

# Modelo de comportamiento planificado (TPB) para la acción emprendedora, en conexión con los valores de Schwartz, para los graduados de economía y negocios

## Planned behavior model (TPB) for entrepreneurial action in connection with Schwartz's values for economics and business graduates

MALUK, Omar A.<sup>1</sup>

MALUK, Silvia A.<sup>2</sup>

**Resumen:** Los valores de Schwartz S (1992) han sido incorporados en el modelo de comportamiento planificado de TPB utilizado por Liñán F (2008) que fue modelado por Maluk O (2018b). La varianza total explicada del modelo extendido del TPB agregando los valores es del 87.5%. Los hallazgos muestran que en el modelo en SEM los valores absorbieron parte de la varianza relacionada con la decisión emprendedora y fue transmitida a la acción empresarial a través de los constructos de los valores, autotranscender, autoengrandecer y apertura al cambio. Se consiguió de esa manera un modelo ampliado que incorpora valores a las variables tradicionalmente utilizadas como mediadoras en el comportamiento emprendedor.

**Palabras claves:** acción emprendedora, decisión, valores, TPB modelo, SEM.

**Abstract:** The values of Schwartz S (1992) have been incorporated into the planned behavior model of TPB used by Liñán F (2008) that was modeled by Maluk O (2018b). The total explained variance of the extended model of the TPB adding the values is 87.5%. The findings show that in the SEM model the values absorbed part of the variance related to the entrepreneurial decision and was transmitted to the business action through the constructs of the values, self-transcend, self-increase and openness to change. In this way an expanded model was achieved that incorporates values to the variables traditionally used as mediators in entrepreneurial behavior.

**Key words:** entrepreneurial action, decision, self-efficacy, TPB model, SEM structural equations.

## 1. Introducción

En la tesis doctoral de Maluk O (2018b) se determinó un modelo bajo TPB en SEM para la acción emprendedora de los graduados de economía y negocios del Ecuador, con la finalidad de tener un modelo que explique los diferentes caminos para llegar a la acción emprendedora como conducta final del emprendedor.

<sup>1</sup> Ingeniero mecánico, Magister en economía y dirección de empresas, Magister en Investigación, Doctor en investigación del emprendimiento. Facultad de Emprendimiento, Negocios y Economía. Universidad Espíritu Santo, Ecuador. Afiliación ID: 60104602. omaluk@gmail.com

<sup>2</sup> Economista de LSE, Magíster en Análisis Financiero UC3M, Magíster en Comercio Internacional U Complutense, Doctora en Administración. <https://orcid.org/0000-0002-5088-3169>. Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas (FCSH). Escuela Superior Politécnica del Litoral Ecuador (ESPOL) Affiliation ID: 60072061. Profesora titular en la carrera de Economía. smaluk@espol.edu.ec

Además, en el trabajo de investigación publicado en la revista ESPACIOS realizado por MALUK, Omar A. y MALUK, Silvia A. (2019) se ha validado la escala de valores de Schwartz S (1992) según lo realizado por Olmos & Castillo (2011) pero aplicado a los graduados de economía y negocios, con la finalidad de tener una escala fiable para ser usada en la formación emprendedora de los futuros estudiantes de universidades e institutos.

### **1.1. El Problema de la investigación:**

La brecha de investigación se obtiene siguiendo las recomendaciones consideradas en la tesis doctoral de Maluk O (2018b), por lo que en el presente trabajo de investigación, se combina el modelo en SEM para la acción emprendedora junto con los constructos de orden superior de los valores de Schwartz S (1992) con el propósito de ampliar el modelo y poderlo agregar a uno nuevo de formación emprendedora.

En el trabajo de investigación posterior de MALUK, Omar A. y MALUK, Silvia A.(2019) el valor denominado autotrascender, fue definido como un constructo de orden superior relacionado con autoengrandecer y apertura al cambio, por lo que el autor recomienda para una futura investigación, que se relacionen estos constructos con el modelo TPB que contiene la intención y la acción emprendedora, con el objetivo de que sean incorporados sus conceptos como parte de un modelo de formación de emprendedores más amplio, que resulte innovador para ser aplicado en universidades y en institutos especializados.

### **1.2. Justificación, relevancia y uso**

La originalidad del presente trabajo de investigación, consiste en conectar los constructos de los valores de Schawrtz S (1992) con el modelo de comportamiento planificado para la acción de emprender y obtener un modelo más amplio que el desarrollado por Maluk O (2018b) encontrando un modelo ampliado para ser utilizado en la formación de emprendedores.

Lo relevante y aporte científico del presente trabajo de investigación, es que toma el modelo en SEM de MALUK, Omar A. y MALUK, Silvia A. (2019) que validò los constructos de los valores de Schwartz S (1992) y lo inserta en conexión con el modelo de TPB para la acción emprendedora, encontrando que los valores tienen relaciones causales en la siguiente circuito o secuencia: Habilidades- Atracción personal - Autotrascender – Autoengrandecer – Apertura al cambio y Acción emprendedora.

### **1.3. Objetivo general y específico**

El objetivo general es construir un modelo en SEM más amplio que el original del Autor Maluk O (2018b) en TPB, y en lo específico contribuir a un nuevo modelo de formación emprendedora que incluya los valores de Schwartz S (1992).

### **1.4. Sobre los valores**

#### **Conservación**

Es un valor de orden superior, constituido por tres variables que son: la conformidad, la tradición y la seguridad. La conformidad percibida como la pasividad, que implica ajustar las actitudes a lo que piensan los demás, y el comportamiento del individuo está en sintonía con los patrones ejercidos por los demás.

Se la puede verificar porque las normas impuestas por la mayoría, dominan el entorno, y terminan siendo aceptadas por los individuos conformes quienes se adaptan a las medidas del colectivo general para que aquellos no los visualicen como una amenaza (Moriano León et al., 2006).

La segunda cualidad o valor que conforma el valor superior de la conservación, es la tradición. Que es una aceptación y entrega, a través del respeto y el compromiso, a las costumbres e ideas de una cultura o grupo organizacional (Moriano León et al., 2006)..

La conservación es considerada un legado, de un conjunto de costumbres ritos y prácticas, que transmitidas generacionalmente se vuelven eficaces en la medida en que sean capaces de adaptarse al cambio, en la renovación de forma y fondo, para poder permanecer útiles en la modernidad. (Schwartz & Bilsky, 1990)

Las diferentes culturas organizacionales se diferencian entre sí por las tradiciones que se conservan a través del tiempo (Schwartz & Bilsky, 1990) y categorizan la conservación como de tipo mixto, con un componente individualista personal y un componente colectivista a transmitido por su familia y la sociedad.

El tercer constructo o valor que compone la conservación, es la seguridad, que consiste en tener confianza en uno mismo, sin que se necesite contar con el consenso y aprobación de los demás (Schwartz & Bilsky, 1990). Este valor, de cierta manera, contrarresta lo que es impuesto por las tradiciones culturales ya que decir no a todo lo que nos ata a nuestras costumbres derivadas generacionalmente, terminan no siendo compatibles con nuestras propias decisiones y para lograrlo se requiere valor.

### **Autotrascender**

Son dos las variables cualidades que construyen este constructo de orden superior, y son universalismo y benevolencia. La primera se caracteriza por su visión humanista y la relación entre seres humanos, ya que lo que se busca es el bienestar generalizado a través de la razón, la tolerancia y la protección de la naturaleza. (Moriano et al 2006 )

Además se pretende impactar positivamente la vida de las personas cercanas, familiares y amigos, quienes comparten la misma visión y persiguen el mismo fin, de trascender en el tiempo (Moriano León et al., 2006).

Por otra parte Moriano et al. (2006) tipifican la cualidad del universalismo, que es del estilo mixto, como los individualistas y los colectivistas, en su estudio realizado en el que reconocen que el universalismo está correlacionado negativamente con el ser emprendedor.

La segunda variable que explica el constructo superior autotrascender, es la benevolencia, concepto que busca el bienestar del prójimo, interactuando de manera rutinaria con otros individuos. No necesariamente se ejerce con amigos o familiares, sino también con desconocidos, ya que el valor es una virtud que se ejerce por la voluntad de hacerlo. (Moriano et al., 2006)

Por lo anterior, La razón de ser de la benevolencia es la preservación y bienestar de los demás, por lo que (Schwartz & Bilsky, 1990) consideran que existe la necesidad social de que los diferentes grupos, realicen interacciones positivas interactúan positivamente para que se construya una relación orgánica y fructífera entre ellos.

Dado lo anterior los autores Moriano et al. (2006) especifican que la benevolencia tiene un corte colectivista, y que integra una serie de conceptos comunes en diferentes grupos de personas que comparten un mismo tiempo y espacio. En un estudio con estudiantes universitarios, encontraron una relación negativa entre este valor colectivista y el emprendimiento, mientras que, en otro estudio Moriano et al. (2001) no encontró que exista una relación significativa entre la benevolencia y la intención emprendedora.

### **Apertura al cambio**

La apertura al cambio como constructo de orden superior está conformada por 2 variables latentes que son la autodirección y la estimulación, donde la autodirección se explica cómo una serie de actos y pensamientos autónomos, que debidamente planificados nos permiten sobrellevar las dificultades. (Moriano et al, 2006).

Por lo anterior el individuo está consciente de los objetivos a los que quiere llegar, y pasa por un proceso de autoevaluación, con el propósito de discernir sobre lo que le es útil y lo que no lo es, siempre con la intención de regular su conducta y generar un aprendizaje (Long H, 1989)

El proceso de autoevaluación de nuestras acciones, requieren una visión a futuro por medio del autocontrol, sobre todo para quienes desean emprender un nuevo proyecto, por lo que se requiere que cuenten con la capacidad de controlar sus deseos y acciones, ya que para ajustar la personalidad y las estrategias, se deben de adquirir nuevas habilidades intelectuales, nuevos conocimientos y más capacidades logrando adaptarse a los cambio (Boyatzis R, 2004).

Para Moriano León et al. (2006) la autodirección es un valor individualista, y tiene un efecto positivo en la intención emprendedora de estudiantes universitarios.

Sobre la estimulación, segunda variable latente de la apertura al cambio es vista por Myers D (2005) como la capacidad de percibir aspectos del entorno, que le generan estimulación psicológica a la persona y estas dependen de los atributos sensoriales de cada uno.

El mismo autor menciona que para qué estas estimulaciones psicológicas sean útiles, y poder utilizarlas como herramienta de innovación deben existir ciertas condiciones individuales que permitan la adaptación a las necesidades que requiere la creación de un negocio. (Myers D, 2005).

Es decir, se debe tener estímulos lo bastante fuertes como para culminar dicha actividad y por ser considerada un valor individualista, tiene influencia positiva con la intención emprendedora de los estudiantes universitarios (Moriano et al., 2006).

### **Auto-engrandecimiento**

El cuarto constructo de orden superior que se va a considerar es el auto-engrandecimiento, que está constituido por las variables necesidad de logro y autoridad.

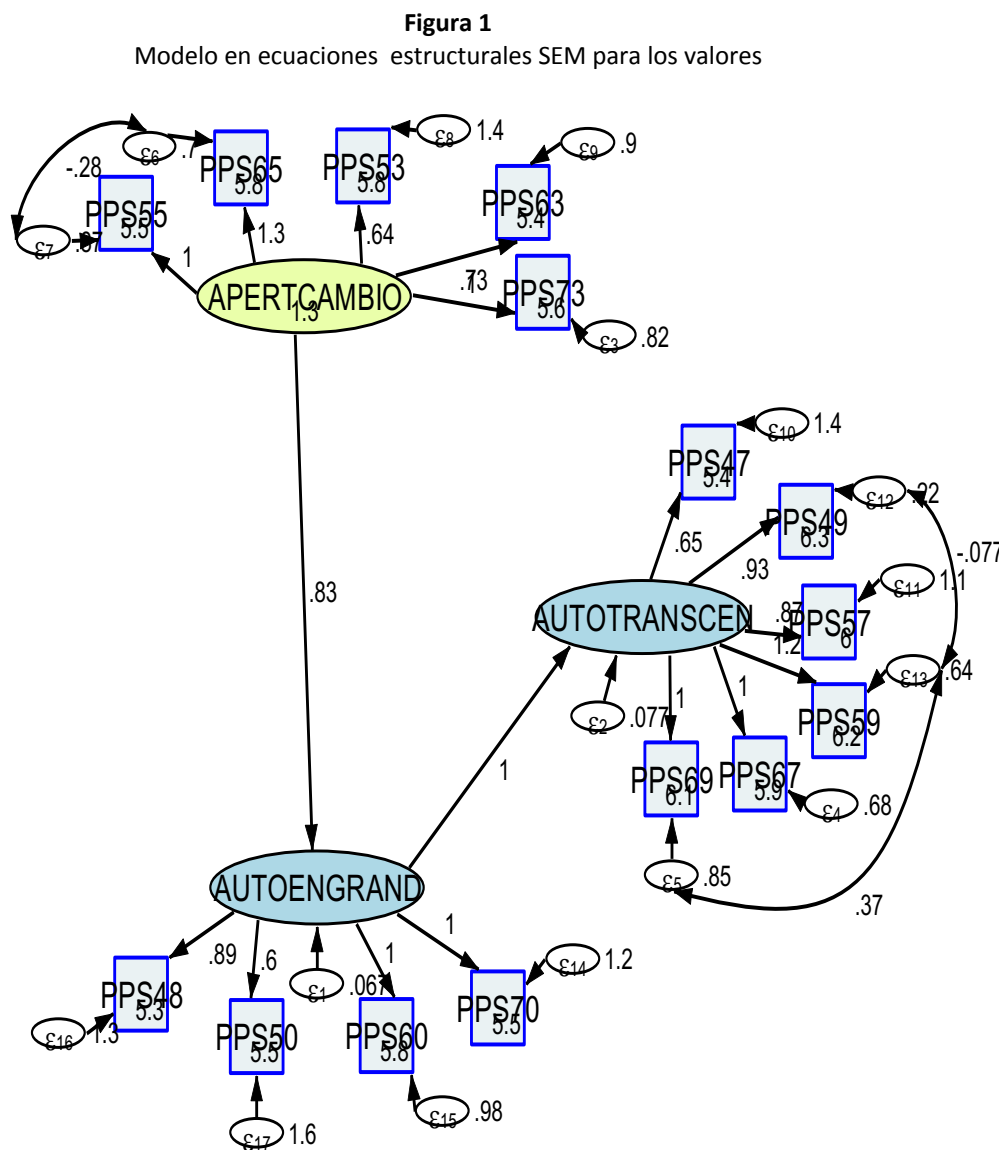
La necesidad de logro, o éxito se manifiesta a través de la capacidad de sobrellevar los estándares sociales y alcanzar metas. Los psicólogos, quienes han tratado de desarrollar un perfil sobre las personalidades de logro, consideran que quien tiene una alta motivación de logro tienen un rápido aprendizaje y disfrutan del desafío de desarrollar innovadoras metodologías para realizar una tarea específica. Mientras que, por el contrario, las personas que tienen una baja motivación de logro, usualmente son rutinarios Morris y Schindehutte (2005).

Quienes tienen un alto grado de motivación de logro, tienen confianza en sí mismos y asumen responsabilidades, difícilmente se someten a las presiones impuestas por la sociedad y la tradición, siendo dinámicos y no permiten que los obstáculos se interpongan en el camino de la consecución de sus objetivos (Morris y Schindehutte, 2005).

Wrightsman y Deaux (1981) y Moriano León et al. (2006) consideran al logro como un valor individualista, el cual busca la excelencia en el rendimiento y la superación, a través de la persistencia y el logro lo definen cómo la capacidad de enfocarse en un objetivo, dado el deseo de tener éxito y constituirse en un ejemplo para los demás, por lo que siendo individualista, tiene un impacto positivo con la intención emprendedora de los estudiantes universitarios.

El segundo valor que conforma el auto engrandecimiento es la autoridad, cuyo objetivo central es el control y dominio de los recursos, por lo que se requiere ejercer un equilibrio entre la firmeza de los deseos y el respeto por las opiniones los demás. Moriano León et al. (2006) agrupan a la autoridad con sus 2 variables, como ambas de carácter individualista y esto implica que se relaciona de manera positiva con la intención emprendedora.

El modelo creado por MALUK, Omar A. y MALUK, Silvia A.(2019) luego de la validación de la escala de valores de Schwartz S (1992) es el siguiente:



Fuente: MALUK, Omar A. y MALUK, Silvia A.(2019)

En este modelo existe una secuencia de impactos entre apertura al cambio como APERTCAMBIO, autoengrandecer como AUTOENGRAND y autotranscender como AUTOTRASCEN compuestos por los ítems como se muestra en la Tabla I.

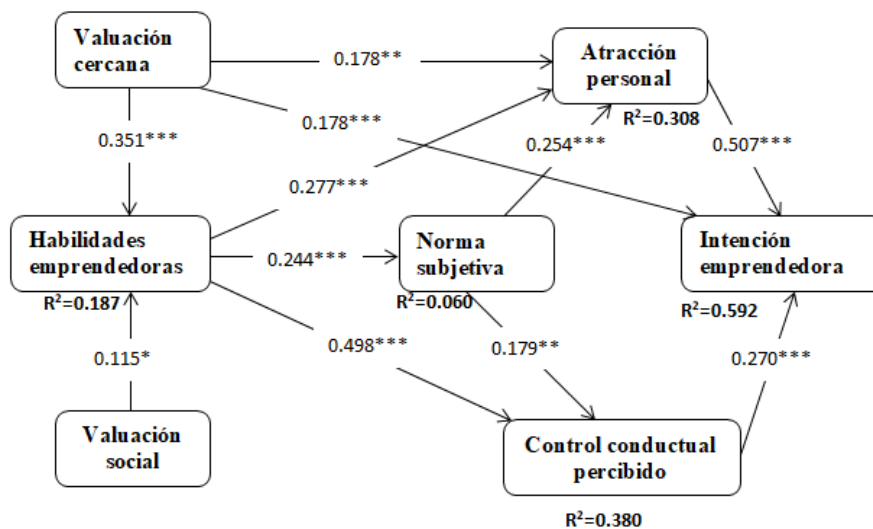
### 1.5. Sobre el modelo TPB

Liñán F (2008) en su trabajo sobre "Habilidades y valor de la percepción: ¿Cómo afectan a las intenciones empresariales?", basado en el modelo de comportamiento planificado (TPB) utilizado frecuentemente para explicar el proceso mental de creaciones comerciales, su objetivo principal era demostrar si la valoración social percibida sobre el emprendimiento y las habilidades personales percibidas tenían un impacto significativo en la

acción empresarial, directamente o a través de un factor motivacional determinante (atracción personal, control sobre el comportamiento percibido y norma subjetiva). (Maluk O, 2018b).

Las variables exógenas del modelo TPB son la valoración cercana de cómo perciben los amigos y familiares el ser emprendedor junto con sus habilidades percibidas. Las variables mediadoras utilizadas en el modelo TPB son la atracción personal (PA) o la actitud percibida hacia el comportamiento que es la atracción personal, las normas subjetivas individuales (SN) que es la presión social percibida y el control de conductual percibido (PBC), como la percepción sobre la capacidad y el control para llegar al comportamiento final que es la intención emprendedora.

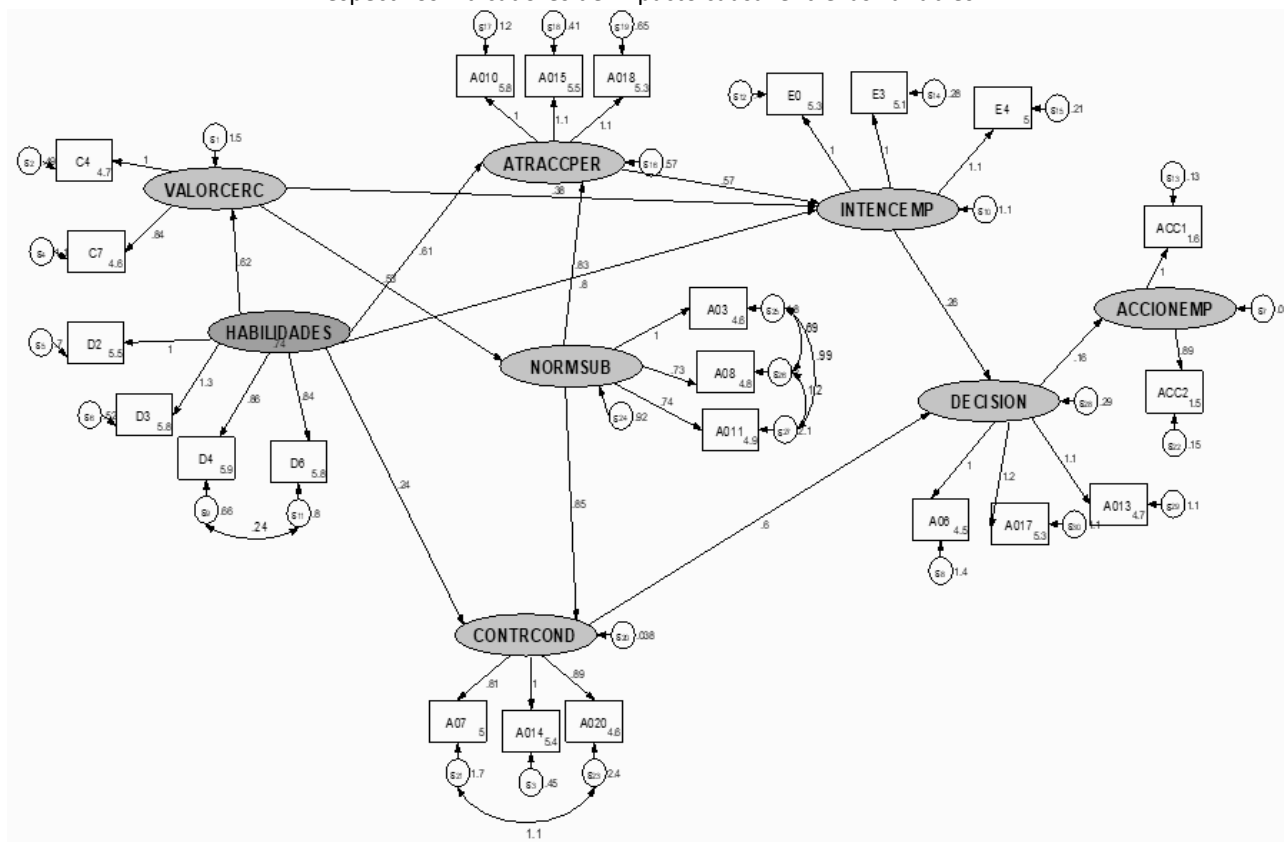
**Figura 2**  
Modelo de percepción de habilidades y valores (Liñán F, 2008) que contiene los R2 parciales y los coeficientes de impacto de las variables



El modelo de comportamiento planificado TPB utilizado por Liñán F (2008) fue modelado por Maluk O (2018b) agregándole la variable decisión emprendedora como mediadora total y al final la acción emprendedora como sigue:

En referencia al modelo de comportamiento planificado para la acción de emprender realizado por Maluk O (2018b), nos muestra que la acción emprendedora final, está precedida por la decisión de emprender que es una variable moderadora total de la intención, motivo por el cual se debería hacer el esfuerzo de potenciar la decisión durante el proceso final de un nuevo modelo de formación emprendedora (Maluk O, 2018b).

**Figura 3**  
 Modelo de comportamiento planificado para la acción emprendedora como variable dependiente final y la decisión como mediadora total entre la intención y la acción emprendedora, con sus respectivos indicadores de impacto causal entre las variables.



Fuente: Maluk O, 2018b

## 2. Diseño de la investigación

Se construirá un modelo combinado para la acción emprendedora combinado entre las variables del modelo del comportamiento planificado TPB según lo realizado por Maluk O & Maluk S (2018b) y las variables de los constructos de los valores. El modelo en SEM será el que más se ajuste según las diferentes combinaciones que sean identificadas en los modelos de medición.

### 2.1. Modelo de ecuación estructural (SEM):

Se obtendrá el modelo estructural combinado entre el TPB y los valores que explican la acción de emprender de los graduados de economía y negocios del Ecuador.

Los constructos con sus respectivos ítems fueron tomados de la data original del autor Maluk O (2018b) para el modelo de comportamiento planificado TPB y de MALUK, Omar A. y MALUK, Silvia A.(2019) para los valores.

El circuito de relaciones causales valoración cercana- norma subjetiva – atracción personal – autotrascender-autoengrandecer – apertura al cambio se consideró primeramente para enlazar los modelos, obteniéndose resultados satisfactorios. Otros enlaces fueron probados en diferentes modelos de medición, pero no resultaron identificados.

## 2.2. Escala de medición

MALUK, Omar A. y MALUK, Silvia A.(2019) utilizaron una escala de Likert desde 1 que significa completamente incapaz, hasta el 7 que es perfectamente capaz.

Los factores que determinan los valores según Moriano et al (2006), Schwartz S (1992) son:

**Tabla I**

Items y Factores de la escala de valores según Moriano et al (2006)

45 Prefiero trabajar solo(a),no me gusta tomar decisiones junto con otras personas  
AUTODIRECCIÓN - APERTURA AL CAMBIO

46 Tener dinero para cubrir mis gastos y los de mi familia es mi principal preocupación  
SEGURIDAD - CONSERVACIÓN

47 Siempre estoy ayudando a los demás compañeros aún sin conocerlos  
UNIVERSALISMO - AUTOTRASCENDER

48 Me gusta dirigir personas, me gusta que otros hagan lo que yo quiero que hagan  
AUTORIDAD- AUTOENGRANDECER

49 Para mí, es muy importante el bienestar de la gente que conforma mi equipo de trabajo  
BENEVOLENCIA - AUTOTRASCENDER

50 Busco siempre sobresalir y tener éxito frente a los demás  
LOGRO - AUTOENGRANDECER

51 No me gusta hacer cosas que otros no hagan, siempre me guío por lo que otros hacen  
TRADICIÓN - CONSERVACIÓN

53 Soy enemigo (a) de la monotonía, siempre busco nuevas actividades o proyectos para darle variedad a mi trabajo  
ESTIMULACIÓN - APERTURA AL CAMBIO

54 Siempre sigo las reglas y procedimientos en mi trabajo/estudios, tal como si fuera un reloj  
CONFORMIDAD - CONSERVACIÓN

55 Soy inquieto (a), siempre estoy buscando nuevas formas para hacer mejor mi trabajo, soy un (a) perfeccionista  
AUTODIRECCIÓN - APERTURA AL CAMBIO

56 Mi integridad física y el no dañar mi salud, son factores muy importantes para mí en un trabajo  
SEGURIDAD - CONSERVACIÓN

57 El progreso del país y el bienestar de toda la gente es muy importante para mí  
UNIVERSALISMO - AUTOTRASCENDER



58 Mantener una imagen de superioridad ante los demás, es mi principal preocupación  
**AUTORIDAD - AUTOENGRANDECER**

---

59 Para mí es muy importante ganarme la confianza de mis compañeros de trabajo,  
siendo leal y honesto **BENEVOLENCIA - AUTOTRASCENDER**

---

60 Siempre busco ser ejemplo para los demás compañeros  
**LOGRO - AUTOENGRANDECER**

---

61 Respetar las costumbre y tradiciones que se siguen en mi trabajo/estudios, es muy  
importante para mi **TRADICIÓN - CONSERVACIÓN**

---

63 Soy muy activo (a), contagio energía sólo de verme  
**ESTIMULACIÓN - APERTURA AL CAMBIO**

---

64 Nunca pierdo el control sobre mis impulsos

**CONFORMIDAD - CONSERVACIÓN**

---

65 Siempre estoy preocupado (a) por actualizarme, ya sea leyendo o asistiendo a cursos,  
con la finalidad de ser eficiente en mi trabajo  
**AUTODIRECCIÓN - APERTURA AL CAMBIO**

---

66 Es muy importante para mi sentirme parte de mi equipo de trabajo y/o empresa, y  
saber que cuidan de mi **SEGURIDAD - CONSERVACIÓN**

---

67 Siempre lucho para que todos mis compañeros reciban el mismo trato y oportunidades  
**UNIVERSALISMO - AUTOTRASCENDER**

---

68 Para mí, adquirir y acumular bienes o servicios costosos es muy importante  
**AUTORIDAD - AUTOENGRANDECER**

---

69 Para mí, la lealtad hacia mi empresa y/o grupo es muy importante  
**BENEVOLENCIA - AUTOTRASCENDER**

---

70 Para mí, es muy importante que mis compañeros de trabajo/estudios, familiares y  
amigos, reconozcan y valoren mis logros  
**LOGRO - AUTOENGRANDECER**

---

Se muestran en la Tabla II, las variables del modelo de comportamiento planificado de Maluk O (2018b) que forman parte del modelo ampliado del presente trabajo de investigación.

**Tabla II**  
Variables del modelo de comportamiento planificado TPB  
para la acción emprendedora (Maluk O, 2018b)

Hipótesis	Variables	
<p><b>H1:</b> La atracción personal hacia ser emprendedor tiene un impacto positivo sobre la intencion emprendedora.</p>	<p><b>Variabes exógenas</b></p> <p><b>Valoración cercana:</b> La percepción de los individuos sobre los valores, normas y creencias que tienen las personas cercanas a ellos, sobre ser emprendedor. Denominada Close Valuation por Liñán F (2008).</p> <p><b>Valuación Social:</b> La percepcion que tienen los individuos sobre como valora la sociedad el ser emprendedor. Denominada como Social Valuation por Liñán F (2008)</p>	<p><b>Variabes dependientes de ambos modelos</b></p> <p><b>Modelo 1:</b></p> <p><b>Decisión:</b> La manifestacion de los individuos respecto a que tan decididos están sobre realizar un emprendimiento.</p>
<p><b>H2:</b> El Control conductual percibido tiene un impacto positivo sobre la intención emprendedora.</p>		
<p><b>H3:</b> La Norma subjetiva tiene un impacto positive sobre la Atraccion personal.</p>		
<p><b>H4:</b> La Norma subjetiva tiene un impacto positive sobre el Control conductual percibido</p>	<p><b>Habilidades profesionales:</b> La percepción de los individuos sobre su habilidad para ser emprendedor. Denominada como Entrepreneurial Abilities por Liñán F (2008).</p>	<p>Esta variable mide la subsecuente decision emprendedora luego de haber tenido una intención de emprender un negocio.</p>
<p><b>H5:</b> La Valoración cercana tiene un impacto positive sobre la Atraccion personal</p>	<p><b>Variabes endógenas mediadoras y motivacionales: Liñán (2008) y Miralles F (2015)</b></p> <p><b>Norma Subjetiva:</b> La percepción acerca de como aprueban su familia, amigos y colegas sobre ser un emprendedor. Denominada por Liñán (2008) y Miralles F (2015) as Subjective Norms (SN)</p>	<p><b>Modelo 2: Se agrega la Acción de emprender:</b></p> <p>Es la acción de emprender de los individuos y se encuentra compuesta por dos items como variables dicotómicas que se suman para calcular un promedio.</p> <p>El primero sobre si ha realizado un emprendimiento propio y</p> <p>El segundo si ha realizado un emprendimiento en la empresa donde trabaja.</p>
<p><b>H6:</b> La valoración cercana tiene un impacto positivo sobre la Norma subjetiva</p>		
<p><b>H7:</b> La Valuación social tiene un impacto positive sobre la Norma subjetiva.</p>		
<p><b>H8:</b> La Valuación social tiene un impacto positivo sobre el Control conductual percibido.</p>		
<p><b>H9:</b> La Habilidades profesionales tienen un impacto positive sobre la Valoración cercana.</p>		
<p><b>H10:</b> Las Habilidades profesionales tienen un impacto positivo sobre la Valuación social. .</p>	<p><b>Atracción personal:</b> La percepción que tienen los individuos sobre que tanto les interesa o sienten atraccion por ser un emprendedor. Denominada por Liñán (2008) como Personal Attraction (PA) y Miralles F (2015) como Personal Attitude (PA)</p>	
<p><b>H11:</b> Las habilidades profesionales tienen un impacto positive sobre la Atracción personal.</p>	<p><b>Control conductual percibido:</b> La percepción que tienen los individuos, sobre su control de comportarse como emprendedores. Denominada por Liñán (2008) como (PBC) Perceived behavioural control.</p>	
<p><b>H12:</b> Las habilidades profesionales tienen un impacto positive sobre la Norma subjetiva.</p>	<p><b>Variable endógena mediadora parcial del Modelo:</b></p>	
<p><b>H13:</b> Las habilidades profesionales tienen un impacto positive sobre el Control del comportamiento percibido</p>	<p><b>Intención emprendedora:</b> La intención de realizar el comportamiento emprendedor o de poner una empresa. Denominada por Liñán (2008) y Miralles F (2015) como (EI) Entrepreneurial Intention.</p>	
<p><b>H14:</b> La valoración cercana tiene un impacto positive sobre la Intencion emprendedora</p>		
<p><b>H15:</b> El Control del comportamiento percibido (control conductual) tiene un impacto positivo sobre la Decisión</p>		
<p><b>H16:</b> La Atracción personal tiene un impacto positive sobre la Decisión.</p>		
<p><b>H17:</b> La Intención emprendedora tiene un impacto positivo sobre la Decisión.</p>		
<p><b>H18:</b> Las decisión emprendedora tiene un impacto positivo sobre la acción emprendedora.</p>		

### 2.3. Población y muestreo

El presente estudio ha tomado la data contenida en la muestra de la tesis doctoral de Maluk O (2018b) la cual fue de 200 graduados de economía y negocios de la universidad, 120 de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL), 40 de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil (UCSG) y 40 de la Universidad de Especialidades Espíritu Santo (UEES) ubicadas en la ciudad de Guayaquil – Ecuador, una ciudad caracterizada por recibir en sus universidades estudiantes de todo el País. Maluk O (2018b)

Para seleccionar la muestra, los graduados de las Facultades de Economía y Empresa se tomaron como la población objetivo, desde el año 2001 hasta el año 2013 con edades entre mayores de 27 y menores de 40 años. (Maluk O, 2018b)

La muestra seleccionada de esa manera, es representativa de los graduados durante trece años de las Facultades de economía y negocios del Ecuador y no se discriminó entre hombres y mujeres en el proceso de selección, habiéndose considerado en el trabajo original del autor una población de graduados universitarios infinita (Maluk O, 2018b)

---

## 3. Análisis de datos

### 3.1. Modelo combinado de los valores de Schwartz S (1992) validado con el modelo en TPB elaborado por Maluk O (2018b)

Primeramente se combinaron los dos modelos, el de los valores de la Figura 1 y el de TPB de la Figura 3, verificándose que el modelo de medición se ajustó, lo que se logró conectando ambos modelos a través del constructo denominado atracción personal, que es una mediadora motivadora parcial del modelo de TPB. El resultado fue que el modelo se ajustó correctamente y todos los coeficientes estructurales resultaron positivos y significativos, tal como se muestra en la Figura 4 a continuación.

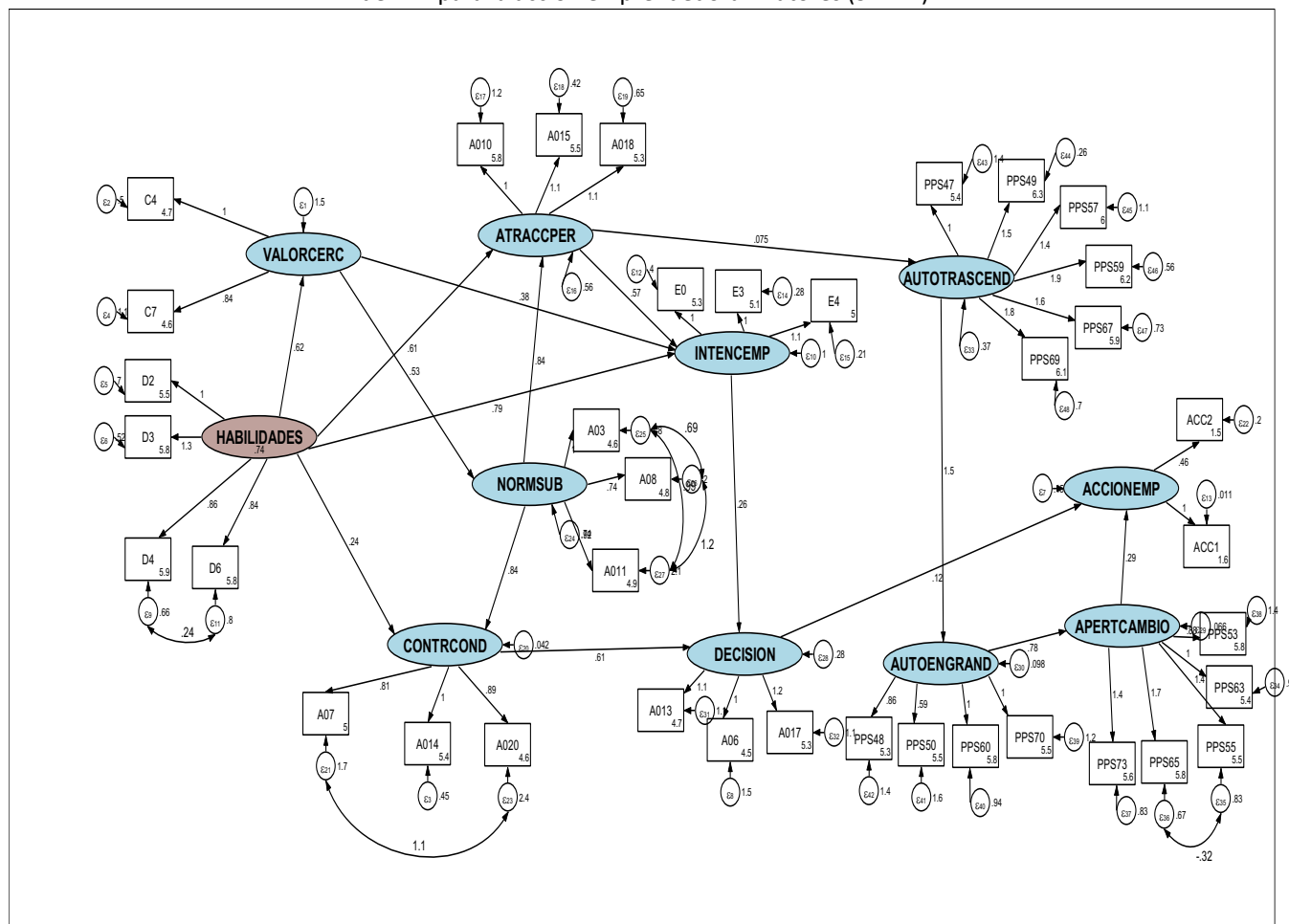
El modelo ampliado del presente trabajo de investigación, incluye los valores conjuntamente con el modelo original en TPB, lográndose un modelo en SEM identificado y validado por STATA.

La acción de emprender recibe un impacto positivo de 0.116 de la decisión emprendedora y de la apertura al cambio un impacto de 0.286 por lo que se observa que son 2 vertientes las que explican la acción final, estas son los valores y la decisión que corresponde al modelo de TPB elaborado por Maluk O (2018b).

La atracción personal que impacta en el constructo autotranscender es la variable mediadora parcial que conecta ambas vertientes, la de los valores y la del modelo TPB, teniendo un impacto positivo sobre autoengrandecer y luego sobre apertura al cambio y finalmente sobre la acción emprendedora.

Al incluir los valores en el modelo conjunto se obtuvieron dos variables mediadoras parciales previas a la acción emprendedora, que son la decisión y la apertura al cambio, mientras que en Maluk O (2018b) solo está la decisión emprendedora como variable mediadora total.

**Figura 4**  
 Modelo en SEM combinado de los valores con el modelo de TPB para la acción emprendedora. Autores (STATA)



A continuación en la Figura 5 se muestran los coeficientes estructurales y los grados de significancia de las variables dentro del modelo.

El modelo estructural quedó identificado y se ajustó con un chi-cuadrado de 1515.86 con 643 grados de libertad. La relación chi-cuadrado versus grados de libertad es menor a 3 según lo recomendado por Hair et al. (2006), por lo que el ajuste es bueno, y siendo este un indicador de ajuste global, se puede destacar que el modelo converge mediante una función de máxima verosimilitud.

**Figura 5**  
**Coefficientes estructurales de impacto grados de significancia**  
**de las variables del modelo combinado entre los valores y el TPB**  
**para la acción emprendedora derivados de STATA**

```
Structural equation model      Number of obs      =      199
Estimation method      = ml
Log likelihood      = -11043.879
```

- ( 1) [C4]VALORCERC = 1
- ( 2) [ACC1]ACCIONEMP = 1
- ( 3) [E0]INTENCEMP = 1
- ( 4) [A010]ATRACCPER = 1
- ( 5) [A014]CONTRCOND = 1
- ( 6) [A03]NORMSUB = 1
- ( 7) [A06]DECISION = 1
- ( 8) [PPS63]APERTCAMBIO = 1
- ( 9) [PPS70]AUTOENGRAND = 1
- (10) [PPS47]AUTOTRASCEND = 1
- (11) [D2]HABILIDADES = 1

	Coef.	OIM Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
Structural VALORCERC <- HABILIDADES	.620714	.1312326	4.73	0.000	.3635028	.8779251
INTENCEMP <- VALORCERC	.3796064	.0985617	3.85	0.000	.1864289	.5727838
ATRACCPER	.5738821	.0904302	6.35	0.000	.3966421	.7511221
HABILIDADES	.7936885	.1507462	5.27	0.000	.4982315	1.089146
NORMSUB <- VALORCERC	.531911	.0935826	5.68	0.000	.3484924	.7153296
ATRACCPER <- NORMSUB	.8388786	.1127294	7.44	0.000	.6179331	1.059824
HABILIDADES	.6131685	.1294809	4.74	0.000	.3593906	.8669464
CONTRCOND <- NORMSUB	.843952	.1038115	8.13	0.000	.6404852	1.047419
HABILIDADES	.2447208	.0969284	2.52	0.012	.0547447	.434697
ACCIONEMP <- DECISION	.1162673	.0292515	3.97	0.000	.0589354	.1735991
APERTCAMBIO	.2861013	.0473212	6.05	0.000	.1933534	.3788493
DECISION <- INTENCEMP	.2582557	.0522122	4.95	0.000	.1559217	.3605898
CONTRCOND	.6135055	.1073453	5.72	0.000	.4031125	.8238984
AUTOTRASCEND <- ATRACCPER	.0745776	.0334382	2.23	0.026	.00904	.1401153
APERTCAMBIO <- AUTOENGRAND	.7810614	.0999438	7.82	0.000	.5851752	.9769476
AUTOENGRAND <- AUTOTRASCEND	1.503295	.2524971	5.95	0.000	1.008409	1.99818

Fuente: Elaboración propia

Los indicadores de bondad de ajuste tanto absolutos como marginales se muestran en la Figura 6 a continuación.

**Figura 6**  
Indicadores de bondad de ajuste del modelo combinado

. estat gof, stats(all)

Fit statistic	Value	Description
Likelihood ratio		
chi2_ms(643)	1515.876	model vs. saturated
p > chi2	0.000	
chi2_bs(703)	6259.379	baseline vs. saturated
p > chi2	0.000	
Population error		
RMSEA	0.083	Root mean squared error of approximation
90% CI, lower bound	0.000	
upper bound	.	
pclose	.	Probability RMSEA <= 0.05
Information criteria		
AIC	22359.757	Akaike's information criterion
BIC	22807.647	Bayesian information criterion
Baseline comparison		
CFI	0.843	Comparative fit index
TLI	0.828	Tucker-Lewis index
Size of residuals		
SRMR	0.071	Standardized root mean squared residual
CD	0.875	Coefficient of determination

Fuente: Autores (STATA)

Los índices de bondad de ajuste están dentro de lo recomendado por Hair et al. (2006), ya que el RMSEA en 0.083 es menor a 0.10 y el ajuste marginal CFI es 0.843 un valor cercano al valor recomendado de 0.90, pero aún es aceptable.

La tasa de ajuste SRMR es 0.071 por debajo del máximo aceptable entre 0.80 y 0.10 y el coeficiente de determinación R<sup>2</sup> del modelo es 0.875 menor al valor máximo de 1, por lo que el 867.5 % de la varianza total de la acción emprendedora la explica el modelo conjunto.

Todos los coeficientes fueron significativos con un valor P inferior a 0,05, así como las covarianzas implicadas en el modelo de medición.

**Figura 7**  
Análisis de la invarianza por  
mínimos cuadrados parciales

depvars	Variance			R-squared	mc	mc2
	fitted	predicted	residual			
observed						
C4	2.2356	1.738877	.496723	.7778122	.8819366	.7778122
C7	2.31979	1.218157	1.101633	.5251152	.7246483	.5251152
D2	1.445974	.7448811	.7010924	.5151416	.7177337	.5151416
D3	1.86066	1.344601	.5160591	.7226473	.8500867	.7226473
D4	1.207899	.5511954	.6567034	.4563258	.6755189	.4563258
D6	1.320825	.5232848	.7975404	.3961802	.6294285	.3961802
ACC1	.2448427	.2334101	.0114327	.9533061	.9763739	.9533061
ACC2	.2465414	.0491173	.1974241	.1992254	.4463467	.1992254
E0	4.196083	3.799685	.3963977	.9055315	.9515942	.9055315
E3	4.285744	4.00967	.276074	.9355832	.9672555	.9355832
E4	4.406937	4.200305	.2066323	.953112	.9762746	.953112
A010	3.238062	2.082423	1.155639	.6431077	.80194	.6431077
A015	2.995046	2.570484	.4245616	.8582454	.9264153	.8582454
A018	3.155221	2.500962	.6542582	.7926427	.8903048	.7926427
A014	1.64062	1.191326	.4492947	.7261434	.8521405	.7261434
A07	2.440417	.7834052	1.657012	.3210129	.56658	.3210129
A020	3.358466	.9458555	2.41261	.2816332	.5306912	.2816332
A03	3.161789	1.408301	1.753488	.4454128	.6673925	.4454128
A08	2.747456	.7616201	1.985836	.2772092	.5265066	.2772092
A011	2.900028	.7798301	2.120198	.2689044	.5185599	.2689044
A06	2.883899	1.423843	1.460056	.4937215	.7026532	.4937215
A013	2.989119	1.867494	1.121625	.6247641	.7904202	.6247641
A017	3.067583	1.991207	1.076377	.6491125	.8056752	.6491125
PPS63	1.57324	.6529403	.9202994	.4150291	.6442276	.4150291
PPS55	2.107337	1.280808	.8265287	.6077853	.7796058	.6077853
PPS65	2.668271	1.996703	.6715674	.7483136	.8650512	.7483136
PPS73	2.078427	1.249874	.8285532	.6013557	.7754713	.6013557
PPS53	1.917665	.5017876	1.415877	.2616659	.5115329	.2616659
PPS70	2.146219	.9617434	1.184476	.4481105	.6694105	.4481105
PPS60	1.982557	1.039886	.9426709	.5245175	.7242358	.5245175
PPS50	1.958191	.3328146	1.625376	.1699603	.4122624	.1699603
PPS48	2.066679	.7162024	1.350476	.3465476	.5886829	.3465476
PPS47	1.774463	.3822675	1.392195	.2154272	.4641413	.2154272
PPS49	1.091232	.8324006	.2588314	.7628081	.8733888	.7628081
PPS57	1.853137	.7840941	1.069043	.4231171	.6504745	.4231171
PPS59	1.992584	1.433798	.5587864	.719567	.848273	.719567
PPS67	1.689053	.9569592	.7320935	.5665656	.7527055	.5665656
PPS69	1.903201	1.208126	.6950757	.634786	.7967346	.634786
latent						
VALORCERC	1.738877	.2869921	1.451885	.1650445	.4062567	.1650445
INTENCEMP	3.799685	2.749834	1.049852	.7237004	.8507058	.7237004
NORMSUB	1.408301	.4919793	.916322	.3493424	.5910519	.3493424
ATRACCPER	2.082423	1.524107	.5583161	.7318911	.8555063	.7318911
CONTRCOND	1.191326	1.149266	.0420599	.9646949	.9821888	.9646949
ACCIONEMP	.2334101	.0804865	.1529236	.3448285	.587221	.3448285
DECISION	1.423843	1.141349	.2824936	.8015978	.8953199	.8015978
AUTOTRASCEND	.3822675	.0115821	.3706854	.0302983	.1740641	.0302983
APERTCAMBIO	.6529403	.5867182	.0662221	.8985787	.9479339	.8985787
AUTOENGRAND	.9617434	.8638844	.0978591	.8982483	.9477596	.8982483
overall				.8750142		

mc = correlation between depvar and its prediction  
 mc2 = mc^2 is the Bentler-Raykov squared multiple correlation coefficient

Fuente: Autores (STATA)

El análisis de invarianza determina que el R2 total del modelo o coeficiente de determinación, que es la relación entre la varianza explicada y la varianza total, es 0.875 (STATA) según el método de Bentler-Raykov para medir

los coeficientes R2 parciales del modelo. Pudiendo concluir que el coeficiente de determinación es elevado y satisfactorio.

---

#### 4. Conclusiones y recomendaciones para futuras investigaciones

Algunas conclusiones interesantes se obtienen de los hallazgos y resultados, y son las siguientes:

1. De los valores originales de Schwartz S (1992) se han incorporado al modelo combinado en SEM 3 de los 4 constructos de orden superior que son autotrascender, autoengrandecer y apertura al cambio, quedando fuera del modelo el constructo denominado conservación.
2. Lo interesante del modelo combinado, es que a partir de las habilidades para emprender, se produce una secuencia de impactos positivos hacia la atracción personal, autotrascender, autoengrandecer, apertura al cambio y finalmente a la acción emprendedora.
3. Además del circuito anterior, el modelo original de Maluk O (2018b) no sufre ningún cambio, lo que demuestra que el modelo en TPB está consolidado y se complementa con los valores de Swartz para llegar con 2 mediadoras parciales a la conducta emprendedora final. Estas son la decisión y la apertura al cambio.
4. El constructo de orden superior denominado como apertura al cambio, ha capturado parte de la varianza explicada de la decisión emprendedora y la ha transmitido a la acción emprendedora, debido a que, al no estar sola la decisión emprendedora como variable mediadora total, la acción emprendedora se ve impactada por ambas mediadoras del presente modelo en SEM.
5. La varianza explicada total del modelo combinado entre autoeficacia con TPB es alta y mayor que las varianzas obtenidas en otros modelos similares; siendo casi igual a la obtenida por Maluk O (2018b) para el modelo TPB. Se puede concluir que el modelo de autoeficacia emprendedora absorbió parte de la varianza y lo transmitió a la acción de emprender a través de sus variables mediadoras autotrascender, autoengrandecer y apertura al cambio.

Para futuras investigaciones se recomienda replicar el mismo procedimiento para incorporar los rasgos de personalidad conjuntamente con el modelo de TPB, de tal manera de ir ampliando el número de variables involucradas en un nuevo modelo de formación emprendedora y en lo posible incrementar la varianza explicada total para la acción emprendedora.

---

#### Bibliografía

- Boyatzis, R. E. (2004). Self-directed learning lead with emotional intelligence. *Executive Excellence*, 21, 11-12.
- Hair, Jr., J.F., Black, W.C., Babin, B.J., Anderson, R.E., & Tatham, R.L., (2006). *Multivariate data analysis* (6th Ed.), Pearson-Prentice Hall, Upper Saddle River, NJ.
- Liñán, F. (2008). Skill and value perceptions: ¿how do they affect entrepreneurial intentions? *International Entrepreneurship and Management Journal*, 4(3), 257-272.
- Long, H. B. (1989). *Self-Directed Learning: Emerging Theory y Practice*. ERIC.
- Maluk, O. (2018). Perceptual variables as explanatory factors for the entrepreneurial attitude of university graduates: a confirmatory analysis. *Revista ESPACIOS*, 39 (15) Pág. 23. Recuperado de: <https://www.revistaespacios.com/a18v39n15/18391523.html>



- Maluk, O. (2018b). Variables y factores que explican desde la intención hasta la acción de emprender de los graduados universitarios. <https://blogs.salleurl.edu/es/tesis-doctoral-del-sr-omar-aldo-maluk-salem>
- MALUK, Omar A. y MALUK, Silvia A.(2019). Validación de la escala de valores de Schwartz para los graduados de economía y negocios. *Revista ESPACIOS*. 40 (23) Pag. 22  
<https://www.revistaespacios.com/a19v40n23/19402320.html>
- Moriano León, J. A., Palací Descals, F. J., y Morales Domínguez, J. F. (2006). El perfil psicosocial del emprendedor universitario. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 22.
- Moriano, J. A., Trejo, E., y Palací, F. J. (2001). El perfil psicosocial del emprendedor: un estudio desde la perspectiva de los valores. *Revista de psicología Social*, 16, 229-242.
- Morris, M., y Schindehutte, M. (2005). Entrepreneurial values and the ethnic enterprise: An examination of six subcultures. *Journal of Small Business Management*, 43, 453-479.
- Myers, D. G. (2005). *Psicología [Psychology]*. Madrid: Editorial médica Panamericana.
- Olmos, R. E., y Castillo, M. Á. (2011). *Actitud emprendedora en los estudiantes universitarios: un análisis de factores explicativos en la Comunidad de Madrid*. UCM. Universidad Complutense de Madrid.
- Schwartz, S. H. (1992). Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries. In *Advances in experimental social psychology* (Vol. 25, pp. 1-65). Elsevier.
- Schwartz, S. H., y Bilsky, W. (1990). Toward a theory of the universal content and structure of values: Extensions and cross-cultural replications. *Journal of personality and social psychology*, 58, 878.
- Wrightsman, L. S., y Deaux, K. (1981). *Social psychology in the 80's*. Monterey, CA: Brooks. Cole Publishing Company.

Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons  
Atribución-NoCommercial 4.0 International

