

Intenzione imprenditoriale e orientamento alla *locomotion*

di Barbara Barbieri*, Clara Amato*, Antonio Pierro*

Cosa spinge alcune persone ad intraprendere una carriera di tipo imprenditoriale? In linea con la letteratura volta ad identificare gli antecedenti disposizionali dell'intenzione imprenditoriale, il presente studio, condotto su un campione di 71 partecipanti, intende indagare la relazione tra orientamento alla *locomotion* e l'intenzione di creare un' impresa. I risultati confermano l'ipotesi di una relazione positiva tra le due variabili prese in esame: gli individui caratterizzati da alto (*vs.* basso) orientamento alla *locomotion* esprimono una forte intenzione a diventare imprenditori. Nelle conclusioni vengono discussi i possibili sviluppi del presente contributo.

Parole chiave: *locomotion*, *intenzione imprenditoriale*, *differenze individuali*.

Più di tre decadi di ricerca sull'intenzione imprenditoriale, e le numerose rassegne sul tema (cfr., ad esempio, Heinrichs, Sacha, 2013; Zhao, Seimbert, Lumpkin, 2010), dimostrano l'interesse per quello che è definito il “cuore dell'imprenditorialità” (Shook, Priem, McGee, 2003). Diversi autori hanno indagato gli antecedenti di questa particolare “disposizione a fare business”, identificando nelle caratteristiche individuali e in alcune variabili contestuali i principali fattori che influenzano l'intenzione imprenditoriale (Schlaegel, Koenig, 2013). Il presente studio ha l'obiettivo di arricchire il quadro teorico sulle differenze individuali che incidono sul proposito di diventare imprenditori, analizzando la relazione tra intenzione imprenditoriale e orientamento alla *locomotion*, descritto nella teoria dei modi regolatori proposta da Kruglanski, Thompson, Higgins, Atash, Pierro, Shah e Spiegel (2000). Di seguito, saranno brevemente descritti i costrutti di intenzione imprenditoriale e di *locomotion* e verranno riportate le evidenze empiriche presenti in letteratura che suggeriscono la presenza di un legame tra questi due costrutti, ipotesi centrale della presente ricerca.

I L'intenzione imprenditoriale

L'intenzione imprenditoriale è definita come l'intento da parte di un individuo di avviare una nuova attività di business (Krueger, 1993; Krueger, Brazeal, 1994).

* Sapienza Università di Roma.

Tale intento è uno stato mentale consapevole che precede l’azione e che, allo stesso tempo, dirige l’attenzione dell’individuo verso l’obiettivo di fondare una nuova impresa (Baron, 2007; Bird, 1988; Gartner, 1989; Learned, 1992). Ma cosa orienta gli individui verso questo obiettivo? Fondare un’impresa comporta dei rischi economici personali, il dover far fronte a situazioni incerte e altamente mutevoli, nonché una grande responsabilità, una forte motivazione intrinseca e un impegno continuo nell’attività intrapresa. Molti autori, infatti, hanno evidenziato che gli imprenditori lavorano più duramente dei loro dipendenti (Douglas, Shepherd, 2002) e sono disposti a lavorare molte ore anche quando non ci sono delle ricompense finanziarie sicure (Benz, 2009); essi continuano ad investire energie (fisiche e psicologiche), tempo e denaro nei propri progetti a fronte di numerosi rischi e hanno un elevato attaccamento nei confronti della propria impresa tanto da rimanerne coinvolti oltremisura (Baron, 1998).

Cos’è che spinge le persone verso questa scelta lavorativa?

Capire e identificare gli antecedenti dell’intenzione di diventare imprenditori è cruciale per studiare il comportamento imprenditoriale (Shane, Venkataraman, 2000). Gli studi volti ad analizzare l’influenza di variabili ambientali si sono concentrati preminentemente sullo stato occupazionale (disoccupazione *vs.* occupazione) (Fritsch, Rusakova, 2011), sul modello familiare e genitoriale (Altinay *et al.*, 2012; Laspita *et al.*, 2012), sulla rete sociale (Davidsson, Honig, 2003) e la cultura di riferimento (Shinnar, Giacomin, Janssen, 2012) di chi ha un proposito imprenditoriale. Per ciò che concerne le caratteristiche socio-demografiche indagate, le più studiate sono il genere (tra gli altri, Díaz-García, Jímenez-Moreno, 2010; Haus *et al.*, 2013) e l’età (tra gli altri, Lamotte, Colovic, 2013).

Di maggior interesse per la presente ricerca sono i contributi sulle differenze individuali che contraddistinguono i futuri imprenditori. Evidenze empiriche dimostrano che tratti come la coscienziosità, l’apertura all’esperienza, la stabilità emotiva, l’estroversione, la propensione al rischio e il bisogno di successo sono essenziali per sviluppare un intento di tipo imprenditoriale (cfr., per una metanalisi, Zhao, Seimbert, Lumpkin, 2010). Inoltre, fra le caratteristiche di personalità “funzionali” alla figura dell’imprenditore, cruciali non solo per il successo ma anche per la scelta di questa professione, si sono rivelate essenziali l’autoefficacia (Boyd, Vozikis, 1994; Markman, Balkin, Baron, 2002) e l’autoefficacia imprenditoriale (Chen, Green, Crick, 1998), nonché un’elevata tolleranza dell’ambiguità (Hmielewski, Corbett, 2006). Infine, di particolare rilevanza per la presente ricerca, la letteratura evidenzia una forte relazione tra personalità proattiva e intenzione imprenditoriale: i risultati di uno studio di Crant (1996) dimostrano che la tendenza individuale ad adottare un comportamento proattivo e ad agire sull’ambiente predice l’intenzione imprenditoriale di più e al di là di variabili ambientali quali l’educazione e il modello genitoriale.

Dall’analisi della letteratura sul tema emerge, dunque, che alcune differenze individuali possono aumentare la probabilità che un individuo si orienti verso

una scelta lavorativa di tipo imprenditoriale. In linea con tale letteratura, il presente studio si propone di considerare un orientamento individuale mai esplo- rato precedentemente, per nostra conoscenza, in grado di predire le intenzioni di fondare un’impresa. Tale orientamento è stato identificato nella tendenza alla *locomotion* recentemente concettualizzata da Kruglanski e colleghi (2000; cfr. anche Higgins, Kruglanski, Pierro, 2003, Kruglanski *et al.*, 2010) nella loro Teoria dei “modi regolatori”. Qui di seguito presenteremo in dettaglio il costrutto di *locomotion*, nonché le sue implicazioni nell’orientare le intenzioni imprenditoriali.

2

***Locomotion* e intenzione imprenditoriale**

La *locomotion* è definita come una propensione verso l’azione. Essa costituisce «l’aspetto della regolazione di sé riguardante il movimento da uno stato all’altro nonché l’attivazione e il mantenimento delle necessarie risorse psicologiche volte al conseguimento, senza distrazioni o ritardi, degli obiettivi» (Kruglanski *et al.*, 2000, p. 794). Secondo la teoria di Kruglanski e colleghi (2000), la *locomotion* è sia una caratteristica individuale, una preferenza stabile nel tempo, determinata da processi di socializzazione e da fattori temperamentalni, sia una variabile situazionale che può essere indotta, per esempio, con il richiamo di episodi in cui l’individuo ha utilizzato questa modalità di auto-regolazione della condotta (Avnet, Higgins, 2003). In qualità di caratteristica individuale, la preferenza cronica verso la *locomotion* può essere misurata tramite una scala composta da 12 item messa a punto da Kruglanski e colleghi (2000). Gli individui che registrano punteggi elevati in questa scala sono definiti come “persone d’azione”, “energiche” che accolgono con favore le opportunità di agire non curandosi dei costi che esse comportano. La loro enfasi sul “fare” e la rapidità con cui intraprendono l’azione (Higgins, Kruglanski, Pierro, 2003) si associa a comportamenti impulsivi (Kruglanski *et al.*, 2000). Il “movimento” è per loro non tanto conseguenza ma causa dell’azione: in altre parole, i *locomotors* sono caratterizzati da una forte motivazione intrinseca verso le attività che intraprendono e ciò si associa ad un maggior impegno profuso nello svolgimento di un compito (Pierro, Kruglanski, Higgins, 2006a, 2006b).

La definizione stessa della *locomotion* sembra suggerire che gli individui con elevato (*vs.* basso) orientamento alla *locomotion* potrebbero essere particolarmente intenzionati ad avviare un’impresa. A supporto di questa ipotesi, evidenze empiriche (Kruglanski *et al.*, 2000) dimostrano che i *locomotors* sono caratterizzati da un forte orientamento al successo e da una scarsa paura del fallimento (*ibid.*). Hanno, inoltre, punteggi elevati in “coscienziosità”, “estroversione”, “stabilità emotiva”, “ottimismo” ed “autostima”, tutte caratteristiche di personalità rilevate come associate all’intenzione imprenditoriale. Infine, la validazione del costrutto della *locomotion* tramite il metodo dei gruppi noti indica che gli

studenti di materie economiche e imprenditoriali enfatizzano la *locomotion* più degli studenti di facoltà umanistiche (*ibid.*).

3

La presente ricerca

La presente ricerca è volta ad esplorare la relazione fra l'orientamento alla *locomotion* e l'intenzione di avviare un'impresa. In particolare, anche sulla base della letteratura precedentemente esaminata, si ipotizza una relazione positiva tra orientamento cronico alla *locomotion* ed intenzione imprenditoriale.

Tale ipotesi è stata testata su uno specifico gruppo target: i candidati per la partecipazione a corsi di formazione volti a sostenere la creazione di nuove opportunità imprenditoriali. Al fine di evidenziare l'effetto differenziale dell'orientamento alla *locomotion* rispetto ad altre tipiche variabili rilevate avere un impatto sulle intenzioni imprenditoriali, come variabili di controllo sono state considerate alcune caratteristiche socio-demografiche dei partecipanti (età, genere, titolo di studio), nonché il modello genitoriale (presenza/assenza di un modello imprenditoriale familiare), che si è dimostrato essere un predittore dell'intenzione imprenditoriale, spesso trasmessa di padre in figlio (Laspita *et al.*, 2012).

4

Metodo

4.1. Partecipanti e procedure

Alla ricerca hanno partecipato 71 candidati a due differenti corsi di formazione, entrambi nell'ambito delle energie rinnovabili, volti a sostenere, come obiettivo, la creazione di nuove opportunità imprenditoriali sul territorio cagliaritano.

Il campione è composto da 47 uomini e 22 donne (2 partecipanti non hanno risposto a questa domanda) di età compresa tra i 18 e i 59 anni ($M = 32,36$ anni, d.s. = 9,47). Relativamente al titolo di studio, 8 partecipanti hanno conseguito il diploma della scuola media inferiore, 52 della scuola media superiore e 10 la laurea (1 partecipante non ha fornito informazioni sul titolo di studio posseduto). L'81,7% dei soggetti ha un modello genitoriale imprenditoriale. La somministrazione del questionario è avvenuta individualmente e su base volontaria durante la fase di selezione per la partecipazione ai due corsi di formazione.

4.2. Strumenti

La presenza o meno di un modello genitoriale di tipo imprenditoriale è stata misurata attraverso 2 item con formato di risposta dicotomica (no/sì): "Uno o

entrambi i suoi genitori è attualmente proprietario di un’impresa”, “Uno o entrambi i suoi genitori è stato un imprenditore in passato”.

L’orientamento alla *locomotion* è stato misurato tramite la versione italiana della Scala di Locomotion messa a punto da Kruglanski e collaboratori (2000). La scala è costituita da 12 item in formato Likert a 6 punti (da 1 = *Complettamente in disaccordo*; a 6 = *Complettamente d'accordo*). Un item di esempio è: “Sono una persona attiva”. Precedenti studi, utilizzando anche campioni italiani, hanno dimostrato che la scala di *locomotion* presenta un’affidabilità soddisfacente (alpha di Cronbach = 0,82) (Kruglanski *et al.*, 2000). Nel presente campione, l’attendibilità della scala è di $\alpha = 0,73$ ($M = 4,99$, $d.s. = 0,48$) L’intenzione imprenditoriale è stata rilevata tramite 3 item, in formato Likert a 7 punti (da 1 = *Bassa probabilità* a 7 = *Alta probabilità*), sviluppati sulla base della letteratura (cfr., ad esempio, Krueger, Reilly, Carsrud, 2000; Crant, 1996). Un item di esempio è: “Con che probabilità aprirà un’azienda nel prossimo anno?”. L’alpha di Cronbach nel presente campione è di 0,78 ($M = 5,23$, $d.s. = 1,16$).

5 Risultati

Nella TAB. I sono riportate le correlazioni tra le variabili prese in esame nello studio (intenzione imprenditoriale, orientamento alla *locomotion*, genere, età, titolo di studio, modello genitoriale).

TABELLA I
Statistiche descrittive e correlazioni tra le variabili esaminate

	M	d.s.	1	2	3	4	5	6
1. Intenzione imprenditoriale	5,23	1,16	(0,78)					
2. Orientamento alla <i>locomotion</i>	4,99	0,48		0,44***	(0,73)			
3. Età	32,36	9,47		0,40**	0,17	–		
4. Genere				0,14	0,12	0,24*	–	
5. Titolo di studio				–0,12	–0,08	–0,22	0,10	–
6. Modello genitoriale				0,45***	0,28*	0,1	0,01	–0,02

* $p < 0,05$; ** $p < 0,01$; *** $p < 0,001$. Tra parentesi è riportata l’alpha di Cronbach di ogni scala.

Come si può osservare dalla TAB. I, le correlazioni significative più elevate sono quelle tra modello genitoriale e intenzione imprenditoriale ($r = 0,45$, $p < 0,001$) e tra quest’ultima e la *locomotion* ($r = 0,44$, $p < 0,001$). L’intenzione imprenditoriale

risulta, inoltre, significativamente e positivamente correlata con l'età ($r = 0,40$, $p < 0,001$).

L'ipotesi della ricerca circa l'effetto differenziale dell'orientamento alla *locomotion* sull'intenzione imprenditoriale è stata verificata attraverso un'analisi della regressione multipla mediante la quale i punteggi relativi all'intenzione imprenditoriale sono stati fatti regredire simultaneamente sull'orientamento alla *locomotion* e sulle variabili di controllo: variabili socio-demografiche (genere, età, titolo di studio) e variabile ambientale "modello genitoriale". I risultati di tale analisi sono riportati nella TAB. 2.

TABELLA 2

Effetto della *locomotion* sull'intenzione imprenditoriale: risultati dell'analisi della regressione multipla

	Effetto sull'intenzione imprenditoriale (β)
Età	0,311**
Genere	0,03
Titolo di studio	-0,019
Modello genitoriale	0,343***
Orientamento alla <i>locomotion</i>	0,283**

** $p < 0,01$; *** $p < 0,001$.

L'equazione di regressione spiega circa il 41% di varianza osservata nel criterio, $F(5,65) = 9,03$, $p < 0,001$. Come previsto, l'effetto dell'orientamento alla *locomotion*, controllato per l'effetto delle altre variabili, risulta significativo e positivo, $b = 0,28$, $t = 2,8$, $p < 0,01$.

6 Discussione e conclusioni

Il tema dell'intenzione imprenditoriale è oggetto di particolare interesse da parte degli studiosi dell'imprenditorialità. Ciò è dovuto al ruolo centrale che l'intenzione riveste nel determinare il passaggio all'azione imprenditoriale effettiva (Krueger, Reilly, Carsrud, 2000). Data l'importanza dell'intenzione imprenditoriale nel predire la creazione di nuove imprese, è necessario individuare i fattori che favoriscono lo sviluppo di tale intenzione. Al fine di arricchire il quadro sugli antecedenti disposizionali dell'intenzione imprenditoriale, il presente lavoro ha inteso verificare in che misura l'intenzione di diventare imprenditore potesse essere riconducibile a differenze individuali nell'orientamento alla *locomotion*. I risultati ottenuti, coerentemente con quelli di alcuni studi

di Kruglanski e colleghi (2000) sui legami tra *locomotion* e percorsi di studio intrapresi, confermano la preferenza degli individui con un elevato (*vs.* basso) orientamento alla *locomotion* per una carriera di tipo imprenditoriale. In linea con l'ipotesi iniziale, gli individui con orientamento alla *locomotion* sono maggiormente inclini ad intraprendere un'attività economica che si basa sulla proattività e che richiede una forte stabilità emotiva, un particolare ottimismo e fiducia in se stessi, nonché un forte bisogno di successo. I *locomotors* non sembrano, dunque, spaventati dagli sforzi che questo tipo di scelta richiede, né dall'ambiguità degli esiti che il fondatore di un'impresa deve affrontare. Nonostante l'esiguità del campione, il metodo di raccolta dei dati (*self-report* carta e matita) e il disegno correlazionale, i risultati del presente studio aprono un interessante filone di ricerca che crea un collegamento tra modalità di autoregolazione della condotta e imprenditorialità. In futuro, potrebbero essere condotti studi longitudinali in cui si verifichi se gli aspiranti imprenditori avviano, di fatto, un'impresa. In questi studi si potrebbe indagare il ruolo moderatore della *locomotion* nella relazione tra intenzione imprenditoriale e *start-up*. Studi precedenti (Mannetti *et al.*, 2012) hanno, infatti, dimostrato come la *locomotion* giochi un ruolo di moderatore, nelle relazioni previste dal modello dell'azione ragionata di Ajzen e Fishbein (1980), per esempio tra l'intenzione di fare esercizio fisico e il comportamento stesso. Inoltre, nonostante l'*assessment* (l'aspetto comparativo dell'autoregolazione della condotta) a livello teorico non sembra particolarmente rilevante per l'intenzione imprenditoriale, potrebbe essere coinvolto, insieme alla *locomotion*, in altri processi imprenditoriali. Recenti ricerche hanno, per esempio, dimostrato che entrambi i modi regolatori sono importanti nel processo di riconoscimento delle opportunità imprenditoriali e nel predire il successo delle piccole imprese (Amato *et al.*, 2013). I risultati finora emersi da questi studi suggeriscono, dunque, la necessità di continuare a indagare la relazione tra modi regolatori e imprenditorialità.

Riferimenti bibliografici

- Ajzen I., Fishbein M. (1980), *Understanding attitudes and predicting social behaviour*. Sage, Thousand Oaks (CA).
- Altinay L., Madanoglu M., Daniele R., Lashley C. (2012), The influence of family tradition and psychological traits on entrepreneurial intention. *International Journal of Hospitality Management*, 31, pp. 489-99.
- Amato C., Baron R. A., Barbieri B., Bélanger J., Pierro A. (2013), *Regulatory modes and entrepreneurship: The mediational role of alertness in small business success*. Abstract presentato al XII Congresso Nazionale di Psicologia Sociale (AIP), Padova (26-28 settembre, 2013).
- Avnet T., Higgins T. E. (2003), Locomotion, assessment, and regulatory fit: Value transfer from "how" to "what". *Journal of Experimental Social Psychology*, 39, pp. 525-30.

- Baron R. A. (1998), Cognitive mechanisms in entrepreneurship: Why and when entrepreneurs think differently than other people. *Journal of Business Venturing*, 13, pp. 275-94.
- Id. (2007), Behavioral and cognitive factors in entrepreneurship: Entrepreneurs as the active element in new venture creation. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 1, pp. 167-82.
- Benz M. (2009), Entrepreneurship as a non-profit-seeking activity. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 5, pp. 23-44.
- Bird B. (1988), Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention. *Academy of Management Review*, 13, pp. 442-53.
- Boyd N. G., Vozikis G. S. (1994), The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 18, pp. 63-77.
- Chen C., Greene P., Crick A. (1998), Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? *Journal of Business Venturing*, 13, pp. 295-316.
- Crant J. M. (1996), The proactive personality scale as a predictor of entrepreneurial intention. *Journal of Small Business Management*, 34, pp. 42-51.
- Davidsson P., Honig B. (2003), The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. *Journal of business venturing*, 18, pp. 301-31.
- Díaz-García M. C., Jiménez-Moreno J. (2010), Entrepreneurial intention: The role of gender. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6, pp. 261-83.
- Douglas E. J., Shepherd D. A. (2002), Self-employment as a career choice: Attitudes, entrepreneurial intentions, and utility maximization. *Entrepreneurial Theory & Practice*, 26, pp. 81-90.
- Dyer W. G., Handler W. (1994), Entrepreneurship and family business: Exploring the connections. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 19, pp. 71-83.
- Fritsch M., Rusakova A. (2011), *Entrepreneurial choice across occupations: An empirical investigation of occupation-specific 'push' and 'pull' factors*. Unpublished Manuscript, Friedrich Schiller-University Jena, Jena.
- Gartner W. B. (1989), 'Who is an entrepreneur?' Is the wrong question. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 12, pp. 47-68.
- Haus I., Steinmetz H., Isidor R., Kabst R. (2013), Gender effects on entrepreneurial intention: A meta-analytical structural equation model. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 5, pp. 130-56.
- Heinrichs S., Sacha W. (2013), *Who becomes an entrepreneur? A 30-years-review of individual-level research and an agenda for future research*. The Open Access Publication Server of the zbw – Leibniz Information Centre for Economics, in www.econstor.eu.
- Higgins E. T., Kruglanski A. W., Pierro A. (2003), Regulatory mode: Locomotion and assessment as distinct orientation. In M. P. Zanna (ed.), *Advances in experimental social psychology*. Academic Press, San Diego (CA), vol. 35, pp. 294-345.
- Hmieleski K. M., Corbett A. C. (2006), Proclivity for improvisation as a predictor of entrepreneurial intentions. *Journal of Small Business Management*, 41, pp. 45-63.
- Kolvereid L. (1996), Prediction of employment status choice intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 21, pp. 47-57.
- Krueger N. F. (1993), The impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of new venture feasibility and desirability. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 18, pp. 5-21.

- Krueger N. F., Brazael D. V. (1994), Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 18, pp. 91-104.
- Krueger N. F., Reilly M. D., Carsrud A. L. (2000), Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15, pp. 411-32.
- Kruglanski A. W., Orehek E., Higgins E. T., Pierro A., Shalev I. (2010), Modes of self-regulation. Assessment and Locomotion as independent determinants in goal pursuit. In R. H. Hoyle (ed.) *Handbook of personality and self regulation*. Blakwell Publishing, Chichester (UK), pp. 375-402.
- Kruglanski A. W., Thompson E. P., Higgins E. T., Atash M. N., Pierro A., Shah J. Y., Spiegel S. (2000), To “do the right thing” or to “just do it”: Locomotion and assessment as distinct self-regulatory imperatives. *Journal of Personality and Social Psychology*, 79, pp. 793-815.
- Lamotte O., Colovic A. (2013), Do demographics influence aggregate entrepreneurship? *Applied Economics Letters*, 20, pp. 1206-10.
- Laspita S., Breugst N., Heblisch S., Patzelt H. (2012), Intergenerational transmission of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 27, pp. 414-35.
- Learned K. E. (1992), What happened before the organization? A model of organization formation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 17, pp. 39-48.
- Mannetti L., Pierro A., Higgins E. T., Kruglanski A. W. (2012), Maintaining physical exercise: How locomotion mode moderates the full attitude-intention-behavior relation. *Basic and Applied Social Psychology*, 34, pp. 295-303.
- Markman G., Balkin D., Baron R. (2002), Inventors and new venture formation: The effects of general self-efficacy and regretful thinking. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 27, pp. 149-66.
- Pierro A., Kruglanski A. W., Higgins E. T. (2006a), Regulatory mode and the joys of doing: Effects of ‘locomotion’ and ‘assessment’ on intrinsic and extrinsic task-motivation. *European Journal of Personality*, 20, pp. 355-75.
- Idd. (2006b), Progress takes work: Effects of the locomotion dimension on job involvement, effort investment, and task performance in organizations. *Journal of Applied Social Psychology*, 36, pp. 1723-43.
- Schlaegel C., Koenig M. (2013), Determinants of entrepreneurial intent: A meta-analytic test and integration of competing models. *Entrepreneurship Theory and Practice*.
- Schmitt-Rödermund E. (2007), The long way to entrepreneurship: Personality, parenting, early interests, and competencies as precursors for entrepreneurial activity among the ‘Termites’. In R. K. Silbereisen, R. M. Lerner (eds.), *Approaches to positive youth development*. Sage, London, pp. 205-24.
- Shane S., Venkataraman S. (2000), The promise of entrepreneurship is a field of research. *Academy of Management Review*, 25, pp. 217-26.
- Shinnar R. S., Giacomin O., Janssen F. (2012), Entrepreneurial perceptions and intentions: The role of gender and culture. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36, pp. 465-93.
- Shook C. L., Priem R. L., McGee J. E. (2003), Venture creation and the enterprising individual: A review and synthesis. *Journal of Management*, 29, pp. 379-99.
- Zhao H., Seibert S. E., Lumpkin G. T. (2010), The relationship of personality to entrepreneurial intentions and performance: A meta-analytic review. *Journal of Management*, 36, pp. 381-404.

Abstract

What drives some people to an entrepreneurial career? According to the literature on the dispositional antecedents of entrepreneurial intention, this study, conducted on a sample of 71 participants, aims to investigate the relationship between orientation to locomotion and the intention to create new venture. The results confirm the hypothesis that there is a positive relationship between the two variables considered: individuals with a high (*vs.* low) locomotion orientation express a strong intention to start their own businesses. In the conclusions we discuss possible developments of this study.

Key words: *locomotion, entrepreneurial orientation, individual differences.*

Articolo ricevuto nel luglio 2013, revisione del febbraio 2014.

Le richieste di estratti vanno indirizzate a Barbara Barbieri, Dipartimento di Psicologia dei Processi di Sviluppo e Socializzazione, Sapienza Università di Roma, via dei Marsi 78, 00185 Roma; fax 06 49917652, e-mail: barbara.barbieri@uniroma1.it