



Volumen **9** No. 1
traves. emprend.
Ene-jun 2025
e-ISSN: 2539-0376

¿Qué es la intención emprendedora?

Edwin Tarapuez-Chamorro

Profesor de Contaduría Pública
Universidad del Quindío
eitarapuez@uniquindio.edu.co

Mario Hidalgo-Villota

Profesor del Departamento de Economía
Universidad de Nariño
mariohidalgo@udenar.edu.co

Stefany Gómez-Gómez

Estudiante investigadora
Universidad del Quindío
sgomezg_2@uqvirtual.edu.co

Resumen

En este artículo se aborda diferentes enfoques conceptuales utilizados en el estudio de la intención emprendedora por parte de diversos autores. El objetivo de este trabajo consiste en analizar los marcos conceptuales de los principales estudios de intención emprendedora; con este propósito se realizó el análisis de información con base en 35 de los documentos recopilados por el Grupo de Investigación en Gerencia y Emprendimiento de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la Universidad del Quindío, para el desarrollo del proyecto de investigación titulado 'Intención emprendedora en empresarios quindianos que cerraron sus empresas por la crisis del COVID-19'. A partir de este análisis se concluye que, la mayor parte de los documentos analizados enfoca la definición conceptual de la intención emprendedora como un término que denota planes para crear nuevos negocios. El documento incluye una propuesta de definición de los autores con base en los conceptos estudiados.

Introducción

Uno de los temas de mayor investigación en el área de emprendimiento a nivel global es el de intención emprendedora (IE); sin embargo, diferentes investigadores y grupos de investigación utilizan como sinónimos, otras expresiones similares; entre ellas, intención empresarial, intención para crear empresa e, intención de montar un negocio. En este sentido, en muchas investigaciones no se realiza la debida precisión semántica sobre los términos con los que se expresa o se elabora las construcciones lingüísticas alrededor del concepto de IE.

Posiblemente, hay una confusión frecuente que tiene que ver con la imprecisión semántica en los conceptos mencionados que, aunque pueden tener una estrecha relación, también pueden contar con significados diferentes o que no correspondan exactamente para ser usados como sinónimos.

Dado que el marco conceptual o teórico de las distintas investigaciones busca, entre otras cosas, aclarar la situación previa del trabajo que va a desarrollar, su función más importante consiste en ordenar la información y presentarla. En este sentido, carecer de una claridad conceptual, puede conllevar errores en los resultados de investigación y, desfases entre sus distintos componentes.

Para mejorar esta situación, se propone analizar los distintos marcos conceptuales que utilizan las investigaciones actuales sobre IE y clarificar los diferentes sinónimos que se ha venido utilizando, con el propósito de clarificar si en realidad lo son o, si hay que proponer algunos ajustes pertinentes.

Metodología

El enfoque utilizado en este trabajo es de carácter cualitativo y se relaciona con el método inductivo, que consiste en tomar los casos particulares de definiciones sobre intención emprendedora, para generalizarlos en un solo concepto que abarque las definiciones estudiadas.

El enfoque cualitativo presenta, entre otras, las siguientes particularidades: planteamientos más abiertos que se va enfocando poco a poco; no se fundamenta en la estadística; es inductivo y no tiene una secuencia lineal. Entre las bondades de este enfoque, se encuentra: la profundidad de los significados, la amplitud y la riqueza interpretativa.

Para la recolección de información de la presente monografía se recurrió a 35 documentos científicos recopilados por parte del Grupo de Investigación en Gerencia y Emprendimiento de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la Universidad del Quindío para el desarrollo del proyecto de investigación 1032, titulado 'Intención emprendedora en empresarios quindianos que cerraron sus empresas por la crisis del COVID-19'.

Discusión

En general, el emprendimiento es la capacidad para hacer las cosas por sí mismo, promover iniciativas e introducir nuevos productos al mercado (Durán y Arias, 2017); o, la creación, lanzamiento y operación de nuevas empresas de nueva creación, a pequeña escala y a nivel convencional (Al-edenat y Al-hawamdeh, 2021). El vínculo entre el emprendimiento y la IE es la clave para comprender el proceso empresarial, dado que es el paso inicial en el complejo camino de crear nuevas empresas (Miranda et al., 2017).

Si bien no existe una única definición de IE, el término se ha utilizado en estudios anteriores para aludir a la voluntad de poseer y empezar una empresa propia (Bae et al., 2014) y, aunque la IE puede no reflejar la realidad, es posible que el emprendedor en potencia esté planeando fundar una compañía con base en hipótesis y supuestos errados y que, luego de intentarlo, su IE se quede solo en esta etapa, sin que llegue a ser el creador o propietario de un negocio.

Algunos autores han asumido la IE como un eslabón en el camino que siguen las personas que planean crear una empresa y que buscan generar su propia ocupación. En este sentido, la IE denota los planes de un individuo para lograr la independencia económica; esta similitud muestra varios matices similares; para algunos corresponde a la acción de autoemplearse y ser autosuficiente (Gervase et al., 2020) o, procurarse un autoempleo a través de la creación de una empresa (Küttim et al., 2014), trabajar por cuenta propia (Bazan et al., 2020) o, el solo deseo de tener un negocio propio (Nuseir et al., 2020), sin entrar en detalle en las motivaciones que conllevaría esta situación, entre otros aspectos.

Otros autores toman esta misma semejanza conceptual desde un punto de vista más simple y la ubican simplemente como un paso previo a la conducta emprendedora. Por ejemplo, la IE para Bird (1988) corresponde a un proceso que se lleva a cabo con antelación a determinado suceso; es decir, es un paso anterior a la creación de un negocio; para Thompson (2009), es la

certeza reconocida de forma autónoma por parte de las personas, quienes tienen como propósito, la creación de una empresa, para lo cual realizan planificación constante para lograr sus objetivos.

Entre todos los modelos que han surgido, la Teoría del Comportamiento Planificado (TPB) de [Ajzen \(1991\)](#) es la más utilizada. Este enfoque trabaja con actitudes, normas sociales y variables de control que, en conjunto, definen la intención de crear una compañía por parte de ciertas personas. A pesar de lo anterior, sus alcances han sido interpretados como puntos de vista complementarios. Algunos consideran la creación de empresas como un acto planeado ([Gervase et al., 2020](#)), como un catalizador del comportamiento empresarial ([Kautonen et al., 2015](#)) que precede a cualquier conducta encaminada hacia la fundación de nuevos negocios ([Contreras et al., 2017](#)) o, como la disposición individual a expresar un comportamiento empresarial real ([So et al., 2017](#)), aspecto que además puede servir para predecir el proceder de un individuo hacia la creación de su propia compañía ([Shirokova et al., 2016](#)).

La planeación es un componente común e importante en la definición de la IE dado que, si esta se concreta, se podrá ver sus resultados a futuro. En muchos casos, este factor está implícito en la misma definición de la palabra intención, como se anotó en apartes anteriores. De esta manera, la IE puede ser considerada como una idea en el campo de iniciar una empresa comercial en tiempo futuro ([Zapkau, et al., 2015](#)), de modo que también incluye la convicción y la planificación consciente de crear un nuevo negocio en fechas posteriores ([Liñán y Fayolle, 2015](#)). La IE es la variable clave utilizada para predecir la actividad emprendedora ([Carsrud y Brännback, 2011](#)); es decir, la creación de nuevas empresas es un paso que se da después de que las personas tienen la intención de hacerlo. En este sentido, la IE es un predictor fiable del espíritu emprendedor ([Contreras et al., 2017; 2021](#)) y, del comportamiento emprendedor ([Huang et al., 2021](#)), que se traduce en la acción empresarial propiamente dicha, sin la cual no se puede dar más pasos en el desarrollo de la empresa ([Liñán y Fayolle, 2015; Teixeira et al., 2018; Akinwale et al., 2019](#)).

Igualmente, hay un componente común en las definiciones, que tiene que ver con la individualidad propiamente dicha de la IE; así, esta se define como el grado de compromiso individual, determinación y disposición para poner el esfuerzo necesario para iniciar un nuevo negocio ([Farooq y Radovic-Markovic, 2016](#)); pese a lo precedente, la creación y puesta en marcha del negocio propiamente dicho ya no es un tema de ejecución individual, sino que vincula a más agentes y requiere la interacción de varios

factores situacionales, sociales, psicológicos, culturales y económicos (Shapero, 1985).

A pesar de las semejanzas encontradas, existen, en general, tres modelos clásicos de IE, en los que se propone que la determinación de crear compañías nuevas surge de los constructos enfocados en la deseabilidad, la factibilidad percibida del comportamiento y, la propensión para actuar (Soria-Barreto et al. 2016). Ajzen (1991) considera que la deseabilidad es un factor de suma importancia en el estudio de la IE.

Pese a que varios documentos incluyen el estado de ánimo en su definición de IE, una diferencia conceptual importante se relaciona con el paso posterior a la IE en sí misma. En general, se encontró tres vertientes del estado de ánimo: la primera, que dirige y guía las acciones de los individuos hacia el desarrollo e implementación de nuevos conceptos e ideas de negocios para la creación de empresa (Bazan et al., 2020); la segunda, como el estado de ánimo de una persona para hacer crecer una compañía (Rasli, 2013) y, la tercera, el estado de ánimo para detectar y aprovechar oportunidades en el mercado (Shapero, 1985).

De otro lado, varios autores incluyen el estado mental de las personas en la definición de IE. De este modo, algunos estudiosos del tema asumen ciertas diferencias acerca de que ese estado mental de los individuos los dirige hacia la creación de una nueva empresa (Contreras et al., 2017), los puede impulsar a desarrollar un nuevo concepto de negocio (Chhabra et al., 2020), puede dirigir la atención, la experiencia y la acción hacia dicho concepto propiamente dicho (Bazan et al., 2020) o, puede tomarse como el deseo que tiene una persona para iniciar su propia compañía o, comenzar una actividad empresarial propia (Masri et al., 2021).

En este mismo sentido, la IE también se interpreta como el estado subjetivo de la mente de empresarios potenciales (Thompson, 2009) que precede y motiva la acción y la dirige hacia el objetivo de establecer un nuevo negocio (Fayolle et al., 2014); otros asumen que la IE está enfocada en la orientación mental, el deseo y la espera que intervienen en una iniciativa empresarial concreta (Peng et al., 2012). A pesar de lo anterior, adicionalmente se evidencia otra diferencia de fondo, ya que algunos autores posiblemente confunden la IE con la acción emprendedora y la asumen como un tipo personal de esfuerzo para aventurarse en la creación de empresas (Fietze y Boyd, 2017), cuando en la etapa de la IE los futuros emprendedores aún no han decidido crear su empresa, sino que apenas están en una etapa de decisión.

De otro lado, las actitudes se originan de la interacción entre las expectativas de comportamiento y la valoración individual que realiza cada persona; sin embargo, [Blair y Shaver \(2019\)](#) plantean la importancia suprema de una actitud positiva hacia el emprendimiento por parte de las personas. De esta manera, las actitudes pueden ser definidas como, la orientación hacia la acción que tienen los individuos, teniendo en cuenta su experiencia previa y su comportamiento ([Muslim et al., 2020](#)). Algunos estudiosos del tema asumen que la IE no conduce constantemente a un comportamiento emprendedor ([Carsrud y Brännback, 2011](#)); es decir, no todas las personas que tienen IE logran concretar sus planes emprendedores en una empresa real.

La IE es la intención y disposición de los individuos para realizar o plantear un determinado comportamiento y, el proceso de encontrar información que pueda usarse para lograr el propósito de formar un negocio o convertirse en empresario ([Thompson, 2009](#)); es un elemento clave que motiva a las personas para llegar a ser emprendedores ([Contreras et al., 2017; 2021](#)), aunque también puede estar condicionada por ámbitos individuales como la motivación, la personalidad, la experiencia previa y algunos otros como el contexto social y el económico ([Bird, 1988](#)). [Green et al. \(1996\)](#), por su parte, afirman que las características individuales pueden determinar el éxito de un empresario en la gestión de su emprendimiento.

[Shapero \(1985\)](#) señala que el conjunto de experiencias que experimenta un individuo a lo largo de su vida representa los antecedentes de la IE; esto quiere decir que todas aquellas situaciones y eventos positivos que un emprendedor experimenta, son factores clave que pueden motivar la creación de empresas.

Como puede verse en este aparte, la mayor cantidad de estudios sobre IE relacionan este término con el hecho de crear nuevas empresas, más que con el de hacer que estas crezcan.

La siguiente es la propuesta conceptual de IE derivada de este trabajo: la IE es el eslabón inicial en la cadena de valor de la creación de empresas; esto es, un acto planificado consciente en forma individual, que corresponde a una situación mental subjetiva, que guía y motiva el deseo de ciertas personas hacia la acción específica de fundar una compañía propia para ser autosuficientes, a la vez que incluye convicción, determinación, compromiso y actitud individual para lograr tal propósito o, para impulsar el crecimiento de un negocio ya creado. No obstante, la intención de crear un negocio no

necesariamente desemboca en un acto propiamente emprendedor; es decir, no todos los individuos que cuentan con IE terminan fundando una empresa o promoviendo el desarrollo de otra. De esta manera, IE y comportamiento empresarial no necesariamente están vinculados de manera causal.

Conclusiones

La definición de intención, en general, vincula elementos de carácter espiritual, psicológico, comportamental y de visión de futuro acerca de los planes de los individuos. En el caso específico de la IE, los diferentes autores analizados en este trabajo incluyen elementos adicionales en la definición de este término, que les permiten acotarlo; varios de estos factores buscan adecuar una definición específica de acuerdo con el enfoque y los objetivos de sus investigaciones.

A pesar de lo anterior, la mayoría de los documentos analizados enfocan su definición conceptual implícita de la IE como un término que denota el propósito de crear nuevos negocios; solo una pequeña porción de ellos asume que la IE se relaciona con el fortalecimiento de empresas ya creadas.

En la bibliografía revisada no se evidenció documentos que incluyan aspectos como el modelo de negocio o la capacidad de gestión como elementos que soportan la IE, aunque, factores como estos sí son especificados en algunas definiciones relacionadas con la IE cuando se trata específicamente con la creación y puesta en marcha de nuevos negocios.

El análisis realizado permite concluir que, aunque existe una semejanza entre los conceptos de intención emprendedora e intención empresarial, el primero tiene una connotación más amplia que podría incluir aspectos sociales, ambientales y filantrópicos, en tanto que el segundo concepto se enfoca más puntualmente hacia las variables propias del negocio en sí mismo y con ánimo de lucro.

Asimismo, el emprendimiento social se puede llevar a cabo como modelo de negocio por empresas innovadoras que enfocan las ventas en resolver problemas socioeconómicos o ambientales que existen en la comunidad, permitiendo que sus compañías sean autosustentables, escalables y generen utilidades para seguir invirtiendo en el emprendimiento; estas tienen como características principales, alcanzar el éxito económico, basarse en la responsabilidad social y, comprometerse con el medio ambiente.

Referencias

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Akinwale, Y., Ababtain, A., & Alaraif, A. (2019). Structural equation model analysis of factors influencing entrepreneurial interest among university students in Saudi Arabia. *Journal of Entrepreneurship Education*, 22, 1-14.
- Al-edenat, M. & Al-hawamdeh, N. (2021). Revisiting the entrepreneurial ventures through the adoption of business incubators by higher education institutions. *The International Journal of Management Education*, 19(1), 100419. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2020.100419>
- Bae, T., Qian, S., Miao, C., & Fiet, J. O. (2014). The relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial intentions: A meta-analytic review. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(2), 217-254. <https://doi.org/10.1111/etap.12095>
- Bazan, C., Gaultois, H., Shaikh, A., Gillespie, K., Frederick, S., Amjad, A., Yap, S., Finn, C., Rayner, J., & Belal, N. (2020). Effect of the university on the social entrepreneurial intention of students. *New England Journal of Entrepreneurship*, 23(1), 3-24. <https://doi.org/10.1108/NEJE-05-2019-0026>
- Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: the case for intention. *Academy of management Review*, 13(3), 442-453. <https://doi.org/10.2307/258091>
- Blair, C. A. & Shaver, K. G. (2019). Of horses and jockeys: Perceptions by academic entrepreneurs. *Entrepreneurship Research Journal*, 10(2), 1-21. <https://doi.org/10.1515/erj-2019-0011>
- Carsrud, A. & Brännback, M. (2011). Entrepreneurial motivations: What do we still need to know? *Journal of Small Business Management*, 49(1), 9-26. <https://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2010.00312.x>
- Chhabra, S., Raghunathan, R., & Rao, N. (2020). The antecedents of entrepreneurial intention among women entrepreneurs in India. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 14(1), 76-92. <https://doi.org/10.1108/APJIE-06-2019-0034>

- Contreras, F., Espinosa, J., Soria, K., Portalanza, A., Jáuregui, K. y Omaña, J. (2017). Exploring entrepreneurial intentions in Latin American university students. *International Journal of Psychological Research*, 10(2), 46-59. <https://doi.org/10.21500/20112084.2794>
- Contreras, N., Espinosa, J. F., Salazar, G., & Vega, A. (2021). Entrepreneurial intention: A gender study in business and economics students from Chile. *Sustainability*, 13(9), 4693. <https://doi.org/10.3390/su13094693>
- Durán, E. y Arias, D. (2017). 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>
- Farooq, M. S. & Radovic-Markovic, M. (2016). Modelling entrepreneurial education and entrepreneurial skills as antecedents of intention towards entrepreneurial behaviour in single mothers: a PLS-SEM approach [Ponencia] *Fifth International Conference, Employment, Education and Entrepreneurship: Types, Current Trends and Future Perspectives*, <https://acortar.link/YVDvoQ>
- Fayolle, A., Liñán, F., & Moriano, J. A. (2014). Beyond entrepreneurial intentions: values and motivations in entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 10(4), 679-689. <https://doi.org/10.1007/s11365-014-0306-7>
- Fietze, S. & Boyd, B. (2017). Entrepreneurial intention of Danish students: a correspondence analysis. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 23(4), 656-672. <https://doi.org/10.1108/IJEBR08-2016-0241>
- Gervase, C., Muresherwa, G., Nchu, R., & Eresia-Eke, C. (2020). University students' perception of entrepreneurship as a career option. *Academia*, (20-21), 177-201. <https://doi.org/10.26220/aca.3446>
- Green, R., David, J., Dent, M., & Tyshkovsky, A. (1996). The Russian entrepreneur: A study of psychological characteristics. *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, 2(1), 49-58. <https://doi.org/10.1108/13552559610110718>

- Huang, Y., An, L., Wang, J., Chen, Y., Wang, S., & Wang P. (2021) The role of entrepreneurship policy in college students' entrepreneurial intention: the intermediary role of entrepreneurial practice and entrepreneurial spirit. *Frontiers in Psychology*, 12, 585698. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.585698>
- Kautonen, T., Van Gelderen, M., & Fink M., (2015). Robustness of the theory of planned behavior in predicting entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(3), 655-647. <https://doi.org/10.1111/etap.12056>
- Küttim, M., Kallaste, M., Venesaar, U., & Kiis, A. (2014). Entrepreneurship education at university level and students' entrepreneurial intentions. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 110, 658-668. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.12.910>
- Liñán, F. & Fayolle, A. (2015). A systematic literature review on entrepreneurial intentions: Citation, thematic analyses, and research agenda. *International Entrepreneurship Management Journal*, 11, 907-933. <https://doi.org/10.1007/s11365-015-0356-5>
- Masri, N., Abdullah, A., Asimiran, S., & Zaremohzzabieh, Z. (2021). Relationship between engagement in learning entrepreneurship education and entrepreneurial intention among vocational college students. *Pertanika Journal of Social Sciences and Humanities*, 29(S1), 19-38. <https://doi.org/10.47836/pjssh.29.s1.02>
- Miranda, F., Chamorro, A., & Rubio, S. (2017). Academic entrepreneurship in Spanish universities: An analysis of the determinants of entrepreneurial intention. *European Research on Management and Business Economics*, 23(2), 113-122. <https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2017.01.001>
- Muslim, A., Harun, A., Ismael, D., & Othman, B. (2020). Social media experience, attitude and behavioral intention towards umrah package among generation X and Y. *Management Science Letters*, 10(1), 1-12. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.8.020>
- Nuseir, T., Basheer, M., & Aljumah, A. (2020). Antecedents of entrepreneurial intentions in smart city of Neom Saudi Arabia: Does the entrepreneurial education on artificial intelligence matter? *Cogent Business & Management*, 7(1), 1825041. <https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1825041>

- Peng, Z., Lu, G., & Kang, H. (2012), Entrepreneurial intentions and its influencing factors: A survey of the university students in Xi'an China. *Scientific Research*, 3(8B), 95-100. <https://doi.org/10.4236/ce.2012.38B021>
- Rasli, A. (2013). Factors affecting entrepreneurial intention among graduate students of Universiti Teknologi Malaysia. *International Journal of Business and Social Science*, 4(2), 182-188.
- Shapero, A. (1985). *The Entrepreneurial Event*. Ohio State University.
- Shirokova, G., Osiyevskyy, O., & Bogatyreva, K. (2016). Exploring the intention-behavior link in student entrepreneurship: Moderating effects of individual and environmental characteristics. *European Management Journal*, 34(4), 386-399. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2015.12.007>
- So, I. G., Ridwan, A., Simamora, B. H., & Aryanto, R. (2017). Confirming entrepreneurial orientation dimensions and linking it with entrepreneurial intention among business students in Indonesia. *International Journal of Economics and Management*, 11(2), pp. 277-299.
- Soria-Barreto, K., Zuniga-Jara, S. y Ruiz-Campo, S. (2016). Educación e intención emprendedora en estudiantes universitarios: un caso de estudio. *Formación Universitaria*, 9(1), 25-34. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062016000100004>
- Teixeira, S., Lopes, C., Rodrigues, R., & Guerra, M. (2018). Entrepreneurial intentions and entrepreneurship in European countries. *International Journal of Innovation Science*, 10(2), 22-42. <https://doi.org/10.1108/IJIS-07-2017-0062>
- Thompson, E. R. (2009). Individual entrepreneurial intent: Construct clarification and development of an internationally reliable metric. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33, 669-694. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00321.x>
- Zapkau, F. B., Schwens, C., Steinmetz, H., & Kabst, R. (2015). Disentangling the effect of prior entrepreneurial exposure on entrepreneurial intention. *Journal of Business Research*, 68(3), 639-653. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2014.08.007>