



CIENCIAS SOCIALES

CIENCIAS SOCIALES

© Alejandro Coutinho

## ACTITUD EMPRENDEDORA: ¿QUÉ ES? ¿DE QUÉ SE COMPONE?

Tomás Fontaines-Ruiz<sup>1</sup>, María Palomo de Rivero<sup>2</sup>, María Victoria Velásquez<sup>3</sup>  
y Marta Aguirre Benalcázar<sup>4</sup>

Recibido: 18 de Noviembre de 2015

Evaluado: 10 de Febrero de 2016

Aceptado: 29 de Marzo de 2016

### Resumen:

El objetivo de la investigación que dio origen a este artículo fue identificar cómo se constituye la actitud emprendedora en estudiantes universitarios. Se trabajó con 1072 estudiantes, en edades comprendidas entre los 22 y 25 años, cursantes de los tres últimos semestres de las distintas carreras<sup>5</sup> que se imparten en la Universidad de Oriente, Venezuela. Se aplicó un cuestionario de actitud emprendedora, configurado como una escala de actitud con formato tipo Likert con 25 reactivos y un patrón de respuesta que iba de total acuerdo a total desacuerdo. A los datos se le aplicó un análisis factorial, mediante análisis de componentes principales. El instrumento mostró un índice de consistencia interna equivalente a un alpha de 0.89 con una probabilidad de 0.01. Se concluyó que la actitud emprendedora está compuesta por cinco dimensiones que son: sentido crítico de la responsabilidad, motivación al logro, autoeficacia para la construcción del trabajo, resiliencia en el cumplimiento de las metas, percepción de las oportunidades de negocio.

**Palabras clave:** Universidad de Oriente, Venezuela, estudiantes universitarios, actitud emprendedora, autoeficacia.

<sup>1</sup>Venezolano. Psicopedagogo (Summa Cum Laude), Lic. Educación, mención Ciencias Pedagógicas, Área: Orientación (Summa Cum Laude). M.Sc. Orientación Educativa. Especialista en Metodología de la Investigación. Doctor en Ciencias Humanas. Postdoctorado en métodos, técnicas y metodologías aplicada a las Ciencias Sociales y Humanidades. Postdoctorado en procesos sincrónicos y diacrónicos de la ciencia. Doctorando en estudios del Discurso. Investigador PEI, nivel C. Profesor investigador adscrito a la Universidad Técnica de Machala, Ecuador. Correo: tfontaines@hotmail.com

<sup>2</sup>Venezolana. Licenciada en Ciencias Políticas y Administrativas, Magister en Educación Superior. Doctorando en Educación. Docente Investigadora adscrita a la Universidad Pedagógica Experimental Libertador (UPEL) de Maturín- Monagas. Profesora de la Universidad de Oriente, Núcleo – Monagas (UDO), en el área de Metodología de la Investigación. Profesora de Postgrado de la UPEL y de la UDO, para Seminario de Tesis. Investigadora del Centro de Investigaciones Zambrano UPEL. Experiencia adicional en Dinámicas de Grupos, y Cultura de Paz. Correo: mjpalomor@hotmail.com

<sup>3</sup>Venezolana. Profesora en Educación Comercial (Cum Laude), Magister en Educación Superior. Magister en Gerencia Educativa. Doctorando en Educación. Docente Investigadora adscrita a la Universidad Pedagógica Experimental Libertador (UPEL) de Maturín- Monagas. Profesora de Postgrado de la UPEL y de la UDO, para Seminario de Tesis. Correo: mv\_vict@hotmail.com

<sup>4</sup>Ecuatoriana. Economista. Master Business Administration. Doctorando en Ciencias Administrativas. Investigadora en el área de emprendimiento en la pequeña y mediana empresa. Profesora investigadora adscrita a la Unidad Académica de Ciencias Empresariales en la Universidad Técnica de Machala, Ecuador. maguirre@utmachala.edu.ec

<sup>5</sup>Las carreras que ofrece la Universidad de Oriente en el Núcleo de Monagas son las siguientes: Licenciaturas en Contaduría Pública, Administración, Gerencia de Recursos Humanos, Tecnología de Alimentos. Ingeniería Agronómica, de producción animal, Petróleo y Sistemas.

## ENTREPRENEURIAL ATTITUDE: WHAT IS IT? WHAT IS IT COMPOSED?

Tomás Fontaines-Ruiz<sup>1</sup> , María Palomo de Rivero<sup>2</sup> , María Victoria Velásquez<sup>3</sup>  
y Marta Aguirre Benalcázar<sup>4</sup>

### **Abstract:**

The objective of the research study that originated this work was to identify how the entrepreneurial attitude in college students is constituted. We worked with 1072 persons, aged between 22 and 25 years, all of them were in the last three semesters of the various degree programs offered at Oriente of University, Venezuela. We applied a questionnaire about entrepreneurial attitude, structured as an attitude scale of Likert format which consisted on 25 questions and a response pattern that moved from the options totally agree to totally disagree. The data were studied through a factorial analysis, by analyzing their main components. The results showed an index of internal consistency that is equivalent to an alpha of 0.89 with a probability of 0.01. It was concluded that the entrepreneurial attitude is formed by five dimensions which are the critical sense of responsibility, achievement motivation, self-efficacy in job performance, resilience in meeting goals, and the perception towards business opportunities.

**Key words:** Oriente of University, Venezuela, college students, entrepreneurial attitude, self-efficacy.

## ATITUDE EMPREENDEDORA: O QUE É? O QUE HOUE?

Tomás Fontaines-Ruiz<sup>1</sup>, María Palomo de Rivero<sup>2</sup>, María Victoria Velásquez<sup>3</sup>  
y Marta Aguirre Benalcázar<sup>4</sup>

### Resumo:

O objetivo dessa pesquisa foi identificar como se constitui a atitude empreendedora em estudantes universitários. Foram analisadas 1072 estudantes com idades entre os 22 e 25 anos, cursando os três últimos semestres dos cursos diferentes que estão presentes na Universidad de Oriente, Venezuela. Foi aplicado um questionário que demonstra a atitude empreendedora configurada com uma escala de atitude seguindo a estrutura tipo Likert composto com 25 perguntas e apenas um padrão de resposta que estava entre o total acordo e um total desacordo. Os dados foram analisados estatisticamente por meio de uma análise fatorial e de componentes principais. O instrumento mostrou um índice de consistência interna equivalente a um  $\alpha$  Cronbach de 0,89; com uma probabilidade de 0,01. Concluiu-se que a atitude empreendedora é composta por cinco dimensões, que são: sentido crítico da responsabilidade, motivação de realização, autoeficácia para a construção de trabalhos, resiliência no cumprimento das metas e percepção das oportunidades de negócios.

**Palabras chave:** Universidad de Oriente, Venezuela, estudantes universitários, atitude empreendedora, autoeficácia.

## Introducción. Categorías empíricas que avalan el objeto de estudio

El siglo XXI ha sido testigo de una creciente campaña de estimulación hacia el emprendimiento por considerarlo una alternativa frente a las múltiples crisis económicas que globalmente se viven, sobre todo en sociedades con reducida productividad y con autoempleo de subsistencia, llegando a expresarse como parte de sus políticas públicas (Lederman, Messina, Pienknagura y Rigolini, 2014). A propósito de ello, se han fomentado múltiples investigaciones dirigidas a potenciar el emprendimiento, y en especial se estudia cómo promover una actitud favorable hacia este modo de impulsar el desarrollo. Con base en lo señalado, en la pesquisa que da origen a este artículo se tuvo objetivo: identificar la estructura de la actitud emprendedora que se manifiestan en los estudiantes universitarios de la Universidad de Oriente, Venezuela. Para ello se diseñó un modelo factorial de cuya composición se estableció el fundamento explicativo y funcional de este constructo.

En el estudio se puso el énfasis en los estudiantes universitarios por el hecho de que en Latinoamérica se ha descuidado la formación emancipadora del carácter empleador (Pérez, 2009). El currículo poco impulsa el entusiasmo empresarial (Zorob, 2012), por el contrario, son diseñadas para que el estudiante adecue sus competencias a un cargo. En la investigación se puso de manifiesto un conjunto de dimensiones que si son exploradas e intervenidas, se incrementaría la tendencia a favorecer la opción del emprendedurismo en el proyecto de vida del joven universitario.

Esta línea de análisis no se agota en estas páginas. La evidencia empírica demuestra la necesidad de

impulsar esta actitud en la juventud y para sustentar la actualidad y urgencia de lo manifestado, a continuación se describen tres categorías empíricas desde donde es posible entender ¿por qué es necesario abordar el emprendimiento? Las categorías son las siguientes: 1) refuerzo indirecto de condiciones que promueven el emprendimiento; 2) presencia del emprendimiento como insumo para lograr mayor competitividad en los países; y 3) el empleo juvenil y sus perspectivas.

### *Categoría 1: Refuerzo indirecto de condiciones que promueven el emprendimiento.*

Los países pobres o con más necesidades (latinoamericanos, asiáticos, africanos, entre otros), en atención a su Índice Gini, de manera reiterada acceden al endeudamiento como parte de su estrategia para solventar la realidad económica local, sin dedicar mayor atención a la variabilidad de los mercados financieros y sus procesos conexos. Con ese dinero se espera activar la productividad del país, al incrementar el poder adquisitivo del Estado mediante la aceleración de un “círculo virtuoso”: endeudamiento-mejoramiento de la infraestructura para la producción-cese de la deuda-mejoramiento de la calidad de vida de la región (Toussaint, 2004). No obstante, la realidad ha desmentido esta relación. El cumplimiento de los compromisos financieros de los países menos competitivos genera mayor división social y mayor presencia de la pobreza en sectores de la población, a pesar de las potencialidades de la región, ya que se produce una especie de endogamia financiera.

En el marco de lo comentado y debido al fuerte impacto y deterioro que estas acciones económicas propiciaron para las naciones que asumieron deudas públicas externas, el Banco Mundial (2005) impulsó iniciativas para disminuir los compromisos económicos de los países pobres más endeudados, que fueran capaces de:

diseñar estrategias claras de reducción de la pobreza (que implican mejoramiento de la calidad de vida de los pobladores); incrementar la inversión en educación y alimentación; desarrollar políticas macroeconómicas, transformaciones jurídicas, apertura y garantía a la inversión privada que avalarán el mantenimiento del cambio y mejora en el tiempo (Banco Mundial, 2005).

Este hecho particular, reclama caminos alternativos para apoyar el resurgimiento económico, siendo un aliado de esta expectativa el emprendimiento y la juventud emprendedora un potencial músculo que sincera aportes al crecimiento de una nación, mediante la capitalización de recursos humanos que den garantía de permanencia en el tiempo.

*Categoría 2. Presencia del emprendimiento como insumo para lograr mayor competitividad en los países.*

Los datos que reporta el Global Competitiveness Report del World Economic Forum (WEF, por sus siglas en inglés) para los períodos 2015-2016, muestran para el caso de América Latina un estancamiento en la competitividad, evidenciado en la descrecencia de la posición que tienen los países en el Ranking. Chile (35)<sup>6</sup> sigue liderando la región. Panamá (50), Costa Rica (52) y México (57) se mantienen relativamente estables. Brasil muestra una caída importante del puesto 57 al 75. Como dato importante se presenta que los 10 primeros lugares de los 140 países valorados están ocupados, Suiza, Singapur, Estados Unidos, Alemania, Noruega, Japón, Hong Kong, Finlandia, Suecia, y Reino Unido (WEF, 2015).

Conviene resaltar que en los países más competitivos el emprendimiento no se hace esperar y se valora como estrategia de desarrollo; pero en Latinoamérica aún no se le imprime tal fuerza. Hay una tímida inversión al respecto, existiendo una marcada crítica por la

ausencia de innovación en aquello que se emprende. Si bien se construyen propuestas de emprendedurismo, las mismas carecen de innovación (Lederman, et al., 2014). No obstante, los empresarios en su valoración potencial para la inversión en emprendimientos tienen una mirada favorable y creciente a las condiciones en estos países.

Según Amorós y Bosma, (2014:46-50) existe la necesidad de incrementar la visión de posibilidad de gestión y desarrollo de emprendimientos en estos países. En especial se debe fomentar la promoción de la formación emprendedora desde la educación básica y como dato curioso, esta realidad se comparte en todo el mundo. La atención en cuanto a formación de competencias para el emprendimiento se orienta más hacia la educación secundaria. De modo general es necesario atender en Latinoamérica el tema del financiamiento, promoviendo apoyos para la elaboración de alternativas para emprender. El tema tributario pareciera asfixiar las iniciativas emprendedoras, la percepción de los analistas sugieren que existen tasas altas que ponen en jaque la consolidación de emprendimientos. Los países deben invertir más en I+D+i como medida para lograr más patentes y finalmente, se deben abrir los mercados para una mayor participación de quienes emprenden.

Al contrastar esta realidad con los países más competitivos, encontramos que en los sectores donde América Latina ostenta debilidades, ellos alcanzan solidez. Esta realidad es digna de considerar para darle sentido al despegue y posicionamiento del sector latino como fuerza productiva e innovadora en el mundo, un poco al estilo en que viene despertando Asia y África cuyo crecimiento además de gradual, resulta como producto de la apertura a la escucha y acompañamiento internacional, a propósito de lo golpeado que estos continentes han estado.

La alianza del emprendimiento con la competitividad es innegable. Los países del mundo que se abren al mejoramiento de los pilares propuestos por el WEF establecen alianzas con la innovación y la juventud para poder posicionarse. Se está comentando de manera recurrente que los Estados no soportan el crecimiento del gasto público y por tanto, se abren hacia caminos alternativos para el mejoramiento de su economía. En este sentido, se cree que el emprendimiento debe formar una amalgama entre gobiernos- sectores productivos; educación-industria, para mejorar las brechas sociales que alejan a los más pobres del aparato productivo y lo convierten en receptores de las golpeadas respuestas financieras del Estado ante sus demandas. No obstante, esta realidad aunque poco grata, es una invitación para los ciudadanos a convertirse en activistas de su propio desarrollo, mediante la construcción de propuestas innovadoras que desde su realidad inmediata propongan solución a sus demandas.

### *Categoría 3. El empleo juvenil y sus perspectivas*

El WEF (2015) expuso una detallada clasificación de riesgos de naturaleza ambiental, económica, social, geopolítica y tecnológica. El informe *The Global Competitiveness Report 2015-2016* revela profundización en las crisis fiscales de economías claves para el mundo, ello supone crisis de liquidez, alto desempleo, conflictos en la gobernabilidad a nivel global, colapsos de naciones que tienen importancia geopolítica, incremento de la corrupción a toda escala, desigualdad social, inestabilidad sociopolítica, disparidad de ingresos, potencial nacionalización de recursos, resistencia bacteriana ante antibióticos, entre otras. Es necesario aclarar que los riesgos enunciados, fueron seleccionados intencionalmente del listado, a fin de poder abordarlos desde la perspectiva del emprendimiento.

En el terreno que nos ocupa (emprendimiento y juventud), el informe muestra la urgencia de la interacción entre los gobiernos, negocios, sociedad civil, sector financiero y educación, para articular acciones contundentes en la disminución de riesgos y a su vez, en la integración de las generaciones de relevo en el logro de los estándares de desarrollo que se avizoran. La intención obedece a que en el mundo, cerca de 850 millones de jóvenes son vulnerables a la pobreza. De ellos 74 millones aún no tienen trabajo lo que equivale al 41% de los 180 millones de desempleados que se computan. Si a esto le adherimos que 59 millones de jóvenes entre 15 y 17 años desempeñan trabajos peligrosos, el hecho de contar con un trabajo digno es una aspiración que muchos no ven cumplida (Brewer, 2005). Esta realidad representa una pérdida en el capital humano, inhibición del progreso económico de los países, y la probable capitalización de esta población por parte de actores vinculados al crimen o movimientos extremistas.

Pareciera que el movimiento económico no está generando suficientes puestos de trabajo cualificados y estables para responder a los requerimientos de la población de hoy. El WEF (2015) invita a concertar esfuerzos para vincular la formación y la educación con el desarrollo de competencias relativas a los requerimientos del entorno productivo, haciendo especial énfasis en los entornos digitales, los cuales son un reclamo permanente del sector empresarial-industrial y donde gobiernos y empresas pueden actuar como potenciadores de esta realidad. Al mismo tiempo, se invita a concretar estrategias que obliguen al empresariado a emplear jóvenes como parte de su nómina, y de igual manera se les vincula como retroalimentadores de los currículos que forman perfiles para el mercado laboral. De esta manera, la alianza escuela-comunidad-empresa mejora oportunidades de aprendizajes que son capitalizables en empleos;

muestra de lo comentado se tiene en el Plan Nacional de Serbia para el empleo juvenil, el programa de pasantías de Alemania, lo cual se constituyen en invitación para ser replicadas (Fontaines-Ruiz y Sanchez, 2014).

En este marco de referencia, la Organización Internacional del Trabajo (OIT) destaca el crecimiento del empleo informal en la juventud, y el lento tránsito de esta población hacia empleos más decentes. Esto resulta alarmante, ya que involucra la percepción de la capacidad para consolidar metas laborales; lo cual redundará en el impulso de las aristas psicosociales que deterioran la salud colectiva del impulso generacional que representan los jóvenes.

El hecho de que exista desempleo en la juventud abre el debate sobre la posesión de las competencias de los mismos. En la población de hoy coexisten sectores de la juventud con competencias por encima de los cargos que ejecutan (Brewer, 2005). Esta acción refleja una subutilización de la mano de obra calificada llamada a impulsar el desarrollo de la actividad económica. Lamentablemente esta realidad es más perceptible en regiones del mundo que se cualifican como países en desarrollo, aunque también se visualiza un deterioro en el acceso al empleo juvenil en países más desarrollados. En este contexto se conmina a los gobiernos y tomadores de decisiones en la materia a impulsar políticas y programas que diversifiquen las acciones de acceso al empleo por parte de la población juvenil.

De manera particular, el emprendimiento vuelve a aparecer como una alternativa que da respuesta desde la creatividad y la inventiva propia de la energía juvenil, a los requerimientos de desarrollo y lucha de desigualdades que reta a los gobiernos a nivel mundial, al tiempo que se impulsa la innovación como condición

*sine qua non* para alcanzar posicionamiento mundial y mejora sostenida de la calidad de vida.

Indican Kew, Herrington, Litovsky y Gale, (2013:9-10) que el espíritu emprendedor se reconoce como un motor de crecimiento económico sostenible, y un impulsor, como hemos mencionado de modo reiterado, de nuevos negocios que conducen a la innovación y la creatividad. En tal sentido, este espíritu es factor de desarrollo económico y un potencial reductor de la pobreza, sobre todo en países donde la formalidad del empleo experimenta un lento crecimiento. Entonces, a menos que se animen opciones alternativas de empleo, el número de jóvenes desempleados, subempleados y con empleos vulnerables, será cada vez mayor y de crecer esta tasa de manera desmesurada, estos jóvenes siempre quedarán más afectados en tiempos de incertidumbre económica, donde se suponen que son el ingrediente más adecuado para su ofensiva.

Es necesario expresar que si bien el empleo promueve sentido en la existencia como lo expresa Frankl (1991), la alianza con la promoción del espíritu emprendedor muestra bondades dignas de considerar, entre ellas (Kew, et al., 2013:20-24): mejoramiento de su condición como empleados, incremento de la capacidad de innovación, mejor satisfacción con la vida, mejoramiento de la capacidad de integración a la sociedad, se diversifican las habilidades para afrontar diversos retos de la vida ya que se potencia el reconocimiento de la oportunidad, el pensamiento crítico, la capacidad de recuperación. Ante esta panorámica el desafío de la juventud de contribuir con sus pares y con sus países en la disminución de las brechas sociales y económicas se constituye en una posibilidad real (Khabibullovich y Gazizovich, 2014).

Se advierte que estas orientaciones no dejan de

lado ningún perfil social del joven. Sin distingo de condición social, el espíritu emprendedor se hace presente para propiciar mejoramiento y desarrollo. Por ejemplo, la idea del Jugaad en la India ha permitido el mejoramiento del ingreso económico en las castas más bajas, mediante el despertar de ideas sencillas pero innovadoras al vincular los insumos que ofrece el contexto en la resolución de sus conflictos inmediatos (Radjou, Prabhu, y Ahuja, 2010; Jeffrey y Young, 2014).

No se quiere mostrar el proceso de emprendimiento vinculado con la juventud como un hecho mesiánico. Se debe tener claro que así como la formación empresarial no genera necesariamente un Bill Gates, ni un profesor de física a un Einstein, el hecho de promocionar el emprendimiento en la juventud, provoca una mejoría significativa en el abordaje de su realidad y la posibilidad de hacer de las circunstancias una opción de negocios (Tahlil Azim y Al-Kahtani, 2014:134).

A modo de síntesis: lo expuesto responde al por qué es necesario impulsar el emprendimiento. La universidad tiene que repensar su rol activador de la empleabilidad y para ello es importante la intencionalidad de la formación y el modo en que los estudiantes la procesan. Si es la universidad quién forma los profesionales que requiere el país, debemos tener conciencia de que se crean potenciales empleados para una realidad que colapsa en su capacidad de respuesta. La idea es entregarle al país potenciales empleadores y para ello se debe promocionar la actitud emprendedora.

### **Sustentos teóricos**

#### **Promoción del emprendimiento: posiciones teóricas y aspectos vinculados**

En medio de la crisis global que han reconocido los diversos gobiernos del mundo y que se testimonian

en el informe de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) se impone el reconocimiento del emprendimiento como una alternativa viable a las altas tasas de desempleo, pobreza y el desbalance entre el acceso a los recursos por parte de los diversos grupos sociales en el mundo (OCDE, 2013).

Emprender es un proceso complejo que evoluciona en forma de espiral (Urbano y Toledano, 2008; Kantis y Drucaroff, 2011). Va de la idea hasta su cristalización y al mejor estilo de la teorías sistémicas (Bertoglio, 2000) sufre modificaciones a la luz de los resultados que arrojan los controles previos, concurrentes y posteriores a los que se ve sometido. Empleando la metáfora de Ruelle (2003) el emprendimiento encierra información que es difícil de obtener y en este sentido, borra lo que está escrito y escribe algo más, reinventándose constantemente (Solana Ruiz, 2005).

En esta disertación se concibe el emprendimiento como un proceso humano de creación y/o transformación de opciones de negocios que le den valor agregado a productos o servicios dentro de un determinado contexto social, político y económico. El emprendimiento se hace presente en la creación de ideas de negocios a partir de demandas del entorno (García y Wandosell, 2004; Urbano y Toledano, 2008; Kantis y Drucaroff, 2011) pero también, hay emprendimiento cuando es posible transformar una realidad mediante acciones que incrementen el beneficio y la mejora activa de la calidad de vida de los implicados en la cadena. De esta manera, se justifica la acción de realizar múltiples vínculos para garantizar nuevas respuestas con mayor contenido de ganancia percibida y mejoramiento de la calidad de vida (Morales Gualdrón, 2008). De acuerdo con lo comentado, emprender es sinónimo de romper barreras para dar respuestas mediante la integración de estrategias diversas al servicio de un objetivo trazado

que necesariamente involucra mejoras en la calidad de vida.

### Teorías de apoyo al proceso emprendedor

Se parte de la premisa de que existe una construcción emotiva-afectiva que anima la configuración de emprendimientos, la cual es identificada como espíritu empresarial, espíritu emprendedor, o de manera más robusta, como actitud hacia el emprendimiento. Se asume que las distancias semánticas entre estos conceptos responden más a metalenguajes creados desde las comunidades lingüísticas, que a las variaciones en su valoración semántico-pragmática, lo cual se corresponde con el uso de los lenguajes ficcionados que Bunge (2007) denuncia en la creación de constructos. Aunado a esto, si se considera que el emprendimiento goza de una atención multidisciplinaria, evidenciada en el abordaje administrativo, personalológico, económico, proceso social, educación empresarial, entre otros (Appie Gwija, Eresia-Eke, y Gervase Iwu, 2014:63-64; Borjas Parra, 2009:61) tal pluralidad de términos podría fácilmente agruparse bajo la noción de *actitud hacia el emprendimiento*, tras el entendido de que al hablar de *actitud* se plantea una amalgama de componentes afectivos, conductuales y emotivos (Breckler, 1984; Rhodes y Courneya, 2003; Tarapuez, Zapata, y Agreda, 2008).

Habiendo aclarado la terminología adoptada, a continuación se exponen las teorías de la conducta planificada consideradas como referentes explicativos del emprendimiento en múltiples investigaciones (Krueger y Carsrud, 1993; Carr y Sequeira, 2007; Rongsheng, Xiaojie, y Wei, 2014; Fernández, 2014). Para garantizar la diversidad de fuentes en el manejo de la información se servirán de apoyo los estudios de Madden, Scholder, y Ajzen, (1992); Montero, (1994);

Godin y Kok, (1996), la investigación meta-analítica de Armitage y Conner, (2001); Azjen, (2002; 2011); Salanova, (2004); Méndez García, (2007); y Dörnyei, (2008).

### Teoría de la Acción Razonada y de la Conducta Planificada

Ajzen y Fishbein son los creadores del modelo la Teoría de la Acción Razonada (en adelante TAR) y luego de algunos ajustes, que a continuación se comentan, dan origen a lo que se ha conocido como teoría de la conducta planificada (en adelante TCP). En el caso de la TAR, creada en 1967, se reconoce la capacidad racional del hombre como insumo principal en la toma de decisiones (Fishbein y Ajzen, 2010). Los constructos centrales sugieren que los comportamientos están bajo el control de la voluntad del sujeto, de allí que la intención de llevarlo a cabo se constituye en el predictor inmediato (Hernández, 2009).

La interacción entre actitudes y normas subjetivas son el impulso para la formación de la intención y ésta a su vez es el disparador del comportamiento. Para formar la actitud, los autores reflejan el papel fundamental de las experiencias que el sujeto tiene en relación con el objeto de la conducta y además su resultado valorativo. Las experiencias pueden responder al menos a tres tipos. 1) *Las directas*, que como su nombre lo indica, surgen como producto del encuentro entre el sujeto y el objeto de la conducta, sin mediación de ningún otro elemento que pudiera alterar la percepción de la misma. 2) *las indirectas o inferenciales*, se crean como producto de la apropiación que hace el sujeto de los resultados que obtuvo otra persona en relación con el objeto de la conducta. De manera específica, nos referimos a una especie de aprendizaje vicario, por ello se le puede llamar inferencial. No hace falta que se viva la

experiencia en carne propia, pero se llegan a asumir los resultados de otros como tuyos. 3) Aquí se sitúan las experiencias que son generadas por el funcionamiento de la dinámica social donde se encuentra inserto el sujeto y al cual se accede a través de los medios de comunicación. En atención a lo señalado, las creencias humanas son el resultado de la evaluación que hace el sujeto de la experiencia que ha tenido con el objeto de la creencia, de allí que resulten creencias generales y creencias específicas.

Respecto a los tipos de creencias, las generales (CG) son aquellas que engloban una percepción integral del objeto sin entrar en mayores detalles. Las específicas (CE) sugieren la acción contraria. Para ilustrarlo se comenta el siguiente ejemplo: suponga que un individuo asuma que realizar deportes contribuye con su salud cardiológica (CG), sin embargo no acude a realizar ninguna práctica deportiva cardiovascular (CE). Este sencillo ejemplo denota que para la comprensión de las intenciones más allá de las CG, es necesario indagar en las CE, puesto que éstas moldean o esculpen la dimensión operativa de la actitud.

Hasta aquí se muestra el modo en que se configura la actitud. Ahora es necesario señalar que las normas subjetivas surgen de la percepción que tiene el sujeto de su capacidad para complacer a otros con su conducta y al mismo tiempo ganar aceptación y valoración positiva de su núcleo significativo con el ejercicio de ella. Esto se identifica como creencias normativas (CN). En consecuencia, la presión social y la motivación personal que tenga el sujeto para complacer a sus afectos, va a justificar la construcción normativa que asume para emprender un comportamiento.

Como se puede notar, para la TAR la voluntad del sujeto tiene un papel importante en el proceso de activación

de la conducta, concepto que es vinculado al de locus de control Rotteriano (Visdómine-Lozano y Luciano, 2006). Sin embargo, conviene resaltar que esta misma condición será la causa de la crítica más dura hacia la teoría, debido a que no siempre los escenarios se construyen a voluntad del sujeto y que existen múltiples variables intervinientes que al no poder ser controladas ponen en entredicho la validez y estabilidad interna de los constructos de la teoría.

Justamente este elemento genera la producción de una segunda visión teórica, más robusta y abarcante en su función explicativa. La Teoría de la Conducta Planificada (TCP) creada por Azjen (1985) está asociada a la percepción del control conductual. Esta acción hoy en día se conoce como autoeficacia percibida y se traduce en las creencias que tienen las personas respecto a sus capacidades para realizar determinados actos.

El supuesto fundamental sugiere que mientras más fuerte sean las ideas de eficacia percibida, mayor será la tendencia a realizar un determinado comportamiento y viceversa (Bandura, 1977; 1986; Bandura, Adams, Hardy, y Howells, 1980; Maddux, 1983). Las creencias de control son realistas por naturaleza y ellas se instalan como resultado de los reforzamientos que el sujeto ha recibido en relación con la ejecución de una determinada conducta y aquellas que se le asocian. Pero también, las ideas de eficacia, pudieran tener una vinculación con el locus de control (en el sentido teórico de Rotter) que predomine en la personalidad del sujeto. La modificación que sufre esta teoría se centra en el supuesto de que el control percibido puede actuar directamente sobre la conducta o en la intención conductual, siendo esto el modo más fuerte de explicar la relación entre cognición y conducta.

A manera de síntesis, se comparte el supuesto de

que las actitudes son racionales y que las conductas socialmente significativas son intencionales, razonadas y planificadas, pero esto no siempre es verdad, ya que se le otorga un carácter lineal a la producción de la conducta humana que no es estable en la realidad. Si se reconoce la condición sistémica de los actos humanos y además su tendencia al caos y el desorden, entonces estas estructuras teóricas ilustrarían modos de acercamiento a la realidad conductual.

### Metodología de la investigación

La investigación fue de tipo descriptiva, debido a que se devela la composición subyacente de la variable en estudio (Fontaines, 2012). Se trabajó con 1072 estudiantes, en edades comprendidas entre los 22 y 25 años, cursantes de los tres últimos semestres de las distintas carreras que se imparten en la Universidad de Oriente. Se aplicó un cuestionario de actitud emprendedora, configurado como una escala de actitud con formato tipo Likert con 25 reactivos y un patrón de respuesta que iba de total acuerdo a total desacuerdo. A los datos se les aplicó un análisis factorial, mediante análisis de componentes principales, teniendo como carga factorial en referencia un valor mayor o igual a 0.30. El instrumento mostró un índice de consistencia interna equivalente a un alpha de 0.89 con una probabilidad de 0.01

### Resultados

El análisis de los resultados sugiere la presencia de 5 factores que explican el 52.36% de la varianza asociada al constructo en estudio, los cuales al ser contrastados con el contenido de los ítems dio origen a cinco dimensiones que se explican a continuación (ver tabla 1 y figura 1):

**Tabla 1: Análisis factorial de componentes principales**

VARIABLE	ÍTEM	CARGA FACTORIAL
<b>Sentido crítico de la responsabilidad</b>	Ítem 1	0,661
	Ítem 2	0,660
	Ítem 3	0,650
	Ítem 4	0,643
	Ítem 5	0,617
	Ítem 6	0,614
	Ítem 7	0,555
	Ítem 8	0,509
	Ítem 9	0,475
<b>Percepción de las oportunidades de negocios</b>	Ítem 10	0,800
	Ítem 11	0,799
	Ítem 12	0,738
	Ítem 13	0,644
<b>Resiliencia en el cumplimiento de las metas</b>	Ítem 14	0,717
	Ítem 15	0,58
	Ítem 16	0,508
	Ítem 17	0,444
	Ítem 18	0,426
	Ítem 19	0,396
	Ítem 20	0,363
<b>Motivación al logro</b>	Ítem 21	0,878
	Ítem 22	0,852
<b>Autoeficacia</b>	Ítem 23	0,803
	Ítem 24	0,644
	Ítem 25	0,582

Fuente: elaboración propia

**Figura 1. Modelo sistémico que revela la interacción para configuración de la Actitud Emprendedora**



Fuente: elaboración propia

**Autoeficacia para la construcción del trabajo:** al igual que en la TCP, la presencia del control percibido va a ser crucial en la comprensión de la cercanía o lejanía que el individuo tenga respecto al emprendimiento. Se asume la noción de autoeficacia en el sentido de Bandura (1977), sólo que en esta oportunidad se orienta hacia la noción de trabajo. La función de esta dimensión es mostrar la percepción que tiene el sujeto de su capacidad para llevar a cabo un determinado trabajo. Se asume que a mayor autoeficacia, más fuerza adquiere la idea de afrontar los avatares del proceso de emprendimiento ya que existe una especie de fortaleza interior que alimenta la disposición a emprender y a hacer frente a situaciones poco gratas.

**Resiliencia en el cumplimiento de metas:** los procesos de emprendimiento por naturaleza inician en climas de inestabilidad, fuertes tendencias a la competitividad y una marcada tendencia a agotar a aquellos que deciden emprender, sobre todo por el hecho de que se van cristalizando ideas y procedimientos en simultáneo con su inserción en un determinado mercado. Esta

realidad reclama que el emprendedor tenga un alto nivel de resiliencia, entendida como disposición a afrontar condiciones adversas sin renunciar a la idea de impulsar y posicionar su emprendimiento. La actitud hacia el emprendimiento en presencia de la resiliencia favorece el despertar emocional con sentido realista y le permite al emprendedor fortalecimiento ante situaciones contextuales que tienden a obstaculizar el flujo programado del emprendimiento. La dimensión se resume en la fortaleza interior que tiene el emprendedor para afrontar lo adverso desde su condición humana, usando sus recursos y ventajas tanto comparativas como competitivas como insumos en el cumplimiento de las metas. Se negocian las alternativas mas no el cumplimiento de la meta.

**Percepción de las oportunidades de negocio:** la actitud emprendedora tiene que focalizar un punto de arranque para emprender. Todo emprendimiento tiene un objeto y éste se construye sobre la base de la percepción de una necesidad no resuelta hasta el momento como consecuencia de ausencia de ofertas al respecto o la incompetencia de esas ofertas para satisfacer las demandas de la población. En esta dimensión se pone en evidencia las condiciones con las que cuenta el emprendedor para identificar situaciones y condiciones que le permitan hacer florecer un negocio, lo cual no significa que tras percibirlo se concrete de manera automática, pero sí es garantía de exploración y estudio para la toma de decisiones.

**Motivación al logro:** esta dimensión revela el impulso interior dirigido hacia el logro de determinados objetivos. Aquí se realza el aspecto competitivo como generador del impulso hacia el logro de metas, lo cual lleva al individuo a enfrentar dos situaciones: por una parte el temor a no lograr lo planteado y por la otra la motivación para lograr lo que se pretende. En medio

de estas acciones se produce una especie de dialéctica que se resuelve cuando la percepción de logro supera a la percepción del fracaso y justamente esta dinámica conlleva la activación conductual hacia la selección de los recursos que más convengan al logro de lo pautado, siendo esta la clave que justifica la presencia de esta dimensión como componente de la actitud emprendedora.

**Sentido crítico de la responsabilidad:** la responsabilidad como parte de la actitud emprendedora sugiere la presencia de un compromiso consigo mismo y con el entorno. La responsabilidad vinculada al emprendimiento sugiere que el individuo reconoce la necesidad de participación en el proceso de crecimiento individual y colectivo. Este reconocimiento es voluntario y se gesta con conciencia de sus implicaciones personales y colectivas. Este razonamiento eleva la naturaleza social del individuo en la construcción de un entorno más productivo ligado a una mejora sostenida de la calidad de vida. Aunado a ello, asumir la responsabilidad con sentido crítico supone la apertura para entender que existe una retroalimentación sujeto-contexto necesaria para posicionar opciones de negocios y al mismo tiempo generar ideas que fortalezcan la postura individual sobre la posibilidad de éxito de aquello que se emprende asumiendo protagonismo en las acciones que se activen y en las consecuencias que éstas generen.

### Conclusiones

La actitud emprendedora es el resultado de la interconexión sistémica de los factores descritos a lo largo de esta disertación, específicamente en el aparte de los resultados. Como se notará, el análisis estuvo vinculado a aspectos eminentemente psicosociales los cuales son responsables de la activación en el individuo

de sus recursos humanos para ponerlos al servicio de nuevas opciones de negocio que contribuyan a su crecimiento individual y al mismo tiempo, lo hagan sentirse parte activa del proceso productivo del entorno donde se encuentra.

Es de recordar que esas condiciones si bien se educan, están latentes en todos los seres humanos por tanto es necesario conocer las representaciones cognitivas que se tiene para poder motorizar su despertar e incorporación al funcionamiento y por ello, el contexto de formación humana debe generar condiciones de posibilidad para que este despertar sea posible, sobre todo en poblaciones tan vulnerables como la juvenil, tal como se realiza en múltiples espacios territoriales y académicos. Este reclamo manifiesta la necesidad de reconocer que formar a espaldas de las condiciones humanas precitadas no da garantía de innovación y reingeniería de los recursos, sino de continuidad de viejas prácticas que poco aportan al desarrollo emergente y participativo de la población en favor de una mejora sostenida de su calidad de vida (Hassani y Khouni, 2013; Flores Asenjo y Palao 2013:383; Martin, Platis, Malita, y Ardeleanud, 2011; Muntaz, Murinah, y Halimahton, 2012).

### Referencias bibliográficas

- Amorós, J. y Bosma, N. (2014). *Global Entrepreneurship Monitor 2013 Global Report*. Estados Unidos: BABSON.
- Appie G, Eresia-Eke, C, y Gervase Iwu, C. (2014). "Assessing the impact of support structures and initiatives to youth entrepreneurship development in a selected Township in the Western Cape Province of South Africa ." *Mediterranean Journal of Social Sciences* 5, no. 1: 61-68.
- Armitage, C, y Conner, M. (2001) "Efficacy of the Theory of Planned Behaviour: A meta-analytic

- review.” *Social Psychology* 40: 471-499.
- Azjen, I. (2002) “Constructing a tpb Questionnaire: Conceptual and Methodological Considerations.” Recuperado de: [http://chuang.epage.au.edu.tw/ezfiles/168/1168/attach/20/pta\\_41176\\_7688352\\_57138.pdf](http://chuang.epage.au.edu.tw/ezfiles/168/1168/attach/20/pta_41176_7688352_57138.pdf)
- Azjen, I. (2011). “The theory of planned behaviour: reactions and reflections.” *Psychol Health* 26, no. 9: 1113-1127.
- Banco Mundial. (2005). *Reseña sobre alivio de la deuda. Estrategias de endeudamiento para reducir la pobreza y crecer de manera sostenible..* Recuperado de: <http://www.bancomundial.org/temas/resenas/alivio.htm#PPME>
- Bandura, Albert. (1977). “Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change” *Psychological Review* 84, no. 2, 191-215.
- Bandura, A.; Adams, N.; A Hardy, A; y Howells, G. (1980). “Tets of the generality os self-efficacy theory.” *Cognitive therapy and research* 4, no. 1, 39-66.
- Bandura, A. (1986) “The Explanatory and Predictive Scope of Self-Efficacy Theory.” *Journal of Social and Clinical Psychology* 4, 359-373.
- Bertoglio, J. (2000) *Introducción a la teoría general de sistemas*. Barcelona: CEAC.
- Borjas Parra, L. (2009). “Un análisis de contenido de las publicaciones del congreso latinoamericano y del caribe sobre espíritu empresarial.” *Estudios gerenciales* 25, no. 112, 55-70.
- Breckler, S.(1984). “Empirical validation of affect, behavior, and cognition as distinct components of attitude.” *Journal of Personality and Social Psychology* 47, no. 6, 1191-1205.
- Brewer, J. (2005). *Jóvenes en situación de riesgo. La función del desarrollo de calificaciones como vía para facilitar la incorporación al mundo del trabajo*. Ginebra: Oficina Internacional del Trabajo.
- Bunge, M. (2007). *A la caza de la realidad*. España: Gedisa.
- Carr, J, y Sequeira, J. (2007). “Prior family business exposure as intergenerational influence and entrepreneurial intent: A Theory of Planned Behavior approach.” *Journal of Business Research* 60, no. 10, 1090-1098.
- Dörnyei, Z. (2008). *Estrategias de motivación en el aula de lenguas*. España: Editorial UOC.
- Fernández, T. (2014) “Del espectáculo a la dura realidad de ser emprendedor.” *Expansión.com*. Recuperado de: <http://www.expansion.com/2014/02/14/emprendedores-empleo/emprendimiento/1392405582.html>
- Fishbein, M., y Ajzen, I. (2010). *Predicting and changing behavior. The reasoned action approach*. New York: Tylor & Francis Group.
- Flores-Asenjo, M, y Palao-Barberá, J. (2013). “Evaluación del impacto de la educación superior en la iniciativa emprendedora Resumen .” *Historia y Comunicación Social* 18, no. Especial, 377-386.
- Fontaines, T. y Sánchez, A. (2014). “Educación, Juventud y emprendimiento. *Trilogía del desarrollo en tiempos de crisis: una propuesta formativa* .” por Labaté, Hugo. Y Ferreira, Horacio. Córdoba, Argentina: Editorial de la Universidad Católica de Córdoba.
- Fontaines, T. (2012). *Metodología de la Investigación*. Caracas-Venezuela: Júpiter.
- Frankl, V. (1991). *El hombre en búsqueda de sentido*. Barcelona: Editorial Herder.
- García, A, y Wandosell, G. (2004) “Motivaciones y obstáculos en la creación de empresas. Efectos de la experiencia empresarial.” *Boletín ICE económico* (Universidad Complutense de Madrid), Octubre 11-17,19-36.
- Godin, T. y Kok, T. (1996) “The theory of planned behavior: a review of its applications to health-related behaviors.” *Am J Health Promot* 11, no. 2 (Sep-Oct) 87-98.
- Hassani, R. y Khouni, R. (2013) “The importance

- of entrepreneurship education and training programs in the promotion and the success of youth entrepreneurship.” *Revue des Sciences Humaines – Université Mohamed Khider Biskra*, no. 30/31, 105-121.
- Hernández, E. (2009). *Salud y red*. Barcelona: Editorial UOC.
- Jeffrey, C. y Young, S. (2014). “Jugad: Youth and Enterprise in India.” *Young Annals of the Association of American Geographers* 104, 182-195.
- Kantis, H, y Drucaroff, S. (2011). *Corriendo fronteras para crear y potenciar empresas*. España: Granica
- Kew, J., Herrington, M., y Litovsky, y Gale, H. (2013). *Generation Entrepreneur? The state of global youth entrepreneurship: Understanding the entrepreneurial attitudes, aspirations and activities of young people*. England: The Prince’s Youth Bunes International.
- Khabibullovich, M. y Gazizovich Nigmatov, Z. (2014) “Formation of Entrepreneurship Culture with Technical University Students .” *Middle-East Journal of Scientific Research* 19, no. 4,544-548.
- Krueger, Jr. y Carsrud, A. (1993) “Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behaviour.” *Entrepreneurship y Regional Development: An International Journal* 5, no. 4, 315-330.
- Lederman, D. Messina, J. Pienknagura, S. y Rigolini, J. (2014). *El emprendimiento en América Latina Muchas empresas y poca innovación*. Washington, D.C.: Banco Mundial.
- Madden, T. Scholder, P. y Ajzen, I. (1992) “A Comparison of the Theory of Planned Behavior and the Theory of Reasoned Action.” 18, no. 1, 3-9.
- Maddux, J. (1983) “Protection motivation and self-efficacy: A revised theory of fear appeals and attitude change.” *Journal of Experimental Social Psychology* 19, no. 5, 469-479.
- Martin, C; Platis, M; Malita, L. y Ardeleanud, M. (2011). “The role of EMENTORING and social media for developing the entrepreneurship competences” *Procedia Social and Behavioral Sciences*, no. 15, 947-951.
- Méndez, R. (2007). *Las actitudes de los estudiantes hacia la universidad como indicador de calidad*. España: Universidad Santiago de Compostela.
- Montero, M. (1994). *Construcción y crítica de la psicología social*. Caracas: Anthropos Editorial del hombre.
- Morales G. (2008). *El emprendedor académico y la decision de crear spin-off: Un análisis del caso español*. Valencia: Servei de publicacions Universitat de Valencia.
- Muntaz, A; Murinah, S. y Halimahton, K. (2012) “The Relationship Between Educational Support And Entrepreneurial Intentions in Malaysian Higher Learning Institution .” *Procedia - Social and Behavioral Sciences* (International Conference on Education and Educational Psychology), No. 69, 2164-2173.
- OCDE. (2013). *Panorama del emprendimiento 2012*. Edited by Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey. México: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey y centro de la OCDE.
- Pérez , E. (2009) “La Universidad en la formación de emprendedores empresariales y el apoyo en la creación de nuevas empresas.” *Gestión en el tercer milenio. Revista de investigación de la facultad de ciencias administrativas, UNMS*,12, nº23, 61-65.
- Radjou, N; Prabhu, J; y Ahuja, S. (2010). *Jugaad: A New Growth Formula for Corporate America*. Universidad ded Harvard, EEUU: Recuperado de: <http://blogs.hbr.org/2010/01/jugaad-a-new-growth-formula-fo>.

- Rhodes, R. y Courneya, K. (2003). "Investigating multiple components of attitude, subjective norm, and perceived control: An examination of the theory of planned behaviour in the exercise domain." *British Journal of Social Psychology* 42, no. 1, 129-146.
- Rongsheng, L; Xiaojie, C. y Wei, C. (2014) "The configuration of scientific and technical personnel entrepreneurial intention model based on theory of planed behavior." *Advance material research*, 3005-3008.
- Ruelle, D. (2003). *Causalidad y caos*. México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Salanova, M. (2004). *Nuevos horizontes en la investigación sobre la autoeficacia*. España: Universitat Jaume I.
- Solana, J. (2005). *Con Edgard Morín por un pensamiento complejo. Implicaciones interdisciplinarias*. Madrid: Universidad Internacional de Andalucía.
- Tahlil, M, y Al-Kahtani, A. (2014). "Entrepreneurship Education and Training: A Survey of Literature." *Life Science Journal*. 11, 127-135.
- Tarapuez, E; Zapata, J. y Agreda, E. (2008). "Knight y sus aportes a la teoría del emprendedor." *Estudios gerenciales*, Enero-Marzo, 83-98.
- Toussaint, E. (2004) "El Banco Mundial y la crisis de la deuda del tercer mundo." In *La bolsa o la vida. Las finanzas contra los pueblos*, por: TOUSSAINT, E. Argentina, Buenos Aires: CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales.
- Urbano, D, y Toledano, N. (2008) . *Invitación al emprendimiento. Una aproximación a la creación de empresas*. Barcelona: Editorial UOC.
- World Economic Forum (2015). *The global competitiveness report 2015-2016*. Geneva: World Economic Forum.
- Zorob, S. (2012). "Estrategia curricular para la formación de la competencia de emprendimiento en negocio en redes universitarias". *Pixel-Bit. Revista de medios y educación*, nº41, 149-161.