Brazeal, D. V. (1994). Entrepreneurial Potential and Potential Entrepreneurs. *Entrepreneurial Theory and Practice*, 91–104. <https://cemi.com.au/sites/all/publications/Krueger%20and%20Brazeal%201994.pdf>
- Marulanda, V. A., Montoya, R. I. A., Vélez, R. J. M. (2014). Teorías motivacionales en el estudio del emprendimiento. *Pensamiento y gestión*( 36), 206–238.

- Ocampo-López, C., Ramírez-Carmona, M., Rendón-Castrillón, L., & Vélez-Salazar, Y. (2019). Applied research in biotechnology as a source of opportunities for green chemistry start-ups. *Sustainable Chemistry and Pharmacy*, 11, 41–45. Doi: 10.1016/j.scp.2018.12.005
- Pacheco-Ruiz, C., Rojas-Martínez, C., Niebles-Nuñez, W. y Hernández-Palma, H. G. (2022). Caracterización del emprendimiento desde un enfoque universitario. *Formación universitaria*, 15(1), 135–144. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062022000100135>
- Papadaki, Š., Novák, P. y Dvorský, J. (2017). Attitude of university students to entrepreneurship. *Economic Annals-XXI*, 166(7–8), 100–104.
- Renko, M., Kroeck, K., & Bullough, A. (2012). Expectancy Theory and Nascent Entrepreneurship. *Small Business Economics*, 39, 667–684. <https://doi.org/10.1007/s11187-011-9354-3>
- Rodríguez, C. y Jiménez, M. (2005). Emprenderismo, acción gubernamental y academia. *Revisión de la literatura*, 15(26), 73–89. <https://revistas.unal.edu.co/index.php/innovar/article/view/40/73>
- Rojas, G. Y., Pertuz, V., Navarro, A. y Quintero, L. T. (2019). Instrumento para Identificar Características Personales y Didáctica Utilizadas por los Docentes en la Formación de Emprendedores. *Formación Universitaria*, 12(2), 29–40. <chrome-extension://dagcmkpagjlhakfdhnbomgmjdpkdklff/enhanced-reader.html?openApp&pdf=https%3A%2F%2Fwww.scielo.cl%2Fpdf%2Fformuniv%2Fv12n2%2F0718-5006-formuniv-12-02-00029.pdf>
- Shaver, K. G. (2004). Overview: The cognitive characteristics of the entrepreneur. *Handbook of Entrepreneurial Dynamics: The Process of Business Creation*, 131–137.
- Valenzuela-Keller, A. A., Gálvez-Gamboa, F. A. y Moreno-Villagra, M. (2021). Actitudes emprendedoras de estudiantes universitarios de primer año en Chile. *Formación universitaria*, 14(4), 103–112. [https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0718-50062021000400103&lang=es](https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-50062021000400103&lang=es)
- Van Eerde, W. & Thierry, H. (1996). Vroom's Expectancy Models and Work-Related Criteria: A Meta-Analysis. *Journal of Applied Psychology*, 81(5), 575–586.