

Determinantes en la medición de la intención emprendedora

Resumen

La intención emprendedora se convierte en la clave para entender el fenómeno emprendedor y puede ser vista como el primer paso en el proceso de emprender. En la medición de la intención emprendedora se utilizan un conjunto de técnicas estadísticas sólidas y robustas para poder incorporar adecuadamente los conocimientos necesarios para el desarrollo de nuevas propuestas de investigación. El presente artículo, revisa parte de la literatura existente sobre la medición emprendedora y estudios cuantitativos realizados con la aplicación de alguno de los tres modelos, considerados seminales para la conceptualización de la medición de la intención para emprender. Además, se analizan las técnicas estadísticas utilizadas para la medición de la intención emprendedora.

Palabras claves: intención emprendedora, técnicas estadísticas, modelos seminales

Abstract

Entrepreneurial intention is the key to understanding the entrepreneur phenomenon can be seen as the first step in the process of undertaking. Measuring entrepreneurial intention needs solid and robust statistical techniques to adequately reflect the knowledge necessary for the development of new research proposals. This article reviews some of the literature on entrepreneurial measurement and quantitative studies with the application of any of the three models considered seminal for conceptualizing measuring intend to undertake. In addition, statistical techniques used for measuring entrepreneurial intention are analyzed.

Key words: entrepreneurial intentions, statistical techniques, seminal models

Introducción

Seagal et al. (2005) señalan que a partir de la década de 1950 se comenzaron a llevar a cabo diversos estudios psicológicos en el campo organizacional los cuales pasaron de contenidos estáticos a modelos de procesos dinámicos. Un camino similar ha tomado el estudio sobre el emprendimiento para comprender la intención de los individuos sobre iniciar sus propios negocios. En este sentido, los resultados de los estudios psicológicos se han adaptado para poder comprender mejor la motivación y los factores que influyen sobre la intención emprendedora.

Diversos trabajos han prestado atención al estudio de la medición de la intención emprendedora desde diferentes perspectivas (Garavan y O`Cinneide, 1994; Mwasalwiba, 2005; Johansen, 2013); sin embargo, la mayor parte se basan en alguno de los siguientes modelos: el modelo de la Cultura *Empresarial* de Shapero y Sokol (1982), el modelo de la *Teoría del Comportamiento Planificado* de Azjén (1991), y el modelo del *Potencial Emprendedor* de Krueger y Brazeal (2000).

El presente artículo, revisa parte de la literatura existente sobre la medición emprendedora y estudios cuantitativos realizados con la aplicación de alguno de los tres modelos, considerados seminales para la conceptualización de la medición de la intención para emprender. Además, se analizan las técnicas estadísticas utilizadas para la medición de la intención emprendedora.

Revisión de literatura

Sánchez, Lanero y Yurrebaso (2005), señalan que la intención emprendedora constituye la clave para entender el fenómeno emprendedor y puede ser vista como el primer paso en el proceso de emprender. Así, el estudio de los antecedentes y determinantes de la intención emprendedora cobra especial relevancia para poder comprender el proceso de creación de empresas. Su investigación desarrolla un modelo explicativo de la intención emprendedora considerando variable de tipo personal (autoeficacia, proactividad, asunción

de riesgos) mediante un análisis de ecuaciones estructurales. Concluyen que la proactividad influye directamente sobre la intención de emprender mientras que la autoeficacia y la asunción de riesgos presentan un efecto indirecto, a través de la proactividad. La autoeficacia, de acuerdo con su modelo, presenta una relación directa sobre la proactividad y la aversión al riesgo.

De acuerdo con Ferreira et al. (2012) la medición de la intención emprendedora automáticamente necesita incorporar conocimientos del enfoque psicológico y del enfoque del propósito. En su estudio, desarrollaron y probaron un modelo de ecuaciones estructurales integral que combina ambas perspectivas psicológicas y de comportamiento con el objetivo de identificar qué variables tienen influencia sobre la intención emprendedora de estudiantes de secundaria. Los resultados muestran que la necesidad de logro, la autoconfianza, y la actitud personal afectan positivamente la intención emprendedora. Por otra parte, las normas subjetivas y actitud personal afectan comportamiento percibido hacia la intención para emprender.

Modelo de la Conducta Empresarial

En el modelo de Shapero y Sokol (1982), la intención emprendedora es marcada por la deseabilidad y la factibilidad percibidas del emprendimiento y por la aversión al riesgo. El sistema de valores del individuo, el cual está conformado por una serie de variables como su entorno social, cultura, familia, educación, afecta la deseabilidad percibida. La factibilidad tiene que ver más con la influencia de externalidades como la existencia de financiamiento y el apoyo moral; aunque también toma en cuenta las habilidades propias del individuo. Finalmente, la aversión al riesgo tiene que ver con el locus interno del sujeto; o sea, con la percepción sobre que los eventos ocurren como efecto de sus propias acciones, sobre la relación entre esfuerzo, habilidad y responsabilidad personal.

Con base en la propuesta de Shapero y Sokol (1982), Turker (2009) presenta un modelo de apoyo empresarial empíricamente probado en una muestra de 300 estudiantes universitarios en Turquía el cual considera predominantemente el impacto de los factores contextuales en la intención emprendedora. En el modelo, la intención emprendedora se

toma en función de la educación, soportes relacionales y soportes estructurales. Los resultados de la encuesta mostraron la educación y los factores estructurales de apoyo afectan a la intención emprendedora de los estudiantes.

Modelo de la Teoría del Comportamiento Planificado

El modelo de Azjen (1991) explica la intención emprendedora mediante tres variables: las actitudes referidas, las normas subjetivas (sociales) y el control del comportamiento o la conducta. Las variables actitud y normas percibidas son equivalentes a la variable del modelo de Shapero y Sokol (1982) sobre deseabilidad; por otro lado, la variable control de la conducta es similar a la variable factibilidad. Azjen (1991) no incluye en su modelo la variable aversión al riesgo que sí incluye el modelo de Shapero y Sokol (1982).

Liñán y Chen (2009) aplican en la Teoría del Comportamiento Planificado de Azjen (1991), señalando que la Intención Emprendedora indica el esfuerzo que la persona va a hacer para llevar a cabo la conducta emprendedora. Los resultados obtenidos de la investigación puntúan que el modelo es válido inclusive en distintas culturas y países, puesto que las temáticas culturales y sociales son reflejadas por las variables señaladas, las cuales tendrán distinta importancia relativa en la explicación de la intención emprendedora según el contexto donde se investigue; no obstante, siempre sería explicada basada en las tres variables: motivación, antecedentes y comportamiento.

Utilizando el mismo modelo de Azjen (1993), Mueller (2011) mide el impacto de las características de un curso de educación empresarial sobre la intención emprendedora concluye que los modelos de conducta, enseñanza centrada en el estudiante y los procesos de retroalimentación son componentes eficientes para incrementar la intención emprendedora a través de sus antecedentes.

Wu y Wu (2008) investigaron la relación entre una mayor formación académica los estudiantes universitarios chinos y sus intenciones empresariales. A través de un modelo de ecuaciones estructurales, se sugiere que la diversidad de antecedentes educativos ofrece

explicaciones plausibles sobre la diferencia de las intenciones emprendedoras de los estudiantes universitarios chinos. Además, indican que las instituciones de educación superior deben desarrollar enfoques más flexibles con especial atención a los diferentes grupos de estudiantes de acuerdo con sus distintos niveles educativos.

Iakovleva, Kolvereid y Stephan (2011), proponen la utilización del TBS de Ajzen para predecir las intenciones empresariales entre los estudiantes en el desarrollo de cinco y nueve países desarrollados. El objetivo de su investigación es medir si la intención emprendedora y sus antecedentes difieren entre países en desarrollo y los desarrollados, y para poner a prueba la teoría de los dos grupos de países. Modelos de ecuaciones estructurales se utilizó para analizar los datos. Los hallazgos indican que los encuestados de los países en desarrollo tienen intenciones empresariales más fuertes que los de los países desarrollados. Por otra parte, los encuestados de los países en desarrollo también obtienen mejores resultados en los antecedentes de la teoría de las intenciones empresariales - actitudes, normas subjetivas, y el control conductual percibido - de los encuestados de países desarrollados.

Mientras tanto, el estudio cuantitativo de van Gelderen et al. (2008), también basado en el modelo de la Teoría del Comportamiento Planificado (Ajzen, 1991) muestra que las dos variables más importantes para explicar las intenciones empresariales son el estado de alerta empresarial y la importancia asignada a la seguridad financiera. Logran estos resultados luego de correr varios modelos estadísticos basados en correlaciones, regresiones logísticas y regresiones múltiples lineales.

Según los resultados del estudio cuantitativo basado en dos modelos de regresiones lineales obtenidos por Guzmán-Alfonso y Guzmán-Cuevas (2012), se puede afirmar que, también para el caso de América Latina, las intenciones empresariales son una vez más el paso previo de la conducta empresarial en materia de creación de empresas. Las tres variables estudiadas por estos (actitudes hacia la IE, valor social percibido hacia el emprendimiento y autoeficacia percibida) son significativos como determinantes de intenciones emprendedoras, la evidencia de su estudio también sugiere una relación negativa entre la percepción de valor social sobre el espíritu empresarial y la intención emprendedora.

Modelo del Potencial Emprendedor

El modelo de Krueger y Brazeal (1994) es visión integradora que potencia la propensión a actuar. Incluye la variable deseabilidad percibida del modelo de la Conducta Empresarial (Shapero y Sokol, 1982) y las variables actitud y normas percibidas del modelo de la Teoría del Comportamiento Planificado (Ajzen, 1991); asimismo, incorpora una nueva, la autoeficacia (*self-efficacy*) la cual se relaciona con la aversión al riesgo.

Los resultados del estudio de Roth y Lacoa (2009), basado en este modelo, muestran correlaciones significativas entre alta actitud emprendedora o intención para emprender y las variables psicológicas tales como la disposición a cambiar, la ego-resiliencia, la autoeficacia emocional. Por el contrario, la baja actitud emprendedora, en su estudio, no exhibió correlaciones relevantes con ninguna de tales variables. Un análisis de regresión múltiple les permitió vislumbrar un modelo para la predicción de la intención emprendedora a partir de la disposición a cambiar, de la ego-resiliencia y de los valores de autodirección y logro.

Asimismo, el estudio empírico realizado en Ghana por Denanyoh, Adjei y Nyemekye (2015), concluye que la intención emprendedora de los estudiantes en formación técnica se toma en función de la educación, la comunidad y el apoyo familiar. Dicho estudio señala además, que la importancia de la intención emprendedora radica en que los emprendimientos se han convertido en motor importante del crecimiento económico, la productividad y el desarrollo social.

Karimi et al. (2014), exploran los efectos de modelos empresariales sobre la intención emprendedora y sus antecedentes y examina la cuestión de si los efectos varían según el género. Los datos fueron obtenidos de una muestra de 331 estudiantes de siete universidades de Irán. Modelos de ecuaciones estructurales y procedimiento de *bootstrap* se utilizaron para analizar los datos. En consistencia con el modelo, sus resultados muestran que los modelos empresariales influyen indirectamente sobre los instrumentos económicos a través de los antecedentes de la intención.

Por su parte, el estudio de Pruett et al. (2009) mediante la utilización de modelos basados en análisis factorial, regresiones e iteraciones, pretende probar un modelo que incorpora los factores culturales, sociales y psicológicos a la medición de la intención

empresarial. El estudio se lleva a cabo con estudiantes universitarios de los EE.UU., España y China. Concluyen que, en todas las culturas, los estudiantes universitarios comparten puntos de vista similares en general, las motivaciones y las barreras a la iniciativa empresarial, pero con algunas diferencias interesantes. Además, aunque las dimensiones culturales y sociales explican sólo una pequeña parte de las intenciones, la autoeficacia (disposición) es un importante predictor de la intención emprendedora.

Metodología

Para el desarrollo de este artículo se tomó como base la propuesta metodológica para la realización de búsquedas sistemáticas de bibliografía de Medina-López, Marín-García y Alfalla-Luque (2010).

Identificación del tema y el período. Se decidió indagar sobre los modelos de medición sobre la intención emprendedora y su aplicación en estudios científicos durante los años comprendidos entre 2005 y 2015.

Selección de fuentes de información. Utilización de la base de datos *Emerald* para la búsqueda de artículos científicos. Se seleccionó esta base de datos debido a que ofrece información en el área temática de interés e incluye múltiples revistas electrónicas multidisciplinarias con investigación internacional y títulos indexados en Thomson Reuters (ISI) y en Scopus.

Realización de la búsqueda. La búsqueda se enfocó en artículos científicos más relevantes relacionados con el tema de emprendimiento y la intención emprendedora, en este proceso se trabajó con poco más de 50 artículos de los cuales se escogieron un total de 38 para una primera fase.

Gestión y depuración de los resultados. Por la naturaleza de esta revisión, de la búsqueda anterior se eligió un total 15 artículos cuantitativos relevantes que utilizaron como base de estudio alguno o una combinación de los modelos considerados seminales de la medición de la intención emprendedora.

Análisis de los resultados. Finalmente se procedió a construir tablas que permitieran realizar el análisis sobre los aspectos más relevantes sobre la medición de la intención emprendedora.

Resultados

La Tabla 1 muestra los artículos que fueron escogidos en este estudio y señala cuál modelo seminal fue utilizado como base teórica. Es interesante ver cómo el modelo de Shapero y Sokol (1983) no fue aplicado en ningún caso de forma individual, sin embargo, se combinó con los modelos de Azjen (1992) y Krueger y Braseak (1994) en un 40% de los casos. El modelo de Azjen (1992) también está presente en un 40% de los estudios, seguido por el modelo de Krueger y Braseak (1994) utilizado un 13,33% y finalmente el modelo Azjen (1992) - Krueger y Braseak (1994) sirvió como base en un 6,67% de las investigaciones.

A pesar de que estos modelos son consideramos los más importantes no son los únicos, diversos autores refieren otros para complementar sus propuestas, dentro de estos destaca el modelo de Liñán y Chen (2009).

Globalmente, de los 15 trabajos analizados el 81,25% considera el modelo de Azjen (1992) como referencia, el 60% utiliza el modelo de Krueger y Braseak (1994) y el 40% el modelo de Shapero y Sokol (1982).

Tabla 1: Utilización de los modelos seminales para la medición de la intención emprendedora

TÍTULO DEL ESTUDIO	AUTORES	MODELO UTILIZADO EN EL ESTUDIO		
		Conducta Empresarial	Teoría del Comportamiento Planificado	Potencial Emprendedor
		Shapero y Sokol (1982)	Azjen (1992)	Krueger y Braseak (1994)
Factors That Impact on Entrepreneurial Intention of Tertiary Students in Ghana	Denanyoh , Adjei y Nyemekye (2015)			
Effects of role models and gender on students' entrepreneurial intentions	Karimi et al (2014)			
Entrepreneurial motivations and intentions: investigating the role of education major	Solesvik, Marina (2013)			
A model of entrepreneurial intention: An application of the psychological and	Ferreira, Raposo, Rodrigues, do Paço, (2012)			
Entrepreneurial intention models as applied to Latin America	Guzmán-Alfonso y Guzmán-Cuevas, (2012)			
Entrepreneurial intentions in developing and developed countries	Iakovleva, Kolvereid y Stephan, (2011)			
Increasing entrepreneurial intention: effective entrepreneurship course characteristics	Mueller, S. (2011)			
Students' entrepreneurial intentions: an inter-regional comparison	Franco, M.; Haas, H. y Lautenschläger, A. (2010)			
Análisis Psicológico del Emprendimiento en Estudiantes Universitarios: Medición,	Roth, E. y Lacoa, D. (2009)			
Explaining entrepreneurial intentions by means of the theory of planned behaviour	van Gelderen et al (2009)			
Which factors affect entrepreneurial intention of university students?	Turker, D. Senem Sonmez Selcuk, (2009)			
Explaining entrepreneurial intentions of university students: a cross-cultural study	Pruet et al (2009)			
The impact of higher education on entrepreneurial intentions of university	Sizong Wu, Lingfei Wu, (2008)			
Factores explicativos de la actitud emprendedora de los estudiantes	Espíritu Olmos, R.; Sastre Castillo M.A. (2007)			
The motivation to become an entrepreneur	Segal, Borgia y Schoenfeld (2005)			

Fuente: elaboración propia con base en la revisión literaria

En la Tabla 2 se muestra de acuerdo con cada modelo seminal o combinación de ellos cuáles son los estadísticos mayormente utilizados, se tiene así que son cuatro: el coeficiente Alfa de Conbrach (13,63%), el análisis de regresión (13,63%), el análisis de correlaciones (25%), y las ecuaciones estructurales (13,63%).

Según la revisión de la literatura llevada a cabo, en los tipos de regresión el análisis de regresión jerárquica es el que impera; y, sobre la aplicación del análisis de correlación el más utilizado es el bivariado seguido por el multivariado y en menor grado el lineal.

De forma global, de los 15 trabajos analizados el 100% utiliza alguna combinación estas cuatro técnicas (el 50% utiliza las cuatro, un 25% combina correlaciones con ecuaciones estructurales y el otro 25% lo hace con análisis de regresión y correlaciones). Además, un 34,10% de los trabajos contempla la incorporación de otras técnicas estadísticas como lo son los descriptivos (9,10%), la prueba del Chi cuadrado (4,55%), la comparación de medias y ANOVAS (11,38%) y el análisis factorial (9,10%).

Tabla 2: Tratamientos estadísticos utilizados para la medición de la intención emprendedora, según el modelo o combinación de modelos seminales

MODELO	TRATAMIENTO ESTADÍSTICO							
	Descriptivos	Chi cuadrado	Comparación de medias y ANOVAS	Análisis factorial	Coefficiente de Alfa Conbrach	Correlaciones	Análisis de regresión	Ecuaciones estructurales
Shapero y Sokol (1983)								
Azjen (1993)	●				●	●	●	●
Krueger y Braseak (1994)		●	●	●			●	●
Shapero y Sokol (1983)- Azjen (1993)								
Shapero y Sokol (1993) - Krueger y Braseak (1994)								
Azjen (1993) - Krueger y Braseak (1994)	●						●	●
Shapero y Sokol (1983) Azjen (1993) Krueger y Braseak (1994)	●	●	●	●	●	●	●	●

Fuente: elaboración propia con base en la revisión literaria

Conclusiones

La revisión de los estudios cuantitativos sobre la medición de intención emprendedora ha evidenciado que el modelo mayormente utilizado es el de Azjen (1992), tanto de forma individual como combinado con los aportes de los otros dos modelos. Es común la combinación Shapero y Sokol (1983), Azjen (1992) y Krueger y Braseak (1994); así como la combinación, Azjen (1992) y Krueger y Braseak (1994). En ningún estudio se combinaron los modelos Azjen (1992) y Shapero y Sokol (1983) ni Shapero y Sokol (1983) y Krueger y Braseak (1994).

El coeficiente estadístico Alfa de Conbrach es utilizado como prueba de consistencia, el análisis de regresión se aplica como proceso estadístico para la estimación de relaciones entre variables mientras que el análisis de correlaciones como medida de relación entre dos variables aleatorias cuantitativas. Finalmente, las ecuaciones estructurales son la técnica multivariante utilizada para la medición de la intención emprendedora para probar y estimar la relación de causalidad entre las variables.

En conclusión, y de acuerdo con Blenker et al. (2014) los estudios cuantitativos acerca de la intención emprendedora traen objetividad, la comparabilidad y la generalización; sin embargo, muestran apreciación limitada de la heterogeneidad sobre lo que buscan medir.

Referencias bibliográficas

Ajzen, I. (1992). "The theory of planned behavior", *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Vol. 50 No. 2, pp. 179-211.

Blenker, P., Trolle, S., Signe, E., Frederiksen, H., Korsgaard, S. y Wagner, K. (2014). "Methods in entrepreneurship education research: a review and integrative framework", *Education + Training*, Vol. 56 Iss 8/9 pp. 697 – 715.

Denanyoh, R, Adjei, K. y Nyemekye, G. (2015). "Factors That Impact on Entrepreneurial Intention of Tertiary Students in Ghana", *International Journal of Business and Social Research* Volume 05, Issue 03.

Franco, M., Haase, H. y Lautenschläger, A. (2010). "Students' entrepreneurial intentions: an interregional comparison", *Education + Training*, Vol. 52 Iss 4 pp. 260 – 275.

Ferreira, J., Raposo, M., Gouveia-Rodrigues, R., Dinis, A. y do Paço, A. (2012). "A model of entrepreneurial intention: An application of the psychological and behavioral approaches", *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol. 19 Iss: 3, pp.424 – 440.

Garavan, T. y O`Cinneide, B. (1994). "Entrepreneurship Education and Training Programmes", *Journal of European Industrial Training*, Vol. 18 Iss 8 pp. 3 – 12.

Guzmán-Alfonso, C. y Guzmán-Cuevas, J. (2012). "Entrepreneurial intention models as applied to Latin America", *Journal of Organizational Change Management*, Vol. 25 Iss 5 pp. 721 – 735.

Iakovleva, T., Kolvereid, L. y Stephan, U. (2011). "Entrepreneurial intentions in developing and developed countries", *Education + Training*, Vol. 53 Iss: 5, pp.353 – 370.

Johansen, V. (2013). "Entrepreneurship education and start-up activity: a gender perspective", *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, Vol. 5 Iss 2 pp. 216 – 231.

Karimi, S., Harm, J.A., Biemans, T., Lans, M. y Chizari, M. (2014). "Effects of role models and gender on students' entrepreneurial intentions", *European Journal of Training and Development*, Vol. 38 Iss 8 pp. 694 – 727.

Krueger Jr. N.F., y Brazeal, D.V. (1994). "Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs". *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol.18, (3), 91-104.

Liñán, F. y Chen, Y. (2009). "Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions", *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 33 No. 3, p. 593.

Medina-Lopez, C., Marin-Garcia, J.A. y Alfalla-Luque, R. (2010). "Una propuesta metodológica para la realización de búsquedas sistemáticas de bibliografía", *Working Papers on Operations Management*, 1(2): 13–30.

Mwasalwiba, E. (2010). "Entrepreneurship education: a review of its objectives, teaching methods, and impact indicators", *Education + Training*, Vol. 52 Iss 1 pp. 20 – 47.

Mueller, S. (2011). "Increasing entrepreneurial intention: effective entrepreneurship course characteristics", *Int. J. Entrepreneurship and Small Business*, Vol. 13, No. 1, pp.55-74.

Pruett, M., Shinnar, R., Toney, B., Llopis, F. y Fox, J. (2009). "Explaining entrepreneurial intentions of university students: a cross-cultural study", *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, Vol. 15 Iss: 6, pp.571 – 594.

Sánchez, J. C., Lanero, A. y Yurrebaso, A. (2005). *Revista de Psicología Social Aplicada* Vol 15, no 1.

Roth, E. y Lacoa, D. (2009). "Análisis psicológico de la conducta emprendedora en estudiantes universitarios: medición, relaciones y predicción", RAP [online], vol.7, n.1, pp. 113-150. ISSN 2077-2161.

Segal, G., Borgia, D. y Schoenfeld, J. (2005). "The motivation to become an entrepreneur", International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, Vol. 11 Iss 1 pp. 42 – 57.

Shapero, A. (1982). "Social dimensions of entrepreneurship", in Kent, C.A., Sexton, D.L. and Vesper, K.H. (Eds), The Art and Science of Entrepreneurship, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ, pp. 39-56.

Solesvik, M., Westhead, P. y Matlay, H. (2014). "Cultural factors and entrepreneurial intention", Education + Training, Vol. 56 Iss 8/9 pp. 680 – 696.

Turker, D. y Sonmez Selcuk, S. (2009). "Which factors affect entrepreneurial intention of university students?", Journal of European Industrial Training, Vol. 33 Iss: 2, pp.142 – 159.

van Gelderen, M., van Praag, M., Wynand, E. y van Gils, A. (2008). "Explaining entrepreneurial intentions by means of the theory of planned behaviour", Career Development International, Vol. 13 Iss: 6, pp.538 – 559.

Wu, S. y Wu, L. (2008). "The impact of higher education on entrepreneurial intentions of university students in China", Journal of Small Business and Enterprise Development, Vol. 15 Iss: 4, pp.752 – 774.