



Master Universitario en Economía y Desarrollo

Facultad de C. Económicas y Empresariales

Predicción de la creación de empresas a partir de las variables de control conductual percibido, intención emprendedora e intención de implementación.

Prediction of business creation based on the variables of perceived behavioral control, entrepreneurial intention and implementation intention.

Trabajo de Fin de Máster presentado para optar al Título de Máster Universitario en Economía y Desarrollo por Laura Esmeralda Segura Escobar, siendo los tutores del mismo la Dr. D. Francisco Liñán Alcalde y Dr. Dña. María Inmaculada Jaén Figueroa.

Vº. Bº. de los Tutores:

Alumna:

Dr. D. Francisco Liñán Alcalde

Dña. Laura Esmeralda Segura Escobar

Dr. Dña. María Inmaculada Jaén Figueroa



TRABAJO DE FIN DE MÁSTER CURSO ACADÉMICO 2019-2020

TÍTULO:

Predicción de la creación de empresas a partir de las variables de control conductual percibido, intención emprendedora e intención de implementación.

AUTORA:

Laura Esmeralda Segura Escobar

TUTORES ACADÉMICOS

Dr. D. Francisco Liñán Alcalde

Dr. Dña. María Inmaculada Jaén Figueroa

RESUMEN:

Desde la década de 1980, muchos investigadores han estudiado el proceso de la acción de emprender. A partir de los modelos de intención desarrollados en la literatura psicológica, se definieron los determinantes de la intención emprendedora (Ajzen, 1991) como la actitud, norma subjetiva y control conductual percibido. Sin embargo, en esta investigación se propone incorporar la intención de implementación como una variable influyente para explicar porque algunas personas consiguen su logro conductual o acción emprendedora y otras no.

Para el análisis se ha utilizado la muestra proporcionada por el Proyecto ELITE, que incluye 2341 individuos con alto potencial de impacto, en su mayoría titulados universitarios. Con el análisis realizado a la muestra, hemos obtenido resultados que apoyan que el control conductual percibido y la intención de emprender son variables que se asocian positivamente con el comportamiento de creación de empresas. Además, encontramos que la intención de implementación también predice significativamente el comportamiento.

PALABRAS CLAVE:

Intención emprendedora, intención de implementación, control conductual percibido, emprendimiento, teoría de la acción planificada.



ABSTRACT:

Since the 1980s, many researchers have studied the process of entrepreneurial action. From the models of intention developed in the psychological literature, the determinants of entrepreneurial intention (Ajzen, 1991) were defined as attitude, subjective norm and perceived behavioral control. However, in this research it is proposed to incorporate the intention of implementation as an influential variable to explain why some people achieve their behavioral achievement or entrepreneurial action and others do not.

For the analysis, the sample provided by the ELITE Project, which includes 2341 individuals with high impact potential, mostly university graduates, has been used. With the analysis carried out on the sample, we have obtained results that support that perceived behavioral control and the intention to undertake are variables that are positively associated with the behavior of business creation. Furthermore, we found that implementation intent also significantly predicts behavior.

KEYWORDS:

Entrepreneurial intention, implementation intention, perceived behavioral control, entrepreneurship, theory of planned behavior.



Índice

1.	Introducción.....	5
2.	Revisión de la literatura.....	7
2.1.	Modelo de Intención Emprendedora	8
2.2.	Hipótesis y modelo de investigación	11
3.	Metodología.....	15
3.1.	Muestra.....	15
3.2.	Variables.....	15
3.2.1.	<i>Variable dependiente</i>	15
3.2.2.	<i>Variables independientes</i>	16
3.2.3.	<i>Variables de control</i>	17
3.3.	Análisis.....	19
4.	Resultados	21
5.	Conclusiones	25
6.	Referencias	27
7.	Apéndice: Análisis factoriales.....	37

1. Introducción

La figura del emprendedor como propulsor del crecimiento económico (Baron y Shane, 2008) ha cobrado gran relevancia en los últimos años. Tanto es así, que gobiernos, académicos e investigadores están invirtiendo en la búsqueda de herramientas, sistemas o políticas que fomenten la actividad emprendedora y así contribuir al crecimiento económico (Audretsch et al., 2008; Bosma y Harding, 2006; Romero-Martínez y Milone, 2016; Vallmitjana, 2014).

El concepto de emprendedor, se puede entender como la persona que posee empuje e iniciativa, para crear una nueva empresa, superando las dificultades que pueda encontrar en el proceso (Castillo, 1999; Formichella, 2004; González et al., 2010; Uribe y De Pablo, 2011). Schumpeter, en el marco de su teoría del desarrollo económico, planteo que la creación de empresas innovadoras es un factor de desarrollo económico (Schumpeter, 1934). Entonces, podríamos definir que el emprendimiento tiene el potencial de establecer un puente entre la innovación y el crecimiento económico. Y eso determina el efecto que los empresarios tienen sobre el desarrollo económico. Según el Informe Global GEM 2019/2020 (global entrepreneurship monitor),

“Las economías (Irlanda, Suecia y España) han tenido niveles promedio crecientes de TEA¹ en la última década, pero niveles decrecientes de EBO²”. (Bosma et al., 2020: página 75).

Por ello es razonable incentivar el emprendimiento para estimular no solo el desarrollo económico, sino también el empleo y mantener la competitividad en la región. Muchos autores han intentado investigar y entender acerca de los factores y procesos en la toma de decisiones, que llevan un individuo a convertirse en emprendedor (Curties, 1997; Diaz-Garcia et al., 2010; Fayolle, Liñán y Moriano, 2014; Fayolle y Liñán, 2014; Fernández-Serrano y Romero, 2014; Jaén y Liñán, 2013; Liñán y Chen, 2009; Liñán et al. 2011; Liñán y Fayolle 2015; Santos et al., 2016; Stearns y Hills, 1996).

Según (García-Cabrera, et al., 2015) las decisiones que toma el emprendedor se basan en criterios racionales y no racionales; por lo cual, la conducta para desarrollar la acción podría estar influida por las diferencias psicológicas personales y que a su vez producen un

¹ TEA: Total early-stage Entrepreneurial Activity. Definición castellano: Tasa de actividad emprendedora

² EBO: Established Business Ownership. Definición castellano: Empresas propias establecidas



resultado relevante sobre la actividad emprendedora. Algunas investigaciones intentan explicar la actitud emprendedora basándose en elementos socio demográficos como el sexo, edad, antecedentes familiares, experiencia laboral, roles a seguir, entre otros (Bernaes, 2010; De Luco, 2014; Durán-Aponte et al., 2015). Pero también es necesaria una perspectiva psicológica en este proceso de emprendimiento que comprenda diversos aspectos como el cognitivo, social, económico, etc. (De Luco, 2014; Shaver y Scott, 1992).

La persistente idea de los investigadores de comprender al emprendedor ha generado teorías que integran estos aspectos. La más utilizada es la teoría de la acción planificada (TAP) (Ajzen, 1991), con la cual se intenta identificar qué lleva al emprendedor hacia la creación de una empresa, en base a cuatro variables que incluyen la intención, la actitud, la norma subjetiva y el control del comportamiento percibido. Diversos autores han utilizado dicho modelo para analizar la acción emprendedora (Kautonen et al., 2015; Liñán y Chen, 2009; Liñán et al., 2011; Schlaegel y Koenig, 2014). El constante estudio y debate por parte de los académicos, nos hace preguntarnos qué otros factores pueden influenciar directamente en la acción de emprender, por ello el objetivo de nuestro trabajo será indagar si los componentes de la TAP y una buena planificación (intención de implementación) pueden ser variables determinantes o que se asocien positivamente con la creación de empresas.

La presente investigación está estructurada de la siguiente manera. Después de esta introducción se realiza una revisión de la literatura e hipótesis. En la siguiente sección se detalla la metodología utilizada. En la sección 4 se presentan los resultados obtenidos. A continuación, el trabajo concluye con una breve conclusión.

2. Revisión de la literatura

Existe en la literatura científica, una evolución sobre las teorías para entender el comportamiento humano, desde la psicología pura hasta la psicología social, las teorías han realizado contribuciones teóricas y metodológica (Ajzen, 1991; Bandura, 1982; Fishbein y Ajzen, 1975). Una de las teorías psicológicas más influyente y conocidas en cuanto a la predicción de la conducta a partir de la actitud, es la Teoría de la Acción Razonada (TAR), fue presentada en 1967 y a lo largo del tiempo ha sido perfeccionada, desarrollada y comprobada por sus mismos autores (Fishbein y Ajzen, 1975; Fishbein y Ajzen, 1980).

La TAR es una teoría de gran relevancia por su aportación del estudio del comportamiento humano, pues ofrece un modelo completo de investigación, ya que toma en cuenta factores que otras teorías consideraban de manera aislada. En concreto, trata la relación entre factores como las creencias, intenciones y comportamiento, relacionándolos con la toma de decisiones a nivel conductual. Esto lo realiza a través de una concepción unidimensional de la actitud, como fenómeno afectivo, pero determinada por las creencias sobre el objeto. Varias investigaciones afirman que la conducta está influenciada por la intención y ésta a su vez está influenciada por la actitud y la norma subjetiva (Rodríguez, 2007) en otras palabras, la teoría de la acción razonada, afirma que la intención de una persona para llevar a cabo o no una conducta es determinante para realizar la acción.

El interés hacia el concepto de intención por parte de la psicología social se originó a partir de la investigación sobre el impacto de las actitudes en el comportamiento (Campbell, 1963; Wicker, 1969). Se supone que la persona toma decisiones en función de cómo valora los resultados de su comportamiento y de las expectativas que tiene sobre ese comportamiento con respecto a lograr dichos resultados. Además de esta racionalidad instrumental, el modelo integra la racionalidad cultural o normativa mediante una medida de la opinión favorable o desfavorable de los otros significativos ante la conducta específica y sobre la motivación para seguir esta opinión (Boyd y Wyersman, 1991), el sujeto evalúa los atributos o consecuencias de ejecutar la conducta objeto de la actitud (Fishbein y Ajzen, 1980).

La Teoría de la acción planificada (TAP) (Ajzen, 1991), se trata de una extensión de la TAR, pero esta añade un componente nuevo: control conductual percibido. Este une la

actitud y la conducta. La TAP en la psicología, sugiere que la intención de una persona a realizar un comportamiento, es el principal predictivo del comportamiento o acción (De Luco, 2014; Douglas y Shepherd, 2002; Fishbein y Ajzen, 2010; Krueger et al., 2000; Souitaris et al., 2007). Es decir que la TAP se preocupa por la predicción del comportamiento efectivo a partir de las intenciones (Ajzen, 1991).

Las intenciones se derivan de tres antecedentes cognitivos (Ajzen, 1991). Estos factores son de gran relevancia porque proporcionan información precisa sobre la decisión personal del individuo (Baron et al., 2004; Shaver y Scott, 1992). El primero es la actitud personal (AP), grado en que el individuo realiza una evaluación personal positiva o negativa sobre un determinado comportamiento (Ajzen, 2001; Autio et al., 2001; Kolvereid, 1996). Una actitud más favorable hacia el comportamiento hace más probable que se genere la intención de llevarlo a cabo por parte del individuo. El segundo antecedente son las normas subjetivas (Baughn et al., 2006; Block et al., 2015; DeMartino y Barbato, 2002; Liñán y Chen, 2009; Spencer y Gómez, 2004) mide la presión social ejercida por los grupos cercanos a un individuo, para llevar o no cabo el comportamiento esperado. Si el individuo percibe que las personas relevantes a su alrededor aprueban un comportamiento, es más probable que tenga intención de realizarlo. El tercero es el control conductual percibido (PBC) percepción sobre la facilidad o dificultad de realizar un comportamiento específico (Ajzen, 2002).

2.1. Modelo de Intención Emprendedora

Los investigadores a lo largo del tiempo han podido observar y aplicar esta teoría de la acción planificada en el comportamiento de los emprendedores (Bird, 1988; Jakopce et al., 2013; Karimi et al., 2015; Shapero y Sokol, 1982; Shapero, 1984; Shaver y Scott, 1992).

Puntualizando en la última variable agregada a la TAP, control conductual percibido (PBC), este refleja las creencias de las personas, sobre su control en los posibles resultados, en este caso de convertirse en emprendedor y la capacidad de superar posibles limitaciones externas en el proceso, teoría que apoya (Ramos López et al., 2018). Entonces podríamos decir, que si bien la PBC aporta la percepción de tener la capacidad de controlar el comportamiento o acción, como mencionan otros autores (Boyd y Vozikis, 1994; Markman et al., 2002; Moriano et al., 2006) este también proporcionar la sensación de poder (de saber

cómo realizarlo). No es un concepto muy diferente a la autoeficacia (SE) (Bandura, 1977; Chen et al., 1998; McGee et al., 2009).

Según (Rotter et al., 1966) el PBC difiere considerablemente del concepto de locus de control, debido a que el locus de control es una expectativa que generalmente se mantiene estable ante las situaciones y formas de acción, en cambio, el PBC varía según situaciones y acciones. Por consiguiente, una persona puede creer que sus resultados están determinados por su comportamiento (control interno), pero también puede creer que sus posibilidades de alcanzar su objetivo son muy bajas. Con la aportación del programa de investigación sistemática de Bandura et al., (1977) y Bandura et al., (1980), tenemos mayor conocimiento sobre el control conductual percibido y muestra que el comportamiento de las personas está muy influenciado por la confianza en su capacidad para realizarlo de forma efectiva; es decir, por su PBC.

La TAP considera el control conductual percibido no solo como un predictor adicional de la intención, sino también como un predictor directo para el comportamiento. El PBC puede influir desde el momento de tomar la decisión de crear una empresa, hasta el desarrollo del negocio y finalización o cierre del mismo. Es decir, juntos la PBC y la intención, pueden predecir la acción o el logro conductual (Ajzen, 1991; Gurel et al., 2010; Iakovleva et al., 2011; Mauer et al., 2017; Sánchez, 2010).

En el emprendimiento se considera que la intención emprendedora juega un papel muy importante en el momento que un individuo decide si emprenderá en el futuro (Delmar y Davidsson, 2000; Kautonen et al., 2015; Liñán y Chen, 2009; Kautonen et al., 2013; Bird et al., 1988). La intención emprendedora se puede definir como el estado de la mente en la que la atención del individuo se centra en el cumplimiento de un objetivo, creación de una empresa, lo cual tiene notable influencia en las acciones a tomar por parte de la persona para llegar al objetivo trazada (Prodan y Drnovsek, 2010).

Las percepciones que el individuo tiene sobre su deseo y la viabilidad de explotar una oportunidad emprendedora determinan su intención de emprender (Fitzsimmons y Douglas, 2011; Krueger et al., 2000; Schlaegel y Koenig, 2014). Ajzen y Fishbein (1967) exponen que la intención aparte de ser un factor determinante es el último responsable de la ejecución de la conducta. La intención emprendedora atañe a todo individuo que crea una nueva empresa (Fishbein y Ajzen, 1975; Kolvereid, 1997).



La creación de una empresa implica una planificación y un pensamiento cuidadosos por parte del individuo, lo que hace del emprendimiento un comportamiento intencional deliberado y planeado (Bird, 1988; de Morante y Pamela, 2018). Para llegar al comportamiento esperado, es normal que el individuo presente ciertas dificultades en el proceso; sin embargo, este puede resolver todo tipo de conflicto, poniendo en práctica su intención emprendedora (Gollwitzer et al. 1993). Sin embargo, según la investigación de Gollwitzer (1999) existe una débil relación intención-comportamiento. Esto se debe en gran medida a que las personas no siempre actúan en para realizar sus intenciones (Sheeran y Orbell, 1998).

La teoría de la acción planificada, establece que cualquier comportamiento o acción requiere un cierto nivel de planeación y este puede ser predicho por la intención de adoptar el comportamiento (Ajzen, 1991; Blanchard et al., 2002). Es decir, el proceso de tomar la decisión de emprender puede ser considerado como una conducta motivada o comportamiento planificado.

Según (Brandstätter et al., 2001; Gollwitzer, 1993; Gollwitzer, 1999) existe la intención-objetivo y la intención de implementación, y hace esta distinción para diferenciar las mentalidades y los niveles de proximidad a la acción. Las intenciones-objetivo especifican lo que la gente quiere hacer dentro de un cierto período de tiempo. En cambio, las intenciones de implementación (o planes de acción) se refieren a detalle, el cuándo, dónde y el cómo de la acción futura. Cuando un individuo desarrolla escenarios claros de las circunstancias, en las cuales desea realizar la acción de referencia, hay más probabilidad que las intenciones se traduzcan en acciones (Gollwitzer, 1993; Leventhal, 1970). La planificación de la acción es una extensión de la intención porque incluye parámetros situacionales. Por ejemplo, cuándo y dónde realizar la acción, y en consecuencia una acción pre programada (cómo). Se presume que la planificación de la acción es más efectiva que las intenciones cuando se trata de la probabilidad y velocidad de rendimiento, ya que el comportamiento se produce cuando se encuentran señales situacionales relevantes (Gollwitzer, 1993). La voluntad del individuo es suficiente para desencadenar el comportamiento dirigido a un objetivo tan pronto como aparece la señal esperada (Gollwitzer y Brandstatter, 1997).

Las personas no olvidan sus intenciones tan fácilmente cuando se han establecido de forma precisa los parámetros situacionales de la acción (Gollwitzer y Sheeran, 2006; Sheeran, 2002). Según Ziegelmann et al., (2007) al comparar dos grupos de individuos con

un mismo objetivo, descubrieron que los participantes que concretaron intenciones de implementación tenían más probabilidad de cumplir su objetivo, frente a aquellos motivados igualmente para realizarlo, pero que no especificaron sus intenciones de implementación.

Gollwitzer et al. (1999) afirman que para resolver un conflicto, pueden establecerse intenciones concretas de implementación, como la de iniciar la acción esperada en un margen de tiempo, lugar, etc. Las intenciones de implementación comprometen a la persona a ejecutar un comportamiento dirigido al objetivo una vez que se encuentra el contexto situacional especificado e ideal. Gollwitzer (1999) menciona que las correlaciones entre intenciones y comportamiento son modestas, y la intención solo representa del 20% al 30% de la variación en el comportamiento. Esta relación puede variar con el tipo de comportamiento que se especifica, y el comportamiento pasado de las personas suele ser un mejor predictivo que sus intenciones (Gollwitzer, 1999).

El propósito de una intención de implementación es establecer un plan específico que ayude a promover el inicio y la ejecución eficiente de la actividad dirigida al logro de los objetivos (Gollwitzer, 1993). De alguna u otra forma, la intención de implementar, aunque no tenga una correlación mayor en el comportamiento, puede ser predictivo si se planifica de la manera correcta.

2.2. Hipótesis y modelo de investigación

Este trabajo pretende contribuir y aportar evidencia científica a este campo de estudio. Concretamente, persigue conocer las variables predictivas en la creación de nuevas empresas en España. Como hemos visto anteriormente, la acción se ve influenciada por factores motivaciones como: la actitud, la norma subjetiva, el control conductual percibido y la intención emprendedora. A su vez consideramos que la intención de implementación también es una variable relevante en el momento de crear una empresa.

En la revisión de la literatura anterior se muestra que cualquier comportamiento necesita tener un cierto nivel de planeación y puede ser predicho por la intención de adoptar dicho comportamiento desde su inicio (Ajzen, 1991; Blanchard et al., 2002). Otras investigaciones confirman que la intención de implementar aumenta la probabilidad de realización del comportamiento hacia una determinada acción (Ziegelmann et al.,

2007). Todo esto nos lleva a afirmar que la intención de implementación está relacionada con la acción de creación de empresas.

En base a esto, proponemos la siguiente hipótesis:

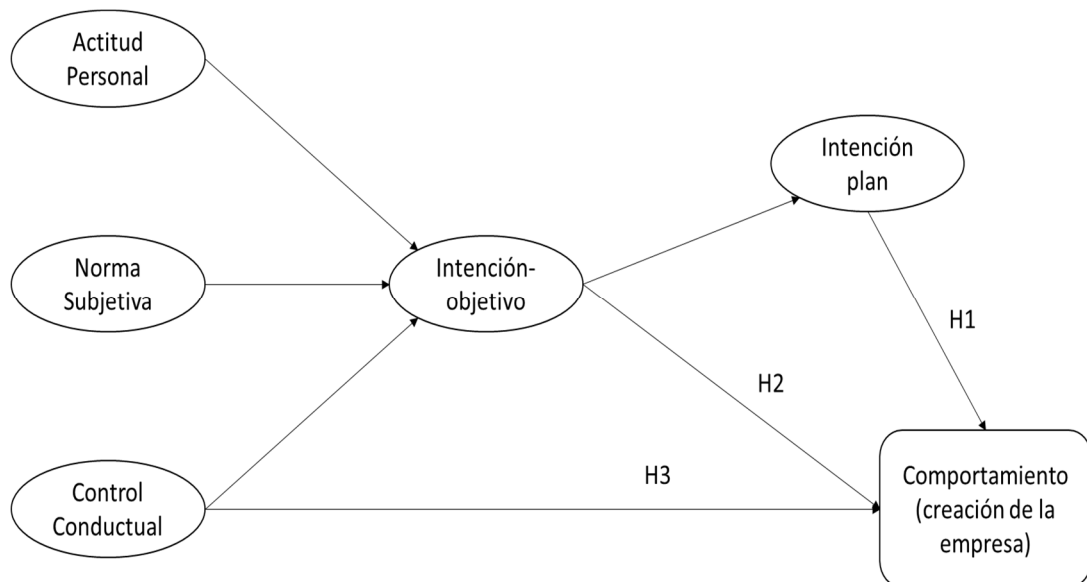
H1: Una mayor intención de implementación se asocia positivamente con la realización de comportamientos para la creación de la empresa.

Por otra parte, la literatura revisada sobre intención emprendedora considera esta variable como un antecedente del comportamiento emprendedor. Es decir, la intención (sólo o en conjunción con otras variables) influye en que la persona realice una determinada acción (Bernales, 2010; de Morante et al., 2018). Por lo tanto, pretendemos comprobar el efecto de la intención emprendedora en la acción.

Basándonos en lo anterior, proponemos la siguiente hipótesis:

H2: Una mayor intención-objetivo se asocia positivamente con la realización de comportamientos para la creación de la empresa.

Figura 1 Modelo de investigación



Fuente: Ajzen 1991



Finalmente, en relación al control conductual percibido, varios autores como (Ajzen, 1991; Gurel et al., 2010; Iakovleva et al., 2011; Mauer et al., 2017; Sánchez et al., 2017) alegan que este también es una variable predictiva y directa al comportamiento o acción de emprender. Por lo cual consideramos confirmar dicha relación entre el control conductual percibido y el comportamiento.

Apoyándonos en lo anterior planteamos la siguiente hipótesis:

H3: Un mayor nivel de control conductual percibido se asocia positivamente con la realización de comportamientos para la creación de la empresa.



Master Universitario en Economía y Desarrollo

Facultad de C. Económicas y Empresariales

3. Metodología

3.1. Muestra

Los datos proceden de dos encuestas realizadas en 2018 y 2019 a una muestra de adultos situados en las distintas fases del proceso de emprendimiento. Se llevó a cabo a residentes en territorio español dentro del Proyecto ÉLITE (Estudio Longitudinal sobre el proceso de surgimiento de emprendedores de alto impacto) financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad, y co-dirigido por los profesores Francisco Liñán y José Fernández-Serrano.

Los datos utilizados en este trabajo han sido recogidos en base a cuestionarios dirigidos a 2341 españoles empresarios (en el momento inicial, T1, en torno a abril de 2018), con alto nivel de educación (título universitario) y con edades comprendidas entre 20 a 65 años (edad promedio 29.9). Esta segmentación permitió abarcar a un grupo de empresarios con mayor potencial para general empresas de alto impacto en la economía. Los encuestados fueron contactados de nuevo al cabo de 18 meses (T2, octubre de 2019) y se recogieron 776 resultados emparejados. Dentro de esta muestra, además, se seleccionó a 563 individuos que no habían creado una empresa en el momento T1 (o bien no se lo habían planteado, o tenían la intención de crearla en los siguientes 3 años). De ellos, 93 encuestados manifestaron haber creado o intentado crear una empresa antes del momento T2.

3.2. Variables

3.2.1. Variable dependiente

La variable dependiente se calculó a partir de las respuestas a dos preguntas del cuestionario. Por una parte, en T1 se preguntó: “¿En qué etapa se encuentra en el proceso de creación de su empresas?”, las fases propuestas son: “Aún no me lo he planteado” (codificado como fase 0 y significa que el individuo no está involucrado en el

emprendimiento), “espero crearla en los próximos 3 años” (codificada como fase 1 y correspondiente al emprendedor potencial), “la estoy creando actualmente” (codificado como fase 2 y corresponde al emprendedor naciente), “la he creado en el último año” (codificado como fase 3), “la creé hace 1 a 3 años” (codificado como 4 y es respectivo a nuevo emprendedor) y “la creé hace más de 3 años” (codificado como 5 y representa a empresarios consolidados. Se utilizaron los individuos que en el momento T1 (primera encuesta) contestaron que estaban en fase 0 y 1 (563 individuos).

Por otra parte, en el momento T2 se les preguntó en qué situación se encontraban respecto al proceso de creación de la empresa. En este caso, se selección a quienes contestaron: “he creado o estoy creando una empresa propia”; “soy propietario de una empresa que no creé yo”; o “participé en un proyecto de creación pero no llegué a ponerlo en marcha”. En cambio, se descartó a aquellos que respondieron “espero crearla en los próximos 3 años” o “no me lo he planteado”. Para medir el comportamiento de creación, se computó una variable denominada “acción” de tipo dicotómica. Esta variable toma el valor 1 para aquellos de los 563 individuos pre-seleccionados que, en el momento T2, son propietarios de una empresa o han intentado crearla (93 individuos), y toma el valor 0 para el resto de los que no han intentado creado su empresa (470 individuos).

3.2.2. Variables independientes

Para el cálculo de las variables medidas con escalas tipo Likert, se realizó un análisis factorial. Los resultados de estos análisis factoriales se recogen en el anexo. La prueba de adecuación muestral de *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO, obtuvo resultados satisfactorios superiores a los ($KMO=,50$) que indican una adecuación correcta de los datos, se puede observar en las tablas de anexo. También nos muestra que la prueba de esfericidad Bartlett, encargada de evaluar la aplicabilidad del análisis factorial de las variables estudiadas, comprueba que los modelos son significativos y por lo tanto, puede aplicarse el análisis ($Sig=,000$).

Control conductual percibido: esta variable se midió a través de 6 tareas que se relacionan positivamente con la actividad de emprender. Se pidió a los encuestados que calificaran el grado en que se sentían capaces de realizar cada uno de las siguientes tareas: “definir mi idea de negocio y la estrategia de una nueva empresa”, “mantener bajo control

el proceso de creación de una nueva empresa”, “negocia y mantener relaciones favorables con potenciales inversores y bancos”, “reconocer oportunidades en el mercado para nuevos productos y/o servicios”, “relacionarme con personas clave para obtener capital para crear una nueva empresa” y “crear y poner en funcionamiento una nueva empresa”. Esta escala se desarrolló a partir de (Santos, Roomi y Liñán, 2016).

Intención emprendedora: esta variable ha sido medida a través de 5 afirmaciones: “es muy probable que llegue a crear una empresa algún día”, “estoy dispuesto/a a esforzarme lo que sea necesario para ser empresario”, “tengo serias dudas sobre si alguna vez llegaré a crear una empresa” (reverso), “estoy decidido/a a crear una empresa en el futuro” y “mi objetivo profesional es ser empresario/a”. Esta pregunta se midió con la escala de Likert de 5 niveles, en la cual 1 significa que se está totalmente en desacuerdo y 5 acuerdo total con las afirmaciones mencionadas. Con el resultado se podrá conocer cuál es la pretensión de los encuestados para crear su propia empresa. Esta escala fue desarrollada en el estudio de (Liñán y Chen, 2009).

Intención de implementar: se mide esta variable, en el supuesto que el encuestado ha pensado en la creación de su empresa, a través de tres aspectos: “que pasos concretos tengo que dar para crear mi empresa”, “cuándo daré cada uno de los pasos para crear mi empresa” y “dónde llevaré a cabo cada uno de los pasos para crear mi empresa”. Con esta busca conocer que tanto planifica con éxito el individuo. Escala desarrollada por (Liñán y Fernández-Serrano, 2018).

3.2.3. Variables de control

Se incluyeron algunas variables de control, debido a que en otras investigaciones se ha encontrado que con frecuencia afectan a las decisiones empresariales. En primer lugar, se midieron las variables recogidas en la teoría de la acción planificada como antecedentes de la intención. Nos referimos a la actitud personal y las normas subjetivas. La actitud se midió a través de las distintas motivaciones para emprender, usando una escala de 8 ítems que incluye diferentes motivaciones (por ejemplo: “Ganar más dinero que como asalariado”). El análisis factorial extrajo tres factores según se describe en el anexo. Estos factores los hemos etiquetado como “Oportunidad”, “Necesidad” e “Independencia”. En el caso de la norma subjetiva, se usó una escala tipo Likert con tres ítems (por ejemplo: “Respecto a la creación

de su empresa, ¿en qué medida las siguientes personas aprueban esta decisión? B6.1. Mi familia más cercana”). Los resultados del análisis factorial se recogen en el anexo.

Tabla 1

Estadísticas de control

Variable	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv.
Edad	2339	16	65	29,98	7,651
Sexo	2344	,00	1,00	,4889	,49998
Nivel socioeconómico	2341	1,00	5,00	2,8103	,75950
Modelos a seguir padre	2341	-1,00	1,00	-0,5416	,85515
Modelos a seguir madre	2341	-1,00	1,00	-0,2614	,65045
Modelos a seguir otro familiar	2341	-1,00	1,00	-0,8731	,94129
Modelos a seguir amigos	2341	-1,00	1,00	0,0709	,94467
Modelos jefes y compañeros	2341	-1,00	1,00	0,0120	,93637
Dependientes	2341	1,00	5,00	1,3904	,79452
Vida familiar limitante	2341	1,00	5,00	2,0290	1,07973
Formación máxima alcanzado	2341	1,00	3,00	2,4912	,62192
Formación en emprendimiento	2341	,00	1,00	,3199	,46656
Experiencia en el extranjero	2341	1,00	5,00	2,1867	1,53108
Experiencia como empleado	2341	1,00	4,00	2,9385	1,05189
Experiencia como empresario	2341	1,00	4,00	1,5955	1,01945

Nota: Elaboración propia

La edad se midió en años. El nivel socioeconómico se dividió en cinco niveles: bajo, medio-bajo, medio, medio-alto y alto. Se controló también sus condiciones familiares, el número de dependientes (niños, ancianos o discapacitados) que viven con los encuestados y si esto supone una limitación para su potencial empresarial (con las opciones de respuesta: nunca, raramente, a veces, frecuentemente y siempre). Se utilizaron dos variables para controlar la educación. En primer lugar, la variable nivel máximo de formación alcanzado o cursando presenta las siguientes opciones: anterior al universitario, grado universitario o similar, y máster o doctorado. En segundo lugar, la formación específica para crear empresas se midió de forma dicotómica, tomando el valor de 1 para indicar que sí ha recibido formación y el valor 0 para indicar que no se ha recibido. La experiencia laboral se evaluó con tres variables. La primera es la experiencia en el extranjero con fines formativos o laborales, representada como: ninguna, menos de 3 meses, de 3 a 6 meses, de 6 meses a un año y más de un año. La segunda se refiere a la experiencia laboral previa, distinguiendo



entre experiencia como asalariado y como autónomo/empresario. En ambos casos, la escala de respuesta es: ninguna, menos de 1 año, de 1 a 3 años y más de 3 años.

Por otra parte, se ha controlado el conocimiento personal y la valoración de la actividad empresarial de una serie de familiares y conocidos que pueden servir como referencia para el encuestado: modelos a seguir de padres, madre, familiares, amigos y compañeros de trabajo. Cada uno de los modelos de conducta se controla mediante una variable ficticia que toma el valor 0 si el encuestado no tiene un modelo de conducta emprendedor en ese grupo, el valor 1 si tiene un modelo de conducta que valora favorablemente, y el valor -1 si tiene un modelo de conducta que valora desfavorablemente.

3.3. Análisis

En primer lugar, se analizarán las correlaciones entre las variables analizadas. A continuación, se utilizará la regresión logística como técnica de análisis multivariante para explicar la probabilidad de haber participado en el proceso de creación de una empresa. Al tratarse de una variable dependiente dicotómica, la regresión logística parece la técnica más adecuada.



Master Universitario en Economía y Desarrollo

Facultad de C. Económicas y Empresariales

4. Resultados

En la tabla 2 se presentan las correlaciones entre la acción de crear una empresa (variable dependiente) y el resto de variables independientes (los componentes motivacionales de la Teoría de la Acción planificada (TAP), la intención-objetivo y la intención de implementación). La relación de la acción con la actitud hacia el comportamiento solo es significativa con la motivación por necesidad. Esta relación es negativa, es decir, un nivel más alto de motivación por necesidad se asocia con un nivel menor de creación de una empresa.

Tabla 2

Correlaciones

	1	2	3	4	5	6	7	8
1. Intentan de T1 a T2	1	,047	-,093*	,072	,213**	,162**	,259**	,304**
2. Oportunidad	,047	1	,169**	,279**	,213**	,277**	,249**	,181**
3. Necesidad	-,093*	,169**	1	,129**	-,110**	-,088**	-,142**	-,092**
4. Independencia	,072	,279**	,129**	1	,223**	,214**	,382**	,252**
5. Norma Subjetiva	,213**	,213**	-,110**	,223**	1	,365**	,464**	,434**
6. Autoeficacia	,162**	,277**	-,088**	,214**	,365**	1	,575**	,565**
7. Intención	,259**	,249**	-,142**	,382**	,464**	,575**	1	,785**
8. Implementación	,304**	,181**	-,092**	,252**	,434**	,565**	,785**	1

Fuente: Elaboración propia

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral)

**.. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral)

Podemos observar, que el resto de los componentes motivacionales de la TAP (norma subjetiva y control conductual percibido) correlacionan de forma positiva y significativa con la acción de emprender. De igual manera, la intención emprendedora tiene una relación positiva y significativa con la acción de emprender. Es decir, un nivel de intención alto está asociado con una mayor creación de empresas. Respecto a la correlación de la variable intención de implementación con el comportamiento, se observa una relación positiva y

significativa. Lo que quiere decir que una mayor intención de implementación se asocia positiva y significativamente con un mayor comportamiento emprendedor.

Para los componentes motivacionales de la TAP, la relación que se observa con la intención-objetivo e intención-plan (intención de implementar) es positiva y significativa en el caso de la motivación por oportunidad y de la motivación de independencia. Sin embargo, la motivación por necesidad se comporta de manera distinta, ya que la relación es negativa y también significativa. Es decir, un nivel más alto en la motivación por necesidad está asociado con un menor nivel de intención-objetivo e intención-plan. También es significativa y positiva la relación con la norma subjetiva y la autoeficacia.

Por último, la relación entre la intención-objetivo y la intención-plan es positiva y significativa, lo que muestra que un mayor nivel de intención-objetivo está asociado con un mayor nivel de intención de implementación.

En la tabla 3, se muestra el resultado de cuatro modelos de regresión logística con la acción de crear una empresa como variable dependiente. El primer modelo corresponde a las variables de control. Podemos observar que el sexo (ser hombre) y tener experiencia como autónomo, se relacionan de forma significativa al 5% con la acción de crear una empresa. La variable formación en emprendimiento también tiene una relación significativa al 1%. Es decir, haber recibido formación para la creación de empresas, la experiencia laboral como autónomo y ser hombre, está asociado con una mayor probabilidad de haber participado en un proceso de creación de empresas. En concreto, los hombres tienen una probabilidad de un 85% más alta, aproximadamente, de crear una empresa que las mujeres. El tener formación en emprendimiento se traduce en una probabilidad de más del doble de crear una empresa, frente al caso de que no se tenga. Quienes poseen experiencia como autónomo también tienen una mayor probabilidad de crear una empresa.

En el modelo 2, agregamos los componentes motivacionales de la TAP. Los resultados obtenidos para la variable sexo y la formación en emprendimiento, prácticamente siguen siendo similares al modelo 1. Sin embargo, la experiencia laboral como autónomo ya no es significativa. Para los componentes de la TAP, la variable de norma subjetiva tiene un coeficiente β positivo y significativo, lo que quiere decir, que la aceptación y el apoyo del entorno social, predicen el comportamiento de creación de empresas (con una probabilidad alta).

Tabla 3

Modelo de análisis factorial sobre el comportamiento para la creación de empresas

Variables de la ecuación	Modelo 1			Modelo 2			Modelo 3			Modelo 4		
	β	Error estándar	Exp(β)	β	Error estándar	Exp(β)	β	Error estándar	Exp(β)	β	Error estándar	Exp(β)
Sexo	,617**	,243	1,853	,627**	,252	1,872	,576**	,254	1,779	,620**	,258	1,858
Edad	-,040	,029	,961	-,030	,030	,970	-,030	,030	,971	-,041	,031	,960
Nivel socioeconómico	-,179	,158	,836	-,0268	,0166	,765	-,230	,168	,795	-,227	,169	,797
Conoce empresario. Padre. NO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Con.emp. Padre. Sí, desfavorable	,382	,480	1,465	,600	,520	1,822	,470	,526	1,599	,724	,539	2,064
Con.emp. Padre. Sí, favorable	,377	,316	1,458	,331	,321	1,393	,273	,323	1,314	,371	,329	1,449
Conoce empresario. Madre. NO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Con.emp. Madre. Sí, desfavorable	-1,321	1,105	,267	-1,120	1,161	,326	-,990	1,149	,372	-1,022	1,140	,360
Con.emp. Madre. Sí, favorable	,055	,423	1,056	,096	,428	1,100	,052	,430	1,053	,032	,436	1,033
Conoce empresario. Otro Fam. NO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Con.emp. Otro Fam. Sí, desfavorable	,015	,424	1,015	,174	,443	1,190	,108	,447	1,114	-,095	,473	,909
Con.emp. Otro Fam. Sí, favorable	-,062	,270	,940	-,129	,278	,879	-,193	,281	,824	-,285	,288	,752
Conoce empresario. Amigo. NO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Con.emp. Amigo. Sí, desfavorable	,274	,392	1,316	,122	,413	1,130	,148	,417	1,159	,152	,430	1,164
Con.emp. Amigo. Sí, favorable	,363	,277	1,438	,166	,286	1,180	,113	,290	1,120	,123	,294	1,131
Conoce empresario. Comp/Jefe. NO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Con.emp. Comp/Jefe. Sí, desfavorable	,105	,386	1,111	,102	,403	1,108	,053	,404	1,055	-,052	,412	,949
Con.emp. Comp/Jefe. Sí, favorable	,167	,275	1,182	,126	,285	1,134	,079	,288	1,082	,004	,294	1,004
Personas dependientes	,274	,168	1,315	,252	,173	1,286	,179	,177	1,197	,121	,179	1,128
Limitación vida familiar	-,090	,121	,914	,034	,127	1,035	,046	,130	1,047	,043	,130	1,044
Nivel formación. Menor universitario	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Nivel formación. Universitario	-,176	1,001	,838	,099	1,103	1,104	,359	1,093	1,432	,612	1,114	1,844
Nivel formación. Máster/Doctorado	-,498	,999	,608	-,138	1,104	,871	,112	1,094	1,119	,304	1,111	1,355
Formación en emprendimiento	,716***	,253	2,047	,666**	,266	1,947	,656**	,268	1,927	,499*	,275	1,647
Experiencia en el extranjero	,108	,079	1,114	,097	,083	1,101	,085	,083	1,089	,075	,085	1,078
Experiencia laboral. Asalariado	,101	,146	1,106	,090	,154	1,095	,104	,156	1,110	,141	,159	1,152
Experiencia laboral. Autónomo	,368**	,170	1,445	,213	,181	1,238	,195	,182	1,216	,140	,183	1,150
Oportunidad	-	-	-	-,068	,146	,934	-,087	,147	,916	-,063	,149	,939
Necesidad	-	-	-	-,202	,134	,817	-,158	,137	,854	-,224	,142	,799
Independencia	-	-	-	,079	,140	1,082	-,065	,149	,937	,008	,153	1,008
Norma subjetiva	-	-	-	,543***	,153	1,721	,462***	,156	1,588	,442***	,162	1,556
Autoeficacia	-	-	-	,314**	,151	1,368	,137	,165	1,147	-,024	,176	,977
Intención-objetivo	-	-	-	-	-	-	,534***	,189	1,706	,078	,228	1,082
Intención implementación	-	-	-	-	-	-	-	-	-	,839***	,230	2,313
Constante	-1,698	1,216	,183	-1,782	1,316	,168	-1,851	1,309	,157	-1,515	1,323	,220

Nota: Niveles de significatividad: *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

En cuanto al control conductual percibido (autoeficacia), también presenta un coeficiente positivo y significativo, de forma que, cuanto más capaz se sienta el individuo de realizar el comportamiento (crear una empresa) es más probable que culmine ese comportamiento. El resultado sobre la autoeficacia también es compartido con los resultados de otras investigaciones (Delgado Piña et al., 2008; Lee et al., 2011). En base a estos resultados, aceptaríamos inicialmente la hipótesis 3.

En el modelo 3, se incluye la variable intención emprendedora (intención-objetivo). El sexo y la formación en creación de empresas siguen siendo significativos. Al igual que la norma subjetiva. En cambio, la autoeficacia deja de ser significativa, esto podría significar que cuando tenemos en cuenta la intención de emprender (intención-objetivo), la autoeficacia pasa a un segundo plano, considerándose que su efecto sobre el comportamiento es únicamente indirecto, a través de la intención-objetivo. Los resultados muestran una relación positiva y significativa de la intención-objetivo con el comportamiento emprendedor. Este resultado es consistente con el de Chávez y Suárez (2017). En base a los resultados del modelo 3, aceptamos inicialmente la hipótesis 2.

Por último, en el modelo 4 se incluye la intención de implementación (intención-plan). Los resultados son similares al modelo 3. No obstante, la intención emprendedora (intención-objetivo) en este modelo deja de ser significativa para la predicción de la acción de emprender. En cuanto, a la variable intención de implementación, los resultados muestran una relación positiva y significativa con la acción de emprender. Esto quiere decir que para el individuo, la probabilidad de llevar a cabo la creación de la empresa es más del doble si realiza una planificación del cómo, cuándo y dónde emprender, en comparación con no realizarla. Estos resultados apoyan la hipótesis 3.

En cambio, en el modelo 4, donde todas las variables del modelo se han introducido en la regresión, el control conductual percibido (autoeficacia) y la intención-objetivo no son significativas como predictores del comportamiento. Cabe pensar, al igual que explicamos en el modelo 3, que la intención-objetivo ejerce un efecto indirecto sobre el comportamiento, a través de la planificación. En este modelo 4, por tanto, las hipótesis 1 y 2 no se ven confirmadas.

5. Conclusiones

Este trabajo es novedoso ya que realiza varias contribuciones destacables a la comunidad científica en relación al comportamiento de creación de empresas. En primer lugar, la investigación ofrece un análisis empírico aplicado al campo del emprendimiento, analiza el comportamiento de creación de empresas de futuros emprendedores a través del control conductual percibido, la intención meta y la intención de implementación. De esta forma, comprobamos la aplicabilidad del modelo propuesto por van Gelderen et al. (2018), Al igual que en aquel estudio, en este trabajo se ha realizado un estudio longitudinal, en el que todas las variables independientes se han medido en el momento T1, mientras que el comportamiento se ha medido en T2 (aproximadamente 18 meses más tarde). De esta forma, se aporta de forma significativa a la literatura existente.

Destacamos dos importantes conclusiones que se extraen de los resultados de este estudio. La primera es la necesidad de considerar la intención de implementación como una variable predictiva y directa para la acción (Gollwitzer, 1999), ya que su relación es más significativa que la intención meta. Esto se pudo observar en el último modelo de nuestra investigación en la cual la intención emprendedora no era significativa ni predictiva en el comportamiento. Sin embargo, la intención de implementación era considerada para el individuo determinante para emprender.

De esta forma, la utilización de una regresión logística jerárquica ha permitido encontrar evidencias sobre las posibles mediaciones entre las distintas variables propuestas. De acuerdo con Gollwitzer (1999), la planificación es un elemento fundamental para dar el paso de la intención-objetivo al comportamiento. Además, este resultado es aún más significativo puesto que la relación se mantiene a pesar de que existe un retraso de un máximo de 18 meses entre la planificación y la efectiva creación de la empresa. Otros resultados han demostrado que la intención-objetivo es capaz de predecir el comportamiento tres años (Liñán y Rodríguez-Cohard, 2015), y hasta cinco años (Delanöe-Gueguen y Liñán, 2019) después de su medición. Sin embargo, en el presente estudio hemos encontrado que ese efecto parece estar completamente mediado por la intención-plan.

Una consecuencia relevante de este resultado puede observarse en relación a la formación para el emprendimiento, El haber recibido formación de este tipo predice una mayor probabilidad de crear una empresa. Numerosos trabajos han mostrado la importancia

de la educación emprendedora, como muestran Nabi et al. (2017) en su revisión de la literatura. En base a nuestros resultados, además, cabe afirmar que esa formación debería incluir contenidos específicos relacionados con la planificación para la creación de la empresa.

La segunda conclusión relevante se refiere a la significatividad de la norma subjetiva a la hora de predecir el comportamiento. En efecto, en todos los modelos de regresión su resultado era significativo y por lo tanto se asocia positivamente a la creación de empresas. Este resultado contrasta con otros que han encontrado que la norma subjetiva ni siquiera predice la intención-objetivo (Liñán y Chen, 2009). Por ello, consideramos que debe de ser estudiada en mayor profundidad. Nuestra interpretación de este resultado es que el acceso a recursos constituye una limitación básica en la fase de lanzamiento (Welsh et al., 2011). De esta forma, la norma subjetiva sería un reflejo de la existencia de redes de contacto que son accesibles y pueden proporcionar los recursos necesarios para la efectiva creación de la empresa.

En este trabajo nos hemos enfrentado a un número limitado de investigaciones acerca de la intención de implementación, ya que en su mayoría estaban enfocados en el área de la salud. Por lo tanto, proponemos que el debate sobre la intención de implementar y la acción de emprender, debe profundizarse y ampliarse para conocer su significatividad en diferentes culturas, edades, niveles socioeconómicos y entre géneros. Pues consideramos que la importancia que tiene planificar en el proceso de creación de empresas es determinante para impulsar el sector del emprendimiento.



6. Referencias

- Ajzen, I. (1967). *Attitudes, normative beliefs, and the prediction of behavior: An empirical investigation* (Doctoral dissertation, University of Illinois at Urbana-Champaign).
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211
- Ajzen, I. (2001). Nature and operation of attitudes. *Annual Review of Psychology*, 52(1), 27-58.
- Ajzen, I. (2002). Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior 1. *Journal of Applied Social Psychology*, 32(4), 665-683.
- Audretsch, D. B., & Keilbach, M. (2008). Resolving the knowledge paradox: Knowledge-spillover entrepreneurship and economic growth. *Research Policy*, 37(10), 1697-1705.
- Autio, E., Keeley, R.H., Klofsten, M., Parker, G.G.C., & Hay, M. (2001). Entrepreneurial intent among students in Scandinavia and in the USA. *Enterprise and Innovation Management Studies*, 2(2), 145–160.
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, 84(2), 191.
- Bandura, A. (1982). Self-efficacy mechanism in human agency. *American Psychologist*, 37, 122-147.
- Bandura, A., Adams, N. E., & Beyer, J. (1977). Cognitive processes mediating behavioral change. *Journal of Personality and Social Psychology*, 35(3), 125.
- Bandura, A., Adams, N. E., Hardy, A. B., & Howells, G. N. (1980). Tests of the generality of self-efficacy theory. *Cognitive Therapy and Research*, 4(1), 39-66.
- Baron, R.A. (2004). The cognitive perspective: A valuable tool for answering entrepreneurship's basic "why" questions. *Journal of Business Venturing*, 19(2), 221–239.
- Baron, R. A., & Shane, S. A. (2008). *Entrepreneurship: A process perspective* (ed.): Thomson. South Western.



- Baughn, C. C., Cao, J. S., Le, L. T. M., Lim, V. A., & Neupert, K. E. (2006). Normative, social and cognitive predictors of entrepreneurial interest in China, Vietnam and the Philippines. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 11(01), 57-77.
- Bernales, M. (2010). *Intención emprendedora y factor de migración en estudiantes universitarios del Perú* (Tesis doctoral). España: Universidad de Salamanca.
- Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention. *Academy of Management Review*, 13(3), 442-453.
- Blanchard, C. M., Courneya, K. S., Rodgers, W. M., Daub, B., & Knapik, G. (2002). Determinants of exercise intention and behavior during and after phase 2 cardiac rehabilitation: An application of the theory of planned behavior. *Rehabilitation Psychology*, 47(3), 308.
- Block, J. H., Kohn, K., Miller, D., & Ullrich, K. (2015). Necessity entrepreneurship and competitive strategy. *Small Business Economics*, 44(1), 37-54.
- Brandstätter, V., Lengfelder, A., & Gollwitzer, P. M. (2001). Implementation intentions and efficient action initiation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 81(5), 946.
- Bosma, N., & Harding, R. (2006). *Global entrepreneurship monitor: GEM 2006 summary results*. Babson College London Business School.
- Bosma, N., Hill, S., Ionescu-Somers, A., Kelley, P. D., Levie, P. J., & Tarnawa, A. (2020). *Global Entrepreneurship Monitor 2019/2020 Global Report*. London: Global Entrepreneurship Research Association.
- Boyd, B., & Wandersman, A. (1991). Predicting Undergraduate Condom Use with the Fishbein and Ajzen and the Triandis Attitude-Behavior Models: Implications for Public Health Interventions 1. *Journal of Applied Social Psychology*, 21(22), 1810-1830.
- Boyd, N. G., & Vozikis, G. S. (1994). The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(4), 63-77.
- Campbell, D. T. (1963). Social Attitudes and Other Acquired Behavioral Dispositions. In S. Koch, *Psychology: A study of a science. Study II. Empirical substructure and relations with other sciences. Vol. 6. Investigations of man as socius: Their place in psychology and the social sciences* (p. 94–172). McGraw-Hill.



- Castillo, A. (1999). Estado del arte en la enseñanza del emprendimiento. *Emprendedores como creadores de riqueza y desarrollo regional*, 21. Chile: Intec Chile.
- Chávez Paz, E. Y., & Suárez Quijano, J. C. (2017). *Inteligencia emocional e intención emprendedora de los estudiantes universitarios en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Peruana Unión, filiales Lima, Juliaca y Tarapoto, 2016-II* (Tesis de pregrado). Universidad Peruana Unión, Lima.
- Chen, C. C., Greene, P. G., & Crick, A. (1998). Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers?. *Journal of Business Venturing*, 13(4), 295-316.
- Curteis, H. (1997). Entrepreneurship in a growth culture. *Long Range Planning*, 30(2), 267-155.
- Delanoë-Gueguen, S., & Liñán, F. (2019). A longitudinal analysis of the influence of career motivations on entrepreneurial intention and action. *Canadian Journal of Administrative Sciences/Revue Canadienne des Sciences de l'Administration*, 36(4), 527-543.
- Delgado Piña, M., Gómez Martínez, L., Romero Martínez, A. M., & Vázquez Inchausti, E. (2008). Determinantes sociales y cognitivos en el espíritu emprendedor: un estudio exploratorio entre estudiantes argentinos. *Revista Cuadernos de Gestión*, 8(1), 11-24.
- Delmar, F., & Davidsson, P. (2000). Where do they come from? Prevalence and characteristics of nascent entrepreneurs. *Entrepreneurship & Regional Development*, 12(1), 1-23.
- De Luco, G. A. (2014). La intención emprendedora en estudiantes universitarios: el caso de la universidad de Deusto/entrepreneurial intention among university students: the case of the university of Deusto. *Boletín de Estudios Económicos*, 69(211), 151-172.
- DeMartino, R., & Barbato, R. (2002). An analysis of the motivational factors of intending entrepreneurs. *Journal of Small Business Strategy*, 13(2), 26-36.
- De Morante, L. R., & Pamela, I. (2018). *Relación entre Intención Emprendedora, Norma Subjetiva, Autoeficacia Emprendedora y Personalidad Proactiva en un grupo de estudiantes de una universidad privada de Lima* (tesis de grado). Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Perú.
- Díaz-García, M. C., & Jiménez-Moreno, J. (2010). Entrepreneurial intention: the role of gender. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6(3), 261-283.



- Douglas, E. J., & Shepherd, D. A. (2002). Self-employment as a career choice: Attitudes, entrepreneurial intentions, and utility maximization. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26(3), 81-90.
- Durán-Aponte, E., & Arias-Gómez, D. (2015). Intención emprendedora en estudiantes universitarios: integración de factores cognitivos y socio-personales. *Revista Colombiana de Ciencias Sociales*, 6(2), 320-340.
- Fayolle, A., & Liñán, F. (2014). The future of research on entrepreneurial intentions. *Journal of Business Research*, 67(5), 663-666.
- Fayolle, A., Liñán, F., & Moriano, J. A. (2014). Beyond entrepreneurial intentions: values and motivations in entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 10(4), 679-689.
- Fernández-Serrano, J., & Romero, I. (2014). About the interactive influence of culture and regulatory barriers on entrepreneurial activity. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 10(4), 781-802.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*. New York: Addison-Wesley.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Englewood-Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (2010). *Predicting and changing behavior. An introduction to theory and research*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Fitzsimmons, J. R., & Douglas, E. J. (2011). Interaction between feasibility and desirability in the formation of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 26(4), 431-440.
- Formichella, M. (2004). *El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local*. Bueno Aires: Publicación INTA.
- García-Cabrera, A. M., Déniz-Déniz, M. C., & Cuéllar-Molina, D. (2015). Inteligencia emocional y emprendimiento: posibles líneas de trabajo. *Cuadernos de Administración*, 28(51), 65-101.
- Gelderen, M., Kautonen, T., Wincent, J., & Biniari, M. (2018). Implementation intentions in the entrepreneurial process: concept, empirical findings, and research agenda. *Small Business Economics*, 51(4), 923-941.



- González, J. J., Cerón, C. A., & Alcazar, F. L. (2010). Caracterización Emprendedora de los empresarios en los Valles de Tundamá y Sugamuxi. Boyacá (Colombia). *Pensamiento & Gestión*, (29), 163-189.
- Gollwitzer, P. M. (1993). Goal achievement: The role of intentions. *European Review of Social Psychology*, 4(1), 141-185.
- Gollwitzer, P. M. (1999). Implementation intentions: strong effects of simple plans. *American Psychologist*, 54(7), 493-503.
- Gollwitzer, P. M., & Brandstätter, V. (1997). Implementation intentions and effective goal pursuit. *Journal of Personality and Social Psychology*, 73(1), 186.
- Gollwitzer, P. M., & Sheeran, P. (2006). Implementation intentions and goal achievement: A meta-analysis of effects and processes. *Advances in Experimental Social Psychology*, 38, 69-119.
- Gurel, E., Altinay, L., & Daniele, R. (2010). Tourism students' entrepreneurial intentions. *Annals of Tourism Research*, 37(3), 646-669.
- Iakovleva, T., Kolvereid, L., & Stephan, U. (2011). Entrepreneurial intentions in developing and developed countries. *Education+ Training*.
- Jaén Figueroa, I., & Liñán, F. (2013). Work values in a changing economic environment: the role of entrepreneurial capital. *International Journal of Manpower*, 34 (8), 939-960.
- Jakopec, A., Krečar, I. M., & Sušanj, Z. (2013). Predictors of entrepreneurial intentions of students of economics. *Studia psychologica*, 55(4).
- Karimi, S., Biemans, H. J., Lans, T., Chizari, M., & Mulder, M. (2016). The impact of entrepreneurship education: A study of Iranian students' entrepreneurial intentions and opportunity identification. *Journal of Small Business Management*, 54(1), 187-209.
- Kautonen, T., Van Gelderen, M., & Tornikoski, E. T. (2013). Predicting entrepreneurial behaviour: a test of the theory of planned behaviour. *Applied Economics*, 45(6), 697-707.
- Kautonen, T., Van Gelderen, M., & Fink, M. (2015). Robustness of the theory of planned behavior in predicting entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(3), 655-674.



- Kolvereid, L. (1996). Prediction of employment status choice intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 21(1), 47-58.
- Kolvereid, L., & Moen, Ø. (1997). Entrepreneurship among business graduates: does a major in entrepreneurship make a difference?. *Journal of European Industrial Training*, 21(4), 154-160.
- Krueger Jr, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5-6), 411-432.
- Lee, L., Wong, P. K., Der Foo, M., & Leung, A. (2011). Entrepreneurial intentions: The influence of organizational and individual factors. *Journal of Business Venturing*, 26(1), 124-136.
- Leventhal, H., & Watts, J. C. (1966). Sources of resistance to fear-arousing communications on smoking and lung cancer 1. *Journal of Personality*, 34(2), 155-175.
- Liñán, F., & Chen, Y. W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593-617.
- Liñán, F., & Fayolle, A. (2015). A systematic literature review on entrepreneurial intentions: citation, thematic analyses, and research agenda. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11(4), 907-933.
- Liñán, F., & Fernández-Serrano, J. (2018). ELITE Cuestionario Inicial de Emprendedores Nacientes.
- Liñán, F., Urbano, D., & Guerrero, M. (2011). Regional variations in entrepreneurial cognitions: Start-up intentions of university students in Spain. *Entrepreneurship and Regional Development*, 23(3-4), 187-215.
- Liñán, F., & Rodríguez Cohard, J. C. (2015). Assessing the stability of graduates' entrepreneurial intention and exploring its predictive capacity. *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, 28 (1), 77-98.
- Markman, G. D., Baron, R. A., & Balkin, D. B. (2005). Are perseverance and self-efficacy costless? Assessing entrepreneurs' regretful thinking. *Journal of Organizational Behavior*, 26(1), 1-19.



- Mauer, R., Neergaard, H., & Linstad, A. K. (2017). Self-efficacy: Conditioning the entrepreneurial mindset. M. Brännback & A. L. Carsrud (Eds.), In *Revisiting the Entrepreneurial Mind* (p. 293-317). Cham: Springer.
- McGee, J. E., Peterson, M., Mueller, S. L., & Sequeira, J. M. (2009). Entrepreneurial self-efficacy: refining the measure. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(4), 965-988.
- Moriano, J. A., Palací, F. J., & Morales, J. F. (2006). Adaptación y validación en España de la escala de Autoeficacia Emprendedora. *Revista de Psicología Social*, 21(1), 51-64.
- Nabi, G., Liñán, F., Fayolle, A., Krueger, N., & Walmsley, A. (2017). The impact of entrepreneurship education in higher education: A systematic review and research agenda. *Academy of Management Learning & Education*, 16(2), 277-299.
- Prodan, I., & Drnovsek, M. (2010). Conceptualizing academic-entrepreneurial intentions: An empirical test. *Technovation*, 30(5-6), 332-347.
- Ramos López, L., López Torres, V. G., Moreno Moreno, L. R., & Galván Sánchez, R. (2018). La Intención Emprendedora En Estudiantes Universitarios Y El Proceso Enseñanza Aprendizaje (The Entrepreneur Intention in University Students and the Teaching Learning Process). *Revista Global de Negocios*, 6(3), 1-12.
- Rodríguez, L. R. (2007). La Teoría de la Acción Razonada. Implicaciones para el estudio de las actitudes. *Investigación Educativa Duranguense*, (7), 66-77.
- Romero-Martínez, A. M., & Milone, M. (2016). El Emprendimiento en España: Intención Emprendedora, Motivaciones y Obstáculos. *GCG: Revista de Globalización, Competitividad & Gobernabilidad*, 10(1), pp. 95-109
- Rotter, J. B. (1966). Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement. *Psychological Monographs: General and Applied*, 80(1), 1-28.
- Sánchez, J. C. (2009). Aprendizaje social e intenciones emprendedoras: un estudio comparativo entre México, España y Portugal. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 41(1), 109-119.
- Sánchez García, J. C., Ward, A., Hernández, B., & Florez, J. L. (2017). Educación emprendedora: Estado del arte. *Propósitos y Representaciones*, 5(2), 401-473.

- Santos, F. J., Roomi, M. A., & Liñán, F. (2016). About gender differences and the social environment in the development of entrepreneurial intentions. *Journal of Small Business Management*, 54(1), 49-66.
- Schlaegel, C., & Koenig, M. (2014). Determinants of entrepreneurial intent: a meta-analytic test and integration of competing models. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(2), 291-332.
- Shapero, A. (1984). The entrepreneurial event. In C. A. Kent (Ed.), *The environment for entrepreneurship*. Lexington, Mass.: Lexington Books.
- Shapero, A., & Sokol, L. (1982). Social dimensions of entrepreneurship. In C.A. Kent, D. L. Sexton, & K.H. Vesper (Eds.), *Encyclopedia of entrepreneurship* (p. 72-90). Englewood Cliffs (NJ): Prentice Hall.
- Shaver, K. G., & Scott, L. R. (1992). Person, process, choice: The psychology of new venture creation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(2), 23-46.
- Sheeran, P. (2002). Intention—behavior relations: a conceptual and empirical review. *European Review of Social Psychology*, 12(1), 1-36.
- Sheeran, P., & Orbell, S. (1998). Do intentions predict condom use? Metaanalysis and examination of six moderator variables. *British Journal of Social Psychology*, 37(2), 231-250.
- Schumpeter, J. A. (1911). *The Theory of Economic Development*, Cambridge, MA, US: Harvard University Press.
- Souitaris, V., Zerbinati, S., & Al-Laham, A. (2007). Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources. *Journal of Business Venturing*, 22(4), 566-591.
- Spencer, J. W., & Gómez, C. (2004). The relationship among national institutional structures, economic factors, and domestic entrepreneurial activity: a multicountry study. *Journal of Business Research*, 57(10), 1098-1107.
- Stearns, T. M., & Hills, G. E. (1996). Entrepreneurship and new firm development: A definitional introduction. *Journal of Business Research*, 36(1), 1-4.
- Uribe, J., & De Pablo J. D. (2011). Revisando el emprendedurismo. *Boletín económico de ICE, Información Comercial Española*, 3021, 53-62.



- Vallmitjana Palau, N. (2014). *La actividad emprendedora de los graduados IQS* (Doctoral dissertation). Universitat Ramon Llull, España.
- Welsh, D. H., Davis, A. E., Desplaces, D. E., & Falbe, C. M. (2011). A resource-based view of three forms of business in the startup phase: Implications for franchising. *Journal of Small Business Strategy*, 22(1), 47-66.
- Wicker, A. W. (1969). Attitudes versus actions: The relationship of verbal and overt behavioral responses to attitude objects. *Journal of Social Issues*, 25(4), 41-78.
- Ziegelmann, J. P., Luszczynska, A., Lippke, S., & Schwarzer, R. (2007). Are goal intentions or implementation intentions better predictors of health behavior? A longitudinal study in orthopedic rehabilitation. *Rehabilitation Psychology*, 52(1), 97.



Master Universitario en Economía y Desarrollo

Facultad de C. Económicas y Empresariales

7. Apéndice: Análisis factoriales

En la tabla A1 se presentan los resultados del análisis factorial sobre las motivaciones para emprender (Actitud hacia el emprendimiento). La estructura de datos es adecuada para el Análisis Factorial Exploratorio (AFE), de acuerdo con la medida de adecuación de muestreo de Kaiser-Meyer-Olkin (0.706) y la prueba de esfericidad de Bartlett (Aprox. Chi-cuadrado = 4522,552, gl = 28, Sig. = 0.000. Tres factores tienen un auto-valor mayor que 1 y la varianza acumulativa explicada es 68.3%. La suma de cargas al cuadrado de la extracción es 2.012, 2.173 y 1,858 para los tres componentes de la rotación. Los factores segundo y tercero se codificaron con signo inverso, para corregir las cargas factoriales negativas en los ítems que lo componen.

Tabla A1

Matriz de componente, actitud hacia el comportamiento

¿Está de acuerdo en que las siguientes motivaciones son importantes para que Ud. se convierta en empresario?	Componente		
	1	2	3
A6. Desarrollarme personal y profesionalmente	,665	,266	-,268
A6. Aprovechar una oportunidad económica	,873	-,039	,025
A6. Ganar más dinero que como asalariado	,679	-,260	,093
A6. Falta de otra alternativa económica (desempleo)	,000	-,837	,046
A6. Complementar los ingresos familiares	,196	-,714	-,042
A6. Inseguridad y precariedad laboral	-,083	-,806	-,173
A6. Flexibilidad del estilo de vida	-,076	-,144	-,868
A6. Deseo de independencia y trabajar para mí	,097	,009	-,847

Método de extracción: análisis de componentes principales.

Método de rotación: Oblimin con normalización Kaiser.

a. La rotación ha convergido en 10 iteraciones.

Fuente: Elaboración propia

En la tabla A2 se presentan los resultados del análisis factorial para los ítems que componen la norma subjetiva. La estructura de datos es adecuada para el Análisis Factorial Exploratorio (AFE), de acuerdo con la medida de adecuación de muestreo de Kaiser-Meyer-Olkin (0.704) y la prueba de esfericidad de Bartlett (Aprox. Chi-cuadrado = 3627,312, gl = 3, Sig. = 0.000. Un solo factor tiene un auto-valor mayor que 1 y la varianza acumulativa

explicada es 78.8%. La suma de cargas al cuadrado de la extracción es 2.365 para el componente único.

Tabla A2

Matriz componente para norma subjetiva

Respecto a la creación de su empresa, ¿en qué medida las siguientes personas aprueban esta decisión?	Componente 1
B6. Mi familia más cercana	,842
B6. Mis amigos	,923
B6. Mis compañeros	,897

Método de extracción: análisis de componentes principales.

a. 1 componentes extraídos.

Fuente: Elaboración propia

En la tabla A3 se presentan los resultados del análisis factorial de los ítems que componen la escala de autoeficacia (control conductual percibido). La estructura de datos es adecuada para el Análisis Factorial Exploratorio (AFE), de acuerdo con la medida de adecuación de muestreo de Kaiser-Meyer-Olkin (0.853) y la prueba de esfericidad de Bartlett (Aprox. Chi-cuadrado = 6337,865, gl = 15, Sig. = 0.000. Un solo factor tiene un auto-valor mayor que 1 y la varianza acumulativa explicada es 60.43%. La suma de cargas al cuadrado de la extracción es 3,626 para el componente único.

Tabla A3

Matriz componente para autoeficacia

Por favor, indique hasta qué punto sería Ud. capaz de realizar eficazmente las siguientes tareas	Componente 1
A7. Definir mi idea de negocio y la estrategia de una nueva empresa	,780
A7. Mantener bajo control el proceso de creación de una nueva empresa	,784
A7. Negociar y mantener relaciones favorables con potenciales inversores y bancos	,783
A7. Reconocer oportunidades en el mercado para nuevos productos y/o servicios	,765
A7. Relacionarme con personas clave para obtener capital para crear una nueva empresa	,739
A7. Crear y poner en funcionamiento una nueva empresa	,812

Método de extracción: análisis de componentes principales.

a. 1 componentes extraídos

Fuente: elaboración propia

En la tabla A4 se presentan los resultados del análisis factorial para los ítems que componen la escala de intención emprendedora. La estructura de datos es adecuada para el Análisis Factorial Exploratorio (AFE), de acuerdo con la medida de adecuación de muestreo

de Kaiser-Meyer-Olkin (0.881) y la prueba de esfericidad de Bartlett (Aprox. Chi-cuadrado = 9246,781, $gl = 10$, Sig. = 0.000. Un solo factor tiene un auto-valor mayor que 1 y la varianza acumulativa explicada es 76.228%. La suma de cargas al cuadrado de la extracción es 3.811 para el componente único.

Tabla A4

Matriz componente para la intención

Indique su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones	Componente 1
A.7 Es muy probable que llegue a crear una empresa algún día	,916
A7. Estoy dispuesto/a a esforzarme lo que sea necesario para ser empresario	,899
A7. Revertido	,742
A7. Estoy decidido a crear una empresa en el futuro	,923
A7. Mi objetivo profesional es ser empresario/a	,874

Método de extracción: análisis de componentes principales.
a. 1 componentes extraídos
Fuente: elaboración propia

En la tabla A5 se presentan los resultados para los ítems que componen la escala de intención de implementar. La estructura de datos es adecuada para el Análisis Factorial Exploratorio (AFE), de acuerdo con la medida de adecuación de muestreo de Kaiser-Meyer-Olkin (0.759) y la prueba de esfericidad de Bartlett (Aprox. Chi-cuadrado = 6721,005, $gl = 3$, Sig. = 0.000. Solo un factor tiene un auto-valor mayor que 1 y la varianza acumulativa explicada es 89.896%. La suma de cargas al cuadrado de la extracción es 2.697

Tabla A5

Matriz componente para la variable intención de implementación

¿Ha pensado detalladamente en los siguientes aspectos de cara a la creación de su empresa?	Componente 1
A8. Qué pasos concretos tengo que dar para crear mi empresa	,931
A8. Cuándo daré cada uno de los pasos para crear mi empresa	,959
A8. Donde llevaré a cabo cada uno de los pasos para crear mi empresa	,954

Método de extracción: análisis de componentes principales
a. 1 componente extraídos
Fuente: elaboración propia