

ARTÍCULO

La Actitud Conductual en las Intenciones Emprendedoras

The behavioral attitude in the entrepreneurial scenario



Ing. Said Diez Farhat, MBA.

Pontificia Universidad Católica del Perú
Cursando Doctorado of Business
Administration
Inicio: Octubre 2014

Magister en Administración de Empresas con
Mención en Negocios Internacionales.

Ingeniero Comercial

E-mail: sdiez89@hotmail.com

Recepción: 15/04/2016

Aceptación: 28/05/2016

Publicación: 24/05/2016

Resumen

La literatura existente expresan argumentos variados, en el cual el tema central es como se determina la intención emprendedora. El comportamiento y las intenciones emprendedoras estaban agregadas únicamente a la personalidad del individuo (Baum, Frese, Baron & Katz, 2007), pero frente a los muchos resultados blandos, se generaron grandes críticas (Gartner, 1989). A finales de la década de los 80 surgen los primeros modelos de intención emprendedora, fundamentados en teorías procedentes de otros campos, como la Teoría de la Acción Razonada (Fishbein & Ajzen, 1975) y la Teoría del Comportamiento Planeado (Ajzen, 1991). A continuación, se han desarrollado algunos modelos, entre los cuales tenemos el Modelo del Evento Emprendedor (Shapero & Sokol, 1982), el Modelo del Potencial Emprendedor (Krueger & Brazeal, 1994).

Palabras clave: emprendimiento, actitud, intención emprendedora, proactividad, autoeficacia, propensión al riesgo.

Abstract

The literature express various arguments, in which the central theme is how the entrepreneurial intention is determined. Behavior and entrepreneurial intentions were added only to the personality of the individual (Baum, Frese, Baron & Katz, 2007), but compared with many soft results, critical acclaim (Gartner, 1989) were generated. In the late 80s the first models of entrepreneurial intention, based on theories from other fields, such as the theory of reasoned action (Fishbein & Ajzen, 1975) and the Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991) arise. Next, some models have been developed, among which are the Model Entrepreneur Event (Shapero & Sokol, 1982), the Model Entrepreneur Potential (Krueger & Brazeal, 1994).

Key words: entrepreneurship, attitude, entrepreneurial intention, proactivity, self-efficacy, risk appetite.

Introducción

El emprendimiento sin duda es un generador de empleo y por ende generador de crecimiento económico. La apertura de nuevos mercados, la cambiante tecnología y las nuevas exigencias de los consumidores obligan a que las nuevas empresas o emprendimientos estén en constante innovación a fin de permanecer en el mercado y lograr perdurabilidad (Schumpeter, 1934). Según los académicos, los emprendedores, administradores de políticas públicas y la población generalmente aseguran que el emprendimiento está expuesto a estar relacionado con el desarrollo económico y el bienestar social (Amorós, Bosma, & Global Entrepreneurship Research Association, 2013; Schumpeter, 1934). Este tópico ha sido estudiado desde el punto de vista de la economía, la psicología, la sociología, la gestión empresarial y la antropología. En sus inicios, la economía se encargó de estudiarlo buscando su relación con el desarrollo desde un ámbito puramente económico (Roth & Lacoa, 2009; Sanagustín Fons, 2012). Luego, la psicología, la sociología y la antropología desarrollaron aportes que se encargaron del

estudio de este fenómeno desde el ámbito de las actitudes que generan el emprendimiento (Guzmán & Trujillo, 2008). Más recientemente, el emprendimiento es un tema intensamente estudiado desde el punto de vista de la gestión de empresas: start-ups, nuevos emprendimientos, emprendedorismo (entrepreneurship), éxito y fracaso de nuevos emprendimientos, emprendimientos familiares, emprendimientos en la base de la pirámide, entre otros aspectos (Freire, 2005; Peñaherrera & Cobos, 2012; Stam, Suddle, Hessels, & Stel, 2006).

En el campo de estudio de la conducta emprendedora, el estudio de la intención hacia el emprendimiento, es una línea de investigación que está generando mucho valor académico y científico, por lo que considerar el proceso de caracterización de oportunidades de negocio como un proceso intencional y, consecuentemente, las intenciones emprendedoras rotundamente merece nuestra atención (Rodríguez, 2009; Sánchez, Lanero, & Yurrebaso, 2005; Torres, Valladares, & Lajo, 2014).

En diferentes estudios existe la discusión sobre la influencia de distintas variables en “la intención emprendedora de estudiantes universitarios, lo cual últimamente se ha estado incrementado a lo largo del mundo, por lo que se ha visto la necesidad de indagar más sobre la construcción de variables que afecten en dicha intención” (Espíritu, 2011, p. 73). Por otro lado las actitudes conductuales y las intenciones emprendedoras estaban agregadas únicamente a la personalidad del individuo (Baum, Frese, Baron & Katz, 2007), pero frente a los muchos resultados blandos, se generaron grandes críticas (Gartner, 1989). A finales de la década de los 80 surgen los primeros modelos de intención emprendedora, fundamentados en teorías procedentes de otros campos, como la Teoría de la Acción Razonada (Fishbein & Ajzen, 1975) y la Teoría del Comportamiento Planeado (Ajzen, 1991). A continuación, se han desarrollado algunos modelos, entre los cuales tenemos el Modelo del Evento Emprendedor (Shapero & Sokol, 1982), el Modelo del Potencial Emprendedor (Krueger & Brazeal, 1994).

Revisión de la Literatura

La imagen del emprendedor radica en la literatura desde el siglo XII y a partir de esa época ha jugado un papel predominante en muchos de los logros de la humanidad (López & Ruiz-Ruano, 2015). En las sociedades ancestrales el emprendedor solía vincularse con la imagen de un aventurero dispuesto a arriesgar su vida y su fortuna (Nerlich, 1987). Inclusive la figura del “Gran Hombre” en la sociedad melanesia, como es detallada por Stewart (1990) es una clara ejemplificación de que la personificación de un emprendedor puede identificarse desde tiempos antiguos en algunas culturas. Sin embargo, existe un proceso de transición de acuerdo a Kurato (2008), expresando que la conceptualización del emprendedor como “un agente de

cambio” ha sido un elemento central en el progreso de la humanidad al iniciar e implementar el progreso material, generando una nueva perfomancia sobre los emprendedores.

De acuerdo al proceso de globalización relacionado con el emprendimiento, Drucker (1985) afirmó:

“La innovación es la herramienta específica de los empresarios innovadores, el medio con el cual explotar el cambio como una oportunidad para un negocio diferente. Se le presenta como una disciplina que puede aprenderse y practicarse. Los empresarios innovadores deben investigar conscientemente las fuentes de innovación, los cambios y los síntomas de oportunidades para hacer innovaciones exitosas, y deben conocer y aplicar los principios de la innovación exitosa” (p. 67).

En el estudio Global Entrepreneurship Monitor, Coduras y Justo (2002) expresaron “la trascendencia del tema de la actividad emprendedora se justifica principalmente por la incidencia positiva que tiene la misma tanto en la generación de nuevos puestos de trabajo como en el crecimiento económico” (p.4). Sin embargo, en el ambiente de estudio de la conducta emprendedora, un perfil de investigación que está alcanzando importancia es el estudio de la intención hacia el emprendimiento, en el cual se debe considerar el proceso de caracterización de oportunidades de negocio como un proceso intencional. (Bird, 1988; Shapero & Sokol, 1982).

En la actualidad no existe un consenso sobre la caracterización del emprendedor (Carland, Hoy, & Carland, 1988), su definición se ha ido perfeccionando a largo del tiempo. Por una parte, se indica que los emprendedores cuenta con algunas características como: educación, situaciones familiares, experiencias laborales distintas y que son personas optimistas, independientes y creativas, etc (Martínez-Rodríguez, 2009). Pero por otro lado, preservan la premisa de que los emprendedores nacen y no se forman en base a la educación, querella que ha resurgido actualmente a través de estudios que proponen una predisposición individual genética hacia el emprendimiento (Zhang et al., 2009); como antagonismo también se expresa que un emprendedor se puede formar a través de la educación (Dickson, Solomon, & Weaver, 2008).

Sin embargo, las investigaciones han estudiado los antecedentes y determinantes de la intención emprendedora que ha ganado una gran importancia para poder comprender el proceso de creación de empresas, la cual se origina en un proyecto que requiere recursos para convertirlo en realidad y finalmente entregar valor agregado a la comunidad. Las investigaciones no han tomado en cuenta que existen algunas variables enfocadas a la actitud conductual hacia el emprendimiento tal como la autoeficacia, la proactividad y la propensión al riesgo, y queda evidenciado que a su vez

no existen muchos estudios que se centren específicamente en las intenciones emprendedoras. (Zhao, Seibert, & Hills, 2005). De igual forma Sánchez et al. (2005, p. 39) expresan “Muchas variables han sido hipotetizadas en la literatura como predictoras de las intenciones hacia el emprendimiento. La mayoría de modelos argumentan que tanto las variables individuales como las situacionales son importantes en la determinación de las intenciones de conducta emprendedora”.

En la actualidad el emprendimiento se enfoca en que la innovación disminuye la efectividad de las prácticas que tienen por fin conservar las perspectivas de mercado vía precios reduciendo la oferta y plantea que las estructuras imperfectas de éste deben ser analizadas en el seno del “ininterrumpido vendaval de la destrucción creativa, lo que no tendría el mismo resultado en una situación estacionaria” (Schumpeter, 1942, p. 125). Por eso, a discrepancia de las estructuras imperfectas de mercado constituyen un estado del proceso de destrucción creativa ya que invertir a largo plazo en condiciones que cambian rápidamente, como en un proceso de desenvolvimiento, “es como una tirada a un blanco que no solamente es confuso sino que está en movimiento y que se mueve a sacudidas” (Schumpeter, 1942, p. 126). En consecuencia Schumpeter defiende la necesidad de protección desplegando una de sus frecuentes analogías: “para ir más rápido un automóvil necesita frenos” (1942, p. 127).

En todo proceso de emprendimiento la innovación es el paso de integración de la tecnología existente y los inventos para crear o mejorar un producto, un proceso o un sistema. Por lo que en el ámbito económico consiste en la consolidación de un nuevo producto, proceso o sistema mejorado (Freeman, 1974). Por otro lado Drucker (1988) menciona que la innovación es la acción de dotar a los recursos con una nueva capacidad de producir riqueza, así como también dice que cualquier cambio en el potencial productor de riqueza ya existente, también es innovación, la cual está estrechamente ligada al emprendimiento.

En el campo académico y empresarial sigue sobresaliendo como teoría oficial de innovación, aquella que la entiende como la aplicación de nuevos conocimientos a las actividades económicas. Cuando se trata de la innovación, esta teoría entiende que la cabeza la constituyen los investigadores, los dedicados a producir conocimientos, y el cuerpo consiste en los empresarios, quienes deberían aplicar los nuevos conocimientos, generando una idea emprendedora para el mercado (Schumpeter, 1942) y se busca que el proceso innovador sea definido como la búsqueda y el descubrimiento, la experimentación y adopción de nuevos productos, nuevos procesos de producción y nuevas formas organizacionales a beneficio de una nación (Dosi, 1988).

La teoría de la innovación es una idea, práctica u objeto

que es percibido como nuevo por un individuo o unidad de adopción. Ese acto de percepción implica que la innovación puede o no ser objetivamente nueva, siempre que sea percibida como nueva para quien la adopta. La novedad de la innovación, por otra parte no solo implica nuevo conocimiento. Alguien puede saber que existe una innovación, pero no haber desarrollado una actitud conductual favorable en las intenciones emprendedoras de los individuos, para adoptarla o rechazarla (Schumpeter, 1961).

La relevancia del fenómeno emprendedor en la economía y sociedad en esta época es un acontecimiento totalmente aceptado debido al desarrollo económico y social que supone para las regiones a lo largo del mundo (Wennekers & Thurik, 1999), tanto por su aportación para corregir los problemas de desempleo (White & Reynolds, 1996), como para el fomento y mejora de la competitividad (Porter, 1991). La definición de emprendimiento contiene una gran visión de connotaciones. Por lo que, puede ser especificado como “un fenómeno multifacético que cruza las fronteras de muchas disciplinas” (Low & MacMillan, 1988). Su interacción relaciona tanto a personas como instituciones en el logro de determinadas actividades, predominantemente de orden económico.

Según Bianchi y Henrekson (2005), la esencia del emprendimiento es “hacer las cosas de una forma distinta” (p.355). Se discute que, inducidos por el valor que otorga la sociedad al emprendimiento, y en razón a las recompensas o beneficios disponibles (Baumol, 1968), las personas por iniciativa propia, eligen el emprendimiento, ya sea de una forma productiva, no productiva o incluso destructiva (Baumol, 1990; Murphy, Shleifer & Vishny, 1991). De igual manera, Sánchez, Benavide y Luna-Arocas (2004) suponen que el emprendedor es el individuo que asume el riesgo y la responsabilidad de acometer y llevar a la práctica un proyecto o una idea innovadora, recopilando los recursos y capacidades necesarios con la esperanza de conseguir beneficios económicos. Por lo tanto, se considera al emprendedor como un “creador” apto de generar ideas potenciales y llevarlas a la práctica.

Las intenciones emprendedoras forman parte de la Teoría de la Conducta Planificada (Ajzen, 1991), en la cual indica que las intenciones son antepuestas a cualquier tipo de comportamiento planificado y están determinadas por varios factores. Bajo esta misma concepción, se destaca el Modelo sobre el Evento Emprendedor de Shapero y Sokol (1982), quien expone que la decisión de iniciar una actividad emprendedora requiere de una creencia preexistente de que dicha actividad es anhelada y realizable, unida con alguna propensión personal a actuar sobre las oportunidades y algún tipo de factor predominante. En el ámbito psicológico relacionado al fenómeno emprendedor, existen algunas variables enfocadas a la actitud conductual hacia el

emprendimiento tal como la autoeficacia, la proactividad y la propensión al riesgo, pero a su vez no existen muchos estudios que se centren específicamente en las intenciones emprendedoras. (Scherer, Adams, Carley & Wiebe, 1989; Zhao et al., 2005).

Todas las intenciones constituyen el grado de compromiso con alguna conducta futura y, por tanto, predicen y explican dicha conducta (Krueger, 1993). Por lo que, las intenciones capturan los elementos motivacionales que inciden sobre una conducta determinada, y son indicadores del grado en que los individuos están dispuestas a poner en marcha dicha conducta (Ajzen, 1991). Por esta razón, las intenciones emprendedoras se asume que el paso previo de la conducta de emprender radica en la formación de una intención al respecto, de tal forma que entender los predictores de la intención implica entender la conducta emprendedora. La mayor parte de estudios en esta ámbito se soportan de los marcos teóricos de la Teoría de la Conducta Planificada de Ajzen (1991) y del Modelo sobre el Evento Emprendedor de Shapero y Sokol (1982), que plantean la presencia de dos antecedentes actitudinales críticos de la intención de emprender: la deseabilidad y la factibilidad percibidas de la conducta.

En el mundo real resulta complicado imaginar la creación de un negocio únicamente como respuesta a un simple estímulo y no como una decisión planificada. De esta manera, se puede aseverar que la conducta emprendedora es precisamente una forma de conducta planificada (Bird, 1988), para la cual algunos de los diferentes modelos de intenciones son convenientes, debido a que pueden ofrecer una correcta vía para expresar y pronosticar mejor dicha conducta emprendedora (Krueger, Reilly & Carsrud, 2000).

En la teoría de la acción razonada, las variables exógenas no se relacionan positivamente con el comportamiento específico, debido a que el comportamiento voluntario de los individuos únicamente se identifica un conjunto tan pequeño de conceptos para demostrar dichas relaciones o por última la ausencia de estas (Ajzen & Fishbein, 1980). Por lo tanto una variable exógena obtendrá un impacto sobre el comportamiento solo en la proporción en que ésta incida en los factores de dicho comportamiento, tal como la actitud (Fishbein & Ajzen, 1975).

La Psicología Social en sus investigaciones ha mencionado a esta teoría como un modelo que pronostica las intenciones y el comportamiento con mucha exactitud y también ayuda a la identificación de cómo enfocar las estrategias en los cambios de comportamiento. El desenvolvimiento y justificación de esta teoría parte de la premisa de un control voluntario único en el estudio del comportamiento (Madden, Ellen & Ajzen, 1992). Entonces, previo a decidir si llevar a cabo o no algún comportamiento, los individuos piensan en las consecuencias de sus acciones, puesto que se presume que la

totalidad de sus acciones conllevan un control de la voluntad.

Esta teoría asevera que un individuo generalmente actúa según sus intenciones, es decir que toman dos acciones básicas, una personal y la otra revela la incidencia en el ámbito social. Con relación a la variable personal (actitud hacia el comportamiento), expresa la evolución del individuo en la consecución del comportamiento, refiriéndose al juicio personal si su comportamiento es bueno o malo; por otro lado la variable involucrada en el ámbito social consiste en la apreciación que tiene el individuo de las presiones sociales que le estimulan a desarrollar o no el comportamiento.

En la variable autoeficacia se entiende que es la convicción que cada individuo puede organizar y ejecutar efectivamente acciones para producir los resultados requeridos (Bandura, 1997). La autoeficacia incide en la elección de la acción y a la cantidad de esfuerzo realizado (Waung, 1995), siendo el principal predictor personal de la elección de carrera (Bandura, 1986).

La relación entre autoeficacia y emprendimiento está evidenciada por diferentes motivos. Primero, la gente evita carreras y sistemas que piensan que sobrepasan sus capacidades, y deciden emprender vocaciones para los que se consideran capaces (Krueger & Dickson, 1994). Segundo, la decisión empresarial sufre algunos riesgos y dificultades, por lo que suena lógico que los emprendedores requieran altos niveles de autoeficacia. Tercero, basados en que la autoeficacia pronostica la elección de carrera, los ventajas ocupacionales, la constancia ante dificultades y la efectividad personal (Bandura, 1986; Krueger & Dickson, 1994; Waung, 1995), sin lugar a dudas ha de estar relacionada con la actividad emprendedora. Por último, dado que el estímulo para actuar crece cuando los emprendedores piensan que sus acciones tendrán resultados alcanzables, la autoeficacia se convierte en un factor predominante de los comportamientos emprendedores que han tenido éxito.

Por otro lado, la autoeficacia tiene aceptación en los modelos de intenciones de la conducta planeada en general y emprendedora, relacionándose con la conducta percibida, en el argumento de Ajzen (1991), o con las ideas de factibilidad como el modelo de Shapero y Sokol (1982). Asimismo, las apreciaciones de autoeficacia parecen ser objetivas para entender la conducta planeada e intencional, dada su influencia en la formación de intenciones emprendedoras. Este indicio hace que el análisis de la autoeficacia sea el más adecuado en las investigaciones sobre intenciones emprendedoras. Equivalentemente, dado que la autoeficacia pronostica la afirmación de posibles oportunidades, no es fuera de lo común que las ideas de autoeficacia aparezcan como fuertemente influyentes en las intenciones emprendedoras (Scherer et al., 1989). De hecho, en algunos estudios las investigaciones han confirmado exitosamente las ideas de autoeficacia en las intenciones emprendedoras, primero por

su incidencia directa y segundo por la asociación con otras variables de interés en la explicación de las intenciones de emprendimiento (Zhao et al., 2005).

En base a sus investigaciones, Bandura (1987) indica lo siguiente:

“La idea de que el hombre puede influir sobre su conducta por medio del pensamiento autorreferente no es aceptada por aquellos que siguen un enfoque conductista. Estos últimos despojan a las autopercepciones de eficacia de todo poder determinante, como si éstas únicamente actuaran como predictores pasivos de la conducta futura que desarrollara el organismo que los hospeda. Si suscribe esta postura teórica conductista surge la cuestión de cómo un organismo que puede predecir su conducta futura no tiene capacidad para influir en ella. Los estímulos e imperativos externos vividos aumentan los conocimientos futuros del individuo. En contra de estas opiniones, las investigaciones realizadas demuestran que el individuo que se considera a sí mismo altamente eficaz actúa, piensa y siente de forma distinta de que aquel que se percibe ineficaz. Los primeros construyen su propio futuro, no se limitan a predecirlo” (p. 420).

Krueger y Brazeal (1994) definieron el Modelo del Potencial Emprendedor como una integración de la visión del modelo presentado por Shapero y Sokol (1982) y la Teoría del Comportamiento Planeado de Ajzen (1991). Como los modelos y teorías anteriores, la iniciativa emprendedora y la identificación de oportunidades son fijadas como un proceso intencional que puede ser afectado por actitudes y comportamiento. Por lo tanto este modelo se enfoca en el estudio de la percepción del deseo (normas sociales) y de la viabilidad (autoeficacia) como inicio de la intención de creación de un negocio. Este modelo se diferencia de la Teoría del Comportamiento Planeado en que no toma en cuenta las variables de deseabilidad y viabilidad percibidas tengan una incidencia positiva en la intención, puesto que incluye dos fases previas como la credibilidad (la forma en que el comportamiento es percibido frente a otros comportamientos alternativos.) y el potencial (preparación preexistente para aceptar que la oportunidad fue seguida por algo que precipitó la decisión).

El Modelo de Determinantes en las Intenciones Emprendedoras propuesto por Davidsson (1995b) es un modelo económico-psicológico que incluye diversas variables que inciden en la intención del individuo para iniciar un negocio. Según este modelo, la intención puede ser incitada por dos variables: (a) convicción (autonomía, logro, competitividad, know-how, orientación monetaria), y (b) situación actual en relación al estatus de empleo. Estas variables son similares a la autoeficacia explicada en los anteriores modelos de intenciones.

La variable propensión al riesgo se determina como el rasgo

de la personalidad que indica la tendencia y predisposición de los individuos para enfrentar los riesgos. Si los individuos cuentan con puntuaciones altas en esta perspectiva entonces podrán estar sesgados a conductas de alto riesgo. Por otro lado, los individuos con baja tendencia al riesgo, podrán sesgarse a conductas de bajo riesgo y ahora lo posible para evitar elecciones que puedan generar resultados que hagan cambiar sus expectativas (Das & Teng, 1997).

A lo largo de los años, el concepto de propensión al riesgo se ha relacionado con el individuo que desea ser emprendedor, por lo que se puede aseverar que toda actividad emprendedora tiene como condición primordial, la asunción de algún tipo de riesgo. De acuerdo a Covin y Slevin (1989) expresan que la propensión al riesgo es una de las tres dimensiones de la orientación emprendedora, dando como resultado que el individuo esté dispuesto a comprometerse con oportunidades con la opción latente de fracaso.

La propensión al riesgo por lo general se ha relacionado con la conducta emprendedora de los individuos (Sexton & Bowman, 1983). No obstante, la evidencia empírica es bastante contradictoria cuando se trata de ratificar que dicha personalidad es un rasgo característico del individuo emprendedor. Asimismo, existen estudios que han demostrado que los individuos que crean empresas y combaten para que salga adelante pueden distinguir y enfrentar al riesgo de manera distinta (Busenitz, 1999). En la misma perspectiva, estudios afirman que los emprendedores fundadores de su propia empresa tienen mayor propensión al riesgo en comparación a los directivos de empresas creadas (Begley & Boyd, 1987).

Otras investigaciones defienden que los emprendedores categorizan las oportunidades de negocio como menos riesgosas que los no emprendedores (Busenitz, 1999). Es decir, los no emprendedores son los menos propensos a asumir riesgos que los emprendedores, pero este último está más dispuesto a la jerarquización de situaciones de riesgo como fuentes positivas de progreso (Palich & Bagby, 1995).

Enfocándonos en el tema de estudio, algunas investigaciones han determinado que la tolerancia y aptitudes positivas hacia el riesgo pronostican las intenciones emprendedoras (Shepherd & Douglas, 1997). De la misma forma, la propensión al riesgo está directamente relacionada con las intenciones emprendedoras por medio de la influencia sobre algunos variables precedentes de éstas tal como la autoeficacia (Zhao et al., 2005) y la actitud positiva hacia la conducta emprendedora (Lüthje & Franke, 2003).

En el Modelo del Evento Emprendedor, Guerrero, Rialp y Burbano (2008) conceptualizaron a la decisión emprendedora como un suceso que se genera por medio del acompañamiento de algunas variables como autonomía relativa, iniciativas, gestión, habilidades y asunción al riesgo. Una consideración importante del modelo es que no toma

en cuenta los aspectos o rasgos individuales del empresario para tomar variables agregadas, por lo que no se puede mencionar una sola variable debido a que son relevantes algunos determinantes para el resultado del proceso emprendedor (Shapero & Sokol, 1982).

Shapero y Sokol (2002) expresan que en un evento emprendedor se debe proyectar dos cuestiones: (a) ¿Qué dio como resultado un cambio de rumbo en la vida del emprendedor?, y (b) ¿Por qué se optó por el evento emprendedor y no por otras innumerables acciones?. Estas interrogantes conducen al concepto de “acontecimiento precipitador”, que destroza los paradigmas en la vida de un individuo y las hacen tomar en cuenta varios caminos a seguir. Para que un individuo considere un camino, este tiene que percibirlo no solo como deseable, sino como viable, y a su vez que debe constar cierta propensión a actuar.

La propensión a actuar trabaja como intermediario de las intenciones emprendedoras por medio de la deseabilidad y la viabilidad; por otro lado, posee una incidencia negativa que actúa como reguladora entre variables y la intención (Kuehn, 2008). Una investigación realizada por Krueger y Carsrud (1993) evidenció que la propensión a actuar genera una incidencia positiva sobre la deseabilidad percibida, la viabilidad percibida y la intención emprendedora.

La variable proactividad representa la tendencia a empezar y defender acciones que positivamente alteran el ambiente adyacente (Bateman & Crant, 1993). La proactividad busca oportunidades y funciona sobre ellas, manifiesta iniciativa,

ejecutan tareas concretas y persisten hasta conseguir un cambio importante. En divergencia, los individuos no proactivos fracasan en la búsqueda de oportunidades y no generan cambios sustanciales. La proactividad involucra la prevención de problemas, la orientación creativa de las normas y sobretodo paciencia para lograr cambios organizacionales.

Covin y Slevin (1989) aseveran que la proactividad es otra de las dimensiones de la orientación emprendedora, en relación a lo indispensable para práctica emprendedora, lo que presume disposición para asumir el fracaso, adaptabilidad y la perseverancia. Las organizaciones proactivas son las más tendenciosas a averiguar oportunidad en el ambiente externo. (Lumpkin & Dess, 1996). Por otro lado Sánchez et al. (2005, p. 44) indican “La proactividad implica un énfasis en anticipar y prevenir problemas antes de que ocurran y una orientación a la acción que incluye una interpretación creativa de las normas y un alto nivel de persistencia y paciencia para operar el cambio”.

Shapero y Sokol (1982) han mencionado que la propensión a proceder sobre las oportunidades es un determinante que influye sobre la relación intención-conducta proporcionando la ejecución de intenciones. En el entorno específico del emprendimiento, Crant (1996) manifestó que las intenciones emprendedoras se encontraban directamente relacionadas con ostentar una personalidad proactiva. A la par, este tipo de personalidad ha sido descrita en la literatura de Shapero y Sokol (1982) y Krueger y Brazeal (1994) como principal precedente de las intenciones y el potencial emprendedor.

Conclusión

A pesar de la abundancia de literatura existente, de tratarse de un tema preponderantemente cuantitativo y de la importancia de los emprendedores en el mundo, no existe un estudio que explique de manera precisa la incidencia que puede tener la actitud conductual de los individuos en las intenciones

emprendedoras, habida cuenta de que los estudios existentes en la literatura han generado conclusiones con algunas variables enfocadas a la actitud conductual hacia el emprendimiento pero a su vez no se centran específicamente en las intenciones emprendedoras.

Listado de Referencias

Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.
Ajzen, I. (1991). *The theory of planned behavior*. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
Amorós, J. E., Bosma, N., & Global Entrepreneurship Research Association. (2013). *Global Entrepreneurship Monitor 2013 Global Report*
Bandura, A. (1986). *The Social Foundations of Thought and Action*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
Bandura, A. (1987). *Pensamiento y Acción*. Barcelona: Martínez Roca.
Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The Exercise of Control*. New York: W. H. Freeman & Co.
Bateman, S., & Crant, J. M. (1993). *The proactive component of organizational behavior*. *Journal of Organizational Behavior*, 14(2), 103-118.
Baum, R., Frese, M., Baron, R.A., & Katz, J.A. (2007). *Entrepreneurship as an area of psychology study: An introduction*. En R. Baum, M. Frese y R.A. Baron (Eds.),

The psychology of entrepreneurship (pp. 1-40). Mahway, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
Baumol, W.J. (1968). *Entrepreneurship in economic theory*. *American Economic Review*, 58(2), 64.
Baumol, W.J. (1990). *Entrepreneurship: Productive, unproductive, and destructive*. *Journal of Political Economy*, 98(5), 893-921.
Begley, T.M., & Boyd, D.P. (1987). *Psychological characteristics associated with performance in entrepreneurial firms and smaller businesses*. *Journal of Business Venturing*, 2(1), 79-93.
Bianchi, M., & Henrekson, M. (2005). *Is neoclassical economics still entrepreneurless?* *Kyklos*, 58(3), 353-377.
Bird, B. (1988). *Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention*. *Academy of Management Review*, 13(3), 442-45.
Busenitz, L. W. (1999). *Entrepreneurial risk and strategic decision making: It's a matter of perspective*. *Journal of Applied Behavioural Science*, 35(3), 325-340.

- Carland, J.W., Hoy, F. & Carland, J.A.C. (1988). "Who is an entrepreneur?" is a question worth asking. *American Journal of Small Business*, 12(4), 33-39.
- Coduras, A., & Justo, R. (2002). *Global Entrepreneurship Monitor*. Madrid: Instituto de Empresa.
- Covin, J. G., & Slevin, D. P. (1989). Strategic management of small firms in hostile and benign environments. *Strategic Management Journal*, 10, 75-87.
- Crant, J. M. (1996). The proactive personality scale as a predictor of entrepreneurial intentions. *Journal of Small Business Management*, 34(3), 42-49.
- Das T. K., & Teng, B. S. (1997). Time and entrepreneurial risk behavior. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 22(2), 69-88.
- Davidsson, P. (1995b). Determinants of entrepreneurial intentions. Paper presented at the RENT IX Workshop, Piacenza, Italia. 31.
- Dickson, P.H., Solomon, G.T., & Weaver, K.M. (2008). Entrepreneurial selection and success: Does education matter? *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15(2), 239.
- Dosi, G. (1988). The nature of the innovative process. Technical change and economic theory.
- Drucker, P. (1985). The discipline of innovation. *Harvard Business Review*, Vol. 63, May-June, 67-72.
- Drucker, P. (1988). *The Coming of the New Organization*. Harvard Business Review.
- Espiritu, R., & Sastre, M. (2007). La actitud emprendedora durante la vida académica de los estudiantes universitarios. *Cuadernos de estudios empresariales* Vol. 17 pp. 95 – 116.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). Belief, attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research. Reading, MA.: Addison-Wesley.
- Freeman, C. (1974). *The Economics of Industrial Innovation*. Londres: Penguin Modera.
- Gartner, W.B. (1989). "Who is an entrepreneur?" is the wrong question. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 13(4), 47-68.
- Guerrero, M., Rialp, J., & Urbano, D. (2008). The impact of desirability and feasibility on entrepreneurial intentions: A structural equation model. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 4(1), 35-50.
- Kuehn, K.W. (2008). Entrepreneurial intentions research: Implications for entrepreneurship education. *Journal of Entrepreneurship Education*, 11, 87-98.
- Krueger, N. F., & Carsrud, A. (1993). Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behavior. *Entrepreneurship and Regional Development*, 5, 316-323.
- Krueger, N. F. (1993). The impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of new venture feasibility and desirability. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(1), 5-21.
- Krueger, N. F., Reilly, M.D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15, 411-432.
- Krueger, N., & Dickson, P. R. (1994). How believing in ourselves increases risk taking: Perceived self-efficacy and opportunity recognition. *Decision Sciences*, 25(3), 385-400.
- Krueger, N., & Brazeal, D. (1994). Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(1), 91-104.
- Kurato, D.F. (2008). *Entrepreneurship, theory, process, and practice* (8th ed.) Cengage Learning.
- López, J., & Ruiz-Ruano, A. M. (2015). Modelado de la intención emprendedora con redes bayesianas. *Revista de Psicología*, 23(2). <http://doi.org/10.5354/0719-0581.2014.36149>
- Low, M.B., & MacMillan, I.C. (1988). Entrepreneurship: Past research and future challenges. *Journal of Management*, 14(2), 139-161.
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review*, 21(1), 135-172.
- Lüthje, C., & Franke, N. (2003). The "making" of an entrepreneur: Testing a model of entrepreneurial intent among engineering students at MIT. *R&D Management*, 33(2), 135-147.
- Madden, T.J., Ellen, P.S., & Ajzen, I. (1992). A comparison of the theory of planned behavior and the theory of reasoned action. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 18(1), 3-9.
- Martínez-Rodríguez, F. M. (2009). Programa socioeducativo para el desarrollo de la cultura emprendedora entre los jóvenes. *Revista Iberoamericana de Educación*, (50/5), 1.
- Murphy, K.M., Shleifer, A., & Vishny, R.W. (1991). The allocation of talent: Implications for growth. *Quarterly Journal of Economics*, 106(2), 503
- Nerlich, M. (1987). *Ideology of adventure: Studies in modern consciousness, 1100-1750 / michael nerlich; translation by ruth crowley ; foreword by wlad godzich*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Palich, L., & Bagby, D. (1995). Using cognitive theory to explain entrepreneurial risk-taking: Challenging conventional wisdom. *Journal of Business Venturing*, 10, 425-438.
- Peñaherrera, M., & Cobos, F. (2012). La creatividad y el emprendimiento en tiempos de crisis. *REICE. Revista Electrónica Iberoamericana Sobre Calidad, Eficacia Y Cambio En Educación*
- Porter, M. (1991). *La ventaja competitiva de las naciones*. Vergara Editor, S.A. Rasch,
- Rodríguez, A. (2009). Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. *Pensamiento & Gestión*, (26), 94-119.
- Roth, E., & Lacoa, D. (2009). Análisis Psicológico de la Conducta Emprendedora en Estudiantes Universitarios: Medición, Relaciones y Predicción. *Ajayu Órgano de Difusión Científica Del Departamento de Psicología UCBSB*, 7(1), 113-150.
- Sanagustín Fons, M. V. (2012). Valores y ética empresarial: un enfoque sociológico. España: Editorial Trotta, S.A
- Sánchez I., Benavide, M.M., & Luna-Arocas R. (2004). "El proceso de aprendizaje para los emprendedores en la situación actual. Un análisis cualitativo en el ámbito universitario". *Dirección y organización: Revista de Dirección, Organización y Administración de Empresas*, 30, 34-48.
- Sánchez, J. C., Lanero, A., & Yurrebaso, A. (2005). Variables determinantes de la intención emprendedora en el contexto universitario. *Revista de Psicología Social Aplicada*, 15(1), 37-60.
- Scherer, R., Adams, J., Carley, S., & Wiebe, F. (1989). Role model performance effects on development of entrepreneurial career preference. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 13(3), 53-61.
- Schumpeter, J.A. (1934). *The Theory of Economic Development*, Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Schumpeter, J. (1942). *Teoría del desenvolvimiento económico, traducción española*. Fondo de Cultura Económica, México.
- Schumpeter, J. (1961). *Konjunkturzyklen. Eine theoretische, historische und statistische Analyse des kapitalistischen Prozesses*. New York: Business Cycles.
- Sexton, D. L., & Bowman, N. B. (1983). Comparative entrepreneurship characteristics of students: Preliminary results. En J. A. Hornaday, J. A. Timmons & K. H. Vesper (Eds.), *Frontiers of Entrepreneurship Research* (pp. 213-232). Wellesley, MA: Babson Centre for Entrepreneurial Studies.
- Shapiro, A., & Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. En C. Kent, D. Sexton & K. H. Vesper (Eds.), *Encyclopaedia of Entrepreneurship* (pp. 72-90), Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Shepherd, D., & Douglas, E. (1997). Entrepreneurial attitudes and intentions in career decision makers. Paper presentado al International Council for Small Business. San Francisco, CA.
- Stam, E., Suddle, K., Hessels, S. J. A., & Stel, A. van. (2006). Los emprendedores con potencial de crecimiento y el desarrollo económico: Políticas públicas de apoyo a los emprendedores. *Ekonomiaz: Revista Vasca de Economía*, (62), 124-149.
- Stewart, A. (1990). The bigman metaphor for entrepreneurship: A "library tale" with morals on alternatives for further research. *Organization Science*, 1(2), 143-159.
- Torres, M., Valladares, M. T., & Lajo, M. T. (2014). Capacidades emprendedoras y personalidad eficaz en estudiantes de una universidad privada de Lima. *Revista de Investigación En Psicología*, 16(2), 45-59.
- Waung, M. (1995). The effects of self-regulatory coping orientation on newcomer adjustment and job survival. *Personal Psychology*, 48, 633-649.
- Wennekers S., & Thurik R. (1999). "Linking entrepreneurship and economic growth". *Small Business Economics*, 13, 27-55.
- Zhang, Z., Zyphur, M.J., Narayanan, J., Arvey, R.D., Chaturvedi, S., Avolio, B.J., & Larsson, G. (2009). The genetic basis of entrepreneurship: Effects of gender and personality. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 110(2), 93-107.
- Zhao, H., Seibert, S. E., & Hills, G. E. (2005). The mediating role of self efficacy development of entrepreneurial intentions. *Journal of Applied Psychology*, 90(6), 1265-1272.