

ARTÍCULO DE REVISIÓN

Las actitudes emprendedoras y sus incidencias

RESUMEN

El emprendimiento viene tomando mayor relevancia debido al impacto directo que tiene en la reducción de las brechas laborales y económicas, por lo que el desarrollo y fortalecimiento a los distintos elementos que lo promueven se hace sumamente relevante. Uno de estos elementos primordiales está vinculado a la actitud de aquel que pretende iniciar un negocio y/o captar nuevas oportunidades en el ámbito empresarial. Es así como, en base a las contribuciones científicas que han abordado la temática y a las argumentaciones teóricas analizadas, se desprende que la actitud emprendedora se convierte en una de las competencias personales que impulsan a las decisiones que se toman en el camino emprendedor, y conllevan a reconocer el potencial emprendedor de un individuo. En tal sentido, este artículo presenta los estudios formulados sobre el constructo actitud y actitud emprendedora, incluyéndose modelos que plantean los factores que las determinan como elementos clave en la generación de emprendimientos, independientemente de la unidad de negocios que se desee gestar y/o el tamaño de la misma; reflexionándose a su vez sobre la relevancia que tiene la formación emprendedora basada no solo en competencias netamente técnicas sino también en las personales del promotor de un emprendimiento, lo que permitirá asumir los retos que conlleva el camino empresarial.

Palabras Clave: Emprendimiento; actitud emprendedora; emprendedor.

Mariella Elizabeth Puch Coronado

m.puch.coronado@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9513-9301>

Asociación Peruana de Impulso Empresarial. Lima, Perú

Presentado: 10/11/2022 - Aceptado: 22/03/2023 - Publicado: 29/06/2023

INTRODUCCIÓN

El Perú se caracteriza por su alto nivel de espíritu emprendedor, el mismo que ha sido reconocido por importantes reportes internacionales tales como el informe internacional del Global Entrepreneurship Monitor, el cual señala que el Perú es uno de los que presenta la mayor tasa de actividad emprendedora a nivel mundial, ocupando el quinto lugar con 22.4% (Bosma *et al.*, 2019).

El alto grado de actividad emprendedora tiene diversos impactos positivos tales como la generación de empleo y autoempleo, contribución a la economía del país, entre otros; los cuales se derivan de un tejido empresarial que está constituido mayoritariamente por micro y pequeñas empresas las cuales, de acuerdo con el último reporte nacional elaborado por el Ministerio de la Producción (PRODUCE, 2021), representan el 95.2% de las unidades de negocios del Perú.

En tal sentido, el fortalecimiento de los emprendimientos es muy relevante, no siéndolo menos el desarrollo de las competencias de los que gestan los negocios; es decir, los emprendedores, con el propósito de forjar gestores de negocios más sólidos, pues el camino hacia el campo empresarial trae consigo una serie de oportunidades y retos, a los cuales el emprendedor se encuentra en constante exposición. También es importante que cuente con las capacidades personales necesarias para que sus decisiones se puedan efectuar de manera favorable, más aún cuando estas decisiones se dan en un contexto en el que la incertidumbre se hace presente como, por ejemplo, la pandemia del COVID-19, un suceso inesperado que se instauró en las sociedades a nivel global.

OBJETIVO DEL ARTÍCULO

El presente artículo tiene como objetivo dar a conocer la importancia que tienen las actitudes emprendedoras en la generación de negocios, así como las incidencias que se dan a consecuencia de su desarrollo y fortalecimiento, basado en la revisión literaria, estudios y teorías sobre la temática que se aborda.

ARGUMENTACIÓN

Actitud

De acuerdo con Frankl (2014) dentro del enfoque dimensional del ser humano la actitud es un valor fundamental de la vida, la misma que se encuentra en una escala superior a los valores, la experiencia y creatividad; caracterizándose por verse reflejada en la forma en que los seres humanos afrontan las distintas situaciones que ocurren a su alrededor. Estas situaciones, se harán presente en las relaciones entre las personas y los objetos, y las relaciones interpersonales, según Chiavenato (2009).

Frente a las diversas circunstancias que afronta el ser humano, día a día, se puede evidenciar una actitud diferente ante cada una de ellas ya que, de acuerdo con lo que manifiestan Robbins y Judge (2013) las actitudes “son enunciados de evaluación —favorables o desfavorables— acerca de objetos, individuos o eventos” (p. 70).

Es importante resaltar que la actitud puede verse influenciada por diversos factores como la experiencia y las características de la sociedad con la que se relaciona el individuo, como lo destaca Ander-Egg (2016) para quien la actitud “se trata de un estado o disposición psicológica adquirida y organizada a través de la propia experiencia individual y de la internalización de modelos sociales, culturales y morales de la sociedad en la que vive” (p. 11); mientras que para Allport (1971), son las actitudes que ostenta la mayoría predominante de un grupo o comunidad, las que influyen en la actitud que los individuos muestran. Otros autores como Bagozzi (1981) postulan que la determinación de la actitud del individuo deberá de efectuarse considerando elementos como el perfil de los individuos en estudio, el ambiente y espacio de tiempo.

Dependerá de la actitud el éxito o fracaso del quehacer de un individuo señala Maxwell (2014), pues existe el vínculo entre actitud y comportamiento, ya que las actitudes se encuentran en una esfera interna, por lo que pueden ser consideradas como un sentimiento interior expresado en la conducta, la cual se encuentra en la esfera externa. Sin embargo, los

estudios de Kim y Hunter (1993) y De Noble *et al.* (1999) revelan que la actitud no incide de manera directa en la conducta del individuo, sino que previamente existe un constructo mediador, denominado intención; por lo tanto, para los autores, el grado de relación entre la variable actitud e intención, y de la intención y el comportamiento son más significativas que la medición de las variables actitud y comportamiento de manera directa, lo cual coincide con los estudios realizados por Ajzen (1987), quien posteriormente plantea la Teoría del Comportamiento planificado, la cual es la más citada en los estudios referidos al comportamientos, en donde la actitud está presente como una de las variables predictoras clave.

Actitud emprendedora

Evidencia literaria refleja que la actitud y el emprendimiento han sido estudiados con profundidad desde la década de 1990, cuando Robinson *et al.* (1991) postulan la teoría de las actitudes emprendedoras, la cual señala que fenómeno del emprendimiento debe de ser estudiado desde la actitud de los individuos, más allá desde solo factores demográficos o de la personalidad.

Sérida *et al.* (2013) conceptualizan a la actitud emprendedora señalando que esta se refiere “a la disposición general de la población hacia el reconocimiento de oportunidades, la aceptación del riesgo vinculado con el inicio de un negocio y la posesión de las habilidades requeridas para coronar un emprendimiento exitoso” (p. 15). Por su parte, Sánchez (2015) indica que la actitud emprendedora es aquella que responde a dos elementos clave: por un lado, la mentalidad y, por otro lado, el ánimo que pueda poseer quien pretenda emprender. Por tanto, el camino hacia el emprendimiento va más allá de los aspectos técnicos y/o teóricos que pueda poseer el emprendedor, ya que también serán relevantes los aspectos internos que se reflejan en sus actitudes.

Distintos autores han propuesto modelos teóricos orientados a predecir la conformación de la actitud emprendedora, así por ejemplo Robinson *et al.* (1991) desarrollan un modelo basado en cuatro dimensiones determinantes de la actitud emprendedora, siendo estas: la innovación, el locus de control, la autocon-

fianza y la necesidad de logro. Otros autores como Durán-Aponte y Arias-Gómez (2016) han señalado que la actitud emprendedora se compone de factores como el optimismo, proactividad, creatividad, e innovación, mientras que Alda-Varas *et al.* (2012) manifiestan que los factores determinantes de las actitudes emprendedoras difieren del proceso en el cual se encuentre el emprendedor, así “en las fases de exploración y de gestión destacan la necesidad de conceder valor y esfuerzo a la planificación, mientras que en la fase de concreción son relevantes la asunción de riesgo y la orientación al logro” (p. 1071).

Incidencias

El desarrollo y/o fortalecimiento de las actitudes emprendedoras repercuten en el emprendedor en sí mismo, así como en su comportamiento futuro relacionado a la creación o no de un negocio, de acuerdo con lo que destacan los científicos sociales que han estudiado el impacto de las actitudes emprendedoras. Así, por ejemplo, Sánchez (2015) manifiesta que el reconocimiento del potencial emprendedor se deriva de la actitud del individuo, por lo que si esta actitud es desarrollada de manera adecuada las probabilidades de éxito estarán más presentes, pues la persona tendrá un conocimiento fiel de las capacidades y/o dotes con los que cuenta para asumir el camino del emprendimiento. Por su parte, Durán (2013) destaca que el perfil del emprendedor deriva directamente de las actitudes y que el contar con una buena actitud se materializará en el actuar del emprendedor frente a las situaciones de oportunidad que pueden generarse en su entorno.

El formarse como emprendedor no solo depende de los conocimientos técnicos que éste pueda tener, sino que deben de complementarse con las actitudes emprendedoras, tal como mencionan Leite *et al.* (2015), por lo que el conocimiento y las actitudes emprendedoras inciden en la formación del emprendedor.

Finalmente, diversas investigaciones, como las de Siles (2020), Vargas (2007), Echevarría (2020) y Gomes *et al.* (2021), han puesto en relieve la influencia de las actitudes emprendedoras en el quehacer del emprendedor revelando que, a mayores niveles de actitud emprendedora, la intención emprendedora también

se verá incrementada; siendo, para tal efecto, la intención de emprender el nivel de firmeza para involucrarse en campo de los negocios o no, como lo destaca Krueger (1993). Es preciso destacar que esta influencia y/o incidencia provocada por las actitudes emprendedores es muy importante pues se vincula directamente con la promoción del tejido empresarial del país.

CONCLUSIONES

- El desarrollo de las actitudes emprendedoras se constituye como un factor clave para el fomento del emprendimiento y el desarrollo en sí mismo del emprendedor, especialmente para un país como el Perú, el cual se caracteriza por una alta actividad emprendedora, lo que es reconocido a nivel mundial.
- Las actitudes emprendedoras inciden en diversos campos del actuar del emprendedor, como la mejor respuesta ante situaciones difíciles, mejor dirección de un negocio, su intención y conducta emprendedora.
- Escenarios difíciles como los provocados por el COVID-19 pueden encontrar una mejor respuesta del ámbito de los negocios, siempre que se cuente con elevados niveles de actitud emprendedora.
- La variabilidad de la actitud emprendedora deberá de tomar en cuenta elementos como el perfil de los sujetos de la investigación, contexto y temporalidad.
- La actitud emprendedora se encuentra influenciada por diversos factores, por lo que no se puede decir que ésta se constituye de manera unilateral, o que exista un modelo único que la determine, pues se está frente a una temática que, al igual que al que el fenómeno del emprendimiento, se encuentra en progresivo desarrollo y cada vez más recibe la atención de los científicos sociales para su exploración, considerando particularmente los distintos contextos.
- El desarrollo y fortalecimiento del perfil emprendedor encuentra fundamento no solo en la parte técnica o conocimientos teóricos que el emprendedor pueda tener, sino también en los niveles de actitud emprendedora.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ajzen, I. (1987). Attitudes, Traits, and Actions: Dispositional Prediction of Behavior in Personality and Social Psychology. *Advances in Experimental Social Psychology*, 20, 1–63. [https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(08\)60411-6](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60411-6)
- Alda-Varas, R., Villardón-Gallego, L. y Elexpuru-Albizuri, I. (2012). Propuesta y validación de un perfil de competencias de la persona emprendedora. Implicaciones para la formación. *Electronic Journal of Research in Education Psychology*, 10(28), 1057–1080. <https://doi.org/10.25115/ejrep.v10i28.1549>
- Allport, G. (1971). *La naturaleza del prejuicio*. Editorial Universitaria de Buenos Aires (EUDEBA).
- Ander-Egg, E. (2016). *Diccionario de Psicología (3ª ed.)*. Editorial Brujas. [http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/bitstream/54000/1214/1/Ander-Psicología 3ra ed.pdf](http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/bitstream/54000/1214/1/Ander-Psicología%203ra%20ed.pdf)
- Bagozzi, R. (1981). Attitudes, intentions, and behavior: A test of some key hypotheses. *Journal of Personality and Social Psychology*, 41(4), 607–627. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.41.4.607>
- Bosma, N., Hill, S., Ionescu-Somers, A., Kelley, D.; Guerrero, M., Schott, T. y Global Entrepreneurship Research Association (GERA). (2021). *2020/2021 Global Report*. GERA. <https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=50691>
- Chiavenato, I. (2009). *Comportamiento Organizacional. La dinámica del éxito en las organizaciones (2ª ed.)*. McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- De Noble, A., Jung, D. y Ehrlich, S. (1999). Entrepreneurial self-efficacy: The development of a measure and its relationship to entrepreneurial action. En P. Reynolds, W. Bygrave, D. G. Meyer, S. Manigart, H. Sapienza, C. Mason, & K. G. Shaver (Eds.), *Frontiers of entrepreneurship research 1999: proceedings of the Nineteenth Annual Entrepreneurship Research Conference* (pp. 73–87). Babson Park, Ma.: Arthur M. Blank Center for Entrepreneurship, Babson College.
- Durán, E. (2013). Distinción entre actitud emprendedora y autoeficacia: validez y confiabilidad en estudiantes universitarios. *Revista Educación y futuro digital*, (7), 59–69. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6534614>
- Durán-Aponte, E. y Arias-Gómez, D. (2016). Actitud emprendedora y estilos emocionales. Contribuciones para el diseño de la formación de futuros emprendedores. *Gestión de la educación*, 6(2), 83–102. <https://doi.org/10.15517/rge.v1i2.25490>

- Echevarría, C. (2020). *Actitudes, Orientación Emprendedora y Capacidad de Aprendizaje Organizacional en las Cooperativas Financieras* [Tesis de Postgrado, Pontificia Universidad Católica del Perú]. <http://hdl.handle.net/20.500.12404/17804>
- Frankl, V. (2014). *The Will To Meaning. Foundations and Applications of Logotherapy*. Expanded edition. Penguin Publishing Group.
- Gomes, S., Sousa, M.; Santos, T., Oliveira, J., Oliveira, M. y Lopes, J. (2021). Opening the “Black Box” of University Entrepreneurial Intention in the Era of the COVID-19 Pandemic. *Social Sciences*, 10(5), 181. <https://doi.org/10.3390/socsci10050181>
- Kim, M. y Hunter, J. (1993). Relationships Among Attitudes, Behavioral Intentions, and Behavior. *Communication Research*, 20(3), 331–364. <https://doi.org/10.1177/009365093020003001>
- Krueger, N. (1993). The Impact of Prior Entrepreneurial Exposure on Perceptions of New Venture Feasibility and Desirability. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 18(1), pp. 5–21. <https://doi.org/10.1177/104225879301800101>
- Leite, E., Bezerra, R. y Sánchez-Fernández, M. (2015). La innovación y las condiciones para desarrollar el espíritu emprendedor. *Revista Universitaria Ruta*, 17(2), 58–79. <https://revistas.use-rena.cl/index.php/ruta/article/view/756>
- Maxwell, J. (2014). *¿Qué tan alto quiere llegar? Determine su éxito Cultivando la Actitud Correcta*. Grupo Nelson, Inc. <https://ie42003cgalbarracin.edu.pe/biblioteca/LIBR-NIV214072020105808.pdf>
- Ministerio de la Producción (PRODUCE). (2021). *Las MYPYME en cifras 2020*. PRODUCE. <https://ogeiee.produce.gob.pe/index.php/en/shortcode/oe-documentos-publicaciones/publicaciones-anuales/item/1008-las-mipyme-en-cifras-2020>
- Robbins, S. y Judge, T. (2013). *Comportamiento Organizacional*. Décimo quinta edición. Pearson. <https://es.book4you.org/book/5707043/d5e1fd>
- Robinson, P., Stimpson, D., Huefner, J. y Hunt, H. (1991). An Attitude Approach to the Prediction of Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 15(4), 13–32. <https://doi.org/10.1177/104225879101500405>
- Sánchez, J. (2015). *Actitud emprendedora y oportunidades de negocio*. IC Editorial.
- Sérida, J., Nakamatsu, K., Borda, A. y Morales, O. (2013). *Global Entrepreneurship Monitor Perú 2012*. Universidad ESAN, Centro de Desarrollo Emprendedor. <https://hdl.handle.net/20.500.12640/527>
- Siles, M. (2020). *Análisis de los factores de intención emprendedora, propuesta de modelo* [Tesis de Postgrado, Universidad Peruana Unión]. <http://hdl.handle.net/20.500.12840/3255>
- Vargas, G. (2007). *Influencia de la motivación de logro, actitud emprendedora, y autoeficacia emprendedora, sobre la intención emprendedora en los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco* [Tesis de Postgrado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. <https://hdl.handle.net/20.500.12672/563>

Conflicto de intereses

El autor declara que no existe conflicto de intereses.

Contribución de los autores

Mariella Elizabeth Puch Coronado (autor principal): Conceptualización, investigación, supervisión, redacción (borrador original, revisión y edición).