

---

---

## APLICACIÓN DE LA TEORÍA DEL COMPORTAMIENTO PLANEADO A LA INTENCIÓN DE DEJAR DE SER EMPRESARIO DE LOS EMPRENDEDORES DE PEQUEÑAS EMPRESAS DE SERVICIOS DEL SECTOR TURÍSTICO

Mónica Pellejero Silva

*(monica@monicapellejero.com)*

Agustín Sánchez Medina

*(asanchez@dede.ulpgc.es)*

Ángel Gutiérrez Padrón

*(agutierrez@dede.ulpgc.es)*

*Universidad de Las Palmas de Gran Canaria*

### RESUMEN

La decisión de los emprendedores de abandonar sus iniciativas empresariales es un fenómeno con importantes consecuencias, ya que, no debe pasarse por alto, que el emprendimiento es uno de los principales mecanismos de generación de riqueza y trabajo. Por otro lado, la intencionalidad se ha mostrado como uno de los mejores predictores del comportamiento. Relacionado ambas cuestiones, el presente trabajo pretende analizar si existe relación entre los factores que se proponen en la Teoría del Comportamiento Planeado como determinantes de la intencionalidad y la intención de abandonar la actividad empresarial por parte de los emprendedores de pequeñas empresas de servicios. La muestra utilizada en este estudio fue de 231 emprendedores. Se han utilizado ecuaciones estructurales y la técnica de Partial Least Squares (PLS) para el análisis de los datos.

## PALABRAS CLAVE

Emprendimiento, intenciones, capital intelectual, capital humano, Partial least squares.

## ABSTRACT

*The closure of a business during the first years of its existence is without a doubt a matter of concern, as entrepreneurship is one of the major employment-generating mechanisms. On the other hand, intention has been shown itself to be one of the best predictors of behavior. Linking both matters, the aim of this paper is analyzing whether there is a relation between the factors propounded by the Theory of Planned Behaviour as intention determinants, and the intention of business abandonment by SME entrepreneurs. The data were collected through a survey presented to 231 entrepreneurs. Structural equations using the Partial Least Squares (PLS) technique were employed to analyze the data.*

## KEY WORDS

*Entrepreneurship, intentions, intellectual capital, human capital, Partial least squares.*

## INTRODUCCIÓN

---

Como resultado del reconocimiento del emprendimiento como uno de los principales mecanismos generadores de empleo y crecimiento económico (Timmons, 1990; Amit *et al.*, 1993), éste se ha convertido en un área de investigación de gran crecimiento (Gartner, 2001; Busenitz *et al.*, 2003). Si, además, se tiene en cuenta que la tasa de mortalidad de las nuevas empresas es preocupantemente alta, es razonable pensar que es preciso estudiar el motivo por el cual estas empresas mueren. No se debe pasar por alto que en España el 45,6% de las empresas constituidas en 2007 desaparecieron antes de los tres años (INE, 2012), siendo esta

situación no achacable en exclusiva a la crisis económica que vive el país ya que desde 2001 dicha ratio nunca ha sido inferior al 34%.

Por otra parte, la literatura dedicada a la dirección estratégica ha dado especial importancia en las últimas décadas a los factores intangibles o el capital intelectual en su papel de determinantes de la competitividad empresarial (Teece, 2000). En esa línea, autores como Lichtenstein y Brush (2001) encuentran que en este periodo inicial de la empresa los activos intangibles son más importantes y críticos que los tangibles. Siguiendo este razonamiento, Thornhill y Gellatly (2005) afirman que la inversión en activos intangibles se asocia con una trayectoria de crecimiento de la empresa.

Es importante recordar que en sus primeros momentos el emprendedor influye de manera decisiva en el desarrollo de las empresas recién establecidas. Algunos autores llegan incluso a considerarlas extensiones de sus fundadores (Van de Ven *et al.*, 1984; Brüderl *et al.*, 1992; Chandler y Jansen, 1992; Brüderl y Preisendörfer, 1998).

Utilizando como partida la Teoría del Comportamiento Planeado (Ajzen, 1991), la cual sugiere que la intención es uno de los mejores predictores de la conducta, el presente trabajo tiene como objetivo estudiar si los factores que propone el modelo de Ajzen, es decir, las normas subjetivas, la actitud hacia la acción a realizar y el control percibido, predicen la intención de abandonar la actividad empresarial.

Ajzen (2002) afirma que la mayor parte del comportamiento humano está bajo un control voluntario. Ello implica que, a través de las intenciones, se pueden predecir los comportamientos específicos con bastante exactitud (Ajzen and Fishbein, 2005). Así, para Ajzen (1991) la intención es uno de los mejores predictores de la conducta. Ésta ha sido utilizada en muchos estudios publicados en revistas científicas de reconocido prestigio.

De todo ello se puede deducir la relevancia que tiene el estudio de las causas por las que fracasan estas nuevas empresas ya que sus efectos trascienden al emprendedor, afectando también a la administración pública que invierte gran cantidad de recursos en la creación de empresas y, por supuesto, a la sociedad en general que se ve afectada a través de la destrucción de puestos de trabajo y de la reducción de la actividad económica.

En el presente trabajo se han estudiado 231 emprendedores del sector turístico que habían creado pequeñas empresas de servicios. Las empresas tenían una antigüedad entre 3 y 42 meses cuando fueron recopilados los datos y se encontraban todas localizadas en los tres municipios más turísticos de la isla de Gran Canaria.

Este trabajo, además de la introducción, cuenta en su estructura con los siguientes epígrafes:

- Marco teórico e hipótesis de investigación.
- Metodología.
- Resultados.
- Conclusiones.

## **MARCO TEÓRICO E HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN**

---

### **CAPITAL INTELECTUAL**

Muchos son los autores que señalan a los activos intangibles como la principal fuente de valor para la empresa (eg. Grant, 1991; Kaplan y Norton, 2001; Lichtenstein y Brush, 2001) y otros dan relevancia al papel que juega el capital intelectual en su competitividad (Teece, 2000).

Si bien no existe unanimidad en cuanto al concepto de capital intelectual, una de las definiciones más utilizada es la que lo considera como la combinación de activos inmateriales que generan, o tiene potencial para hacerlo, valor añadido para la organización que tenga su propiedad (Stewart, 1991; Bradley, 1997; Subramanian y Youndt, 2005). Por otro lado, Roos *et al.* (2001) señala que el capital intelectual de una empresa es la suma del conocimiento de sus miembros y de la interpretación práctica del mismo. Otra definición habitual es la que constata que el capital intelectual es la diferencia entre el valor de mercado y el valor contable (Petrash, 1996; Sveiby, 2000; Daley, 2001; Lev, 2001).

Sin embargo, en cuanto a la clasificación de los tipos de capital intelectual, los expertos sí se han puesto de acuerdo estableciendo tres categorías o dimensiones: el capital humano, el capital relacional y el capital estructural (Sullivan, 1999; Petty y Guthrie, 2000; Hormiga *et al.*, 2011). El

capital humano es considerado por muchos autores como la dimensión más importante del capital intelectual (Johanson, 2005; Marr y Roos, 2005). En la economía del conocimiento, este tipo de intangibles es la fuerza que alimenta a los activos pertenecientes a las otras dos categorías de capital intelectual: el relacional y el estructural (Fornell, 2000).

Bontis (2002) señala que los avances tecnológicos que han experimentado tanto las empresas como la sociedad en general, ha hecho que se requiera un tipo de trabajador con mayores competencias, actitudes y agilidad intelectual. El capital humano, por tanto, debe ser considerado como una fuente potencial de innovación y generación de ideas para la empresa, lo que proporciona un valor añadido de importancia incuestionable (Bontis, 1998; Viedma Martí, 2001). Todo ello, nos lleva a afirmar que el no contar con el capital humano adecuado puede influir negativamente en otras actividades que potencialmente pueden crear valor para la empresa (Edvinsson y Malone, 1999).

Peña (2002) asevera que los factores que influyen en el fracaso de los nuevos emprendimientos se pueden clasificar según estén asociados a: 1. el capital humano del emprendedor; 2. las características de la nueva organización y 3. el entorno competitivo. En el presente estudio se trabaja con los intangibles vinculados al capital humano, concretamente con los factores que, según el modelo de Azjen (1991), determinan la intencionalidad de realizar una acción. En el caso concreto de este artículo, la de abandonar la actividad empresarial por parte de los emprendedores de las PYMES de servicios.

## **MODELO DE INTENCIONES Y EMPRENDIMIENTO**

Según McClelland (1961) algunos autores se han centrado en la búsqueda de la existencia de ciertos rasgos de la personalidad que se asociaran con la actividad empresarial. Así, por ejemplo, se identificaron la propensión al riesgo o el optimismo que han sido identificados como factores clave (Stewart y Roth, 2001; Rauch y Frese, 2007). Otros trabajos se enfocaron a demostrar la importancia de otras características del sujeto tales como edad, sexo, lugar de origen, religión, nivel de estudios, experiencia laboral,

etc. (Storey, 1994). Estas dos vías de análisis han permitido la identificación de relaciones significativas entre determinados rasgos o características demográficas y la realización de comportamientos empresariales. Sin embargo, la capacidad predictiva de las mismas ha sido muy reducida (Reynolds, 1997). Así, en el aspecto teórico, son muchos los autores que lo han criticado por los problemas tanto metodológicos como conceptuales que presenta (Shapiro y Sokol, 1982; Gartner, 1989; Ajzen, 1991). Además, autores como Keh *et al.* (2002) y Mitchell *et al.* (2002) afirman que muchos de los resultados obtenidos en estos estudios son inconsistentes.

Teniendo en cuenta que la intencionalidad origina el proceso de iniciar una acción, los modelos que explican el proceso cognitivo que lleva al empresario a actuar y que se encuentran basados en sus intenciones, se plantean como una alternativa a los modelos estímulo-respuesta para comprender su comportamiento. Por su parte, la psicología social ofrece modelos de intenciones susceptibles de ser utilizados para explicar o predecir comportamientos sociales y empresariales. Estos modelos ofrecen un marco teórico que específicamente dibuja la naturaleza del proceso subyacente en un comportamiento intencionado. Cabe mencionar que la aplicación de modelos basados en intenciones, concretamente al *entrepreneurship*, se ha realizado en varios trabajos (eg. Krueger *et al.*, 2000; Zhao *et al.*, 2005; Liñán *et al.*, 2011). De este modo, el estudio de los fenómenos que acontecen de forma previa a la creación de las empresas, como es la intención de los emprendedores de crearlas, resulta cada vez de mayor interés (Katz y Gardner, 1988; Bird, 1998; Krueger *et al.*, 2000).

El hecho de que todos los individuos no se comporten de manera igual ante una misma situación, implica que su comportamiento está influido por variables internas, es decir, no todos los empresarios tienen por qué tener la misma predisposición a tomar determinadas decisiones. Por tanto, las actitudes psicológicas del individuo constituyen una parte central de la investigación del fenómeno emprendedor (Johnson, 1990), tanto dentro como fuera de la empresa. La investigación en psicología social ha utilizado ampliamente la teoría de la acción razonada de Fishbein y Ajzen (1975) para investigar sobre la relación que mantiene la motivación con una amplia variedad de comportamientos (Netemeyer *et al.*, 1991; Madden

*et al.*, 1992), demostrándose exitosa en muchos casos (Sheppard *et al.*, 1988).

En una línea similar a la de los estudios de Shapero y Sokol (1982), el modelo del Evento Emprendedor, y de Fishbein y Ajzen (1975) sobre la Teoría de la Acción Razonada, Ajzen (1991) aporta su Teoría del Comportamiento Planeado. En dicha teoría se afirma que la intención de llevar a cabo un comportamiento depende de la actitud del sujeto hacia ese comportamiento (Ajzen, 1991). Por lo tanto, parece razonable que si un individuo tiene una actitud favorable hacia la realización de una determinada conducta, resulta más probable que ésta se realice. Según Robinson *et al.* (1991) y Krueger *et al.* (2000), el enfoque basado en las actitudes de los individuos supera a otros que están basados en los rasgos de la persona o aspectos demográficos. Además, dicha teoría es aplicable a cualquier comportamiento voluntario que puedan tener los individuos en general (Ajzen, 2001) y los empresarios en particular. Así, se asevera que la conducta está influenciada por tres tipos de condicionantes: a. la actitud hacia el comportamiento, hace referencia al grado en el que la persona realiza una valoración positiva o negativa sobre el comportamiento en cuestión; b. las normas sociales percibidas, se trata en este caso de la presión social percibida por el individuo de cara a que lleve a cabo o no ese comportamiento; y c. el control sobre el comportamiento, consiste en la percepción de facilidad o dificultad en la realización del comportamiento que desea realizar el individuo. Además, el autor considera la existencia de un estrecho vínculo entre la intención de realizar un determinado comportamiento y la ejecución de éste (Ajzen, 1991).

En esta línea, y centrado en la emprendeduría, Krueger (2007) afirma que detrás de las acciones emprendedoras se encuentra la intención de emprender. De este modo, según Liñán (2004), Prodan y Drnovsek (2010) y Souitaris *et al.* (2007) la intención es uno de los antecedentes más válido en el estudio del comportamiento del emprendedor.

Cabe mencionar que la Teoría del Comportamiento Planeado ha sido utilizada en diferentes áreas y, particularmente, en la del *management*, y más concretamente en el del emprendimiento. Así, existen numerosos estudios que vinculan la citada teoría con la decisión de crear una empresa

(e.g., Autio *et al.*, 2001; Fayolle *et al.*, 2006; Krueger *et al.*, 2000; Engle *et al.*, 2010). El presente trabajo se centrará concretamente en las intenciones de los emprendedores de pequeñas empresas comerciales de abandonar la actividad empresarial. De este modo se supondrá que este tipo de acciones pueden ser consideradas como un comportamiento planificado. Por otro lado, y según se deduce de la literatura académica sobre psicológica, las intenciones han mostrado ser el mejor predictor del comportamiento planificado. Así, según Azjen (1991), las intenciones contribuyen a comprender el acto por sí mismo. Esta circunstancia valida el uso de los modelos intencionales para comprender los elementos que propician la decisión del emprendedor de dejar de ser empresario. De este modo, resultaría de gran interés conocer las intenciones del emprendedor ya que se corresponde con un estado mental que dirige la atención de éste hacia el objetivo.

## **HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN**

Centrando la atención ahora la atención en las hipótesis planteadas en este trabajo, éstas derivan directamente de las planteadas en el modelo de Azjen (1991). De esto modo las hipótesis a estudiar las que seguidamente se presentan:

- **H1:** una actitud positiva hacia ser empresario tiene una relación negativa con la intención de abandonar la actividad empresarial por parte de los emprendedores de pequeñas empresas de servicios.
- **H2:** las normas sociales percibidas tienen una relación positiva con la intención de abandonar la actividad empresarial por parte de los emprendedores de pequeñas empresas de servicios.
- **H3:** el control percibido tiene una relación negativa con la intención de abandonar la actividad empresarial por parte de los emprendedores de pequeñas empresas de servicios.



## METODOLOGÍA

---

### MUESTRA Y PROCEDIMIENTO

De acuerdo con Reynolds *et al.* (2005), y con el fin de hacer operativo el concepto de nueva empresa, este trabajo considera que una empresa es de nueva creación cuando tiene una antigüedad entre 3 y 42 meses. Para determinar la población total se consultó la base de datos SABI (Bureau Van Dijk–Financial company information and business intelligence for companies in Spain and Portugal). De ésta se obtuvo que a partir del 30 de junio de 2007 y hasta enero de 2012, se crearon en los municipios turísticos de Gran Canaria (Islas Canarias) 909 empresas en el sector servicios. Estas fechas fueron escogidas para tener en cuenta aquellas cuya edad se encontraba entre los citados 3 y 42 meses en la fecha de inicio del proceso de encuestación, el cual tuvo lugar en los primeros días de mayo de 2012. El hecho de considerar solo empresas localizadas en dichos municipios turísticos grancanarios, aseguró que todas tuviesen el mismo marco económico y fiscal. El número total de empresarios encuestados fue de 231 lo que representa un error muestral del 5,6%. La elección de dichas empresas se hizo de forma aleatoria. Las encuestas fueron realizadas personalmente por encuestadores que se desplazaron a las instalaciones de las empresas. En todos los casos la persona entrevistada, además de ser la que creó la empresa también la dirigía. De entre los encuestados el 52% eran hombres y el 48% mujeres. Además, cabe mencionar que aproximadamente el 28% no había creado nunca antes una empresa y que el 31% contaba con estudios universitarios.

### MEDIDAS

En el presente trabajo la técnica utilizada para obtener la información necesaria para cubrir los objetivos planteados ha sido la encuesta, cuyo instrumento básico de observación es el cuestionario (Sierra Bravo, 1991).

Para medir los distintos constructos que se utilizaron en este estudio se recurrió a adaptar las escalas propuestas por Liñán y Chen (2009) para

medir la intencionalidad de emprender. Debe destacarse que para los constructos la actitud hacia el comportamiento y control percibido no se cuestionó directamente por la acción de abandonar sino por la contraria. Es decir por la actitud hacia ser empresario y por si se sentían capaces de dirigir una empresa. Esto se hizo por un doble motivo, primero hacer más coherente el cuestionario y segundo evitar el sesgo de la varianza común. De este modo, se utilizaron las siguientes preguntas para medir los distintos constructos que conforman el modelo.

- Actitud hacia el comportamiento; se pidió que valorasen el acuerdo con las siguientes afirmaciones:
  - Ser empresario me reporta más ventajas que inconvenientes.
  - Ser empresario me atrae bastante.
  - Si tuviese los recursos, me gustaría invertir más en mi negocio.
  - Entre varias opciones de inversión, preferiría destinar mis recursos en ampliar mi negocio.
- Normas sociales percibidas; se preguntó “¿cómo cree que valorarían el que usted deje de ser empresario”:
  - ¿Su familia directa?
  - ¿Sus amigos cercanos?
  - ¿Su entorno social?
- Control Percibido; se cuestionó al entrevistado por el grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones:
  - Gestionar una empresa resulta sencillo para mí.
  - Estoy capacitado para sacar provecho a las posibilidades que ofrecen el mercado.
  - Cuando tomo iniciativas empresariales tengo una alta probabilidad de éxito.
  - Conozco los detalles prácticos necesarios para desarrollar iniciativas empresarial.
- Intención de abandonar la actividad empresarial; las afirmaciones sobre las que se pidió el acuerdo fueron:
  - Mi objetivo es seguir siendo empresario a corto plazo.
  - He pensado seriamente en dejar de ser empresario.
  - Tengo la firme intención de dejar de ser empresario.

- Estoy dispuesto a hacer lo que haga falta para dejar de ser empresario y e. Me esforzaré para poder abandonar la profesión de empresario lo antes posible.

La herramienta fue pretestada con siete emprendedores, lo cual sirvió para que estos indicasen aquellas preguntas que no se entendían o que podrían llevar a la confusión. Tras el *pretest* realizado, se procedió a la reformulación de varias preguntas con el fin de facilitar su comprensión definitiva por parte de los encuestados.

## ANÁLISIS DE DATOS

Tras finalizar el trabajo de campo se procedió a la codificación y tabulación de los datos obtenidos en el mismo. Para ello, se utilizó el programa estadístico SPSS (Statistical Package for Social Sciences) para Windows en su versión 18. También se ha utilizado para el estudio de los datos el análisis de ecuaciones estructurales utilizando la técnica de Mínimos Cuadrados Parciales (Partial Least Squares-PLS). Esta metodología, que utiliza el algoritmo de los Mínimos Cuadrados Ordinarios (Ordinary Least Squares-OLS), se ha diseñado para reflejar los aspectos teóricos y empíricos de las cualidades sociales y las ciencias del comportamiento, donde generalmente hay situaciones con suficiente apoyo teórico y poca información disponible (Wold, 1979). PLS ha sido elegido porque este estudio se centra en la predicción de variables dependientes (Roldán y Sánchez-Franco, 2012) y porque esta técnica es eficaz con muestras pequeñas (Chin y Newsted, 1999; Reinartz *et al.*, 2009). Este estudio concretamente utiliza SmartPLS versión de software 02.00 (Ringle *et al.*, 2005).

Para evitar el sesgo de la varianza común las preguntas fueron redactadas introduciendo diferencias semánticas y algunas fueron redactadas y codificadas de forma negativa (Podsakoff *et al.*, 2003). Además, dicho sesgo fue evaluado a través del test de Harman de un factor. Así, se realizó un análisis factorial de componentes principales en el que se incluyeron todos los ítems que se utilizaron en el estudio (Podsakoff *et al.*, 2003). La evidencia de sesgo del método común existe cuando un factor es respon-

sable de la mayoría de la covarianza. Así, tal y como sugieren Podsakoff y Organ (1986), se incluyeron en el análisis factorial tanto los ítems relacionados con la variable independiente como la variable dependiente. De los cuatro factores obtenidos el principal explica el 25,07% de la varianza. Como ninguno de los factores de forma individual explica más del 50% los datos del estudio pueden ser aceptados como válidos (Podsakoff y Organ, 1986).

## RESULTADOS

### ANÁLISIS DEL MODELO DE MEDIDA

Para evaluar el modelo de medida, inicialmente se observa la fiabilidad individual de cada ítem. Este procedimiento se realiza examinando las cargas o correlaciones simples de las medidas o indicadores con sus respectivos constructos. Según afirman Carmines y Zeller (1979), para aceptar un indicador como integrante de un constructo éste debe poseer una carga  $\geq 0,707$ , lo cual implica que la varianza compartida entre el constructo y sus indicadores es mayor que la varianza del error. No obstante, otros autores (eg. Barclay *et al.*, 1995; Chin, 1998) consideran que no se debe ser tan restrictivo y que no deben eliminarse indicadores, que aun no llegando al valor de 0,707, superen el 0,65. Como se puede apreciar en la tabla 1, todos los indicadores cumplen la condición de superar la carga de 0,707.

TABLA 1. CARGAS DE LOS INDICADORES

	ABANDONAR	ACTITUD	CONTPERCIBIDO	NORSOCIALES
ab1	<b>0,829</b>	-0,372	-0,232	0,443
ab2	<b>0,849</b>	-0,316	-0,307	0,509
ab3	<b>0,932</b>	-0,387	-0,339	0,496
ab4	<b>0,929</b>	-0,383	-0,303	0,512
ab5	<b>0,878</b>	-0,366	-0,315	0,518
ac1	-0,376	<b>0,896</b>	0,596	-0,275
ac2	-0,354	<b>0,889</b>	0,606	-0,296

	ABANDONAR	ACTITUD	CONTPERCIBIDO	NORSOCIALES
ac3	-0,399	<b>0,927</b>	0,616	-0,324
ac4	-0,369	<b>0,921</b>	0,598	-0,336
cp1	-0,268	0,479	<b>0,815</b>	-0,217
cp2	-0,329	0,658	<b>0,919</b>	-0,295
cp3	-0,321	0,606	<b>0,900</b>	-0,349
cp4	-0,263	0,574	<b>0,869</b>	-0,250
ns1	0,537	-0,330	-0,311	<b>0,944</b>
ns2	0,526	-0,304	-0,303	<b>0,935</b>
ns3	0,501	-0,312	-0,280	<b>0,912</b>

Una segunda condición a tener en cuenta es la consistencia interna, es decir, evaluar con qué rigurosidad están midiendo las variables manifiestas la misma variable latente. Para ello, el composite reliability debe ser  $> 0,7$ . Tal y como se puede apreciar en la tabla II, en todos los casos se supera el valor de 0,93. En dicha tabla también se observa como el Alpha de Cronbachs supera en todos los casos 0,89, lo que indica que los constructos son fiables. Como tercer paso para evaluar la validez de las escalas utilizadas, estudiamos la Varianza Extraída Media (AVE). Fornell y Larcker (1981) recomiendan que ésta sea superior a 0,5, con lo que se establece que más del 50% de la varianza del constructo es debida a sus indicadores. Como queda reflejado en la mencionada tabla también se cumple con este requisito.

Por último, se analiza la validez discriminante, la cual nos informa en qué medida un constructo del modelo es diferente a los otros constructos que lo conforman. Una manera de comprobar esta circunstancia es demostrar que las correlaciones entre los constructos son más bajas que la raíz cuadrada de la AVE. En la tabla 2 también se muestra la matriz de correlaciones de los constructos, habiéndose sustituido en la diagonal el valor de la correlación por el de la raíz cuadrada de la AVE. Al ser los valores de la diagonal los mayores de cada fila y columna, se puede afirmar la existencia de validez discriminante.

**TABLA 2. FIABILIDAD DEL CONSTRUCTO, VALIDEZ CONVERGENTE Y VALIDEZ DISCRIMINANTE**

AVE	COMPOSITE RELIABILITY	CRONBACH'S ALPHA		ABANDONAR	ACTITUD	CONT PERCIBIDO	NOR SOCIALES
0,783	0,947	0,930	Abandonar	<b>0,885</b>			
0,825	0,950	0,929	Actitud	-0,413	<b>0,909</b>		
0,768	0,930	0,899	ContPercibido	-0,339	0,665	<b>0,877</b>	
0,865	0,951	0,922	NorSociales	0,561	-0,339	-0,321	<b>0,930</b>

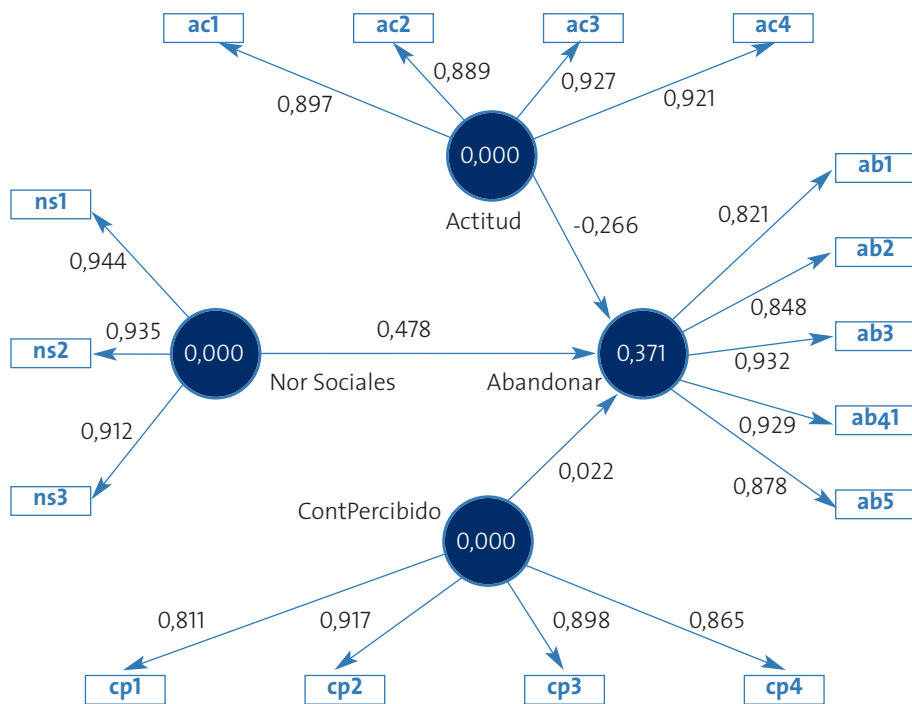
Los elementos situados en la diagonal, en negrita son la raíz cuadrada varianza media extraída (AVE). Los elementos ubicados fuera de la diagonal son las correlaciones entre los distintos constructos. Para que exista validez discriminante, los elementos diagonales deben tener un valor mayor que los que se sitúan fuera de ésta

Como consecuencia de que todas las pruebas realizadas anteriormente han resultado positivas, se puede afirmar que el modelo de medida utilizado resulta válido y fiable. Por ello, a continuación se procederá a evaluar el modelo planteado y que es objeto del estudio.

## EVALUACIÓN DEL MODELO

Tras constatar la validez del modelo de medida, a continuación se evaluarán las relaciones causales que se proponen en el modelo. De este modo, se intentará observar qué cantidad de la varianza de las variables endógenas es explicada por los constructos que las predicen. Una medida del poder predictivo de un modelo es el valor de la  $R^2$  para las variables latentes dependientes. En la figura 1 se puede apreciar como el valor de las  $R^2$  para la intención de abandonar es del 0,371, lo que quiere decir que el 37% de la varianza de este constructo es explicado por el modelo.

FIGURA 1. RESULTADOS DEL MODELO ESTRUCTURAL



Para evaluar la validez de las distintas relaciones planteadas en el modelo se utiliza la Técnica del Bootstrap que nos ofrece la desviación típica y la T. Así, la estabilidad de las estimaciones se examina utilizando una distribución t-Student con una cola obtenida mediante el Test Bootstrap con 500 submuestras (Roldán y Sánchez-Franco, 2012). Así, en la tabla 3 se puede observar que, salvo la que relaciona el control percibido y la intención de abandonar, se soportan todas las hipótesis planteadas. Así, la hipótesis 1 lo es con un nivel de significación del 0,01 y la hipótesis 2 del 0,001.

TABLA 3. RESULTADOS DEL MODELO ESTRUCTURAL

HIPÓTESIS	EFECTO SUGERIDO	PATH COEFICIENTS	VALOR DE LA T (BOOTSTRAP)	SOPORTADA
H1: Actitud → Abandonar	-	-0,266**	-2,521	Sí
H2: NorSociales → Abandonar	+	0,478***	4,517	Sí
H3: ContPercibido → Abandonar	-	0,022 <sup>ns</sup>	0,276	No

\*p < 0.05; \*\*p < 0.01; \*\*\*p < 0.001; ns: not significant (based on t(499) one-tailed test) t(0.05; 499) = 1.64791345; t(0.01; 499) = 2.333843952; t(0.001; 499) = 3.106644601]

Además, para comprobar la validez del modelo, se realizó el Test de Stone-Geisser ( $Q^2$ ). Este test se usa como criterio para medir la relevancia predictiva de los constructos dependientes. En el caso de que la  $Q^2 > 0$ , el modelo tiene relevancia predictiva; en caso contrario, no la tiene. Como se puede observar en la tabla 4, en todos los casos los valores de la  $Q^2$  son positivos, lo cual certifica la relevancia predictiva del modelo.

TABLA 4. EFECTOS SOBRE LAS VARIABLES ENDÓGENAS

	R <sup>2</sup>	Q <sup>2</sup>	EFECTO DIRECTO	CORRELACIÓN	VARIANZA EXPLICADA
Abandonar	0,371	0,260			
H1: Actitud			-0,229	-0,413	0,094
H2: NorSociales			0,472	0,561	0,265
H3: ContPercibido			-0,036	-0,339	0,012

## CONCLUSIONES

### DISCUSIÓN

Actualmente, prácticamente nadie duda de la importancia de la emprendeduría como instrumento generador de empleo y desarrollo regional. Tampoco debe olvidarse el alto grado de fracaso que tienen las empresas en los primeros años de andadura. Por todo esto, el presente trabajo pretende ser una contribución más al campo de la investigación sobre los motivos



que hacen que la parte más relevante del capital intelectual para este tipo de empresas, es decir el capital humano, tenga la intención de abandonar la actividad empresarial. En el caso concreto del presente estudio se abordó la validez de la Teoría del Comportamiento Planeado de Ajzen (1991) en la decisión de abandonar la actividad empresarial por parte de los emprendedores que habían creado recientemente una PYME perteneciente al sector servicios.

Respecto a las hipótesis planteadas en la investigación, se ha podido contrastar que el hecho de que el emprendedor tenga una actitud favorable hacia ser empresario tiene una relación negativa con su intención de abandonar. Por otra parte, si el entorno social, familiar y de amigos cercanos considera adecuada la decisión de abandonar, este repercute favorablemente en la mencionada intención. Finalmente, no se ha podido confirmar el vínculo entre el control percibido del emprendedor y la intención.

La principal implicación teórica de este trabajo radica en que estos resultados, salvando esta última hipótesis que se planteaba, parecen estar en consonancia con lo propuesto en el modelo de Azjen (1991), con lo que, aunque sea de forma parcial, parece ser válida la teoría que formula dicho autor en este tipo de decisiones.

En cuanto a la implicación práctica, la más importante consiste en la relevancia que tiene el hecho de que si el emprendedor considera atractivo ser empresario, esto actúa como elemento disuasorio respecto a la intención de abandonar la actividad empresarial. Así, y siguiendo la clasificación propuesta por Dorsh (1996) sobre las motivaciones para ser empresario, parece que si la motivación es intrínseca, es decir explicada por el placer de llevar a cabo una cierta actividad y, consecuentemente provocada por el ámbito interno del individuo, existe una menor propensión a que el emprendedor tenga intención de abandonar la empresa. Frente a lo anterior, el empresario que no siente este atractivo, por ejemplo porque ha creado su empresa por necesidad ante la falta de alternativas de empleo o salidas profesionales (Reynolds *et al.*, 2004), tendrá una mayor intención de abandonar.

## LIMITACIONES Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

Respecto a los puntos débiles del presente estudio, cabe mencionar que se utilizó una metodología transversal, aumentándose así la probabilidad de que el estudio sufra un sesgo debido al uso de un solo método/fuente de datos.

Finalmente y en lo que a las líneas futuras de investigación se refiere, consideramos que la principal sería intentar incluir en el modelo otros factores, tanto internos como externos a la empresa, en cada uno de los constructos que según Ajzen (1991) influyen en la intencionalidad de llevar a cabo una acción.

## REFERENCIAS

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.
- Ajzen, I. (2001). Nature and operation of attitudes. *Annual Review of Psychology*, 52, 27-88.
- Ajzen, I. (2002). Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior. *J. Al. Soc. Psychol*, 32, 665-683.
- Ajzen, I. y Fishbein, M. (2005). The influence of attitudes on behavior, 173-221. En: Albarracín, D.; Johnson, B.T. y Zanna, M.P. (Eds.). *The handbook of attitudes*. Mahwah NJ. Erlbaum.
- Amit, R.; Glosten, L. y Muller, E. (1993). Challenges to theory development in entrepreneurship research. *Journal of Management Studies*, 30(4), 815-834.
- Autio, E.; Keeley, R.H.; Klofsten, M.; Parker, G.G.C. y Hay, M. (2001). Entrepreneurial intent among students in Scandinavia and in the USA. *Enterprise and Innovation Management Studies*, 2(2), 145-160.
- Barclay, D.; Higgins, C. y Thompson, R. (1995). The Partial Least Squares (PLS). Approach to causal modeling: personal computer adoption and use as an illustration. *Technology studies, special issue on research methodology*, 2(2), 285-309.

- Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: The case for intentions. *Academy of Management Review*, 13, 442-454.
- Bontis, N. (1998). Intellectual capital: and exploratory study that develops measures and models. *Management Decision*, 36(2), 63-76.
- Bontis, N. (2002). *National intellectual capital index: Intellectual capital development in the Arab Region*. Ontario: Institute for Intellectual Capital Research.
- Bradley, K. (1997). Intellectual capital and the new wealth of nations. *Business Strategy Review*, 8, 53-62.
- Brüderl, J. y Preisendörfer, P. (1998). Network suort and the success of newly founded business. *Small Business Economics*, 10, 213-225.
- Brüderl, J.; Preisendörfer, P. y Ziegler, R. (1992). Survival chances of newly funded business organizations. *American Sociological Review*, 57(2), 227-242.
- Busenitz, L.W.; West, G.P.; Shepherd, D.; Nelson, T.; Chandler, G.N. y Zacharakis, A. (2003). Entrepreneurship research in emergence: Past trends and future directions. *Journal of Management*, 29(3), 285-308.
- Carmines, E.G. y Zeller, R.A. (1979). *Reliability and validity assessment*, London: SAGE University Papers.
- Chandler, G.N. y Jansen, E. (1992). The founder's self-assessed competence and venture performance. *Journal of Business Venturing*, 7(3), 223-236.
- Chin, W.W. (1998). Issues and opinion on structural equation modeling. *MIS Quarterly*, 22, 7-15.
- Daley, J. (2001). The intangible economy and Australia. *Australian Journal of Management*, 26, 3-19.
- Dorsh, F. (1996). *Diccionario de Psicología*. Barcelona: Herder.
- Edvinsson, L. y Malone, M.S. (1999). *El capital intelectual. Cómo identificar y calcular el valor de los recursos intangibles de su empresa*. Barcelona: Gestión 2000.
- Engle, R.L.; Dimitriadi, N.; Gavidia, J.V.; Schlaegel, C. y Delanoe, S. (2010). Entrepreneurial intent: a twelve-country evaluation of Ajzen's model of planned behavior. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 16, 35-57.

- Fayolle, A.; Gailly, B. y Lassas-Clerc, N. (2006). Assessing the impact of entrepreneurship education programmes: A new methodology. *Journal of European Industrial Training*, 30(9), 701-720.
- Fishbein, M. y Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research*. Reading MA: Addison Wesley.
- Fornell, C. (2000). *Customer asset management, capital efficiency, and shareholder value: performance measurement, past, present and future*. England: Conference at the University of Cambridge. Disponible en: <<http://www.cranfield.ac.uk/som/cbp/claeskeynote.htm>> Consultado el 20 de Mayo 2013.
- Fornell, C. y Larcker, D.F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error: algebra and statistics. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
- Gartner, W.B. (1989). Who is an entrepreneur? Is the wrong question. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 13(4), 47-68.
- Gartner, W.B. (2001). Is there an elephant in entrepreneurship? Blind assumptions in theory development. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 25(4), 21-39.
- Grant, R.M. (1991). The resource-based theory of competitive advantage: Implications for strategy formulation. *California Management Review*, 33(3), 114-135.
- Grindley, P.C. y Teece, D.J. (1997). Managing Intellectual Capital: Licensing and Cross-Licensing in Semiconductors and Electronics *California Management Review*, 39(2), 8-41.
- Harvey M.G. y Lusch R.F. (1999). Balancing the intellectual capital books: intangible liabilities. *European Management Journal*, 17, 85-92.
- Hormiga, E.; Batista-Canino, R. y Sánchez-Medina, A. (2011). The role of intellectual capital in the success of the new ventures. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7, 71-92.
- Instituto Nacional de Estadística (2012). *Indicadores de Demografía Empresarial. Año 2010*. Madrid: INE.
- Johanson, U. (2005). A human resource perspective on intellectual capital. En: Marr, B. (Ed.). *Perspective on intellectual capital. Multidisciplinary insights into management, measurement and reporting*. Boston: Elsevier.

- Johnson, B.R. (1990). Toward a multidimensional model of entrepreneurship: the case of achievement motivation and the entrepreneur. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 14(3), 39-54.
- Kaplan, R.S. y Norton, D.P. (2001). *Cómo utilizar el cuadro de mando integral para implantar y gestionar su estrategia*. Barcelona: Gestión 2000.
- Katz, J. y Gartner, W. (1988). Properties of emerging organizations. *Academy of Management Review*, 13, 429-441.
- Keh, H.T.; Foo, M.D. y Lim, B.C. (2002). Opportunity evaluation under risky conditions: The cognitive processes of entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 27(2), 125-148.
- Krueger, N.F. (2007). What lies beneath? The experiential essence of entrepreneurial thinking. *Entrepreneurship: Theory and Practice*. 31(1), 123-138.
- Krueger, N.F.; Reilly, M.D. y Carsrud, A.L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*. 15(5-6), 411-432.
- Lev, B. (2001). *Intangibles. Management, Measurement and Reporting*. Washington, DC: Brookings Institution.
- Liñán, F. (2004). Intention-based models of entrepreneurship education. *Piccola Impresa/Small Business*, 3, 11-35.
- Liñán, F. y Chen, Y. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593-617.
- Liñán, F.; Urbano, D. y Guerrero, M. (2011). Regional variations in entrepreneurial cognitions: Start-up intentions of university students in Spain. *Entrepreneurship & Regional Development: An International Journal*, 23, 187-215.
- Madden, T.J.; Ellen, P.S. y Ajzen, I. (1992). A comparison of the theory of planned behavior and the theory of reasoned action. *Personality and Social Psychology Bulletin*. 18, 3-9.
- Marr, B. y Roos, G. (2005). A Strategy perspective on intellectual capital. En: Marr, B. (Ed.). *Perspective on intellectual capital. Multidisciplinary insights into management, measurement and reporting*. Boston. Elsevier.
- McClelland, D.C. (1961). *The Achieving Society*. Princeton NJ: Van Nostrand.
- Mitchell, R.K.; Smith, J.B.; Morse, E.A.; Seawright, K.W.; Peredo, A.M. y Mckenzie, B. (2002). Are entrepreneurial cognitions universal? Assessing

- entrepreneurial cognitions across cultures. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26(4), 9-32.
- Netemeyer, R.G.; Burton, S. y Johnston, M. (1991). A comparison of two models for the prediction of volitional and goal-directed behaviors: a confirmatory analysis approach. *Social Psychology Quarterly*, 54, 87-100.
- Peña, I. (2002). Intellectual Capital and Business Start Up Success. *Journal of Intellectual Capital*, 3(2), 180-198.
- Petrash, G. (1996). Dow's journey to a knowledge value management culture. *European Management Journal*, 14, 365-373.
- Petty, R. y Guthrie, J. (2000). Intellectual capital, a literature review: measurement, reporting and management. *Journal of Intellectual Capital*, 1(2), 155-176.
- Podsakoff, P.M.; MacKenzie, S.B.; Lee, J.Y. y Podsakoff, N.P. (2003). Common method biases in behavioral research: A critical review of the literature and recommended remedies. *Journal of Applied Psychology*, 88, 879-903.
- Podsakoff, P.M. y Organ, D.W. (1986). Self-reports in organizational research: Problems and prospects. *Journal of Management*, 12, 531-544.
- Prodan, I. y Drnovsek, M. (2010). Conceptualizing academic-entrepreneurial intentions: An empirical test. *Technovation*, 30(5-6), 332-347.
- Rauch, A. y Frese, M. (2007). Let's put the person back into entrepreneurship research: A meta-analysis on the relationship between business owners' personality traits, business creation, and success. *European Journal of Work & Organizational Psychology*, 16(4), 353-385.
- Reynolds, P. D. (1997). Who Starts New Firms? - Preliminary Explorations of Firms-in-Gestation. *Small Business Economics*, 9, 449-462.
- Reynolds, P.; Bosma, N.; Autio, E.; Hunt, S.; DeBono, N. y Servais, I. (2005). Global entrepreneurship monitor: data collection design and implementation 1998-2003. *Small Business Economics*, 24(3), 205-231.
- Reynolds, P.; Bygrave, W. y Autio, E. (2004). *Global Entrepreneurship Monitor, 2003 Executive Report*. Babson Park, MA, USA: Babson College.
- Ringle, C.M.; Wende, S. y Will, A. (2005). *Smartpls para Windows. 2005. Versión 2.0 (beta)*. Hamburg, Germany: University of Hamburg.

- Robinson, P.B.; Stimpson, D.V.; Huefner, J.C. y Hunt, H.K. (1991). An attitude approach to the prediction of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 15(4), 13-30.
- Shapero, A. y Sokol, L. (1982). Social dimensions of entrepreneurship, 72-90. En: Kent, C.A.; Sexton, D.L. y Vesper, K.H. (Eds.). *Encyclopedia of entrepreneurship*. Englewood Cliffs NJ. Prentice Hall.
- Sheard, B.H.; Hartwick, J. y Warshaw, P.R. (1988). The theory of reasoned action: a meta-analysis of past research with recommendations for modifications and future research. *Journal of Consumer Research*, 15, 325-343.
- Sierra Bravo, R. (1991). *Técnicas de investigación social. Teoría y ejercicios*. Madrid: Paraninfo.
- Souitaris, V.; Zerbinati, S. y Al-Laham, A. (2007). Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources. *Journal of Business Venturing*. 22(4), 566-591.
- Stewart, T.A. (1991). Brainpower: how intellectual capital becoming America's most valuable asset. *Fortune*, 2, 44-60.
- Stewart, W.H. y Roth, P.L. (2001). Risk propensity differences between entrepreneurs and managers: A meta-analytic review. *Journal of Allied Psychology*, 86(1), 145-153.
- Storey, D.J. (1994). *Understanding the Small Business Sector*. London-Boston: International Thomson Business Press.
- Subramaniam, M. y Youndt, M.A. (2005). The Influence of Intellectual Capital on the Types of Innovative Capabilities. *Academy of Management Journal*, 48, 450-463.
- Sullivan, P.H. (1999). Profiting from intellectual capital. *Journal of Knowledge Management*. 3(2), 132-142.
- Sveiby, K.E. (2000). *La nueva riqueza de las empresas*. Barcelona: Gestión 2000.
- Teece, D.J. (2000). Strategies for knowledge assets: the role of the firm structure and industrial context. *Long Range Planning*, 33(1), 35-54.
- Thornhill, S. y Gellatly, G. (2005). Intangible assets and entrepreneurial finance: the role of growth history and growth expectations. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1(2), 135-148.

- Timmons, J.A. (1990). *New business oportunities: getting to the right place at the right time*. Brick House: Acton.
- Van de Ven, A.H.; Hudson, R. y Schoroeder, D.M. (1984). Designing new business start-ups: Entrepreneurial, organizational and ecological considerations. *Journal of Management*, 10, 87-107.
- Viedma Marti, J.M. (2001). ICBS-Intellectual Capital Benchmarking System. *Journal of Intellectual Capital*. 2(2), 148-165.
- Wold, H. (1979). *Model Construction and Evaluation When Theoretical Knowledge is Scarce: An Example of the Use of Partial Least quares (Cahiers du Département D'Économétrie)*. Geneva, Switzerland: Faculté des Sciences Économiques et Sociales, Université de Genève.
- Zhao, H.; Hills, G.E. y Siebert, S.E. (2005). The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions. *Journal of Alied Psychology*, 90(6), 1265-1272.