

## **Asociación De Las Limitaciones Informales Sobre La Intención Empresarial Universitaria**

De Los Santos De Dios Santiago<sup>1</sup>, De Los Santos De Dios Raquel Olivia<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Doctorado en Administración. / Universidad Autónoma de Guadalajara. México

<sup>2</sup> Doctorado en Psicoterapia Humanista. / Universidad Popular de la Chontalpa, México

Corresponding Author: De Los Santos De Dios Santiago

---

**RESUMEN:** El surgimiento de nuevos empresarios es el producto de un proceso dinámico de limitaciones institucionales percibidos por el individuo. Estas limitaciones están definidas como el cúmulo de creencias percibidas colectivas y personales. Este estudio pretende explicar la asociación de las limitaciones informales sobre la intención empresarial. La muestra de la investigación se conformó por 1 272 estudiantes de una universidad pública identificados en cuatro categorías: sexo, antecedentes familiares empresariales, ámbito de desarrollo y experiencia laboral previa. Se diseñó un modelo causal con ecuaciones estructurales (MES) que evaluó los efectos directos de las limitaciones informales sobre la intención empresarial. Se concluyó que las limitaciones personales explican en mayor grado la intención del estudiante hacia la intención empresarial.

**PALABRAS CLAVES:** Intención empresarial; Institucionalismo; Limitaciones informales.

---

Date of Submission: 12-11-2018

Date of acceptance: 26-11-2018

---

### **I. INTRODUCCIÓN**

Según Moriano, Morales y Palací[1] convertirse en empresario no siempre es una opción segura para los estudiantes universitarios, debido a la orientación de los sistemas educativos en la formación de profesionistas para ser contratados por grandes empresas o en la administración pública. Loof y Brostrom[2] puntualizan que las universidades como instituciones gestoras de la investigación científica y tecnológica, poseen los recursos adecuados para su uso en la detonación económica social. Honjo[3] señala que actualmente los jóvenes disponen de mejores herramientas intelectuales para la concreción de una idea empresarial en comparación a generaciones anteriores. Blanchflower y Andrew [4] afirman que la importancia del estudio científico de las causas del emprendimiento radica en el respaldo a las estrategias críticas y aplicadas contra el desempleo.

Previo a lo anterior, Hébert y Link [5] sugirieron que el abordaje de los negocios también debe considerar factores sociales, psicológicos y demográficos como intervinientes dinámicos en la identificación y gestión empresarial. Esta concepción complementa al enfoque tradicional y estático de la economía, que enfatiza en el mecanicismo de las transacciones de capital y la supervisión de operaciones orientadas a la maximización de utilidades basadas en algoritmos matemáticos.

Sin embargo, la legitimación científica del estudio sobre el emprendimiento exige superar obstáculos de análisis. Dichos obstáculos son de carácter subjetivos en la discusión histórica por la definición consensada del emprendedor. Ante esta controversia, Shane y Venkataraman[6] coinciden que dicha definición debe estar siempre soportada de términos relacionados con la identificación de oportunidades. El proceso de identificación de oportunidades según North [7] puede explicarse a partir del estudio de las instituciones que forman parte de un contexto. Estas instituciones son el cúmulo de normas y criterios sistemáticos impuestos por la sociedad para sí misma.

Las limitaciones institucionales. North [8] afirma que las instituciones condicionan el desarrollo social a largo plazo como reguladoras de los sistemas de incentivos. Dichas estructuras normativas sufren ajustes y adaptaciones a través del aprendizaje histórico que se transfiere de una generación a otra y que aportan nuevos paradigmas para el colectivo. El autor recalca que la función específica de las instituciones es la reducción de incertidumbre para el manejo de problemas de interacción cotidiana a través de limitaciones que permiten la racionalización de escenarios finitos y resolubles. Lo anterior, determina el modo particular de cómo el individuo recoge información y configura las posibilidades en su entorno.

North [8] identificó dos tipos de limitaciones institucionales: las informales y formales. Las limitaciones informales son creencias, valores, hábitos y costumbres de herencia cultural adquiridas por imitación. La característica principal de estas informalidades es que se manifiestan en signos verbales cotidianos que construyen la cultura. Las limitaciones formales son producto evolutivo de las limitaciones informales a

partir de la especialización, formalización y legalización gradual. Tales limitaciones formales se representan por escrito a través de constituciones políticas, jurisprudencias, estatutos, reglamentos y códigos legales.

La cognición del emprendedor. El estudio de los procesos cognitivos aporta explicaciones importantes sobre la generación del conocimiento y el comportamiento informal de los individuos. Estos estudios parten del supuesto que la información que el sujeto percibe del entorno es procesada previa a una conducta definida por medio de habilidades como la idealización, el lenguaje y la categorización [9].

Con base en estos supuestos, el proceso de interacción social del individuo se explica a partir de vivencias que generan creencias y conocimientos sobre el objeto de conducta que completan ciclos de retroalimentación continua para evaluar el impacto de logros. Es importante señalar dentro de este marco que Vesper[10] distinguió entre dos tipos de desencadenantes hacia el objeto empresarial, los factores cognitivos positivos explicados por variables de empuje como el control interno, el riesgo y la innovación, y los factores cognitivos negativos explicados por variables de atracción, como la recesión económica, el despido o la renuncia a partir del conflicto laboral o personal.

Intención empresarial. La importancia señalada de las propensiones innovadoras del sujeto empresarial en el pensamiento económico fue hecha por Joseph Alois Schumpeter. De una exhaustiva revisión de las teorías y aportaciones históricas de Cantillon, Baptiste Say y Marshall, construyó las primeras concepciones modernas y sistemáticas del empresario innovador [11]. Además, señaló que la tarea empresarial implica riesgos de alcances morales, psicológicos y sociales, y que las motivaciones personales están asociadas con la innovadora.

Jackson y Dutton[12] señalaron que existe una asociación positiva entre la identificación de oportunidades y la percepción de que un escenario es manipulable si este proceso se cumple a través del análisis de riesgos con posibilidades de aminoración y como resultado la intención propicia. Una explicación discriminatoria que indague estos modelos cognitivos del emprendedor aproxima al hecho de explicar el proceso de identificación de oportunidades y así mismo las magnitudes de las variables de mayor influencia en la respuesta configurada [13].

Krueger y Brazeal[54] a partir de modelos cognitivos de Shapero[14] y Ajzen[15], desarrollaron un modelo de intenciones con indicadores de deseabilidad y viabilidad percibida. La deseabilidad percibida es el supuesto que explica las consideraciones que el individuo tiene sobre las probabilidades y efectos de sus actos[16]. Este indicador se explica por las subdimensiones deseabilidad personal y las normas subjetivas, la primera se refiere a las exigencias propias y la segunda refiere a las expectativas percibidas del colectivo al que está adscrito. El indicador viabilidad percibida se define como la capacidad asumida por el individuo para completar tareas necesarias con fines específicos[17].

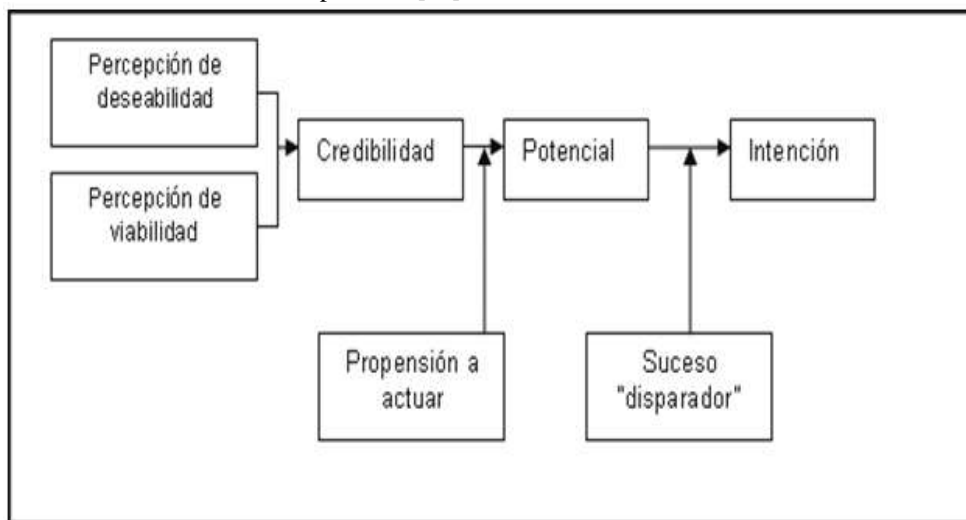


Figura. 1. Modelo del Potencial emprendedor de Krueger y Brazeal[54].

Limitaciones informales sociales. Estas limitaciones son generalidades percibidas sobre los esquemas del conjunto social. La universalidad de las necesidades sociales se hace observable en metas situacionales que se jerarquizan de acuerdo con el contexto [18]. La condición mental del sujeto concretiza las circunstancias deseadas a través del trabajo y valores colectivos [19].

El primer indicador consiste en la autotranscendencia percibida que se practica en el trato imparcial hacia los demás con el objetivo del bienestar común y en contra de la desigualdad. La interacción social posibilita la percepción de necesidades y escasez de recursos para la subsistencia y el desarrollo. El individuo pretende alcanzar los fines a través de la amistad, el servicio, la honestidad y la responsabilidad [20].

Schwartz y Bilsky[20] afirman que la conservación es la percepción relacionada con la conformidad social. El conformismo colectivo es condicionado por las tradiciones históricas que acotan los límites de identidad entre una sociedad y otra. La percepción de estas restricciones dosifica la voluntad del individuo ante el juicio público. Sin embargo, los estudios de Moriano et al.[21] señalan que esta creencia tiene una relación negativa con la intención empresarial.

La flexibilidad percibida de autocrítica en la toma de decisiones y su pragmatismo vigente se conoce como apertura al cambio. El aprendizaje empírico en el individuo es producto de una serie de ciclos de recolección de datos posibles. Los juicios de valor sobre la pertenencia en el grupo son discrecionales y estimulan la sensibilidad con el entorno [22].

Por su parte el autoengrandecimiento está relacionado con la percepción de reconocimiento colectivo en el liderazgo de objetivos que implica la habilidad, en un primer momento, de encauzamiento de personas. Esta habilidad requiere del balance y consenso de opiniones complementarias de los asociados que confieren al individuo la autoridad y el respeto de modo convencional [20].

Limitaciones informales personales. Es el esquema autopercibido del individuo sobre sí mismo. Según Robinson, Stimpson, Huefner y Hunt[23] las variables de los estudios de la personalidad tienen la posibilidad de ser analizadas dentro del enfoque cognitivo como una dinámica continua.

La motivación al logro propuesta por McClelland[24] se considera histórica en el estudio de las habilidades del empresario. Este autor asume la idea de que los sujetos con una fuerte necesidad de éxito pueden desenvolverse mejor que otros en la búsqueda de oportunidades que permitan confirmar su potencial. Según este autor, dicha característica no es absoluta e innata en el sujeto, sino que parcialmente lo adquiere del ámbito de desarrollo social.

Sin embargo, los estudios realizados por Brockhaus[25] y Koh[26] no evidenciaron asociación entre la motivación al logro y la propiedad de un negocio. Los estudios de Gartner, Shaver, Carter y Reynolds [27] también rebaten el último punto señalado por McClelland de que no existen suficientes evidencias de asociación entre la motivación con los aspectos familiares y sociales. En contraparte, los estudios de Grol y Atsan[28] reportaron evidencias positivas de que la motivación al logro se relaciona con la propiedad de un negocio y como la mejor variable explicativa.

Schumpeter[29] afirmó que la corriente económica fisiócrata gestó la idea que la maximización de las ganancias tiene relación directa con la invención y desarrollo de técnicas que da como efecto las economías de escala. Según el autor, la diferencia está en un nivel de creatividad superior comercial que proporciona al empresario mayor control e influencia en la dinámica de mercados. Así, Schumpeter señala que la innovación es una característica principal del empresario, y advierte que la reproducción de una rutina o combinaciones conocidas, es justamente un estilo y no una capacidad creativa.

Las investigaciones de Cano, García y Gea [30] confirmaron el hecho que la innovación es una variable sustancial y sistemática. Ong e Hishamuddin[31] especifican que la innovación se integra con la motivación al logro facilitando la autopercpción de intención. La innovación en particular es más compleja de juzgar, según Messick[32] esto se debe a las diferentes formas en que se recoge y procesa la información y las distintas formas de comportamientos resultantes en los individuos.

Rotter[33] define que el locus de control es el grado que una persona responsabiliza propio o impropio su éxito o fracaso. Aquellos que poseen un control interno creen en la posibilidad de configurar y controlar sus resultados. Hendrickx, Vlek y Calje[34] sostienen que un emprendedor que percibe un control de tipo interno tiene la diferencia mínima entre la asunción del riesgo y el comportamiento consecuente. Los estudios de Kaufmann, Welsh y Bushmarin[35] y Koh[26] confirmaron que el control interno es una variable que explica el comportamiento empresarial. Por su parte Lee y Tsang [36] y Korunka, Frank, Lueger y Mugler[37] coinciden que el control interno no solo es una variable integrada, sino que es la más explicativa.

Investigaciones empíricas recientes. Existe un amplio acervo de modelos empíricos de emprendimiento. La tabla 1 muestra la extracción de estudios en emprendimiento universitario en los últimos siete años con énfasis en publicaciones basadas en la Teoría del Comportamiento Planificado [16]. El planteamiento predominante ha sido la intención empresarial contenida así misma en una sola dimensión endógena y en función de las percepciones como variables exógenas. Para efectos del presente estudio y con base en el precedente metodológico de Espíritu [38], se asumió que la intención empresarial se contiene así misma en una relación simultánea de percepciones, condicionada a su vez por limitaciones informales institucionales subyacentes ya expuestas.

**Tabla 1. Investigaciones recientes sobre emprendimiento universitario basadas en la TCP [16].**

<b>Año</b>	<b>Autor</b>	<b>Muestra</b>	<b>Variables</b>
2010	Engle, R.L., Dimitriadi, N., Gavidia, J.V., Schlaegel, C., Delanoé, S., Alvarado, I., & Wolff, B.	1 748 estudiantes universitarios	Actitud hacia el comportamiento / Normas subjetivas / Control percibido sobre el comportamiento
2011	Iakovleva, T., Kolvereid, L. y Stephan, U.	2 225 estudiantes universitarios	Actitudes / Normas subjetivas / Control percibido sobre el comportamiento / Diferencias entre países en desarrollo y desarrollados.
2011	Espiritu O. R.	1210 estudiantes universitarios	Intención empresarial / Valores / Personalidad / Rol / Incubación / Institucionales
2011	Liñán, F., Urbano, D. y Guerrero, M.[40]	549 estudiantes universitarios	Actitud hacia el comportamiento / Norma subjetiva / Control percibido sobre el comportamiento.
2011	Barnir, Watson y Hutchins [51]	393 estudiantes universitarios	Autoeficacia y diferencias de género
2012	Moriano, J. A., Gorgievski, M., Laguna, M., Stephan, U. y Zarafshani, K. [21]	1 074 estudiantes universitarios	Actitud / Norma subjetiva / Autoeficacia emprendedora
2012	Shinnar, R.S., Giacomini, O. y Janssen, F. [56]	761 estudiantes universitarios	Barreras hacia el Emprendimiento / Percepción de falta de apoyo / Percepción de miedo al fracaso / Percepción de carencia de capacidad
2013	Ventura Fernández y Quero Gervilla [57]	1222 estudiantes universidad	Actitud / Norma subjetiva / Control conductual percibido
2014	Kilonzo y Nyambegera [53]	396 estudiantes universitarios	Actitud / Norma subjetiva / Control conductual percibido
2014	Karimi, Biemans, Lans, Chizari y Mulder [52]	331 estudiantes universitarios	Actitud / Norma subjetiva / Autoeficacia
2015	Li, Wang y Liang [55]	208 estudiantes universitarios	Orientación a las oportunidades
2016	Soria B. Karla., Zuñiga J. Sergio y Ruiz C. Sofia [50]	229 estudiantes universitarios	Autoeficacia / Control interno / Aversión al riesgo
2017	Santamaría L. Teresa M. y Bravo V. Francisco [49]	886 estudiantes universitarios	Asunción al riesgo / Control interno percibido / Evaluación de la situación económica / Necesidad de logro / Autoestima / Innovación
Nota: Elaboración propia			

Definición de emprendedor. Revisada la literatura se partió de la siguiente definición considerada convergente a los criterios y variables propuestas por la experiencia científica.

Un diseñador de innovaciones orientado a resultados, que es capaz de desarrollar oportunidades riesgosas, que aprende a ser creativo e ingenioso, que adopta medidas para hacer un uso práctico de los recursos limitados y de redes de contacto, que es capaz de estructurar las actividades de la organización para que ellas aporten valor adicional y así establecer un sistema de satisfacción al cliente”[39, p. 125].

Hipótesis general. Las limitaciones informales se asocian positivamente con la intención empresarial.

Variables operacionales. Se diseñó un modelo teórico compuesto de una variable explicada denominada intención empresarial medida a través de dos indicadores, la deseabilidad y viabilidad percibida. Se acota que no se pretendió medir variables inhibitoras o catalizadoras de intención de acuerdo con el modelo. El constructo explicativo denominado limitaciones informales contiene dos variables denominadas factores sociales y factores personales respectivamente. Los factores sociales se midieron a partir de cuatro indicadores la autotranscendencia, la conservación, la apertura al cambio y el autoengrandecimiento. Los factores personales se midieron a través de tres indicadores la motivación al logro, la innovación y el control interno.

## II. MÉTODO

Muestra. La población estuvo compuesta por estudiantes de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. De un muestreo aleatorio simple de cuatro conglomerados geográficos seleccionados, equivalentes a divisiones académicas y con parámetros de valor de  $p=.50$  y  $q=.50$  y un nivel de confianza del 95%, se extrajo una muestra de 1 272 estudiantes. De esta muestra se identificaron 634 (54.1%) alumnos de sexo masculino, 538 (45.9%) de sexo femenino, 773 (66%) no cuenta con antecedentes familiares empresariales, 399 (34%) cuentan

con algún antecedente empresarial, 488 (41.6%) provienen de ciudad pequeña, 382 (32.6%) de pueblo rural y 302 (25.8%) de ciudad grande. Con respecto a la experiencia laboral, 588 (50.2%) poseen experiencia laboral previa y 584 (49.8%) no tienen experiencia laboral previa. A partir de un análisis de valores estandarizados se eliminaron 100 observaciones atípicas.

Instrumentos. La escala ordinal utilizada en los cuestionarios fue de tipo Likert de cinco grados que va desde 'Totalmente en desacuerdo', 'En desacuerdo', 'Ni en desacuerdo ni de acuerdo', 'De acuerdo' a 'Totalmente de acuerdo'. Con base en la escala TheEntrepreneurialIntentionQuestionnaire(EIQ) validado por Liñán yChen[40], se midió la frecuencia de la intención empresarial. El indicador deseabilidad percibida contiene 10 reactivos de los cuales la mitad midió la deseabilidad personal y la otra mitad las normas subjetivas. El análisis factorial confirmó la estructura interna del instrumento a excepción de los reactivos de las normas subjetivas que no se agruparon con el resto.

Para la medición de las limitaciones informales sociales se adaptó al contexto el Cuestionario de Valores Sociales de Schwartz (CVS) validado por Llinares, Molpeceres y Musitu[41]. Con el fin de garantizar la consistencia del instrumento se anexaron 18 reactivos de elaboración propia basados en la teoría y adaptados al contexto universitario. La autotranscendencia se midió con un total de 10 reactivos, la conservación con 15, la apertura al cambio y la autotranscendencia con 10 reactivos respectivamente. Los indicadores de autotranscendencia y autoengrandecimiento no validaron suficientes ajustes de medida.

Las limitaciones informales personales se midieron con la escala EntrepreneurshipAttitudeOrientationScale (EAO) que contiene 75 reactivos validados por Robinson et al.[23] y Krauss[42]. Del total de reactivos divididos en tres grupos, cognitivos, actitudinales y de comportamiento del instrumento original, solo se extrajeron 20 reactivos exclusivos de carácter cognitivo. La escala que midió el indicador de motivación al logro contiene ocho reactivos, la escala de innovación siete y control interno cinco.

El tiempo estimado del diseño de investigación, barrido de información, recolección y análisis de datos del estudio se realizó entre los meses de febrero 2016 a julio de 2017.

### III. RESULTADOS

Validación de la escala de medida de la intención empresarial. Los reactivos del indicador deseabilidad percibida mostraron normalidad con índices menores a tres unidades de asimetría y curtosis[43]. La tabla 2 muestra los alfas de Cronbach y el porcentaje de varianza explicada (%VE) a partir del análisis factorial por medio del método de extracción por componentes principales y rotación varimax. Por su parte los reactivos de la viabilidad percibida mantuvieron una distribución normal. El análisis confirmatorio obtuvo índices óptimos de Fiabilidad Compuesta (FC) y Varianza Media Extractada (VME). El análisis de validez convergente mostró correlación entre indicadores de .44 que prueba una covarianza integrada. Las medidas de ajuste incremental cargaron por encima de .90.

**Tabla 2. Índices de ajustes de la escala de medida de la intención empresarial**

Variable	$\alpha$ de Cronbach	% VE	FC	VME	$\chi^2$	df	$\chi^2/df$	GFI	RMSA
Intención empresarial			.91	.50	113.49	43	2.63	.96	.05
Deseabilidad percibida	.78	.54		.49					
Viabilidad percibida	.85	.58		.50					

Nota: Estadísticos obtenidos con SPSS y AMOS 23

Validación de la escala de medida de las limitaciones sociales. Los reactivos del indicador conservación presentaron índices de normalidad consistentes. Así mismo la apertura al cambio alcanzó índices de normalidad con una consistencia interna superior a .80. En el análisis factorial confirmatorio la validez convergente entre indicadores es de .87.

**Tabla 3. Índices de ajustes de la escala de medida de las limitaciones informales sociales**

Variable	$\alpha$ de Cronbach	% VE	FC	VME	$\chi^2$	df	$\chi^2/df$	GFI	RMSA
Limitaciones informales sociales			.92	.50	219.95	53	4.15	.93	.07
Conservación	.77	.51		.50					
Apertura al cambio	.81	.53		.50					

Nota: Estadísticos obtenidos con SPSS y AMOS 23

Validación de la escala de medida de las limitaciones personales. El indicador motivación al logro presentó en sus reactivos estadísticos de normalidad, así mismo la innovación presenta una consistencia interna mayor a .80 y el control interno a pesar de validar normalidad, obtuvo una consistencia interna cuestionable de .64 con una varianza explicada de .48 lo que se consideró suficiente. El análisis factorial confirmatorio de la

variable conjunta, muestra validez convergente entre los indicadores motivación al logro e innovación de .94, entre la motivación y el control interno de .88, y entre la innovación y el control interno de .83. Los indicadores de ajuste incremental cargaron por encima de .90.

Tabla 4. Índices de ajustes de la escala de medida de las limitaciones informales personales

Variable	$\alpha$ de Cronbach	% VE	FC	VME	$\chi^2$	df	$\chi^2/df$	GFI	RMS A
Limitaciones informales personales			.94	.49	396.85	132	3.0	.92	.05
Motivación al logro	.84	.48		.49					
Innovación	.81	.52		.50					
Control interno	.64	.48		.50					

Nota: Estadísticos obtenidos son SPSS y AMOS 23

Supuestos del análisis multivariante. Kline[44] señala que la normalidad multivariante debe validarse con índices inferiores a 10 unidades de curtosis ( $\beta$ ). El supuesto de homocedasticidad parte de una matriz de covarianza constante con significancia menor de .05 a partir de la prueba de Levene. El supuesto de linealidad entre variables se cumple con el factor de inflación de la varianza (VIF) que es ideal cuando es inferior a 5 unidades [45]. La tabla 5 muestra un índice de heterocedasticidad en el indicador conservación como variable dependiente.

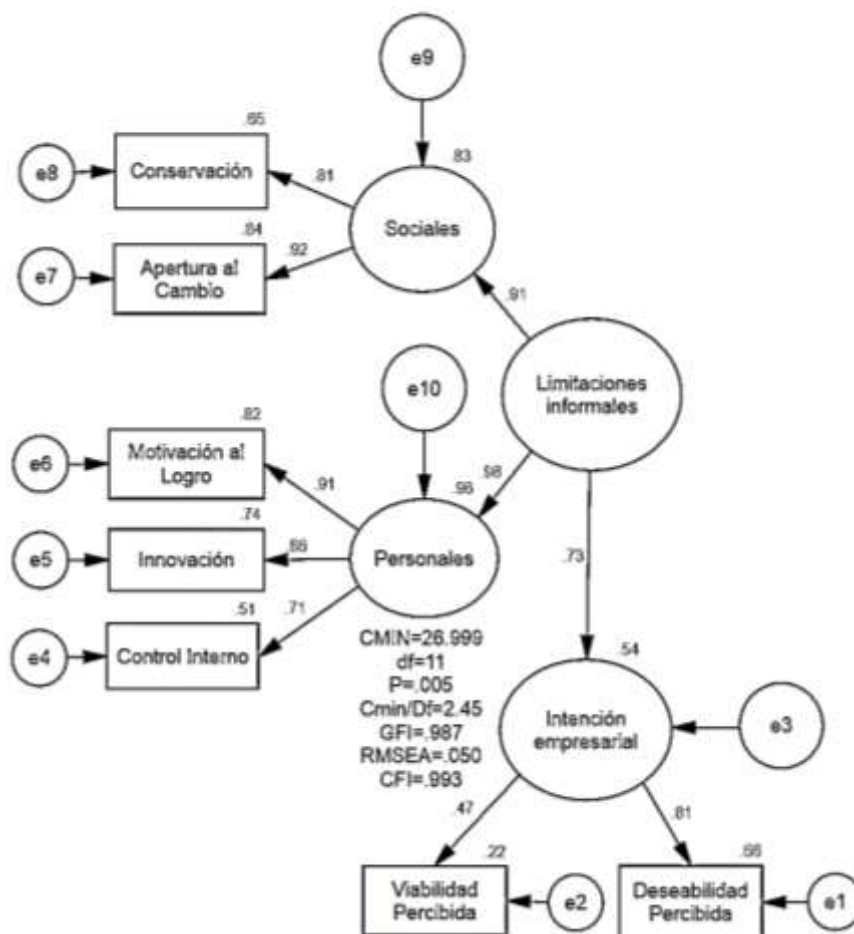
Tabla 5. Índices de supuestos multivariantes

Variable	$\beta$	Sig. <sup>a</sup>	VIF
Modelo general	6.31		
Intención empresarial			
Deseabilidad percibida	-.38	.67	
Viabilidad percibida	-.29	.29	
Limitaciones informales sociales			
Conservación <sup>b</sup>		.00	
Apertura al cambio		.48	2.46
Limitaciones informales personales			
Motivación al logro	-.49	.77	3.40
Innovación	-.63	.51	2.90
Control interno	-.39	.51	1.82

Nota:<sup>a</sup>Índices estimados con variable independiente: sexo.  
<sup>b</sup>Variable dependiente para la estimación de índices de factor de inflación de la varianza.

Análisis de validez discriminante. El análisis de validez discriminante confirma la hipótesis de que las variables intervinientes en el sistema de medida son conceptualmente distintas si el cuadrado de la correlación entre sus indicadores es inferior a la varianza media extractada (VME). En los indicadores de las variables limitaciones sociales y personales, dicha hipótesis no queda garantizada pues la correlación cuadrada siempre supera el índice de .60. Estas variables quedaron integradas en el constructo hipotético limitaciones informales. Estimación del constructo teórico de intención. A partir de los datos empíricos se comprobó que el modelo no contuvo índices infractores de correlaciones cruzadas y cargas factoriales menores a .30. En la figura 1 se corrobora que la variable intenciones empresariales, explica el 54% de la varianza de sus indicadores, las limitaciones sociales explican el 83% y las limitaciones personales el 96%. Al respecto de los valores de bondad de ajustes se reporta un índice esperado de discrepancia mínima inferior a 3 unidades, los índices de ajuste absoluto GFI (Goodness Fitness Index) alcanza un índice superior a .90, el RMSEA (Root Mean Square Error of Approximation) es inferior a .07 y el CFI (Comparative Fitness Index) índice de ajuste incremental es superior a .90.





**Figura 2.** Coeficientes estandarizados del modelo de intención empresarial obtenidos con AMOS 23. Fuente: elaboración propia.

Normalidad de covarianzas residuales. Los resultados obtenidos en el ajuste global de un modelo empírico deben presentar un valor óptimo  $p \text{ value} \geq .05$ . Los datos presentados en el modelo general de este estudio presentan un valor inferior  $p=.005$ , por lo que se procedió a un análisis confirmatorio de normalidad de covarianzas residuales. La media obtenida de estas covarianzas fue de .01, la desviación estándar de .52, la asimetría de -.17 y la curtosis de 4.0. La tabla 6 presenta los índices estandarizados y se observa que ninguna covarianza satura por encima de 2 unidades.

**Tabla 6. Índices de covarianzas estandarizadas**

	Conservación	Apertura al cambio	Motivación al logro	Innovación	Control Interno	Viabilidad percibida	Deseabilidad percibida
Conservación	.00						
Apertura al cambio	.00	.00					
Motivación al logro	.05	.017	.00				
Innovación	-.29	.19	-.01	.00			
Control interno	.33	-.46	.11	-.13	.00		
Viabilidad percibida	-1.33	-1.28	.25	.73	1.54	.00	
Deseabilidad percibida	.49	.22	-.33	-.00	.29	.00	.00

Nota: Estadísticos obtenidos con AMOS 23

#### IV. CONCLUSIONES

Validado el sistema de medida y a partir de la hipótesis teórica planteada se procedió a la interpretación de los resultados del modelo propuesto contrastado con la evidencia empírica. El modelo empírico soporta la hipótesis de una asociación positiva con probabilidad de .73 entre las limitaciones informales y la intención empresarial. Esta probabilidad pone de manifiesto la relación positiva entre dichas variables. El índice de

variación de la intención explicada fue de 54% comparado con experiencias científicas de estudios como Liñan y Chen[46] que obtuvieron una variación de 55% y los resultados de Lee y Tsang [36] con un 50% de variación. Se midió con suficiencia la intención a través de sus dos indicadores, la deseabilidad y la viabilidad percibida, resultados que coinciden con la consistencia obtenida por Iakovleva et al [47]. Sin embargo, dentro de la escala deseabilidad percibida se apartaron los reactivos que miden en específico las normas subjetivas por no tributar como parte del indicador. Lo anterior debido a que la escala de medida tuvo un efecto degradado que conflictuó la varianza. Esta varianza también está reportada en los resultados de Moriano et al [21] por condicionamiento cultural. El comportamiento descriptivo de los datos de este estudio identifica que si bien el individuo percibe una deseabilidad positiva de sus familiares, conforme los círculos de pertenencia son de menor orden, como colegas y conocidos, también decrece la percepción de exigencia colectiva de una conducta empresarial. Estudios como el de Engle et al [48] han reportado a las normas subjetivas como la mejor variable explicativa de la intención

A pesar de que las normas subjetivas no validaron una integración clara en la intención empresarial, el presente estudio se limita a concluir que la deseabilidad percibida en el sujeto solo depende de un criterio discrecional más que permisible. Se presume la posibilidad de que esta dimensión estuvo conflictuada por el contexto pues los sujetos de estudio tienen distintas procedencias. Este efecto también se encuentra en los resultados de Liñan et al [46] donde la valoración social emprendedora tiene una variación positiva de acuerdo al nivel de desarrollo de la región. Por otra parte, el indicador de viabilidad percibida explica en menor proporción la intención ( $r^2=.47$ ) frente a la deseabilidad percibida ( $r^2=.81$ ). Se infiere que la autoeficacia percibida ante un proyecto empresarial es inferior a cuanto lo desea el individuo.

En relación con las variables explicativas, las limitaciones sociales es una variable de la que aún existe carente discusión sobre su incidencia sobre la intención. Los resultados de este estudio concluyen solo a partir de los indicadores validados de conservación y apertura al cambio. Según Schumpeter los empresarios tienden a romper reglas, de acuerdo a los resultados de este estudio a pesar de que el individuo confirma percibir de la sociedad en mayor proporción una cultura flexible y de apertura, también percibe pero con menor arraigo una conservación o conformismo social considerable. La variable integrada de limitaciones sociales explica en menor proporción ( $r^2=.83$ ) en contraste a las limitaciones personales ( $r^2=.96$ ) del constructo de limitaciones informales. Cabe destacar que con esta estimación inferior, aun puede explicar de forma significativa la intención empresarial.

Es importante reportar de acuerdo con los resultados del análisis de homocedasticidad la presencia de diferencia de sexo dentro de un indicador de las limitaciones sociales. Con un estadístico de significancia .00, la conservación percibida es distinta entre hombres y mujeres. El contraste de dichas diferencias existentes, puede obtenerse a través de un análisis multigrupo que no formó parte dentro de los objetivos iniciales de este estudio y se reservan los datos, resultados y conclusiones para posibles reportes futuros.

Al respecto de la variable limitaciones personales se concluye que el indicador que la explica mejor es la motivación al logro, seguida por la innovación y finalmente el control interno. Con  $r^2=.82$  en la motivación al logro se coincide con los resultados de Gürol y Atsan[28]. El análisis de validez convergente entre la motivación al logro y la innovación prueba la integración significativa de ambos conceptos citados de Ong e Hishamuddin[31] y confirmados en Santamaría y Bravo [49]. En lo que refiere al control interno, los resultados convergen con los de Soria et al [50] donde el control interno tiene una influencia indirecta con la intención, pero también se difiere con los de Korunka et al [37] quienes reportaron el control interno como la variable más explicativa. Se especula a partir de los coeficientes de determinación, una posible relación subyacente entre el control interno y la viabilidad percibida.

La relación reactivo-respuesta de los instrumentos de medida ha sido uno de los sesgos más discutidos en los estudios de percepción. Esta investigación presenta resultados con rigor objetivo en la mayoría de sus indicadores y variables. No obstante, se reconoce que en el proceso de validación de medidas, la eliminación de indicadores y reactivos pone en relieve limitaciones preexistentes en estudios que involucran la subjetividad. En ese mismo sentido, la transición de instrumentos de medidas clásicos hacia el análisis con estadísticas multivariantes representa de igual manera limitaciones en la recolección de datos y la necesidad del diseño de nuevos instrumentos con características psicométricas aún más robustas, sistemáticas y complejas.

Las futuras líneas de investigación vertientes de este estudio para la ampliación de las fronteras del conocimiento, están en el análisis estructural de las limitaciones formales de los distintos contextos, su modelación y relación con las limitaciones informales y su efecto con la intención empresarial. En relación con la variable intención empresarial se recomienda la indagación profunda en las normas subjetivas, así como evidencias sobre la estructura interna del indicador deseabilidad percibida y la posible relación e integración existente entre la deseabilidad y la permisibilidad percibida.



## REFERENCIAS

- [1]. Moriano León, J.A., PalaciDescals, F.J., & Morales Domínguez, J.F. (2006). El perfil psicosocial del emprendedor universitario. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 22 (1), 75-99.
- [2]. Loof, H., & Broström, A. (2008). Does knowledge diffusion between university and industry increase innovativeness?. *The Journal of Technology Transfer*, 33 (1) 73-90. <https://doi.org/10.1007/s10961-006-9001-3>
- [3]. Honjo, Y. (2004). Growth of new start-up firms: evidence from the Japanese manufacturing industry. *Applied Economics*, 36 (4), 343-355. <https://doi.org/10.1080/1350485042000187417>
- [4]. Blanchflower, D., & Andrew, J. O. (1998). *Entrepreneurship and the Youth Labour Market Problem: A report for the OECD*. Disponible en: <https://pdfs.semanticscholar.org/9211/f45b63ce5794f49b518f3ef8e59e12333e20.pdf>
- [5]. Hérbert, R.F., & Link, A.N. (1988). *The entrepreneur Mainstream Views and Radical Critiques*. New York: Praeger. <https://doi.org/10.2307/1058249>
- [6]. Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25 (1), 217-226. doi: 10.5465/AMR.2000.2791611
- [7]. North, D. C. (1990). *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*, Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- [8]. North, D. C. (1994). Economic Performance Through Time. *The American Economic Review*, 84 (3), 359-368.
- [9]. Mundó Blanch, J., & Raventós Pañella, D. (2000). Fundamentos cognitivo-evolucionarios de las ciencias sociales. *Revista Internacional de Sociología*, 25, 47-74.
- [10]. Vesper, K.H. (1990). *New Venture Strategies*. Englewood Cliffs, N.J: Prentice Hall.
- [11]. Balbín P. (1999). Reseña de Manuel Santos Redondo Los economistas y la empresa. *Empresa y empresario en la historia del pensamiento económico. Revista de Historia Económica / Journal of Iberian and Latin American Economic History (Second Series)*, 17, 226-229.
- [12]. Jackson, S., & Dutton, J. (1988). Discerning threats & opportunities. *Administrative Science Quarterly*, 13, 370-387. <https://doi.org/10.2307/2392714>
- [13]. Mitchell, R., & Chesteen, S. (1995). Enhancing entrepreneurial expertise: Experiential pedagogy & the new venture expert script. *Simulation & Gaming*, 26 (3). <https://doi.org/10.1177/1046878195263003>
- [14]. Shapero, A. (1982). Some social dimensions of entrepreneurship. In C. Kent, D. Sexton, & K. Vesper (Ed.), *The encyclopedia of entrepreneurship*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- [15]. Ajzen, I. (1987). Attitudes, traits, and actions: Dispositional prediction of behavior in social psychology. *Advances in Experimental Social Psychology*, 20. [https://doi.org/10.1016/s0065-2601\(08\)60411-6](https://doi.org/10.1016/s0065-2601(08)60411-6)
- [16]. Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior & Human Decision Processes*, 50. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-t](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-t)
- [17]. Eden, D. (1992). Leadership & expectations: Pygmalion effects & other self-fulfilling prophecies in organizations. *Leadership Quarterly*, 3 (4). [https://doi.org/10.1016/1048-9843\(92\)90018-b](https://doi.org/10.1016/1048-9843(92)90018-b)
- [18]. Arciniega, L., & González, L. (2000). Desarrollo y validación de la escala de valores hacia el trabajo EVAT 30. *Revista de Psicología Social*, 13 (3), 281-296. <https://doi.org/10.1174/021347400760259712>
- [19]. Aygun, Z. K., & Imamoglu, E. O. (2002). Value Domains of Turkish Adults and University Students. *The Journal of Social Psychology*, 142 (3), 333-351. <https://doi.org/10.1080/00224540209603903>
- [20]. Schwartz, S.H., & Bilsky, W. (1990). Toward a theory of the universal content and structure of values. *Extensions and cross-cultural and Social Psychology*, 58 (5), 878-889. <https://doi.org/10.1037//0022-3514.58.5.878>
- [21]. Moriano León, J. A., Gorgievski, M., Laguna, M., Stephan, U. & Zarafshani, K. (2012). A cross-cultural approach to understanding entrepreneurial intention. *Journal of Career Development*, 39 (2), 162-185. doi: 10.1177/0894845310384481. <https://doi.org/10.1177/0894845310384481>.
- [22]. Long, H. (1989). *Self-directed learning. Emerging theory and practice*. University of Oklahoma.
- [23]. Robinson, P.B., Stimpson, D.V., Huefner J. C., & Hunt, H. K., (1991). *An Attitude Approach to the Prediction of Entrepreneurship. Entrepreneurship. Theory and Practice*, 15 (4), 13-31.
- [24]. McClelland, D. (1961). *The Achieving Society*. Princeton, New Jersey: D. Van Nostrand Company Inc. <https://doi.org/10.1037/14359-000>
- [25]. Brockhaus, R.H. (1980). Risk taking propensity of entrepreneurs. *Academy of Management Journal*, 23 (3), 509-520. <https://doi.org/10.5465/ambpp.1976.4975934>
- [26]. Koh, H.C. (1996). Testing hypotheses of entrepreneurial characteristics. *Journal of Management Psychology*, 11 (3), 12-25. <https://doi.org/10.1108/02683949610113566>
- [27]. Gartner W.B., Shaver, K.G., Carter, N. M., & Reynolds, P.D. (2004). *Handbook of Entrepreneurial Dynamics, Process of Business Creation*. Disponible en: [https://books.google.com.mx/books?id=zetyAwAAQBAJ&pg=PA151&lpg=PA151&dq=the+career+reason+s+of+minority+nascent+entrepreneur+greene&source=bl&ots=V9NHln\\_ADD&sig=DTi6IoQp5kkx7XJcUpsrlVjYXo8&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwje-ZO9zpHOAhUp1oMKHfQIAdiQ6AEIjAC#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.mx/books?id=zetyAwAAQBAJ&pg=PA151&lpg=PA151&dq=the+career+reason+s+of+minority+nascent+entrepreneur+greene&source=bl&ots=V9NHln_ADD&sig=DTi6IoQp5kkx7XJcUpsrlVjYXo8&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwje-ZO9zpHOAhUp1oMKHfQIAdiQ6AEIjAC#v=onepage&q&f=false)
- [28]. Gürol, Y., & Atsan, N. (2006). Entrepreneurial characteristics amongst university students: some insights for entrepreneurship education and training in Turkey. *Education and Training*, 48 (1), 25-38. <https://doi.org/10.1108/00400910610645716>
- [29]. Schumpeter, J.A. (1954). *Historia del análisis económico*. Barcelona. España: Ariel S.A.
- [30]. Cano Guillen, J., García García, J., & Gea Segura, A. B. (2004). Actitudes emprendedoras en los Estudiantes universitarios. *Universidad de Almería*. Disponible en: <http://www.uv.es/motiva/libromotiva/09CanoGarciaGea.pdf>
- [31]. Ong, J.W., & Hishamuddin, B. I. (2008). Revisiting personality traits in entrepreneurship study from resource-based perspective. *Business Renaissance Quarterly*, 3 (1), 97-114.
- [32]. Messick, S. (1976). *Individuality in Learning*. London: Jossey-Bass.
- [33]. Rotter, J. B. (1966). Generalised Expectancies for Internal versus External Control of Reinforcement. *Psychological Monographs: General and Applied*, 80 (1), 1-28. <https://doi.org/10.1037/h0092976>
- [34]. Hendrickx, L., Vlek, C., & Calje, H. (1992). Effects of frequency and scenario information on the evaluation of large-scale risk. *Organizational Behaviour and Human Decision Processes*, 51 (2), 256-275. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(92\)90038-9](https://doi.org/10.1016/0749-5978(92)90038-9)
- [35]. Kaufmann, P.J., Welsh, D.H., & Bushmarin, N.V. (1996). Locus of control and entrepreneurship in Russian Republic. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 20 (1), 43-56.
- [36]. Lee, D.Y., & Tsang, E.W. K. (2001). The effects of entrepreneurial personality, background and network activities on venture growth. *Journal of Management Studies*, 38 (4), 583-602. <https://doi.org/10.1111/1467-6486.00250>
- [37]. Korunka, C., Frank H., Lueger, M., & Mugler, J. (2003). The entrepreneurial personality in the context of resources, environment, and the startup process - A configurational approach. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28 (1), 23-42. <https://doi.org/10.1111/1540-8520.00030>

- [38]. Espiritu Olmos, R. (2011). Actitud emprendedora en los Estudiantes universitarios: un análisis de factores explicativos en la comunidad de Madrid (Tesis doctoral). Recuperada de <http://eprints.ucm.es/12803/1/T32967.pdf>
- [39]. Varela Villegas, R. (2008). Innovación empresarial. Colombia: Pearson.
- [40]. Liñán, F., & Chen, Y. W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 25 (8), 593-617. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00318.x>
- [41]. LlinaresInsa, L.I., Molpeceres Pastor, M.A., & Musitu Ochoa, G. (2001). La autoestima y las prioridades personales de valor. Un análisis de sus interrelaciones en la adolescencia. *Anales de Psicología*, 17 (2), 189-200.
- [42]. Krauss, C. (2011). Actitudes emprendedoras en los estudiantes de la Universidad Católica de Uruguay. *Dimensión Empresarial*, 9 (1), 28-40.
- [43]. Freund, J.E., & Simon, G.A. (1992). *Estadística Elemental*. México: Prentice Hall Inc.
- [44]. Kline, R. B. (2005). *Principles and practice of structural equation modeling* (2nd ed.). New York: Guilford.
- [45]. Cea D'Ancona, M.A. (2004). *Análisis multivariable. Teoría y práctica en la investigación social*. Madrid: Síntesis.
- [46]. Liñán, F., Urbano, D., y Guerrero, M. (2011). Regional variations in entrepreneurial cognitions: Start-up intentions of university students in Spain. *Entrepreneurship & Regional Development*, 23 (3-4), 187-215. <https://doi.org/10.1080/08985620903233929>
- [47]. Iakovleva, T., Kolvereid, L., y Stephan, U. (2011). Entrepreneurial intentions in developing and developed countries. *Education + Training*, 53 (5), 353-370. <https://doi.org/10.1108/00400911111147686>
- [48]. Engle, R.L., Dimitriadis, N., Gavidia, J.V., Schlaegel, C., Delanoe, S., Alvarado, I., & Wolff, B. (2010). Entrepreneurial intent: A twelve-country evaluation of ajzen's model of planned behavior. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 16 (1), 36-58. <https://doi.org/10.1108/13552551011020063>
- [49]. Santamaría López, Teresa M., & Bravo Villagómez, F. (2017). Impacto de las actitudes emprendedoras en los estudiantes de la Universidad de Guayaquil carrera Comunicación Social. *INNOVA Research Journal*, 2 (2), 45-54.
- [50]. Soria Barreto, K., Zuñiga Jara, S., & Ruiz Campos, S. (2016). Determinantes de la intención emprendedora: Nueva evidencia. *Interciencia*, 41 (5), 325-329.
- [51]. Barnir, A., Watson, W.E., y Hutchins, H.M. (2011). Mediation and moderated mediation in the relationship among role models, self-efficacy, entrepreneurial career intention, and gender. *Journal of Applied Social Psychology*, 41 (2), 270-297. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2010.00713.x>
- [52]. Karimi, S., Biemans, H. J. A., Lans, T., Chizari, M. & Mulder, M. (2014). Effects of role models and gender on students entrepreneurial intentions. *European Journal of Training and Development*, 38 (8), 694-727. doi: 10.1108/EJTD-03-2013-0036 <https://doi.org/10.1108/EJTD-03-2013-0036>.
- [53]. Kilonzo, P. M. & Nyambegera, S. M. (2014). Determinants of entrepreneurial intention among university business students in Kenya: Lessons from Kenyatta University. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 22 (2), 231-250. doi: 10.1504/IJESB.2014.062503. <https://doi.org/10.1504/IJESB.2014.062503>
- [54]. Krueger, N.F., & Brazeal, D. (1994). Entrepreneurial potential & potential entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18 (3), 91-104.
- [55]. Li, Y., Wang, P., & Liang, Y. J. (2015). Influence of entrepreneurial experience, alertness, and prior knowledge on opportunity recognition. *Social Behavior and Personality: an international journal*, 43 (9), 1575-1583 <https://doi.org/10.2224/sbp.2015.43.9.1575>
- [56]. Shinnar, R. S., Giacomini, O. & Janssen, F. (2012). Entrepreneurial perceptions and intentions: The role of gender and culture [Special issue]. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36 (3), 465-493. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2012.00509.x>
- [57]. Ventura Fernández, R. & Quero Gervilla, M. J. (2013). Factores explicativos de la intención de emprender en la mujer: Aspectos diferenciales en la población universitaria según la variable género. *Cuadernos de Gestión*, 13 (1), 127-149. Doi: 10.5295/cdg.100271rv

De Los Santos De Dios Santiago "Asociación De Las Limitaciones Informales Sobre La Intención Empresarial Universitaria ""International Journal of Business and Management Invention (IJBMI) , vol. 07, no. 11, 2018, pp 81-90