

**Proyecto de grado**

**Caracterización del perfil psicológico del emprendedor santandereano y su relación con la  
auto-eficacia emprendedora**

**Por:**

**Paula Alexandra Báez Pérez**

**Diana Fernanda León Pineda**

**Director**

**Ps. Germán Solís Uribe**

**Universidad Autónoma de Bucaramanga**

**Facultad de Ciencias de la Salud**

**Programa de Psicología**

**Floridablanca**

**2019**

**Proyecto de grado**

**Caracterización del perfil psicológico del emprendedor santandereano y su relación con la  
auto-eficacia emprendedora**

**Paula Alexandra Báez Pérez**

**Diana Fernanda León Pineda**

**Universidad Autónoma de Bucaramanga**

**Facultad de Ciencias de la Salud**

**Programa de Psicología**

**Floridablanca**

**2019**

## **Tablas de Contenido**

Resumen	8
Planteamiento del problema	9
Objetivos	13
Objetivo General	13
Objetivos Específicos	13
Antecedentes	14
Marco teórico	17
Fundamentos Teóricos de Emprendimiento	18
Tipos de Emprendimiento	19
Características de un Emprendimiento Exitoso	22
Diferencia entre Emprendimiento y Emprendedor	24
Fundamentos Teóricos de Emprendedor	24
Tipos de Emprendedores	26
Características Psicológicas de los Emprendedores	28
Cómo Medir los Rasgos de Personalidad del Emprendedor	30
Fundamentos Teóricos de la Autoeficacia	34
Estado del Arte del Concepto de Autoeficacia	38
Evolución del concepto de Autoeficacia Emprendedora	41
Dimensiones del Constructo de Autoeficacia Emprendedora (ESE)	42
Estadística Descriptiva	44
Puntuaciones Z	45
Estadística Inferencial	45
Metodología	47
Tipo de investigación:	47
Alcance descriptivo	48
Alcance Correlacional	49
Diseño	49
Participantes	50
Técnicas e instrumentos para recolectar los datos	52

Cuestionario para la medición de Aptitudes Gerenciales y de Emprendimiento(NLS)	52
Escala de Auto-eficacia Emprendedora (ESE)	57
Procedimiento general	58
Prueba de Hipótesis	60
Discusión	70
Conclusiones	76
Referencias	78
Anexos	82

### **Lista de Tablas**

<b>Tabla 1.</b> Instrumentos de evaluación para rasgos específicos de la personalidad	29
<b>Tabla 2.</b> Baterías de evaluación para rasgos de la personalidad	30
<b>Tabla 3.</b> Estado del arte para el concepto de autoeficacia	35
<b>Tabla 4.</b> Prueba t de NLS (Personalidad Emprendedora)	60
<b>Tabla 5.</b> Prueba t de NLS (Aptitud Gerencial)	61
<b>Tabla 6.</b> Puntuaciones t de ESE	62
<b>Tabla 7.</b> Correlación NLS con ESE	63

### **Lista de Gráficos**

<b>Gráfico 1.</b> Distribución de la muestra según el género	47
<b>Gráfico 2.</b> Gráfico 2. Distribución de la muestra según edades	48
<b>Gráfico 3.</b> Análisis de datos por número de casos para cada variable (Personalidad Emprendedora)	57
<b>Gráfico 4.</b> Análisis de datos por número de casos para cada variable (Aptitud de Gerencial)	58
<b>Gráfico 5.</b> Análisis de datos por número de casos para prueba de Autoeficacia emprendedora	59

## **Resumen**

En los últimos años, el interés por estudiar el emprendimiento está cada vez más en aumento, debido a que es un tema común a nivel mundial por sus implicaciones en el incremento del empleo y en el crecimiento económico de los países. En el presente proyecto se realizó una investigación cuantitativa con un alcance descriptivo y correlacional bajo el diseño transaccional correlacional-causal, cuyo objetivo principal es caracterizar el perfil del emprendedor santandereano a partir del análisis de un conjunto de variables psicológicas asociadas a rasgos de personalidad y auto-eficacia emprendedora en una muestra de 60 empresarios santandereanos, mediante la aplicación del Cuestionario para la medición de Aptitudes Gerenciales y Emprendimiento (NLS) y la Escala de Auto-Eficacia Emprendedora: “Entrepreneurial Self-Efficacy” (ESE), a fin de poder encontrar particularidades en el perfil del emprendedor santandereano. Se realizó una prueba estadística para comparar los resultados de la muestra con la población de referencia (muestra utilizada en la validación del NLS) y se correlacionaron las puntuaciones de los dos instrumentos, encontrándose que no hay diferencias significativas entre los grupos. Los resultados de este trabajo ayudarán a seguir alimentando el campo de investigación del emprendimiento, comprendiendo los actuales índices de fracaso en el país y la región.

**Palabras claves:** emprendedor, emprendimiento, personalidad, auto-eficacia, psicología.

### **Abstract**

In recent years, the interest in studying entrepreneurship is increasingly increasing, because it is a common theme worldwide because of its implications for increasing employment and economic growth of countries. This project was carried out a quantitative investigation with a descriptive and correlational scope under the correlational-causal transactional design, whose main objective is to characterize the profile of the entrepreneur from Santander based on the analysis of a set of psychological variables associated with personality traits and entrepreneurial self-efficacy in a sample of 60 Santander entrepreneurs, through the application of the Questionnaire for the measurement of Management Skills and Entrepreneurship (NLS) and the Entrepreneurial Self-Efficiency Scale: “Entrepreneurial Self-Efficacy” (ESE), in order to find particularities in the profile of the Santander's entrepreneur. A statistical test was performed to compare the results of the sample with the reference population (sample used in the validation of the NLS) and the scores of the two instruments were correlated, finding that there are no significant differences between the groups. The results of this work will help to continue feeding the research field of entrepreneurship, understanding the current failure rates in the country and the region.

**Key Words:** entrepreneur, entrepreneurship, personality, self-efficacy, psychology.



## **Caracterización del Perfil Psicológico del Emprendedor Santandereano y su Relación con la Auto-Eficacia Emprendedora**

El emprendimiento es sin duda un elemento clave para el desarrollo económico de Santander, es decir, que a mayor emprendimiento empresarial, mayor será el aumento de los ingresos públicos que permitirán una mejor inversión social, además de ser una tarea prioritaria para impulsar la productividad de la región. Por otra parte, la creación de una empresa contribuye a la generación de empleos y a la activación de la economía local, en donde los individuos y sus acciones, impactarán con mayor énfasis en los resultados referentes a calidad y nivel de vida de la sociedad en la que se desarrollan. Cifras actuales apuntan que Santander es la región líder (después de Bogotá) en la generación de nuevas empresas, de las cuales un gran porcentaje tiene niveles de rentabilidad importantes (Rodríguez, 2018).

No obstante, según los indicadores de la Cámara de Comercio, de las 13 mil empresas que se crean en Santander en promedio cerca del 85% está condenada a morir en los primeros cinco años (Rodríguez, 2018); por esta razón, es fundamental ofrecer oportunidades y crear proyectos que permitan el fortalecimiento empresarial de la región, además de continuar indagando en las posibles causas de la presente crisis, que pese a la alta demanda de proyectos empresariales que hoy en día está siendo auge entre la población más joven de Santander, no alcanza a cubrir las expectativas esperadas a nivel económico y personal.

Dadas las cifras anteriores se pone en evidencia que en Santander existe una gran iniciativa por emprender nuevos proyectos, sin embargo, los altos números de fracaso demuestran que no es una tarea sencilla y que algunos sujetos no cuentan con el mismo éxito que otros a la hora de crear una empresa, pues la falta de organización para planear y llevar cabo una determinada idea

puede llegar a ser una limitación para el desarrollo y el mantenimiento de la misma. Gutiérrez (2019) afirma que para llevar a cabo adecuadamente un proyecto se requiere de creatividad para generar una buena idea, contar con las habilidades y recursos necesarios para volverla realidad, y poseer las capacidades adecuadas para llevar una buena planificación, organización, dirección y control del proyecto. Para lograr cumplir con esta tarea, se requiere que el emprendedor posea además de los factores mencionados, una serie de componentes de tipo psicológico que en muchos casos no son tenidos en cuenta al momento de ejecutar y poner en marcha la idea de negocio. Por esta razón, se realiza la revisión de literatura donde se hacen evidentes una serie de características psicológicas que deben estar presentes en los emprendedores que logran tener éxito en el cumplimiento de su propósito.

Dicho lo anterior, a lo largo del tiempo los investigadores han insistido en buscar el perfil psicológico de un potencial emprendedor. Pero primero, es importante comenzar a entrar en contexto acerca de lo que significa emprendimiento y para ello a partir de la revisión bibliográfica, se construyó la siguiente definición: “el emprendimiento hace referencia a llevar adelante un negocio, iniciar un cambio social, crear un producto innovador o presentar una nueva solución que mejore la vida de un grupo de personas que persiguen un determinado fin económico, político o social, haciendo frente a diversas dificultades o peligros”.

McClelland (1961) considera que el emprendedor presenta atributos como: originalidad e innovación, moderada aversión al riesgo, aceptación de sus responsabilidades, conocimiento de los resultados de sus actos, planificación en base al largo plazo. También la literatura suele coincidir en asociar a los emprendedores atributos como la necesidad de logro, la autoconfianza y el optimismo, la creatividad y la autonomía (Davidsson, 1989; Boydson et al., 2000). Sin

embargo, pese a que existen innumerables perfiles que caracterizan algunas de las habilidades, cualidades o atributos propios del emprendedor, no ha sido posible establecer un perfil con características concretas en la actualidad (García Lillo y Marco Lajara 1999, Hernández, 1995; Naffziger et al., 1994).

Considerando que estos factores psicológicos no han sido suficientes para complementar y garantizar el mantenimiento y éxito de una empresa, Chao Chen, Vicepresidente chino de la Asociación Internacional de Investigación de Gestión Empresarial de China, plantea otro componente importante que se debe tener en cuenta al momento de emprender. Chen aporta el término de auto-eficacia emprendedora o Entrepreneurial Self-Efficacy, quien lo define como: “la fuerza de las creencias de una persona de que, él o ella, es capaz de desarrollar exitosamente varios de los roles y tareas del emprendimiento”. Dicho en otras palabras, hace referencia al “**juicio positivo** para predecir la probabilidad de que un individuo sea un empresario” (León, 2013).

A partir de este concepto, Chen ideó una escala denominada Entrepreneurial Self-Efficacy (ESE) que nos ayuda a entender que la persona que no solo tiene unas determinadas propiedades y características distintivas de otras, sino que tiene todo un mapa de pensamiento, un proceso cognitivo especial que le permite controlar sus estados emocionales y que tiene una fuerte creencia en las habilidades que posee, con las cuales es capaz de realizar el emprendimiento (Bandura, Self-Efficacy: Toward a Unifying Theory of Behavioral Change., 1977) (Chen, 1998). Las dimensiones que conforman esta escala comprende: el posicionamiento en el mercado, el desarrollo de productos, el liderazgo de recursos clave, la gestión y la construcción de un entorno innovador. Por consiguiente y dada la complejidad de la conducta emprendedora, resulta

necesario contar con diferentes dimensiones que permitan evaluar en qué áreas la persona se considera eficaz para crear y gestionar su propia empresa, y en cuáles debería centrar su formación para mejorar sus falencias.

En definitiva, tanto el nuevo mercado laboral como los cambios en las orientaciones personales hacia el trabajo, sugieren que el autoempleo va a ser cada vez una realidad más extendida en el contexto. Por lo que, desde la Psicología se debe ofrecer un aporte para que esta tendencia hacia el autoempleo sea beneficiosa tanto para las personas como para la sociedad a la hora de fortalecer y dinamizar la actividad económica, y reducir el nivel de fracaso. Esta demanda social de creación de nuevas empresas ha generado una amplia investigación desde diferentes disciplinas científicas como la Economía, la Administración de Empresas o la Sociología. Sin embargo, se considera necesario el estudio de este fenómeno desde la Psicología, ya que el éxito en la creación de una nueva empresa depende fundamentalmente de la persona emprendedora que arriesga sus recursos para trabajar por cuenta propia (Moriano, Palací & Morales, 2006)

Este estudio tiene por finalidad seguir alimentando con nueva información el campo investigativo, teniendo en cuenta que no se han desarrollado metodologías específicas para medir rasgos de personalidad y auto-eficacia emprendedora en los emprendedores santandereanos, tomando para ello una muestra de empresarios que a lo largo de su vida y experiencia laboral, se puedan considerar como emprendedores teniendo en cuenta algunos criterios que definen el perfil de emprendimiento. Se buscará encontrar similitudes o diferencias respecto a la población general dentro de cada uno de los factores psicológicos mencionados anteriormente, logrando caracterizar el perfil del emprendedor en Santander. Asimismo, se

quiere llegar a determinar si dichos factores influyen en las razones por las que actualmente fracasan las empresas en la región, llegando a encontrar irregularidades que lo diferenciarán del perfil clásico emprendedor de otros países o de investigaciones previas.

Como punto de partida, se planteó el siguiente cuestionamiento: ¿Cuál es la relación existente entre el perfil psicológico de emprendimiento y la auto-eficacia emprendedora en una muestra de empresarios santandereanos?

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Caracterizar el perfil del emprendedor santandereano a partir del análisis de un conjunto de variables psicológicas asociadas a rasgos de personalidad y auto-eficacia emprendedora en una muestra de empresarios santandereanos, mediante la aplicación del Cuestionario para la medición de Aptitudes Gerenciales y Emprendimiento (NLS) y la Escala de Auto-Eficacia Emprendedora: “Entrepreneurial Self-Efficacy” (ESE), a fin de poder encontrar particularidades en el perfil del emprendedor santandereano.

### **Objetivos Específicos**

- a) Describir la Personalidad Emprendedora respecto a las diferencias encontradas con la población general, a partir de la prueba t de comparaciones de medias.
- b) Contrastar la Aptitud Gerencial respecto a las diferencias encontradas con la población general, a partir de la prueba t de comparaciones de medias.

- c) Realizar una correlación entre los resultados encontrados en las pruebas aplicadas para concluir si existe o no relación entre las dimensiones de autoeficacia emprendedora y los factores psicológicos y gerenciales de los empresarios santandereanos.

### **Antecedentes**

En la revisión de la literatura se encontraron diferentes investigaciones que de igual manera buscan resaltar la importancia de estudiar a profundidad aquellas características y factores psicológicos que posee un individuo al momento de emprender un nuevo negocio. En una primera revisión bibliográfica se encontró que en el artículo titulado *“El Perfil del Emprendedor y los Estudios Relacionados a los Emprendedores Iberoamericanos”* de los autores Sebastián Il Sung Park<sup>1</sup> y Sergio Duarte Masi, la falta de trabajo y la pobreza son problemas comunes en Iberoamérica. Siendo las pequeñas empresas las de mayor fuente creadora de trabajo en la región, surge la importancia de fomentar la labor del emprendedor para atacar la pobreza. La presente revisión bibliográfica explora las teorías relacionadas al perfil del emprendedor y las investigaciones hechas sobre el mismo en Iberoamérica. Del análisis de estos estudios, se destacan algunas características que refieren a las principales cualidades del emprendedor, como ser: personas innovadoras, creativas, que ven las oportunidades donde los demás solo perciben la rutina, tolerancia al fracaso, perseverancia, necesidad de logro, motivación, optimismo, trabajo arduo, concentración y disfrutar siendo emprendedor. Se observa también la importancia de las investigaciones sobre el emprendedor de cada país, debido a las diferentes situaciones que se encuentran en el entorno externo y la cultura de cada uno de ellos (Sung y Masi, 2015).

A modo de conclusión, los autores Sung y Masi resaltan que la cantidad y la calidad de las investigaciones tienen una relación directa con el nivel de desarrollo de cada país. Inclusive la

infraestructura para fomentar el emprendimiento tendría la misma relación. De todo ello, se puede llegar a inferir que la falta de estudios sobre el emprendedor y la falta de infraestructura para el fomento del emprendedor llevan a la falta del trabajo, y la falta del trabajo induce a la pobreza del país, la cual completando un ciclo vicioso, lleva a la falta de estudio y de infraestructura para el emprendimiento. Sugieren fomentar el estudio sobre la situación del emprendedor como parte de la lucha contra la pobreza en cada país.

Por otra parte, en México se realizó una investigación en el año 2009 titulada “*Fundamentos Psicológicos de la Autoeficacia Emprendedora en Jóvenes Mexicanos*” donde al igual que el anterior, muestra la importancia de factores psicológicos y la autoeficacia en los procesos de emprendimiento. En este caso se tomó una muestra de 58 jóvenes mexicanos del campus de la ciudad de Puebla. Los datos obtenidos a través del análisis de ecuaciones estructurales revelan que tanto la satisfacción vital como la inteligencia emocional influyen en la iniciativa de crear un nuevo proyecto empresarial (Salvador & Morales, 2009).

Un tercer estudio titulado “*Actitud Emprendedora y Estilos emocionales. Contribuciones para el Diseño de la Formación de Futuros Emprendedores*” realizado por las estudiantes de la Universidad Simón Bolívar-Venezuela Emilse Durán y Diana Arias en 2016, buscó analizar la relación que existe entre la actitud emprendedora de un individuo y los estilos emocionales que posee. Participaron 259 estudiantes venezolanos, de los cuales 94 eran de la Universidad Central de Venezuela, inscritos en las carreras de Administración y Contaduría, y 165 de la Universidad Simón Bolívar, cursantes de ingenierías y carreras cortas administrativas e industriales, a través de una metodología descriptivo-correlacional, con un diseño no experimental. Entre los resultados se encontró que una persona con alta actitud hacia el emprendimiento tiene una

relación negativa con el estilo emocional de rumiación. En específico, la proactividad se relaciona de forma negativa con la inhibición y la rumiación, y el optimismo solo con la rumiación. Entre las orientaciones para el diseño de planes de formación deberá considerarse el ejecutar un diagnóstico de las características del futuro emprendedor, incorporar de forma transversal el desarrollo de la actitud emprendedora en cuanto a optimismo y proactividad, además de enseñar el manejo y control de las emociones.

Finalmente en el estudio *“Intención Emprendedora en Estudiantes Universitarios: Integración de Factores Cognitivos y Socio-Personales”* realizado por las estudiantes de la Universidad Simón Bolívar- Venezuela Emilse Durán y Diana Arias en 2015, buscó analizar la existencia o ausencia de relación entre la intención emprendedora y un conjunto de variables cognitivas (autoeficacia emprendedora, actitud emprendedora y estilo emocional) y variables sociopersonales (sexo, experiencia laboral, trabajar actualmente, poseer una empresa familiar, vivir con padres o no) en estudiantes universitarios. Entre los resultados se encontró que se encontró que una alta autoeficacia para el liderazgo de recursos claves y un bajo estilo emocional de rumiación, contribuyen con la intención de emprender.

Los estudios que a través de una revisión y búsqueda fueron seleccionados entre otros tantos, son de utilidad para dar sustento y explicación a la presente investigación que en primera instancia quiere dar a conocer, explicar y reflejar la importancia de estudiar diversos elementos en la muestra seleccionada como lo serán los emprendedores de la región, destacando la influencia de los rasgos de personalidad y la auto-eficacia emprendedora. Son numerosos los estudios teóricos y empíricos que tienen como objetivo esta cuestión, aunque habitualmente abordan aspectos parciales, no existiendo además una sistematización generalmente aceptada.



Los primeros estudios clásicos enfatizaban exclusivamente en la figura del emprendedor, presentando, por tanto, una naturaleza unidimensional con escasa capacidad explicativa; en otras ocasiones, el foco de atención lo han constituido aspectos de la gestión interna, dejando en un segundo plano la consideración de variables pertenecientes al ámbito externo.

En conclusión es posible evidenciar a lo largo de la literatura que el entorno laboral está sufriendo grandes y complejos cambios, siendo con toda probabilidad la innovación tecnológica la que abre nuevos “camino empresariales” (Salvador, 2008). Junto a ello, hay quienes consideran que el avance tecnológico está dando paso al autoempleo (Morian, Palací y Morales, 2006). Por consiguiente, según Palací y Moriano (2003), se puede llegar a considerar el autoempleo como la vía de inserción y desarrollo profesional que cada día está adquiriendo un mayor auge. Esta modificación en el entorno laboral implica un cambio en las orientaciones y competencias personales, así como en la nueva forma de desempeñar su labor.

### **Marco teórico**

El marco teórico que fundamenta esta investigación permite dar a conocer los conceptos básicos que proporcionarán al lector una mirada amplia para comprender el desarrollo de este proyecto.

Inicialmente se explicarán los fundamentos teóricos del concepto de emprendimiento para conocer las diferentes definiciones que desde la literatura a lo largo del tiempo que se han ido aportando por medio de la postura de varios autores. Seguidamente se abordarán los dos tipos de emprendimiento propuestos: por necesidad y por oportunidad, donde se explorarán las

características de cada uno y su importancia en la formación de un proyecto exitoso. Esto con el fin de establecer una línea base desde el concepto actual de emprendimiento, para identificar las diferencias que puedan llegar a tener los tipos de emprendimiento presentados y la relación en función al nivel de éxito alcanzado por cada uno.

Posteriormente se plantea la diferencia entre los conceptos de emprendimiento y emprendedor para que el lector logre discriminar con claridad cuando se habla de un concepto u otro. A partir de esta información se introduce el término de emprendedor mediante la revisión del concepto según diferentes autores y los tipos de emprendedores propuestos que han convergido en distintas investigaciones, con el objetivo de discernir la forma en que proceden al momento de emprender un proyecto, puesto que cada uno tiene rasgos de personalidad distintos que los llevan a actuar y pensar de forma diferente, permitiendo una clasificación. Dicho lo anterior se incluye la importancia de la psicología en el emprendimiento a partir de la descripción de los rasgos de personalidad que influyen en este proceso y las formas que se emplean para su medición.

Finalmente se desarrollan los fundamentos teóricos del concepto de autoeficacia realizando un recorrido desde los diferentes planteamientos que se han realizado a lo largo de los años con el objetivo de que el lector tenga claridad sobre el origen del término y la diferencia con la autoeficacia emprendedora resaltando sus implicaciones y la importancia para el desarrollo de un emprendedor. Se concluye mencionando las pruebas con las cuales es posible llevar a cabo el análisis de los resultados obtenidos durante la evaluación de los factores que describen y caracterizan el perfil del emprendedor.

## **Fundamentos Teóricos de Emprendimiento**

**Concepto de emprendimiento.** El concepto de emprendimiento ha surgido diversos cambios a lo largo del tiempo. Autores como Howard Stevenson, consideran que el emprendimiento es la búsqueda de oportunidades independientemente de los recursos controlados inicialmente. Para Turgot el emprendimiento es el resultado de una decisión tomada por un capitalista (comprar tierra, prestar o arriesgar). Autores han denominado el emprendimiento como una oportunidad de negocio que intervienen variables como el contexto en el cual se va a desempeñar y el fin con que se pondrá en desarrollo. La variedad de definiciones encontradas en la literatura sobre el emprendimiento permitió crear una que complemente e integre los factores más importantes del concepto: El emprendimiento hace referencia a la acción que ejerce una persona denominada emprendedora que posee habilidades que le permiten llevar adelante un negocio, iniciar un cambio social, crear un producto innovador o presentar una nueva solución que mejore la vida a un grupo de personas, persiguiendo un determinado fin económico, político o social, haciendo frente a diversas dificultades o peligros.

### **Tipos de Emprendimiento**

Desde el 2001, el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) se ha diferenciado entre dos tipos diferentes de emprendimientos: emprendimiento por necesidad y emprendimiento por oportunidad. Reyn (2002), manifiesta que la diferencia entre los dos tipos de emprendimientos está en la motivación de los empresarios para iniciar su empresa. Los emprendimientos de oportunidad son vistos como el inicio de un negocio con el fin de perseguir una oportunidad, mientras que los emprendimientos por necesidad son desarrollados teniendo como base la necesidad de una persona por suplir algunas condiciones básicas.

**Emprendimiento por oportunidad.** Casson (1982) define el emprendimiento por oportunidad como una situación en la que los bienes o servicios nuevos se pueden introducir y vender a un precio superior a su coste de producción; es decir, cuando se identifica una ocasión de negocio donde son más las ganancias que la inversión. Estas oportunidades de emprender un negocio son de naturaleza objetiva, pues, tiene un fin específico, el de ser desarrolladas. Sin embargo, “es subjetiva la forma en que cada persona decide explotar dicha oportunidad” (Shane y Venkatamaran, 2000). Esos dos pasos indispensables de identificar y explotar la oportunidad empresarial sólo los cumplen algunas personas y eso es debido a que en este proceso están implicados dos aspectos subjetivos: En primer lugar, se encuentra la información previa que se obtiene a través de la educación de la industria, la cual es importante para identificar las oportunidades de emprendimiento (Shane, 2000). En segundo lugar, están las propiedades cognitivas específicas, necesarias para descubrir el valor de una oportunidad. Una persona sólo explota una oportunidad cuando ésta tiene un valor esperado más alto que el costo de su desarrollo, considerándola como la mejor alternativa. Además, se plantea que los individuos más propensos a explotar con mayor facilidad las oportunidades de emprendimiento son quienes tienen disponibilidad de un amplio capital o lazos sociales fuertes que les permiten la obtención de los recursos que necesitan (Aldrich y Zimmer, 2002). En la mayoría de los casos los emprendedores que presencian una nueva oportunidad de emprendimiento suelen dejar voluntariamente su puesto de trabajo remunerado para iniciar el desarrollo de la nueva oportunidad. Sin embargo, también existen quienes desarrollan la oportunidad empresarial de forma simultánea mientras se desempeñan en su trabajo remunerado.

**Emprendimiento por necesidad.** La GEM introdujo el término necesidad en 2001, donde comunicó que a diferencia del emprendimiento por oportunidad donde se reflejaba una búsqueda voluntaria de oportunidades, este emprendimiento por necesidad reflejaba la necesidad de participar en dicha actividad de búsqueda de oportunidades por ausencia de una estabilidad de empleo.

Cuando una persona deja su trabajo anterior involuntariamente por razones como el cierre de su lugar de trabajo o que fue despedido, se interpreta que fue empujada por factores externos a buscar nuevas formas de emprendimiento. Sin embargo, estas no son las únicas razones por las cuales se puede considerar un emprendimiento por necesidad, pues, la persona también podría salir voluntariamente de su lugar de trabajo después de presentar alguna insatisfacción (Joern y Wagner, 2010).

Aunque entre los dos tipos de emprendimientos mencionados existen múltiples diferencias, se puede sumar una más, el factor de éxito. Joern y Wagner (2010) afirman tras una investigación realizada que las oportunidades aprovechadas por los empresarios de oportunidad son generalmente más rentables que las que son explotadas por los empresarios por necesidad. Aunque el factor de rentabilidad no es el único que determina cuando un emprendimiento logra ser exitoso, si es uno de los determinantes más importantes para llegar a tal conclusión. Algunas de las razones que pueden sustentar la relación del nivel de éxito con los emprendimientos por oportunidad son: En primer lugar, los emprendimientos por oportunidad se desarrollan sobre un nivel de motivación que va más encaminado hacia la satisfacción personal, que a diferencia de los emprendimientos por necesidad, este último se desarrolla bajo un nivel de motivación enfocada a saciar la necesidad de una estabilidad laboral. En segundo lugar, los recursos que

pueden respaldar los emprendimientos por oportunidad son más fuertes que los recursos que pueden obtener los emprendimientos por necesidad, donde el individuo parte de no contar con un capital lo suficientemente grande, ni unos ingresos fijos como un salario para sostener el proyecto con menor dificultad (Joern y Wagner, 2010).

Por tal motivo, se establece que existe una relación estrecha entre los factores determinantes del éxito con los emprendimientos desarrollados por oportunidad. Asimismo se concluye que al existir un emprendimiento exitoso, el individuo que lo está liderando y explotando se le considera como un emprendedor exitoso.

### **Características de un Emprendimiento Exitoso**

Para lograr determinar cuándo un emprendimiento es exitoso o no, es necesario identificar las variables que están brindando soporte al momento de su desarrollo. Teniendo en cuenta los criterios y opiniones de expertos en el ámbito económico y empresarial, se contó con la participación de Germán Darío Leuros, docente actual de la Universidad Autónoma de Bucaramanga, quien resaltó la importancia de algunas variables que considera deberían estar presentes al momento de iniciar un emprendimiento, o en su defecto que se deben ir desarrollando en las primeras fases de su lanzamiento. Dichas variables son explicadas a continuación:

**La Creatividad.** Se entiende por creatividad empresarial, a la innovación; ya sea con el fin de crear productos o servicios desde cero o con el fin de evolucionar los aspectos relacionados con la oferta en una región. Se puede crear un mercado, proceso, producto, servicio y de la misma manera estos anteriores pueden evolucionar, mejorando aspectos como la calidad, el precio y la

velocidad de producción. Para el ambiente empresarial, la innovación por sí sola no constituye creatividad, dado que esta última es un proceso de innovación que se ajusta a la necesidad latente que pronostique una aceptación de la idea.

**Alianzas estratégicas.** Capacidad de unión con otras empresas con el objetivo de generar apoyo mutuo para lograr beneficios para las partes que la conforman.

**Permanencia en el tiempo.** Tiempo en el cual la empresa se ha logrado mantener y participar dentro de la región ofreciendo sus productos o servicios.

**Utilidad.** Es la ganancia que la empresa obtiene después de realizar los descuentos correspondientes al IVA, gastos de producción, pago de empleados. Se trata de la ganancia concreta, que el sujeto o la empresa recibe en mano para ser invertida de forma libre.

**Estudio prospectivo de éxito o viabilidad en el tiempo.** Considerada como la capacidad para prever cambios en las condiciones de desarrollo del mercado y de la misma manera los índices de oferta-demanda que dinamizan el flujo de clientes reales y potenciales.

**Análisis financiero.** Estudio que se hace de la información contable, mediante la utilización de indicadores y razones financieras.

**Análisis de mercados.** Estudio de mercado es el conjunto de acciones que se ejecutan para saber la respuesta del mercado (Target (demanda) y proveedores, competencia (oferta)) ante un producto o servicio. Se analiza la oferta y la demanda, así como los precios y los canales de distribución.

**Sustentabilidad jurídica.** Considera el conocimiento que se tenga de la empresa como figura jurídica, poseer conocimiento de la normativa vigente para el área de desempeño empresarial (salud, alimentación, transporte) y poseer conocimiento de la normativa contable básica (pago de impuestos, declaración de ingresos).

**Viabilidad técnica.** Hace referencia al conocimiento que se tiene acerca de la empresa, evaluando previamente sus necesidades a fin de poder identificar los factores que se deben intervenir para la mejora del mismo, determinando si es posible llevar a cabo el proyecto de forma satisfactoria, con el objetivo de resguardar el sentido final de la propuesta.

### **Diferencia entre Emprendimiento y Emprendedor**

El emprendimiento hace referencia al proyecto que busca ser desarrollado por medio de diferentes ideas y oportunidades y el emprendedor, es la persona que tiene claro su proyecto de emprendimiento ya planificado para comenzar a cumplir con los objetivos previamente planteados.

### **Fundamentos Teóricos de Emprendedor**

**Concepto de emprendedor.** La palabra emprendedor tiene su origen en el francés *entrepreneur* (pionero), y en un inicio se usó para denominar a aquellos que se lanzaban a la aventura de viajar hacia el Nuevo Mundo, tal como lo había hecho Colón, sin tener ningún tipo de certeza respecto a qué iban a encontrar allí. Dicho concepto ha surgido cambios a lo largo del tiempo gracias a los diferentes aportes que se han realizado desde varios autores, los cuales manifiestan que el emprendedor debe poseer algunos atributos que le permitirán poner en marcha



un proyecto que dé solución a una necesidad o problemática de un grupo de personas desde múltiples campos de acción, ya sea, empresarial, educativo, social o cultural, los cuales persiguen un fin determinado que puede ser lucrativo económicamente o no. Schumpeter (1932) plantea que los empresarios presentan algunos atributos como: portadores de riesgos con iniciativa, autoridad o previsión, cualidades con pequeño alcance dentro de la rutina de un flujo circular.

Desde años anteriores, autores han categorizado al emprendedor desde el área económica donde su campo de acción es únicamente crear una empresa para saciar la necesidad de un grupo de personas generando un lucro económico; como es el caso de Say, quien afirma que la función del emprendedor consiste en entender la forma en que funcionan los procesos y el mercado, y luego, transferir ese entendimiento a la configuración de productos comercializables que satisfagan las necesidades de la demanda.

Sin embargo, actualmente el emprendedor no solo se caracteriza por tener una serie de atributos y crear una empresa con ánimo de lucro, también existen individuos que logran encaminar un proyecto social, cultural o educativo, buscando solucionar alguna problemática en un grupo de personas sin buscar un fin económico, pues, la remuneración que buscan es un reconocimiento social. Al igual que las personas que crean empresa con fines lucrativos, estas personas que su fin es un reconocimiento social también son llamados emprendedores. Como lo afirma Formichella (2004): “el ingrediente de actuar bajo incertidumbre es la principal característica que distingue hoy a un emprendedor y, si bien el término se asocia especialmente a quien comienza una empresa comercial, también puede relacionarse a cualquier persona que decida llevar adelante un proyecto, aunque éste no tenga fines económicos”.

Aunque existen emprendedores con fines diferentes que presentan atributos que les permiten ser llamados como tal, todos ellos empalman con el objetivo principal de donde nace el proyecto y es solucionar una problemática o saciar alguna necesidad que tenga un grupo de personas asumiendo y soportando los riesgos que dominan el comportamiento del mercado (Thornton, 1998).

### **Tipos de Emprendedores**

Durante siglos, el enfoque del emprendimiento empresarial ha sido: lo que funcionó para un emprendedor funcionará para todos los demás, porque, después de todo, todos los emprendedores son iguales. Una investigación realizada en el año 2017 por Joe Abraham fundador de BOSI Global y publicada en la revista Forbes, demuestra que no todos los empresarios están "conectados" de la misma manera y menciona que los emprendedores se dividen en cuatro tipos distintos donde aprovechan fortalezas, debilidades y tendencias únicas que son típicas de cada tipo específico de emprendedor:

**Constructor.** Estas personas miden el éxito a través de una lente muy singular: la infraestructura. Impulsa las decisiones que toman y la estrategia que crean y despliegan. No están satisfechos con una cierta cantidad de ingresos personales o buena voluntad hacia el hombre. Son individuos parecidos a Pied Piper que son maestros reclutadores de talento, inversores y clientes.

**Oportunista.** Estas personas son promotores maestros altamente optimistas. Disfrutan de marketing y venta. Logran detectar oportunidades en el momento oportuno de hacer dinero, saltar en el momento adecuado, aprovechar la ola de crecimiento y (con suerte) saltar en la cima. El oportunista mide el éxito en función de la cantidad de dinero que ganan (o harán)

cuando no están trabajando. Por lo tanto, se sienten atraídos por las oportunidades de negocios donde se puede usar el apalancamiento para crear ingresos residuales y de renovación. Suelen tener un comportamiento impulsivo al momento de tomar decisiones.

**Especialista.** Son aquellos emprendedores que han pasado por años de escolaridad, aprendizaje o capacitación en el trabajo, esto lo lleva a ser muy analítico al momento de tomar decisiones y determinar las consecuencias y ganancias que le dejarán asumir un riesgo en el desarrollo de un emprendimiento. Miden el éxito en función de sus ingresos personales.

**Innovador.** Los innovadores se caracterizan por que les surge una oportunidad de negocio a su alrededor cuando están haciendo algo que aman. Generalmente estos emprendedores permanecen en una zona de su negocio donde quieren inventar, diseñar y hacer pequeños retoques en pro del desarrollo de su proyecto de emprendimiento. Estos emprendedores no los motiva una remuneración económica, pues se apasionan con los proyectos que emprenden porque es lo que aman.

Esta clasificación se da debido a que no todos los empresarios persiguen los mismos objetivos ni utilizan las mismas herramientas, y aunque existan estos tipos de emprendedores, no es correcto encasillarlos en un solo tipo, pues muchos de ellos presentan atributos de los cuatro tipos mencionados anteriormente, lo que los diferencia es que algunos presentan mayor número de atributos que caracterizan un tipo de emprendedor u otro.

## **Características Psicológicas de los Emprendedores**

Como se ha venido mencionando, no todas las personas logran ser emprendedores, pues, existen una serie de características presentes en estos individuos que les permite identificar y explotar con mayor facilidad las oportunidades de emprendimiento, lo cual los diferencian del resto de las personas.

Diversas investigaciones han determinado que existe una relación entre el comportamiento de los emprendedores y múltiples rasgos de su personalidad, sin embargo, no existe claridad en la intensidad de dicha relación. Investigaciones que han apoyado esta afirmación, han considerado que debido a la cantidad de rasgos identificados se debe determinar que sólo aquellos que han tenido fuertes argumentos científicos y que se han presentado en común en las diferentes investigaciones pueden ser considerados como los principales rasgos de la personalidad emprendedora. Este grupo de rasgos seleccionados son: locus de control interno, autoeficacia, toma de riesgo y proactividad.

El locus de control interno está relacionado con la creencia de que las acciones que uno realiza determinan los resultados que uno obtiene (Rotter, 1966). Las personas con un locus de control interno alto piensan que ellos son capaces de controlar los resultados, por lo que dedicarán más esfuerzo y persistencia hacia los resultados deseados. Por el contrario, las personas con locus de control externo pueden ser más pasivas. Si uno piensa que no es capaz de controlar los resultados, no tiene razones para cambiar activamente su entorno y comenzar un negocio (Sanchez, 2009).

El segundo rasgo de personalidad emprendedora es la autoeficacia, la cual se refiere a la convicción de que uno puede organizar y ejecutar efectivamente acciones para producir unos

resultados requeridos (Bandura, 1997; Chen, Greene, & Crick, 1998). Es una atribución de competencia personal y control en una situación dada y refleja la percepción de una capacidad personal para realizar un trabajo o tarea concreta. La autoeficacia afecta a la elección de la acción y a la cantidad de esfuerzo ejercido siendo el principal predictor individual de la elección de carrera (Bandura, 1986).

La relación entre autoeficacia y comportamiento emprendedor está justificada por diferentes motivos. En primer lugar, porque la gente evita carreras y ambientes que creen exceden sus capacidades y emprenden vocaciones para las que se juzgan capaces (Krueger & Dickson, 1994). En segundo lugar, porque la iniciativa empresarial conlleva importantes riesgos y dificultades, por lo cual los emprendedores necesitan altos niveles de autoeficacia. En tercer lugar, dado que la autoeficacia predice la elección de carrera, los intereses ocupacionales, la perseverancia ante dificultades y la efectividad personal (Bandura, 1986; Krueger & Dickson, 1994; Waung, 1995), también ha de estar relacionada con la actividad emprendedora.

Otro de los rasgos seleccionados es la propensión al riesgo, el cual se define cómo el rasgo de personalidad que determina la tendencia y disposición del individuo para asumir riesgos. Los individuos con puntuaciones altas en esta dimensión, estarán inclinados a comportamientos de alto riesgo; es decir, considerarán las alternativas cuyas consecuencias finales puedan alejarse de su marco de expectativas de resultados. Por su parte, los sujetos con baja propensión al riesgo, tenderán a comportamientos de bajo riesgo, y evitarán las alternativas que puedan causar resultados que varíen mucho de sus expectativas ((Das & Teng, 1997) citado de Sánchez, 2009). Covin y Slevin (1989), afirma que: la propensión al riesgo es, junto con la proactividad y la innovación, una de las tres dimensiones de la llamada orientación emprendedora. En este marco,

la propensión al riesgo se refiere a la disposición del sujeto a comprometerse con oportunidades bajo posibilidades de fracaso.

Finalmente el rasgo de proactividad, hace referencia a la tendencia a iniciar y mantener acciones que directamente alteran el ambiente circundante (Bateman & Crant, 1993). Las personalidades proactivas identifican oportunidades y actúan sobre ellas, muestran iniciativa, realizan acciones directas y perseveran hasta que consiguen un cambio significativo. En contraste, las no proactivas fracasan en identificar y actuar sobre las oportunidades para cambiar cosas. La proactividad implica un énfasis en anticipar y prevenir problemas antes de que ocurran y una orientación a la acción que incluye una interpretación creativa de las normas y un alto nivel de persistencia y paciencia para operar el cambio. Igualmente, este tipo de orientación de personalidad ha sido mencionado en la literatura (Krueger & Brazeal, 1994; Shapero, 1982) como un importante precursor de las intenciones y el potencial emprendedor.

### **Cómo Medir los Rasgos de Personalidad del Emprendedor**

Existen diferentes instrumentos desarrollados para la evaluación de los rasgos de personalidad emprendedora. A la hora de afrontar la evaluación de los rasgos específicos de la personalidad emprendedora, es posible identificar dos tendencias: Por una parte existe la posibilidad de utilizar diversos instrumentos diseñados para evaluar un solo constructo. Por otra parte, se han desarrollado baterías que aportan una medida conjunta de diferentes rasgos específicos de personalidad. No obstante, estas baterías presentan la limitación de no estar basadas en modelos explicativos de la personalidad emprendedora, lo que implica que no sea posible evaluar todos los rasgos específicos definidos por los modelos teóricos previos.

**Medición de rasgos de forma individual.** En la siguiente tabla se muestran los instrumentos desarrollados en el entorno laboral para la evaluación de forma separada e independiente de los rasgos de la personalidad emprendedora incluidos en el modelo de Rauch y Frese, (2007).

Tabla 1. *Instrumentos de evaluación para rasgos específicos de la personalidad*

<b>Instrumentos de evaluación empleados en la evaluación de rasgos específicos de la personalidad emprendedora</b>		
<b>Rasgo</b>	<b>Instrumentos</b>	<b>Referencia</b>
<b>Motivación de logro</b>	Thematic Apperception Test (TAT)	Morgan y Murray (1935)
	Achievement Motive Scale (AMI)	Hermans (1970)
	Work Preference Inventory (WPI)	Amabile, Hill, Heennessey y Tighe (1994)
	Achievement Motivation Inventory (AMI)	Schuler, Thornton, Frintrup y Mueller-Hanson (2005)
<b>Toma de riesgos</b>	Modified Risk Involvement Questionnaire (MRIQ)	Siegel et al. (1994)
	Benthin Risk Perception Measure (BRPM)	Benthin, Slovic y Severson (1003)
	Cognitive Appraisal of Risky Events (CARE)	Fromme, Katz y Rivet (1997)
	Balloon Analogue Risk Task (BART)	Lejuez et al. (2002)
	Choice Task (CT)	Fessler, Pillsworth y Flamson (2004)

	Risk Propensity Task (RPT)	Aguado, Rubio y Lucia (2011)
<b>Innovación</b>	Innovative Work Behavior (IWB)	Janssen (2002)
	Chinese Organizational Innovation Climate Questionnaire (COIC-Q)	Zheng, Jin y Ma (2009)
<b>Autonomía</b>	Maastricht Autonomy Questionnaire (MAQ)	Boerjan, Bluysen, Bleichrodt, van Well-Baumgarten y van Goor (2010)
<b>Locus de control</b>	Cuestionario de locus de control interno (LUCAM)	Pelechano y Baguena (1983)
	Work Locus of Control Scale	Spector (1988)
	Cuestionario reducido de locus de control para adolescents (LUCAD-R3)	Pelechano, de Miguel y Pastor (2002)
	Panel Study of Entrepreneurial Dynamics	Scjoedt y Shaver (2010)
<b>Autoeficacia</b>	Escala de autoeficacia emprendedora	Moriano, Palací y Morales (2006)
	Escala de autoeficacia para el liderazgo emprendedor	Moriano, Topa, Molero, Entenza y Levy (2012)

Nota. Recuperado de Investigación de la evaluación de la personalidad emprendedora mediante un test adaptativo informatizado por Ignacio Pedroza, 2015.



**Medición de rasgos por batería.** En la siguiente tabla se señalan las baterías de evaluación, que ofrece la posibilidad de evaluar diferentes rasgos de la personalidad del emprendedor de manera conjunta.

Tabla 2. *Baterías de evaluación para rasgos de la personalidad*

<i>Rasgos</i>	<i>Instrumento</i>	<i>Referencia</i>
Bienestar, potencia social, logro, cercanía social, estrés, alienación, agresividad, control, evitación de peligros, tradicionalismo y absorción.	Multidimensional Personality Questionnaire (MPQ)	Tellegen (1982, 200)
Realista, investigadora, artística, social, emprendedora y convencional.	Skills Confidence Inventory (SCI)	Betz, Borgen y Harmon (1996, 2005)
Necesidad de logro, autonomía, determinación, Toma de riesgos y creatividad	General Enterprising Tendency (GET)	Stormer, Kline y Goldenberg (1999)
Atracción profesional, valoración social, capacidad empresarial e intención empresarial.	Entrepreneurial Intention Questionnaire (EIQ)	Liñán y Chen (2006)
Locus de control, autoeficacia, propensión al riesgo y proactividad.	Cuestionario de Orientación Emprendedora (COE)	Sanchez (2010)
Autonomía, innovación, toma de riesgos y agresividad competitiva.	Entrepreneurial Orientation (EO)	Lim y Envick (2013)

Creatividad, oportunismo, proactividad y visión.	Bateria de evaluación del talento y habilidades empresariales (META)	Almeida, Ahmetoglu y Chamorro-Premuzic (2014)
Locus de control interno, orientación al logro, autoeficacia, tolerancia al estrés, optimismo, autonomía, toma de riesgos, innovación, planificación, toma de decisiones, trazo de metas y objetivos, obtención de recursos, inspiración a otros, delegación, comunicación, representación de equipo, promoción de justicia y moralidad social, actitud de mediador.	Test de Aptitudes Gerenciales y Emprendimiento (NLS)	Solís (2018)

Nota. Recuperado y modificado de Investigación de la evaluación de la personalidad emprendedora mediante un test adaptativo informatizado por Ignacio Pedroza, 2015.

### **Fundamentos Teóricos de la Autoeficacia**

Uno de los constructos relacionado a la conducta humana que ha cobrado gran importancia en los estudios más recientes que se han venido realizando en la conducta emprendedora y el desempeño empresarial, es el de la autoeficacia, en donde partiendo de la explicación de este término clave para el posterior desarrollo de la investigación en curso, nos permitirá centrar las bases en el mismo y aportar ideas a los resultados esperados a lo largo del proceso. Muchos investigadores señalan que los estudios efectuados en el ámbito del emprendimiento y la

autoeficacia emprendedora se han hecho en contextos de economías desarrolladas, en donde hacen falta estudios para validarlos en otros contextos. Respecto a lo anterior, este trabajo busca aportar el análisis entre la relación de autoeficacia emprendedora y los rasgos de personalidad de los mismos en empresarios santandereanos, a fin de llegar a entender por qué una persona consigue permanecer en el mercado a largo plazo o por el contrario, entender y comprender los orígenes del fracaso que se han demostrado estadísticamente en las cifras actuales de la región.

**Evolución del concepto.** A través de las diferentes épocas en que la humanidad ha transcurrido, han aparecido y surgido discusiones en torno a cómo influyen realmente las creencias y sentimientos que tienen las personas acerca de sus propias concepciones, capacidades, habilidades y destrezas, sobre las acciones y prácticas concretas que desarrollan en el mundo cotidiano en que se desenvuelven. La hipótesis inicial plantea que las expectativas de eficacia personal determinan el esfuerzo que las personas emplean para realizar una tarea específica así como su grado de perseverancia cuando se enfrentan a situaciones difíciles.

Hacia la década de los años 50 Rotter (1954) sugirió el concepto de *locus de control*, es decir, el lugar donde se ejerce el control del refuerzo deseado para el comportamiento. Rotter y sus asociados han desarrollado instrumentos de medición válidos que se han utilizado en miles de estudios que demuestran que el locus de control interno está correlacionado positivamente con casi todos los atributos deseables de los humanos. La teoría moderna de la autoeficacia va más allá de la teoría de Rotter en la medida en que está más diferenciada y se refiere de manera distintiva a dominios específicos de acciones y elaborado para incluir también aspectos distintos a la personalidad (motivación, desarrollo).

Hacia la década de los setenta, se comienza a identificar la autoeficacia como un estado psicológico en el cual la persona evalúa su capacidad y habilidad de ejecutar determinada tarea, actividad, conducta, entre otros, en una situación específica con un nivel de dificultad previsto. En esta misma línea, Bandura (1997) también definió la autoeficacia como “los juicios de las personas acerca de sus capacidades para alcanzar niveles determinados de rendimiento”, su teoría social cognitiva plantea a las creencias autorreferentes como aspectos esenciales para comprender el comportamiento humano.

Para los autores de la época actual, las personas utilizan señales (logros de rendimiento, patrones de éxito y fracaso, establecimiento de metas, contingencia de refuerzo, entre otras) para evaluar su eficacia en actividades futuras; de esta forma, a partir de lo indicado por estas señales que la persona ha caracterizado para sí misma, se forman juicios de autoeficacia que influyen e intervienen, directa o indirectamente, consciente o inconscientemente, sobre las actuaciones y el diario vivir del sujeto. Nos estamos enfrentando a dos situaciones que son importantes de resaltar, que a su vez son recíprocas y se retroalimentan conjuntamente. Una de ellas es el proceso meta-cognitivo acerca de nuestras capacidades y posibilidades de acción, basado en las creencias y sentimientos provocados internamente en torno a posibilidades de acción externa; la otra situación tiene que ver con la actuación real que estamos capacitados y provistos a realizar.

La autoeficacia vendría a hacer referencia a las creencias propias acerca de las capacidades sobre aprender o rendir efectivamente en determinada situación, actividad o tarea (Zimmerman, Kitsantas & Campilla, 2005). Para Tejada (2005), es un grupo referencia de creencias entrelazadas en distintos dominios de funcionamiento, con respecto a la autorregulación del proceso de pensamiento, la motivación y los aspectos afectivos y fisiológicos. Las concepciones

de autoeficacia que los sujetos tienen acerca de los distintos ámbitos de sus vidas, infieren de forma unida en la toma de decisiones de los mismos, ya que las personas tienden a escoger actividades en las cuales se sienten hábiles y capaces y a rechazar situaciones en donde se sienten débiles e ineficientes, impidiendo de esta forma entrar en contextos que le permitan la adquisición de habilidades y destrezas, aun siendo verdaderamente capaces de desenvolverse adecuadamente en estas situaciones.

Diversas investigaciones a lo largo del tiempo han llegado a considerar el papel de la autoeficacia como un elemento importante en la adquisición de éxito y la felicidad de la persona. Para Bandura (1997) y Flammer (1990) las personas con creencias de alta autoeficacia también reportan fuertes sentimientos de bienestar y alta autoestima en general, están dispuestos a tomar la iniciativa en aplicar esfuerzos si es necesario y perseverar en los esfuerzos siempre que crean en su eficacia. También se ha demostrado que las situaciones potencialmente estresantes producen menos estrés en individuos altamente autosuficientes, sin embargo, mientras que la autosuficiencia actúa como un amortiguador contra el estrés, también puede, indirectamente, producir estrés en la medida en que puede inducir a individuos demasiado ambiciosos a asumir más responsabilidades de las que se pueden afrontar.

**Estado del Arte del Concepto de Autoeficacia.** A partir de las revisiones bibliográficas que giraron en torno al concepto de autoeficacia, es importante para este trabajo de investigación resaltar y abordar las líneas de investigación, escalas y programas que a lo largo del tiempo se han venido realizando en torno al término desde su origen en la teoría social cognitiva expuesta y desarrollada por Albert Bandura, siendo uno de los sistemas conceptuales más influyentes de la psicología contemporánea. Recientemente se ha encontrado que durante el año 2004 se escribieron más de 3000 artículos sobre el término “autoeficacia”.

Tabla 3. *Estado del arte para el concepto de autoeficacia*

<b>Publicación</b>	<b>Variable</b>	<b>Medición</b>	<b>Resultados</b>
<b>1977 Self-Efficacy Toward A Unifying Theory Of Behavioral Change (Bandura).</b>	Factores de la autoeficacia (SE).	Expectativas de Eficacia.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Logros de rendimiento.</li> <li>2. Experiencia vicaria.</li> <li>3. Excitación emocional (control de estados psicológicos).</li> </ol>
<b>1982 Self-Efficacy Mechanism In Human Agency (Bandura).</b>	Percepción de la autoeficacia (SE).	Autoeficacia como método cognitivo de mediación.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mejor desempeño de individuos con autoeficacia percibida a nivel vicario.</li> <li>2. Mejor desempeño de individuos con autoeficacia percibida a nivel conductual.</li> <li>3. Mejor desempeño de individuos con autoeficacia percibida a nivel mental.</li> </ol>
<b>1987 Self-Efficacy</b>	Factores de	Autoeficacia	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Magnitud.</li> </ol>

<b>Implication For Organizational Behavior (Marilyn Gist).</b>	influencia de la autoeficacia en el área organizacional.	como constructo motivacional en el área organizacion al.	<ol style="list-style-type: none"> <li>2. Fuerza.</li> <li>3. Generalidad.</li> <li>4. Selección.</li> <li>5. Liderazgo.</li> <li>6. Capacitación y asesoramiento en vocación.</li> <li>7. Equidad en oportunidades laborales.</li> <li>8. Evaluación de desempeño, metas e incentivos.</li> </ol>
<b>1993 Perceived Self-Efficacy in Cognitive Development and Functioning (Bandura).</b>	Cantidad de procesos que influyen a través de la autoeficacia en desarrollo y funcionamiento cognitivo.	Autoeficacia como constructo cognitivo, motivacional, afectivo y de selección.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. La habilidad como una aptitud intelectual inherente.</li> <li>2. Comparación social como mecanismo de fortalecimiento de la autoeficacia.</li> <li>3. Retroalimentación social como método de medición de habilidades.</li> <li>4. Percepción de nivel de control como generador de autoeficacia.</li> </ol>

Nota. Recuperado de León, L. (2013) Influencia del “Entrepreneurial Self-Efficacy” en el emprendedor.

**La teoría social cognitiva y el constructo de la autoeficacia.** La teoría Social Cognitiva no se considera como un modelo de causalidad lineal ya que propone un modelo de determinismo recíproco, el cual permite el estudio del ser humano en toda su complejidad, contemplando los principales factores determinantes así como sus influencias interactivas. En 1986 con la publicación de *Social Foundations of Thought and Action: A Social Cognitive Theory*, Bandura expuso en forma explícita su concepción teórica, asignando un rol central a los procesos

cognitivos, autorregulatorios y autorreflexivos en la adaptación y el cambio humano. La teoría social cognitiva resalta la importancia entre la interacción del ambiente o el medio social donde el individuo se desenvuelve y éste mismo, considerándolo como un autosistema que va a permitir percibir, regular y evaluar la conducta, por medio de cinco capacidades básicas que constituyen el núcleo de la teoría y son exclusivas del ser humano: simbolización, previsión, aprendizaje vicario, autorregulación y autorreflexión.

Para Bandura (1987) la autorreflexión es la capacidad más distintiva de los humanos, pues les permite analizar sus experiencias y reflexionar sobre sus procesos mentales, alcanzando de esta forma un conocimiento genérico de sí mismos y del mundo que los rodea, lo que les posibilita evaluar y modificar sus pensamientos. La autoeficacia ocupa un lugar central entre los pensamientos autorreferentes que afectan la acción y el funcionamiento humano. Las creencias de eficacia tienen un rol mediador actuando como filtro entre las habilidades y logros del ser humano y su conducta, estas creencias constituyen las bases de la motivación, el bienestar y el logro personal, esto debido a que aun cuando las personas creen que sus acciones pueden producir los resultados que ellos desean, estas expectativas no son suficientes para motivarlas a perseverar frente a los obstáculos o dificultades que puedan presentarse en el ejercicio de un curso determinado de conducta.

La mayoría de los postulados de la teoría social-cognitiva se apoyan en la evidencia empírica para poder llegar a demostrar la generalidad explicativa de las creencias de autoeficacia en los diferentes aspectos del funcionamiento humano. Las creencias de autoeficacia influyen en los patrones de pensamiento de las personas (si piensan de manera funcional o pesimista, por ejemplo), en cómo éstas se motivan a sí mismas y perseveran frente a dificultades, en su



vulnerabilidad al estrés o a la depresión, y en las elecciones que realizan. Adicionalmente, las creencias de autoeficacia facilitan a los individuos la regulación de su propia conducta y sus pensamientos (Olaz & Pérez, 2012).

### **Evolución del concepto de Autoeficacia Emprendedora**

La autoeficacia emprendedora surge del concepto más amplio de autoeficacia arraigada en la teoría cognitiva social que destaca el papel del contexto social, la observación y la replicación del comportamiento en el aprendizaje social para el desarrollo de creencias de autoeficacia. Hasta la fecha la investigación se ha basado en perspectivas teóricas de una gran variedad de campos incluidos la psicología y la economía. Los antecedentes de este concepto generalmente se basan en la teoría cognitiva social, para comprender cómo se desarrolla a través de experiencias de dominio, aprendizaje indirecto, persuasión social y estados fisiológicos.

Hay muchos factores que influyen en una persona para perseguir la idea de convertirse en empresario, que puede ser una combinación de atributos personales, rasgos, antecedentes, experiencia y disposición. La autoeficacia emprendedora incorpora tanto la personalidad como los aspectos ambientales y se cree que es un fuerte predictor de las intenciones empresariales y en última instancia, de la acción. Ha surgido como una construcción, con el potencial de poder llegar a predecir el desempeño empresarial y mejorar la tasa de actividades empresariales a través de la capacitación y la educación. Sin embargo, el constructo permanece subdesarrollado empíricamente y muchos estudiosos han pedido mejoras en el constructo (Forbes 2005; Kolvereid e Isaksen 2006).

**Medición del Constructo de Autoeficacia Emprendedora.** La medición de la autoeficacia emprendedora se ha adoptado ampliamente para identificar intenciones emprendedoras y, por consiguiente, una conducta emprendedora, además de investigar cómo se puede utilizar la educación y la capacitación para mejorar la acción empresarial. Sin embargo, los investigadores tienen dificultades para llegar a un consenso sobre cómo usar la medición. Varios estudios (Chen, Gully et al. 2004) opinan que no es necesario tener un constructo de autoeficacia emprendedora de dominio específico, y más bien abogan por el uso de una medida general de la autoeficacia. La mayoría de los académicos reconocen la naturaleza multidimensional del constructo de autoeficacia emprendedora (Zhao, Seibert et al. 2005; Wilson, Kickul et al. 2007), aún un examen detallado de las dimensiones subyacentes aún no se ha explorado. Actualmente hay inconsistencias en la forma en que los investigadores logran captar la dimensionalidad de la construcción de la autoeficacia emprendedora.

### **Dimensiones del Constructo de Autoeficacia Emprendedora (ESE)**

**Unidimensional.** A pesar de que la mayoría de los académicos están de acuerdo en que la autoeficacia emprendedora se entiende mejor como una construcción multidimensional, aún se ha encontrado que gran parte de la investigación empírica se basa en mediciones de ESE limitadas o incluso unidimensionales (Baum, Locke et al. 2001; Baumand Locke 2004; Kristiansen e Indarti 2004; Arenius y Minniti 2005). Algunos investigadores afirman haber medido la autoeficacia emprendedora simplemente pidiéndoles a los encuestados que respondan una o dos preguntas sobre su confianza en lanzar un nuevo proyecto. Esto fue realizado recientemente en un estudio aplicado por Tominc y Rebernik en el 2007 donde los encuestados respondieron sí/no a la pregunta: “¿Tiene los conocimientos, las habilidades y la experiencia

necesaria para iniciar un nuevo negocio?". Una simple mala interpretación, como la sospecha de que necesita una experiencia de inicio relevante, antes de tener la experiencia necesaria para iniciar un nuevo negocio, serviría de base para obtener la respuesta errónea.

**Multidimensional.** Estudios que han comprendido y que tratan de medir la naturaleza multidimensional más amplia del constructo de autoeficacia emprendedora, todavía se equivoca al confiar en una puntuación de "ESE total" en lugar de centrarse más en las dimensiones subyacentes (Chen, Greene et al. 1998; DeNoble, Jung et al. 1999; Forbes 2005; Zhao, Seibert et al. 2005). Una medida total o compositiva de la ESE hace que sea imposible distinguir qué dimensiones de la autoeficacia son más influyentes para crear intenciones emprendedoras, si, por ejemplo, un alto nivel de autoeficacia en la toma de riesgos o la gestión es más importante que un alto nivel de autoeficacia en control financiero.

El uso de un puntaje "total" de autoeficacia emprendedora está limitando el impacto potencial de la investigación realizada, lo cual es evidente en el estudio de Zhao et al. (2005) en donde analizaron el papel mediático de la autoeficacia en el desarrollo de intenciones emprendedoras. Descubrieron que la educación empresarial estaba vinculada positivamente a niveles más altos de autoeficacia emprendedora, y también se informó que niveles más altos de autoeficacia emprendedora hicieron una contribución positiva a las intenciones emprendedoras. Lo cual es interesante ya que confirma los beneficios de la educación emprendedora. Pero el uso de un puntaje compuesto de autoeficacia emprendedora hace que sea imposible identificar qué áreas de educación y capacitación son las más efectivas para fortalecer la autoeficacia emprendedora.

Mueller y Goic (2003) confirmaron empíricamente la naturaleza multidimensional del constructo de autoeficacia emprendedora, al encontrar que el nivel de autoeficacia de los

individuos variaba según cada una de las cuatro fases del modelo de proceso de creación de empresas (búsqueda, planificación, cálculo de referencias e implementación). El modelo de proceso de creación de empresas de cuatro fases propuesto por Stevenson, Roberts y Grousbeck (1994) se adaptó, construyendo una medida separada de la autoeficacia emprendedora para tareas específicas asociadas con cada fase.

Otro estudio que se centra en las dimensiones subyacentes de la autoeficacia emprendedora, construido de manera desagregada, fue realizado por Barbosa et al. (2007), examinando la relación entre los estilos cognitivos y cuatro tipos específicos de tareas de autoeficacia emprendedora. Encontraron que las dimensiones subyacentes (autoeficacia de identificación de oportunidades, autoeficacia de relación, autoeficacia de gestión y autoeficacia de tolerancia) pueden tener relaciones individuales y desiguales con múltiples variables dependientes, en particular intenciones emprendedoras y comportamiento naciente.

A continuación se van a presentar algunas definiciones basándonos en los planteamientos de Hernández, Fernández y Baptista (2014) para dar una explicación a los resultados que más adelante se van a exponer, teniendo una mejor comprensión conceptual:

## **Estadística Descriptiva**

***Medidas de tendencia central.*** Las medidas de tendencia central son puntos en una distribución obtenida, los valores medios o centrales de ésta y, nos ayudan a ubicarla dentro de la escala de medición de la variable analizada. Las principales medidas de tendencia central son tres: moda, media y mediana. El nivel de medición de la variable determina cuál es la medida de tendencia central apropiada para interpretar (Graham, 2013, Kwok, 2008a y Platt, 2003a).

**Media.** La media es tal vez la medida de tendencia central más utilizada y puede definirse como el promedio aritmético de una distribución. Es una medida solamente aplicable a mediciones por intervalos o de razón.

**Desviación estándar.** Promedio de desviación de las puntuaciones con respecto a la media que se expresa en las unidades originales de medición de la distribución.

### **Puntuaciones Z**

Las puntuaciones z son transformaciones que se pueden hacer a los valores o las puntuaciones obtenidas, con el propósito de analizar su distancia respecto a la media, en unidades de desviación estándar. Una puntuación z nos indica la dirección y el grado en que un valor individual obtenido se aleja de la media, en una escala de unidades de desviación estándar.

$$z = \frac{X - \mu}{\sigma}$$

### **Estadística Inferencial**

Con frecuencia, el propósito de la investigación va más allá de describir las distribuciones de las variables: se pretende probar hipótesis y generalizar los resultados obtenidos en la muestra a la población o universo. Los datos casi siempre se recolectan de una muestra y sus resultados estadísticos se denominan *estadígrafos*, la media o la desviación estándar de la distribución de una muestra son estadígrafos.

**Hipótesis.** Una hipótesis en el contexto de la estadística inferencia es una proposición respecto de uno o varios parámetros, y lo que el investigador hace por medio de la prueba de

hipótesis es determinar si la hipótesis poblacional es congruente con los datos obtenidos en la muestra. Una hipótesis se retiene como un valor aceptable del parámetro, si es consistente con los datos. Si no lo es, se rechaza.

**Distribución muestral.** Una distribución muestral es un conjunto de valores sobre una estadística calculada de todas las muestras posibles de determinado tamaño de una población. Las distribuciones muestrales de medias son probablemente las más conocidas.

**Distribución normal.** Distribución en forma de campana que se logra con muestra de 100 o más unidades muestrales y que es útil y necesaria cuando se hacen inferencias estadísticas. Es resultado de los datos de investigación por variable.

**Nivel de significancia.** Para Wierma y Jurs (2008), la probabilidad de que un evento ocurra oscila entre cero y uno, donde cero implica la imposibilidad de ocurrencia y uno la certeza de que el fenómeno ocurra, por lo tanto el nivel de significancia es el nivel de probabilidad de equivocarse que fija de manera *a priori* el investigador.

**Prueba de hipótesis.** Hay dos tipos de análisis estadísticos que pueden realizarse para probar hipótesis: los análisis paramétricos y los no paramétricos. Cada tipo posee sus características y presuposiciones que los sustentan; la elección de qué clase de análisis efectuar depende de los supuestos. Cabe destacar que en una misma investigación es posible llevar a cabo análisis paramétricos para alguna hipótesis y variables, y análisis no paramétricos para otras.

*Análisis paramétricos.*

**Correlación.** La correlación es la forma numérica en la que la estadística ha podido evaluar la relación de dos o más variables, es decir, mide la dependencia de una variable con respecto de otra variable independiente.

**Coefficiente de correlación de Pearson.** Es una prueba estadística para analizar la relación entre dos variables medidas en un nivel por intervalos o de razón. El coeficiente de correlación de Pearson se calcula a partir de las puntuaciones obtenidas en una muestra en dos variables. Se relacionan las puntuaciones recolectadas de una variable con las puntuaciones obtenidas de la otra, con los mismos participantes o casos.

**Prueba T.** La prueba "t" de Student es un tipo de estadística deductiva. Se utiliza para determinar si hay una diferencia significativa entre las medias de dos grupos. Con toda la estadística deductiva, asumimos que las variables dependientes tienen una distribución normal.

**Índice de variación.** El coeficiente de variación permite comparar las dispersiones de dos distribuciones distintas, siempre que sus medias sean positivas. Es una medida estadística que nos informa acerca de la dispersión relativa de un conjunto de datos. Su cálculo se obtiene de dividir la desviación típica entre el valor absoluto de la media del conjunto y por lo general se expresa en porcentaje para su mejor comprensión.

## **Metodología**

### **Tipo de investigación:**

El tipo de investigación que se pretende llevar a cabo en esta investigación es *cuantitativo* con un alcance *descriptivo* y *correlacional*. En primera instancia, la investigación cuantitativa puede

ser considerada como un proceso secuencial ya que cada etapa precede a la siguiente lo cual no permite saltarse un paso de otro clasificándose como un método muy riguroso. El proceso que sigue este tipo de investigación aplica una lógica deductiva, que va a la teoría generada de investigaciones hasta el análisis deductivo, proporcionando profundidad en los datos y aportando un punto de vista diferente de los fenómenos. Las características que presenta este tipo de investigación son: plantear un problema de estudio delimitado, reflejar la necesidad de medir y estimar magnitudes de los fenómenos o problemas de investigación, hacer minuciosa revisión de la literatura, plantear hipótesis, recolectar datos, analizar los datos con métodos estadísticos, la investigación cuantitativa debe ser objetiva, entre otras (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

La siguiente investigación es considerada de tipo cuantitativo, porque en ella se desarrolla un análisis numérico en función de los resultados que arrojan los dos instrumentos a implementar y llevar a cabo. En este caso se operacionalizan las variables del Test de Aptitudes Gerenciales y Emprendimiento y de la Escala de Auto-Eficacia Emprendedora.

### **Alcance descriptivo.**

Con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier fenómeno que se someta a un análisis. Únicamente se pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refiere, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan estas. Como los estudios exploratorios, sirven para descubrir y prefigurar, son útiles para mostrar con precisión los ángulos o dimensiones de un fenómeno, suceso, comunidad, contexto o situación (Fernández, Hernández y Baptista, 2014). La presente investigación por tanto pretende describir y caracterizar una serie de variables que se



encuentran presentes en todos los emprendedores Santandereanos que forman parte de la muestra seleccionada, midiendo uno o más atributos.

### **Alcance Correlacional.**

Los estudios correlacionales tienen como finalidad conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en una muestra o contexto en particular. En ocasiones sólo se analiza la relación entre dos variables, pero con frecuencia, se ubican en el estudio vínculos entre tres, cuatro o más variables. Para evaluar el grado de asociación entre dos o más variables, en los estudios correlacionales primero se mide cada una de éstas, y después se cuantifican, analizan y establecen las vinculaciones. Tales correlaciones se sustentan en hipótesis sometidas a prueba. En este estudio será primordial encontrar la relación existente entre rasgos de personalidad y las variables asociadas a los factores que determinan la auto-eficacia de un emprendedor.

### **Diseño**

La investigación fue realizada bajo el diseño transeccional o transversal, ya que, los datos fueron recolectados en un solo momento y en un tiempo único con el propósito de describir variables y analizar su incidencia e interrelación. El diseño de esta investigación también se considera como transeccional correlacional- causal, ya que describe relaciones entre dos o más variables en momento determinado únicamente en términos correlacionales sin precisar sentido de causalidad.

## Participantes

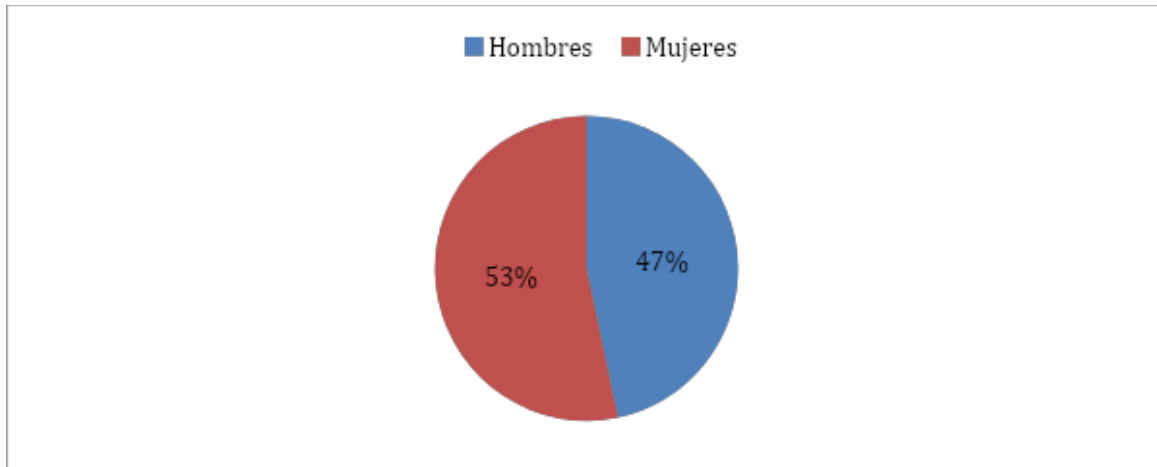
La muestra de esta investigación está conformada por 60 sujetos o empresarios catalogados como emprendedores quienes debían cumplir con los siguientes criterios de inclusión y exclusión:

1. Tener una empresa que hubiera sido creada por idea e iniciativa propia.
2. La empresa debía estar localizada en Santander.
3. Tener una vigencia en el mercado de un mínimo de 6 meses.
4. Propietario oriundo del departamento de Santander
5. La empresa no podía ser familiar ni heredada.

Las personas fueron ubicadas a través de diversas actividades o eventos de emprendimiento realizados en la ciudad de Bucaramanga organizados por Unab Creative, Coach Colombia y Color Working, donde se convocaron a participar en el estudio de forma voluntaria. Las empresas de los participantes se encontraban ubicadas en sectores como el Centro de Bucaramanga, Cabecera del Llano, Provenza, Real de Minas y San Alonso, además de incluir emprendimientos de otros municipios como Piedecuesta, Girón, Barrancabermeja y Cúcuta.

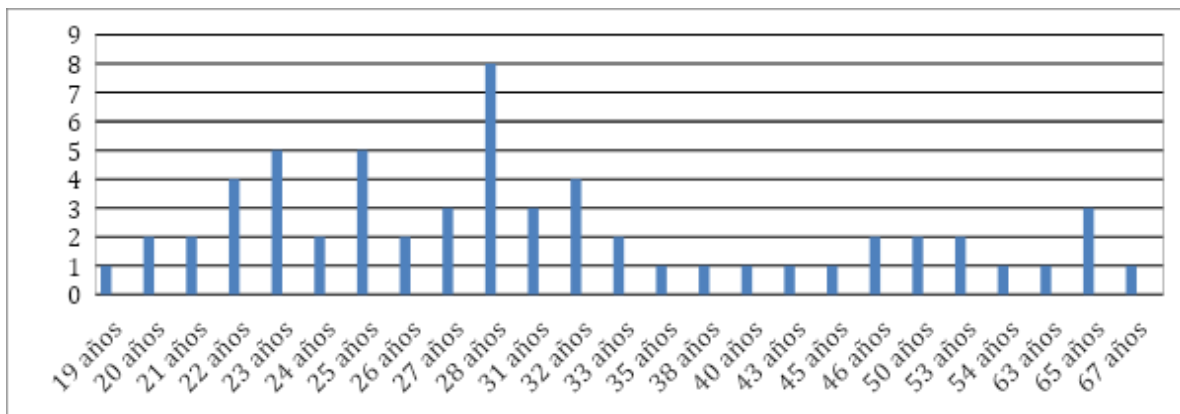
No se proporcionó restricción de edades al momento de seleccionar la muestra participante, por lo cual cualquier persona que cumpliera con los criterios anteriores podía participar. La selección se realizó por facilidad de contacto de las empresas.

Gráfico 1. *Distribución de la muestra según el género*



Es preciso evidenciar en la gráfica que de la muestra recolectada prima el género de las mujeres.

Gráfico 2. Distribución de la muestra según edades



De las 60 personas que comprenden la muestra, se evidencia que la concentración de emprendedores participantes se encuentra entre los 22 y los 32 años de edad.

## **Técnicas e instrumentos para recolectar los datos**

### **Cuestionario para la medición de Aptitudes Gerenciales y de Emprendimiento(NLS).**

Se utilizó el Cuestionario para la medición de aptitudes gerenciales y emprendimiento NLS creado por Germán Solís Uribe en 2018, para realizar la medición de los rasgos de personalidad emprendedora, debido a que fue el instrumento que abordaba mayor número de rasgos de personalidad y además genera la medición de aptitudes gerenciales importantes para el buen desarrollo de una empresa. El NLS es un cuestionario de autoreporte que se concentra en descripciones que hace el evaluado sobre pensamientos, sentimientos o conductas, y la forma como las interpreta e integra en su realidad personal. Además, cuenta con baremos Colombianos para hombres y mujeres con edad media de 25 años, lo cual facilitó el desarrollo de la investigación debido a que no requirió de una evaluación por jueces expertos para su aplicación en la población de la región de Santander.

El tamaño de la muestra utilizada para la creación del instrumento fue de  $n=687$ . Su aplicación es para adultos mayores de edades comprendidas entre los 18 y 65 años con escolaridad de educación básica o superior. Las puntuaciones se expresan en decatipos con media de 5,5 y desviación estándar de 2. El test consta de 72 preguntas cortas con opción de respuesta tipo Likert que le facilita al participante culminarlo en corto tiempo.

Dentro de las variables evaluadas para la dimensión de la Personalidad Emprendedora están: Locus de control interno, orientación al logro, autoeficacia, tolerancia al estrés, optimismo, autonomía, toma de riesgos e innovación. En la dimensión de Aptitudes Gerenciales se evalúan las variables de planificación, toma de decisiones, trazo de metas y objetivos, obtención de

recursos, inspiración a los demás, soporte y evaluación, delegación, comunicación, representación del equipo, promoción de justicia y moralidad social, y actitud mediadora.

A continuación se le dará explicación a cada una de las dimensiones en las que se encuentran las variables anteriormente mencionadas y que conforman el instrumento, información original seleccionada y recopilada de la ficha técnica elaborada por Germán Solís, autor del instrumento:

### **Personalidad Emprendedora**

Conjunto de rasgos de personalidad y aspectos cognitivos que definen a aquella persona que organiza y dirige un nuevo proyecto o actividad, asumiendo los riesgos inherentes en el éxito y la utilidad del mismo.

#### **Causas habituales del logro:**

***Locus de control interno.*** Creencias asociadas con la capacidad personal de controlar los resultados, y la disposición de hacerse responsable por las acciones propias que llevan tanto al éxito como al fracaso.

***Orientación al logro.*** Capacidad de encaminar todos los actos para alcanzar la excelencia, actuando con sentido de urgencia y auto-exigencia para cumplir o superar objetivos.

#### **Límites auto-percibidos:**

***Autoeficacia.*** Capacidad percibida de organizar y realizar acciones que conlleven el logro de objetivos contando con los recursos disponibles.

**Tolerancia al estrés.** Capacidad que posee el individuo para enfrentarse a diferentes situaciones amenazadoras al entender que se cuenta con las habilidades necesarias para afrontarlas de manera exitosa.

**Optimismo.** Expectativas generalizadas y estables en el tiempo sobre el suceso de acontecimientos positivos en lugar de negativos.

### **Enfoque del esfuerzo:**

**Autonomía.** Tendencia a ejercer un autocontrol sobre las tareas que se realizan, evitando así las reglas y restricciones impuestas como un intento de conseguir la independencia profesional sobre las acciones.

**Toma de riesgos.** Tendencia y disposición del individuo para asumir riesgos considerando alternativas cuya consecuencia puede alejarse del marco propio de expectativas de éxito.

**Innovación.** Interés por buscar nuevas formas de acción, lo que implica una tendencia a introducir métodos diferentes a los habituales, y generar productos o servicios distintivos.

### **Aptitudes Gerenciales**

Conjunto de capacidades que el individuo debe poseer o desarrollar para realizar las actividades de administración y liderazgo en el rol de dirección de proyectos.

### **Dimensiones organizativas:**

**Planificación.** Capacidad auto-percibida de identificar las principales líneas de acción para alcanzar los objetivos, realizando un análisis amplio y ordenado, que cubra la mayor parte de los

aspectos críticos o esenciales y aprovechando las ventajas que ofrece la anticipación de barreras o dificultades.

**Toma de decisiones.** Habilidad para tomar decisiones de forma que supongan un estímulo para el equipo y buscando transmitirlos clara y concisamente. Así mismo, incluye la capacidad de elegir entre distintas posibilidades para adoptar una vía de solución concreta.

**Traza metas y objetivos.** Habilidad percibida para elegir condiciones concretas que se desea lograr o alcanzar, identificando de forma realista recursos, exigencias de cumplimiento y demás aspectos que hagan viable el objetivo.

**Obtención de recursos.** Capacidad y disposición para ubicar y gestionar los recursos necesarios para conseguir los objetivos.

#### **Dimensiones de influencia y relación:**

**Inspira a los demás.** Interés por inspirar y contagiar el entusiasmo propio, haciendo que los subordinados sientan como suyos las metas propuestas y los logros conseguidos.

**Soporte y evaluación.** Capacidad para valorar los logros, siendo ecuánime y con habilidad para identificar de forma crítica lo bueno y lo malo, sin juzgar por ello a las personas sino a sus acciones, y aportando a partir de la experiencia personal.

**Delegación.** Disposición y habilidad para asignar responsabilidades con la confianza puesta en las personas y en la labor propia de liderazgo realizada. Igualmente, respetar su modo de llevar a cabo las tareas que se les encomiendan y las decisiones que toman.

**Comunicación.** Capacidad de expresar ideas de forma clara y conveniente, dominando la comunicación de forma transversal en la empresa y también a nivel vertical.

**Dimensiones éticas:**

**Representación del equipo.** Disposición hacia la defensa de los intereses del equipo frente a los superiores, buscando que se reconozca el esfuerzo puesto por el mismo en la consecución de objetivos, incluso, anteponiendo intereses propios y cargando en cierta forma con la culpa en situaciones de crisis.

**Promoción de justicia y moralidad social.** Interés por la promoción de un código de conducta que está guiado por la rectitud en el actuar, que se alinea con los valores humanos permanentes más que por la conveniencia momentánea o los intereses particulares.

**Actitud mediadora.** Habilidad auto-percibida e interés por interceder en situaciones de conflicto entre las personas, y para sortear las dificultades que mantengan al equipo unido.



### **Escala de Auto-eficacia Emprendedora (ESE)**

La escala de EAE se utilizó para medir las principales tareas que debe desarrollar un emprendedor para crear con éxito su propia empresa y de esta forma lograr identificar la autopercepción que tienen los empresarios sobre sus capacidades para enfrentar las diferentes tareas o situaciones adversas que se presentan al emprender una empresa. Las dimensiones evaluadas en la escala son: desarrollar nuevos productos y oportunidades de mercado, construir un entorno innovador, gestionar los RR.HH, iniciar relaciones con inversores y trabajar bajo estrés. La escala se compone por 20 afirmaciones y opción de respuesta tipo likert que va desde “completamente incapaz” hasta “perfectamente capaz”.

La escala original contaba con 23 ítems y se desarrolló en la San Diego State University por los profesores Alex de Noble, Don Jung y Stanford Ehrlich, quienes crearon las dimensiones que recogían las principales tareas que debe desarrollar un emprendedor para crear con éxito su propia empresa, con la finalidad de evaluar las creencias del individuo sobre su propia capacidad para crear y gestionar una nueva empresa con éxito. El proceso de adaptación y validación de la escala se dió en una muestra de más de mil estudiantes universitarios españoles con el interés de contar con la escala de autoeficacia emprendedora en castellano para futuros estudios sobre la conducta emprendedora, conduciéndolos a plantearse como objetivo principal la adaptación a la lengua.

La versión a español de la escala está compuesta por las 5 subescalas mencionadas anteriormente, demostrando que ésta nueva adaptación en comparación con la original obtiene una alta fiabilidad y permite predecir significativamente la intención emprendedora.

Respecto a las condiciones de validez y confiabilidad es importante destacar que se llevó a cabo un análisis factorial siguiendo el trabajo de De Noble et al. (1999), análisis de componentes principales y normalización *Varimax con Kaiser*, obteniéndose cinco factores que explican el 50,99% de la varianza. Se eliminaron los ítems cuya carga factorial resultó inferior a .40. Seguidamente, se rehizo el análisis con los 20 ítems y se obtuvo una solución factorial que explicaban el 54.22% de la varianza total. Se repitió el análisis factorial, esta vez con 19 ítems, y se obtuvieron cinco factores definitivos que explicaban el 55.45% de la varianza total.

La fiabilidad de la escala original era de 0.70 respecto a la fiabilidad de los factores de la escala adaptada, las puntuaciones en el Alfa de Cronbach son relativamente satisfactorias, exceptuando el último factor que hace referencia a trabajar bajo estrés y cuya puntuación es baja. Siguiendo con el proceso de validación de la escala, los ítems se agruparon según los factores propuestos por la escala original para comparar sus coeficientes de fiabilidad con los factores de la escala adaptada. Respecto a la fiabilidad de la escala en su totalidad, la escala original obtiene un coeficiente de fiabilidad dos décimas superior a la escala adaptada. Aunque esta diferencia simplemente podría reflejar el mayor número de ítems con el que cuenta la escala original.

### **Procedimiento general**

Se realiza la aplicación de los dos instrumentos: Cuestionario para la medición de Aptitudes Gerenciales y Emprendimiento (NLS) y Escala de autoeficacia emprendedora (ESE). Se realizó el proceso de los datos de cada uno de los instrumentos de forma independiente para obtener las debidas puntuaciones totales. Para el caso del instrumento de Autoeficacia Emprendedora fue necesario separar los ítems que puntuaban en cada uno de los cinco factores y reemplazar las respuestas que van desde ‘completamente incapaz’ hasta ‘completamente capaz’

por los valores de 1 a 5 de la escala tipo Likert según correspondiera. Una vez obtenidos los puntajes de cada participante se realizó la sumatoria y se promediaron para obtener el puntaje total de la prueba por cada factor.

Para el instrumento NLS se procesaron los datos en la plataforma de impact-psy, se codificaron los datos sociodemográficos y se unieron en una sola matriz junto con las PT del instrumento de Autoeficacia Emprendedora ESE, teniendo en cuenta que las puntuaciones de los participantes mantuvieran el mismo orden en los dos instrumentos utilizados. Una vez obtenidos los resultados de los dos instrumentos se realizó una comparación de medias para cada uno utilizando la prueba T para una cola con el objetivo de determinar si la muestra recolectada se encontraba por encima de la media poblacional. Para ello, se identificaron para cada variable que compone las pruebas aplicadas datos como la media de la muestra y de la población, la desviación estándar y un valor de  $t_{crit}$  de 1.6711 teniendo en cuenta que al ser una prueba T de una cola el rango de error es de 0.5 y los GL empleados fueron 59. A partir de los datos mencionados se saca la  $t_{ob}$  con la fórmula  $(\text{media de la muestra} - \text{media de la población} / \text{error típico})$ ; si el valor de  $t_{ob}$  es mayor al de  $t_{crit}$  quiere decir que la muestra se encuentra por encima de la media poblacional con habilidades y características superiores al momento de emprender un negocio.

Adicionalmente se obtuvieron las puntuaciones Z para cada variable con el fin de visualizar fácilmente a cuantas desviaciones estándar de la media se encontraba cada una. Al momento de graficar las puntuaciones se optó por separar los dos componentes de 'Aptitud Gerencial' y 'Personalidad Emprendedora' que conforman la prueba NLS, ya que cada uno contiene variables diferentes y se encuentra orientado a un determinado aspecto del emprendimiento, en el caso del

componente de 'Personalidad emprendedora' se enfoca en rasgos de personalidad y aspectos cognitivos, a diferencia del componente de 'Aptitud Gerencial' que mide un conjunto de capacidades o habilidades que el individuo debe poseer o desarrollar para llevar a cabo actividades de liderazgo y administración; por ende se consideró factible analizarlos de forma separada.

### **Prueba de Hipótesis**

Para el desarrollo de este trabajo de investigación se planteó una hipótesis alternativa y una hipótesis nula central que permitirá entender mejor los resultados y la consecuente discusión, para ello se optó por la realización de una prueba de hipótesis de medias, con la finalidad de comparar dos grupos, en éste caso, la muestra recolectada y la población general de emprendedores santandereanos, formulando entonces las siguientes hipótesis desde el punto de vista estadístico:

Ho: La media de la muestra será menor o igual a la media de la población.

Ha: La media de la muestra será mayor a la media de la población.

Desde el punto de vista psicológico se plantean las siguientes hipótesis:

Ho: La media de la muestra no presenta diferencia significativa a la media de la población.

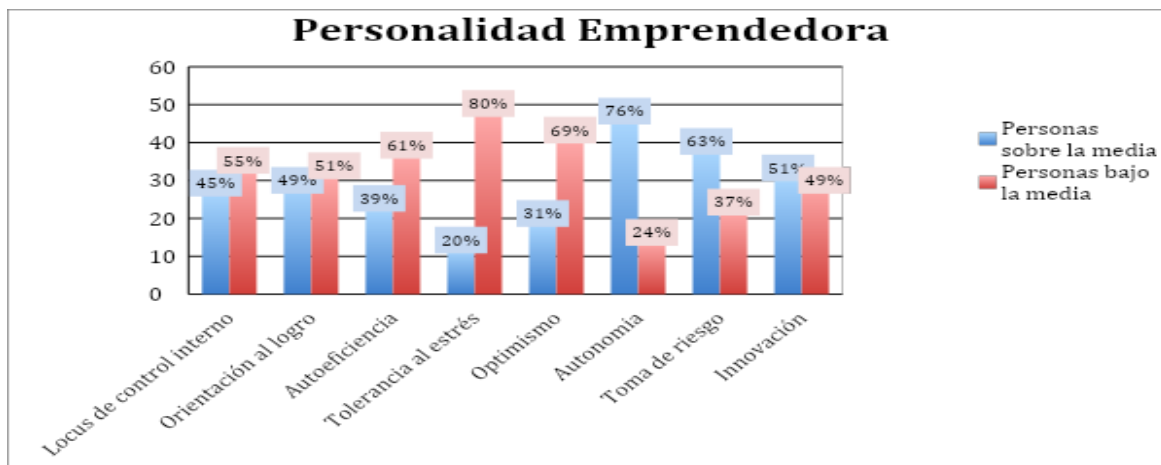
Ha: La media de la muestra presenta diferencia significativa positiva a la media de la población.

## Resultados

A continuación se presentará los resultados de la investigación mediante tablas y gráficos de tal forma que se pueda tener claridad del proceso que se llevó a cabo. Inicialmente se expondrán los resultados de las pruebas aplicadas de forma individual para cada variable teniendo en cuenta el número de personas que se encontraron por encima y por debajo de la media en cada una de las variables y dimensiones evaluadas en los instrumentos aplicados. Posteriormente se explicarán los resultados de la prueba NLS mediante la prueba T utilizada para el proceso de los datos; teniendo en cuenta que la prueba NLS está conformada por dos factores fundamentales que son la Aptitud Gerencial y la Personalidad Emprendedora, se realizará la descripción de los resultados de forma independiente para cada uno. Posteriormente se expondrán los resultados de la prueba de Autoeficacia Emprendedora ESE mediante la prueba T, y finalmente se evidenciarán los resultados de las correlaciones obtenidas entre las dos pruebas.

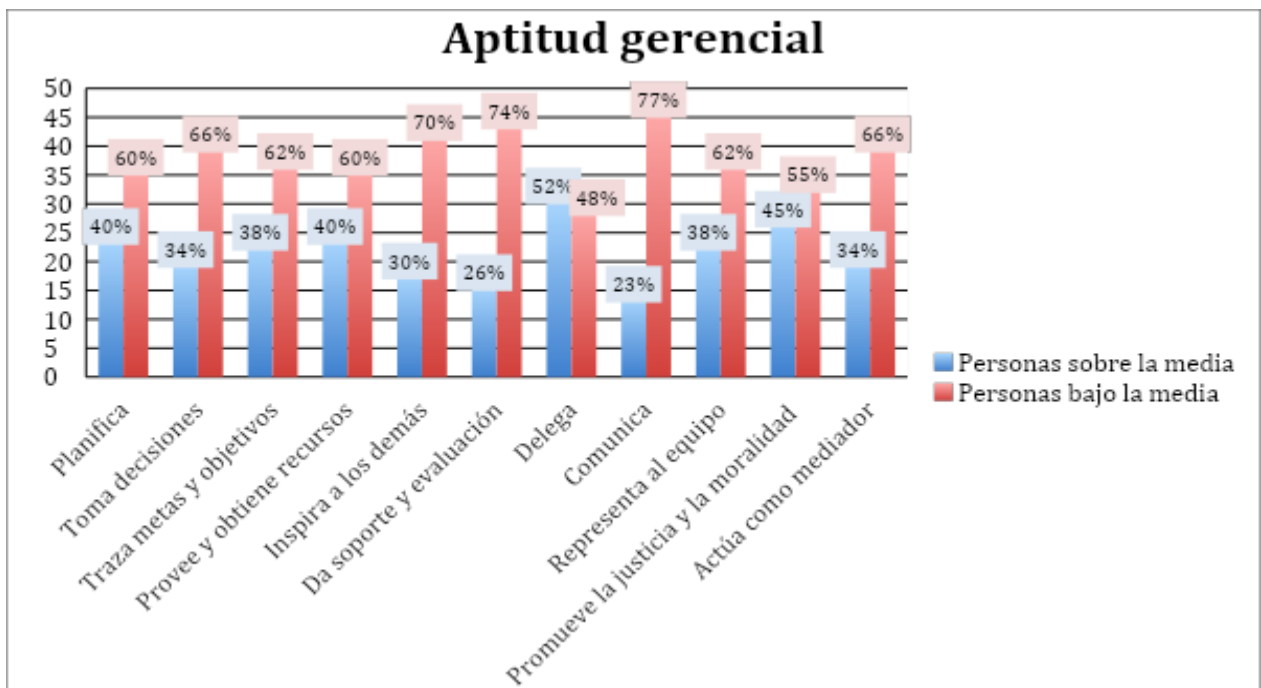
### Resultado casos de forma individual para cada variable

Gráfica 3. Análisis de datos por número de casos para cada variable (Personalidad Emprendedora)



Se realizó la revisión los datos de forma individual para cada variable donde se determinó la cantidad de participantes que se encontraban con puntuaciones por encima de la media en esa variable específica, identificándose en la gráfica con color azul y los que se encontraban por debajo de la media en cada variable con color rojo. Se puede apreciar que en algunas variables como autonomía, toma de riesgo e innovación, más del 50% de los participantes se ubicaron por encima de la media.

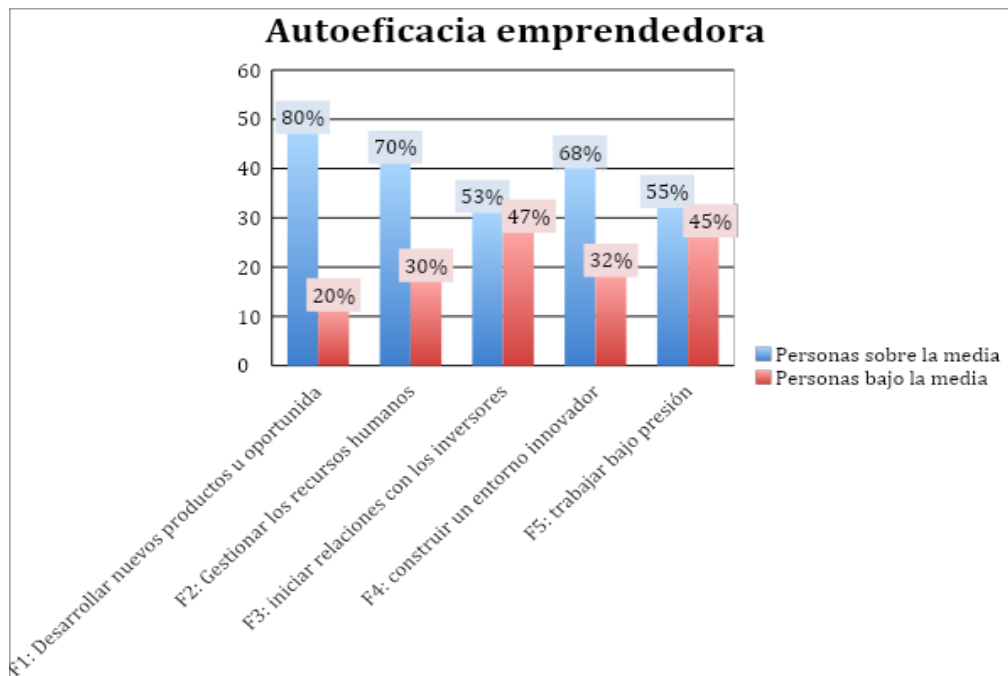
Gráfica 4. Análisis de datos por número de casos para cada variable (Aptitud de Gerencial)



La anterior gráfica se obtuvo mediante el análisis individual que se le realizó a cada participante llegando a determinar el número de casos cuyas puntuaciones se encontraban por debajo o por encima de la población de referencia o población general, siendo en este caso de color azul la cantidad de participantes que obtuvieron puntuaciones que estuvieron sobre la media de la población y de color rojo quienes se hallaron por debajo de esta.

Analizados los datos para cada variable que compone el factor de Aptitud Gerencial se pudo observar que sólo en la variable ‘Delega’ obtuvo un 52% de participantes que se encontraban con puntuaciones por encima de la media. En el resto de las variables fueron más los casos de personas que se encontraron por debajo de la media reflejándose en el número de casos que se halla en el eje vertical y en el horizontal el porcentaje.

Gráfica 5. Análisis de datos por número de casos para prueba de Autoeficacia emprendedora



Es preciso observar que en todas las variables que componen la Escala de Autoeficacia Emprendedora – ESE, es mayor el número de casos que obtuvieron puntajes por encima de la media, siendo estos en los cinco factores que componen la escala como: desarrollar nuevos productos u oportunidades, gestionar los recursos humanos, iniciar relaciones con los inversores, construir un entorno innovador y trabajar bajo presión, indicando que todos los sujetos cuentan

con las habilidades suficientes para destacar en cada uno de los factores anteriormente mencionados.

Tabla 4. Prueba t de NLS (Personalidad Emprendedora)

Variables	Media població n	S	N	Media muestr a	S	N	Serr	tob	Tcri	Gl	Iv
<b>Locus de control interno</b>	18,23	2,35		17,32	3,33		0,434	-2,11			0,19
<b>Orientación al logro</b>	17,70	2,47		16,40	3,35		0,436	-2,97			0,20
<b>Auto-eficiencia</b>	18,07	2,44		16,77	3,22		0,419	-3,10			0,19
<b>Tolerancia al estrés</b>	16,89	2,66		14,57	2,75		0,357	-6,50			0,19
<b>Optimismo</b>	18,00	2,27	687	16,72	2,89	60	0,377	-3,41	1,671	59	0,17
<b>Autonomía</b>	15,66	2,53		16,78	3,22		0,419	<b>2,68</b>			0,19
<b>Toma de riesgo</b>	15,85	3,05		16,48	3,23		0,421	1,51			0,20
<b>Innovación</b>	17,78	2,21		16,88	3,08		0,400	-2,25			0,18
<b>Aptitud de emprendimiento</b>	165,72	18,8	1	152,65	20,49		2,667	-4,90			0,13

Nota. Los valores de validez expuestos en la tabla fueron recopilados de la ficha técnica del mismo instrumento NLS de Solís (2018).

Se puede deducir a partir de los resultados de la tabla anterior que la variable de Autonomía (texto en azul) fue la única variable de personalidad presente en la muestra en obtener una diferencia significativa positiva con un valor de  $tob = 2,68$ , ubicándose por encima de la media poblacional, lo cual nos indica que el resultado supera el intervalo de confianza implantado en un 5%, con la probabilidad de aceptar la hipótesis alternativa siendo esta falsa. El resto de las variables tuvieron puntuaciones que se localizaron por debajo de la media poblacional, indicando que los emprendedores de la muestra no cuentan con las características esperadas de un emprendedor.



Tabla 5. Prueba t de NLS (Aptitud Gerencial).

Variable	Media población	S	N	Media muestra	s	n	Serr	tob	Tcri	Gl	iv
<b>Planifica</b>	16,38	2,17		15,47	2,55		0,332	-2,77			0,16
<b>Toma decisiones</b>	14,51	2,70		12,65	3,01		0,392	-4,74			0,24
<b>Traza metas y objetivos</b>	15,65	2,29		14,38	2,86		0,372	-3,41			0,20
<b>Provee y obtiene recursos</b>	14,93	2,70		13,73	3,20		0,416	-2,87			0,23
<b>Inspira a los demás</b>	15,37	2,35		13,88	2,73		0,356	-4,18			0,20
<b>Da soporte y evaluación</b>	15,47	2,29	687	13,98	2,78	60	0,362	-4,11	1,6711	59	0,20
<b>Delega</b>	13,97	2,51		13,43	2,49		0,324	-1,66			0,19
<b>Comunica</b>	15,09	2,63		12,93	2,80		0,364	-5,91			0,22
<b>Representa al equipo</b>	15,45	2,47		14,58	2,51		0,326	-2,65			0,17
<b>Promueve la justicia y la moralidad social</b>	16,64	1,93		15,65	2,57		0,335	-2,95			0,16
<b>Actúa como mediador</b>	12,27	1,20		11,95	1,42		0,185	-1,72			0,12
<b>Aptitud Gerencial</b>	138,17	14,53		131,92	19,30		2,512	-2,49			0,15

Nota. Los valores de validez expuestos en la tabla fueron recopilados de la ficha técnica del mismo instrumento NLS de Solís (2018)

Es preciso observar a partir de la tabla 6, que los emprendedores que forman parte de la muestra a nivel de Aptitudes Gerenciales, no presentan ninguna diferencia significativa que pueda ser considerada positiva respecto a la población general y por lo tanto, es posible observar que estos emprendedores no cumplen con ninguna condición gerencial que les permita llegar a cumplir funciones de tipo administrativo propios del perfil, caracterizando a la muestra como sujetos carentes de habilidades y destrezas al contar con puntuaciones elevadas en sentido contrario a lo que se espera y sea positivo.

Tabla 6. Puntuaciones *t* de ESE

Variable	Media población	S	N	Media Muestra	s	N	Serr	tob	tcrit	Gl	iv
Desarrollar nuevos productos	3,15	0,63		3,96	0,67		0,09	9,3			0,17
Desarrollar los RRHH clave	3,35	0,58		3,90	0,68		0,09	6,21			0,17
Iniciar relaciones con inversores	3,21	0,58	1376	3,60	0,75	60	0,10	3,99	1,6711	59	0,21
Construir un entorno innovador	3,35	0,6		3,80	0,69		0,09	5,01			0,18
Trabajar bajo estrés	3,01	0,77		3,70	0,67		0,09	7,91			0,18

Nota. Los valores correspondientes a la validez expuestos en la tabla fueron recopilados del trabajo de Moriano, Palací y Morale (2006), correspondiente a la adaptación y validez de la escala.

Los resultados de la aplicación del instrumento de Autoeficacia Emprendedora - ESE arrojaron valores que estuvieron por encima de la media en todas las variables que medía la prueba, siendo esto un indicador positivo frente a su forma o su manera de auto-percibirse como competentes en cada uno de los factores mencionados en la tabla. Indicando que estas personas al contar con altos niveles de autoeficacia tienen más intereses intrínsecos en realizar las tareas, están más dispuestos a utilizar sus esfuerzos y muestran más persistencia cuando existen obstáculos (Chen, Greene & Crick, 1998).

Tabla 7. Correlación NLS con ESE

	F1: Desarrollar nuevos productos u oportunidades de mercado.	F2: Gestionar los recursos humanos	F3: iniciar relaciones con los inversores	F4: construir un entorno innovador	F5: trabajar bajo presión
Locus de control interno					
Orientación al logro					
Autoeficiencia	,30*	,26*	,31*	,44**	,40**
Tolerancia al estrés	,26*			,43**	,36**
Optimismo			,30*		,29*
Autonomía				,29*	,28*
Toma de riesgo	,26*				
Innovación	,39**	,36**	,35**	,45**	,43**
Planifica	,36**	,32*	,32*		,26*
Toma decisiones		,274*			
Traza metas y objetivos					
Provee y obtiene recursos	,46**	,46**	,47**	,35**	,44**
Inspira a los demás					
Da soporte y evaluación	,34**	,33*			
Delega					
Comunica					
Representa al equipo	,28*	,30*	,30*	,26*	,30*
Promueve la justicia y la moralidad social					
Actúa como mediador					
Aptitud de emprendimiento	,29*	,26*	,32*	,38**	,37**
Aptitud Gerencial	,29*	,33*	,29*		

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

\* . La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

La tabla 8 muestra los resultados de los coeficientes de correlación entre las variables del Test de Aptitudes Gerenciales y Emprendimiento-NLS y los factores de la Escala de Autoeficacia Emprendedora-ESE. Se puede observar que de las 19 variables que conforman la prueba NLS, 8 no tuvieron correlación significativa con ningún factor del cuestionario de Autoeficacia Emprendedora, dichas variables son Locus de control interno, Orientación al logro, Toma de riesgo, Traza metas y objetivos, Inspira a los demás, Delega, Comunica, y Promueve la justicia y la moralidad social. Por otra parte, las variables de Autoeficiencia, Innovación, Provee y obtiene recursos, y Representa al equipo se correlacionaron significativamente con todos los factores que componen el cuestionario ESE. Sin embargo, no hubo ningún factor del ESE que correlacionara significativamente con todas las variables del NLS.

La correlación significativa entre la variable de Autoeficiencia con los factores del cuestionario ESE se ve reflejada debido a que la muestra se autopersibe con las capacidades necesarias para alcanzar sus objetivos con pocos recursos, gestionando, innovando y con habilidades para trabajar bajo estrés. Asimismo, las variables de Innovación y Provee y Obtiene recursos presentan correlación significativa con los factores del ESE puesto que en la muestra evaluada se observa que los participantes presentan una autopercepción de ser capaz de desarrollar nuevos productos o servicios teniendo como base la innovación, consiguiendo los recursos necesarios para cumplir con las metas propuestas.

Por otra parte, variables del NLS como la Toma de riesgos sólo logró correlacionar significativamente con el factor de desarrollar nuevos productos u oportunidades del mercado, lo cual nos permite evidenciar que los participantes se autoperciben capaces de tomar riesgos en situaciones para descubrir nuevas oportunidades que les permitan desarrollar satisfactoriamente

sus productos o servicios. Igualmente, la variable de Toma de decisiones tuvo una correlación significativa sólo con el factor de Gestión de recursos humanos, lo que nos permite ver que la muestra evaluada se considera capaz de tomar decisiones para atraer personal clave en el negocio estimulando el trabajo en equipo y el compromiso entre los mismos.

## **Discusión**

Con base en los objetivos propuestos inicialmente, se discutirán resultados encontrados en la investigación. Inicialmente se propuso el objetivo de describir la Aptitud de Emprendimiento respecto a las diferencias encontradas con la población general a partir de la prueba t de comparaciones de medias. Según diferentes autores como Schumpeter (1932) se plantea que “los empresarios presentan algunos atributos como: ser portadores de riesgos con iniciativa, autoridad o previsión”, siguiendo esta misma línea Rotter 1966; Bandura, 1997; Chen, Greene, & Crick 1998, afirman que el emprendedor debe presentar algunas características de personalidad que lo resaltan de una población, pues no todas las personas tienen las mismas características para destacarse y llevar a cabo cada uno de los diferentes oficios que existen. Los autores mencionan que el locus de control interno, la auto-eficacia, la toma de riesgos y la proactividad, son los principales rasgos de la personalidad emprendedora, puesto que son los que han tenido mayor sustento científico y se han presentado en común en las diferentes investigaciones al momento de hablar del perfil del emprendedor.

Sin embargo, en los resultados del estudio se encontró que las puntuaciones de las variables que componen el factor de Personalidad Emprendedora de la prueba NLS, entre ellas, la auto-eficacia, el locus de control interno y la toma de riesgos, no se destacaron con respecto a las puntuaciones de la población general como se esperaba. Esto nos lleva a considerar que los emprendedores de la muestra participante no cumplen con las características propias de las variables encontradas durante la revisión bibliográfica mencionada anteriormente, debido a que presentan un perfil donde se les dificulta ser capaces de controlar los resultados, ya que no están dispuestos a asumir los riesgos y el esfuerzo que esto implica, disminuyendo la persistencia para

alcanzar los objetivos y los resultados propuestos. Asimismo, carecen de juicio para considerar o creer en sus propias capacidades y habilidades (Bandura, 1997).

En el segundo objetivo se propuso describir la Aptitud Gerencial respecto a las diferencias encontradas con la población general, a partir de la prueba t de comparaciones de medias. Solís (2019), autor del cuestionario NLS describe la Aptitud emprendedora como un “conjunto de capacidades que el individuo debe poseer o desarrollar para realizar las actividades de administración y liderazgo en el rol de dirección de proyectos”. Para lograr cumplir con esas actividades de administración Leuros (2019) resalta algunas variables que considera deben estar presentes al momento de emprender un negocio o en su defecto, se deben ir desarrollando en el transcurso del mismo para obtener una mayor probabilidad de éxito. Algunas de estas variables son: las alianzas estratégicas, permanencia en el tiempo, estudio prospectivo de éxito o viabilidad en el tiempo, entre otras. Esta última Leuros la describe como “la capacidad para prever cambios en las condiciones de desarrollo del mercado y de la misma manera los índices de oferta-demanda que dinamizan el flujo de clientes reales y potenciales”, lo cual se estaría midiendo mediante las diferentes variables que conforman el factor de Aptitud Emprendedora.

Contrastando la teoría de Leuros (2019) con los resultados encontrados se observó que las puntuaciones de la muestra en todas las variables que componen el factor de Aptitud Emprendedora estuvieron por debajo de la media poblacional, lo cual no corresponde con lo esperado por la teoría, puesto que se esperaba que al ser considerados como emprendedores sus puntuaciones se ubicaran por encima de la media poblacional.

Ello nos deja ver que los resultados encontrados en el estudio no cumplen con las teorías planteadas por diferentes autores, pues, los emprendedores santandereanos de la muestra no

evidenciaron en un nivel superior las características mencionadas por los autores que afirmaban eran necesarias para caracterizar un emprendedor garantizando en mayor medida el éxito de su negocio.

Como tercer objetivo se planteó la realización de una correlación entre los resultados encontrados en las pruebas aplicadas para concluir si existe o no relación entre las dimensiones de auto-eficacia emprendedora y los factores psicológicos y gerenciales de los empresarios santandereanos. Autores como Krueger & Dickson (1994) plantean tres motivos por los cuales la auto-eficacia y el comportamiento emprendedor mantienen una estrecha relación:

“En primer lugar, porque la gente evita carreras y ambientes que creen exceden sus capacidades y emprenden vocaciones para las que se juzgan capaces. En segundo lugar, porque la iniciativa empresarial conlleva importantes riesgos y dificultades, por lo cual los emprendedores necesitan altos niveles de auto-eficacia. En tercer lugar, dado que la auto-eficacia predice la elección de carrera, los intereses ocupacionales, la perseverancia ante dificultades y la efectividad personal, también ha de estar relacionada con la actividad emprendedora”.

En los resultados encontrados se evidenció mayor correlación entre la Personalidad Emprendedora con la Auto-eficacia donde de las ocho variables que componen el factor de personalidad emprendedora seis tuvieron correlaciones significativas con las variables de auto-eficacia, mientras que en el factor de Aptitud Gerencial conformado por once variables sólo cinco tuvieron correlación significativa con las variables de auto-eficacia. Esto permite identificar que existe concordancia entre la teoría y los resultados obtenidos para la muestra evaluada, pues a pesar de que no se encontraron correlaciones en todas las variables, sí se pudo



evidenciar que la auto-eficacia presenta relación con algunas variables psicológicas y gerenciales que involucran el emprendimiento.

Todo ello permite identificar que los emprendedores santandereanos de la muestra no poseen una conciencia sobre las habilidades y características psicológicas que se requieren para emprender y mantener un negocio exitoso, lo cual puede influir en la estabilidad de los negocios que se emprenden en Santander, pues las últimas cifras que muestra la Cámara de Comercio a diciembre del año 2018, muestra que de 13.980 emprendimientos nuevos en Santander, sólo el 20% y 30% de ellos logra sobrevivir.

Por otra parte, teniendo en cuenta que la muestra utilizada no es representativa a la población santandereana, los resultados no pueden ser generalizados. Sin embargo, es preciso apreciar que el estudio fue realizado con la rigurosidad pertinente aplicando cuestionarios confiables y validados, por lo cual, los resultados obtenidos sí permiten evidenciar el nivel en el cual se encuentran las características psicológicas necesarias para el buen emprendimiento en la muestra utilizada, las cuales no se encuentran en un nivel superior como se esperaba. Por tal motivo se procede a aceptar la hipótesis nula y rechazar la hipótesis alternativa, ya que, en los resultados obtenidos la media de la muestra fue inferior a la media de la población.

Este estudio es el inicio de una investigación que aportará a los emprendedores santandereanos mayor claridad sobre la importancia de las características psicológicas en el emprendimiento de nuevos negocios. Por tal motivo se recomienda que en próximos estudios se analice con mayor profundidad la relación entre las características psicológicas de los emprendedores y la auto-eficacia utilizando una muestra más grande que sea representativa a la población para brindar más herramientas conceptuales a los emprendedores y motivar al fortalecimiento de sus características psicológicas.

Desde la rama de la psicología es importante que se comiencen a medir y a estudiar los diversos elementos que influyen en el concepto de “emprendimiento”, pues las características psicológicas que se muestran en la literatura actual, no son las únicas que actualmente influyen en los emprendedores. La existencia de más variables o características que componen el perfil de emprendimiento es más amplia de lo que se cree y es precioso estudiar e indagar de lleno en todos los componentes, factores y áreas que se hallen en torno al individuo que decide crear un proyecto para ayudar a identificar con más precisión y detalle las falencias que pueden llegar a impedir que éste alcance el éxito esperado.

La Psicología en el emprendimiento, hasta ahora, se ha encargado de caracterizar al emprendedor, y ha generado algunas hipótesis que permiten pensar en perfiles específicos de su aspecto psicológico, sin embargo, no le ha ofrecido acompañamiento al individuo, en busca de generar condiciones (internas y externas al emprendedor) que faciliten su satisfacción, calidad de vida y bienestar en su quehacer productivo. Por esta razón, comienza a pensarse la psicología como una respuesta a algunas dificultades y problemáticas que surgen en el proceso emprendedor con origen en el aspecto personal e interpersonal.

En este caso, lo que se puede hacer es buscar que el proceso emprendedor sea satisfactorio, que no afecte negativamente la calidad de vida, la libertad de autorrealización, y que el emprendedor cuente con herramientas para desempeñarse bien y solucionar los conflictos que el proyecto acarrea, y en caso de no ser posible, promover un cierre o una transferencia adecuada que mantengan el emprendimiento en funcionamiento y faciliten la estabilización de su bienestar.

Los elementos con los que cuente el emprendedor para sortear las condiciones y situaciones que emerjan durante la creación y ejecución de su proyecto, determinará por un lado su

motivación para ejecutar las tareas que el mismo acarree, por ejemplo, McClelland (1989) propone que a mayor motivación hacia el logro tenga una persona respecto a una actividad, mayor motivación tendrá para hacer las cosas y terminirlas, y por otro lado, afectará el equilibrio del bienestar y su respuesta de adaptación y adherencia al proceso emprendedor.

Finalmente es importante mencionar que para que el proceso emprendedor sea satisfactorio desde el emprendedor, se debe acudir a ubicar el emprendimiento dentro de su plan de vida como ser humano, brindándole asesoramiento en la resolución de las necesidades que ocurran en el proceso y orientación para desarrollar las competencias en las áreas que requiere hacerlo en el marco de sus rasgos personales. De esta manera se contribuye desde la psicología a brindar a cada individuo que decide emprender un proyecto, las herramientas necesarias para hacerle frente. Desde los resultados es posible llegar a inferir que si se brinda a la muestra evaluada un acompañamiento psicológico que les ayude a fortalecer y potenciar sus competencias, los negocios posiblemente serán más exitosos, pues se tendrán en cuenta variables importantes para lograr un mantenimiento fructífero en el mercado santandereano.

## **Conclusiones**

Es preciso concluir que Santander es uno de los departamentos que mayor emprendimiento tiene puesto que los empresarios santandereanos presentan grandes iniciativas de creación de empresas, sin embargo, una de las posibles razones por las cuales estos emprendimientos no son fructíferos ni se logran mantener en el tiempo puede explicarse debido a que los empresarios no poseen las características de personalidad ni de planeación requeridas para emprender un negocio.

La buena planificación puede llegar a considerarse en este caso como uno de los aspectos más importantes a tener en cuenta, la mayoría de los emprendedores comienzan a tenerla en cuenta cuando ven que ya poseen mayor experiencia en sus emprendimientos. Los resultados que se obtuvieron a lo largo de esta investigación, demuestran que la mayoría de las personas que formaron parte del estudio no estaban preparadas para asumir una posición frente al mantenimiento de sus empresas, pues sus características personales y psicológicas demuestran que no se encuentran lo suficientemente preparadas para llegar a asumir el fracaso que probablemente les espera en un periodo corto de tiempo. La idea de realizar esta investigación en Santander, resulta de gran interés y valor, pues es una de las regiones que cuenta con los índices más altos de fracaso en relación a las empresas que han sido creadas en los últimos años.

En la muestra, la mayoría de los participantes asumieron el riesgo de crear su propia empresa, viéndose envueltos en la necesidad de encontrar una vía o una alternativa que mejorara su situación económica y su calidad de vida, pero lo que no tuvieron en cuenta es que para poder llegar a alcanzar ese éxito esperado, era necesario contar con una serie de requisitos, por lo tanto, estos emprendedores no asumen la organización ni administración del emprendimiento de la

forma que debería ser. Se demostró que las razones están relacionadas con la planeación inadecuada (ya sea por no lograr su ejecución, por problemas con la misma, y por la falta de indicadores o métodos para medir rendimientos o eficiencias), lo cual se traduce en: carencia de indicadores de gestión, pero tampoco hay que dejar de lado las características de tipo psicológico pues también son un motivo importante.

La muestra pese a contar con un perfil emprendimiento nulo, pudo demostrar que sí contaba con las creencias y las autopercepciones necesarias indicando que la autoeficacia percibida actúa como un aspecto clave en la competencia humana y determina, en gran medida, la elección de actividades, la motivación, el esfuerzo y la persistencia en las mismas ante las dificultades, así como los patrones de pensamiento y las respuestas asociadas de cada uno de los individuos, lo que hace falta es brindarle en conjunto de los acompañamientos técnicos, un acompañamiento de tipo psicológico que les permita sacar provecho de sus capacidades, encaminándolos a la toma de decisiones acertadas en pro de las habilidades y las competencias que puedan desarrollar.

## Referencias

- Aldrich, H.E., Zimmer, C., 2002. Entrepreneurship through social networks. In: Sexton, D., Smilor, R. (Eds.), *The Art and Science of Entrepreneurship*. Ballinger, New York, pp. 3 – 23.
- Bandura, A. (1986). *The social foundations of thought and action*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Bandura, A. (1987). *Pensamiento y acción. Fundamentos sociales*. España: Martínez Roca.
- Bandura A 1997 *The Exercise of Control*. Freeman, New York.
- Bandura, A. (2001). *Guía para la construcción de escalas de autoeficacia*. Universidad de Standford. Traducido por Olaz, F.; Silva, N. & Pérez, E. (fecha de traducción).
- Bateman, S., & Crant, J.M. (1993). The proactive component of organizational behavior. *Journal of Organizational Behavior*, 14 (2), 103-118.
- Boydston, M.; Hopper, L. y Wright, A. (2000): “Locus of control and entrepreneurs in a small town”, Proceedings of ASBE, San Antonio, TX, disponible en [www.sbaer.uca.edu/docs/2000asbe/00asbe188.htm](http://www.sbaer.uca.edu/docs/2000asbe/00asbe188.htm)
- Block, Jorn Hendrich and Wagner, Marcus, *Necessity and Opportunity Entrepreneurs in Germany: Characteristics and Earnings Differentials* (April 1, 2010). *Schmalenbach Business Review*, Vol. 62, pp. 154-174, April 2010. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=1604117>
- Casson, M. C. (1982). *The entrepreneur. An economic theory*. Oxford: Martin Robertson.

- Covin, J.G., & Slevin, D.P.(1991). A conceptual model of entrepreneurship as firm behaviour. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16 (1), 7-25.
- Davidsson, P. (1989): *Continued Entrepreneurship and Small Firm Business*, Stockholm, Stockholm School of Economics.
- Chen, C.C., Greene, P.G. & Crick, A. (1998). Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? *Journal of Business Venturing*, 13, 295-316.
- Das T.K. & Teng, B.S. (1997). Time and entrepreneurial risk behavior. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 22 (2), 69-88.
- De Noble, A., Jung, D. & Ehrlich, S. (1999). Entrepreneurial self-efficacy: *The development of a measure and its relationship to entrepreneurial actions*. Trabajo presentado al Comunicación presentada en el Frontiers of Entrepreneurship Research, Waltham.
- Flammer A 1990 Erfahrung der eigenen Wirksamkeit [Experiencing One's Own Efficacy]. Huber, Bern, Switzerland.
- Formichella, M. (2004). *El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local*. Buenos Aires, Argentina: Publicación INTA.
- García Lillo, F. y Marco Lajara, B. (1999): “*La creación de nuevas empresas como motor generador de riqueza y bienestar económico: factores de éxito y fracaso*”. IX Congreso Nacional de ACEDE, Burgos.
- Krueger, N. & Dickson, P.R. (1994). How believing in ourselves increases risk taking: Perceived self-efficacy and opportunity recognition. *Decision Sciences*, 25 (3), 385-400.

Krueger, N. & Brazeal, D. (1994). Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs.

*Entrepreneurship Theory and Practice*, 18 (1), 91-104.

Mcclelland, D. (1961) *The Achieving Society*, Princeton, NJ. Von nostrand.

Moriano, J. A., Palací, F. J. y Morales, J. F. (2006). Adaptación y validación en España de la escala de Autoeficacia emprendedora. *Revista de Psicología Social*, 22(1), 51-64.

Olaz, F. (2001). La teoría social cognitiva de la autoeficacia. Contribuciones a la explicación del comportamiento vocacional. Trabajo de grado. Argentina: Universidad Nacional de Córdoba.

Olaz, F. (2003). Modelo social cognitivo del desarrollo de carrera. *Evaluar*, 3. Argentina: Universidad Nacional de Córdoba.

Palací, F.J. y Moriano, J.F. (2003). Inserción laboral a través del autoempleo. En J.A. Moriano (Ed.), *El nuevo mercado laboral: Estrategias de inserción y desarrollo profesional* (p. 25-44). Madrid: UNED.

*Prueba "t" de Student*. (s.f.). Recuperado el 28 de 09 de 2019, de <https://www.scientific-european-federation-osteopaths.org/wp-content/uploads/2019/01/Prueba-t-de-Student.pdf>

Rotter, J. B. (1966). Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement. *Psychological Monographs: General and Applied*, 80(1), 1-28.

Rotter J B 1954 *Social Learning and Clinical Psychology*. Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ.



- Sánchez, J.C. (2009). Evaluación de la personalidad emprendedora: validez factorial del cuestionario de orientación emprendedora COE. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 42(1), 41-52.
- Salvador, C. (2008). Impacto de la Inteligencia emocional percibida en el autoempleo. *Boletín de Psicología*, 92, 65-80.
- Shane, S., 2000. Prior knowledge and the discovery of entrepreneurial opportunities. *Organ. Sci.* 11 (4), 448–469.
- Shane, S., Venkataraman, S., 2000. The promise of entrepreneurship as a field of research. *Acad. Manag. Rev.* 25 (1), 217–226.
- Shapiro, A. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. En C. Kent, D. Sexton & K. H. Vesper (Eds.), *Encyclopaedia of Entrepreneurship* (pp. 72-90), Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Thornton, P. (1998). The Sociology of Entrepreneurship. *Annual Review of Sociology*, 25, 19-46.
- Tejada, A. (2005). Agenciación humana en la teoría cognitivo social: definición y posibilidades de aplicación. *Pensamiento Psicológico*, 1(5), pp. 117-123.
- Zimmerman, B.; Kitsantas, A. & Campillo, M. (2005). Evaluación de la autoeficacia regulatoria: una perspectiva social cognitiva. *Evaluar*, 5. Argentina: Universidad Nacional de Córdoba.
- Waung, M. (1995). The effects of self-regulatory coping orientation on newcomer adjustment and job survival. *Personal Psychology*, 48, 633-649.

### Anexos

#### Anexo 1. Escala de Auto-Eficacia Emprendedora.

Si usted tuviera su propia empresa, ¿en qué grado cree que sería capaz de desempeñar eficazmente cada una de las siguientes tareas?

1	2	3	4	5
Completamente incapaz	Algo incapaz	Capaz	Muy capaz	Perfectamente capaz

	1	2	3	4	5
Trabajar eficazmente bajo un continuo estrés, presión y conflicto.					
Desarrollar y mantener relaciones favorables con potenciales inversores.					
Reconocer nuevas oportunidades en el mercado para nuevos productos y servicios.					
Reclutar y entrenar a los empleados clave.					
Establecer la visión y los valores de la organización.					
Descubrir nuevas formas para mejorar los productos existentes.					
Desarrollar relaciones con personas clave para obtener capital.					
Identificar nuevas áreas de crecimiento potencial.					
Desarrollar una adecuada planificación de personal para cubrir los puestos clave de la empresa.					
Tolerar los cambios inesperados en las condiciones del negocio.					
Diseñar productos que resuelvan problemas corrientes.					
Identificar recursos potenciales de financiación.					
Crear un entorno de trabajo que permita a las personas ser más su propio jefe.					
Persistir frente a la adversidad.					
Crear productos que satisfagan las necesidades no cubiertas de los clientes.					
Desarrollar un entorno laboral que promueva que las personas intenten hacer cosas nuevas.					
Alentar a las personas para que tomen iniciativas y responsabilidades sobre sus ideas y decisiones, independientemente de sus resultados.					
Identificar y construir equipos de gestión.					
Formar asociaciones o alianzas con otros.					
Manipular adecuadamente los recursos de la empresa.					

\*Versión de la escala adaptada y validada en castellano por Moriano, Palací y Morales (2006).

*Anexo 2. Modelo de consentimiento informado.*

## CONSENTIMIENTO INFORMADO

Se está realizando una investigación sobre el Emprendimiento en una muestra de empresarios santandereanos y para ello, se requiere de la aplicación del Test de Aptitudes Gerenciales y Emprendimiento (NLS) y la Escala de Auto-Eficacia Emprendedora (Entrepreneurial Self-Efficacy ESE). Su decisión de participar en la investigación es voluntaria, por tanto, es importante que lea este documento y si está de acuerdo lo firme. Recuerde que este proceso es gratuito por lo cual usted no pagará ningún tipo de costo económico por los procedimientos que en él se efectúen, ni tampoco recibirá algún tipo de remuneración por participar.

El objetivo principal de esta investigación es determinar la relación existente entre rasgos de personalidad y auto-eficacia emprendedora en una muestra de empresarios santandereanos.

De acuerdo con los principios establecidos en la Declaración de Helsinki: respeto a los derechos del sujeto, prevaleciendo su interés por sobre los de la ciencia y la sociedad y el respeto por la libertad del individuo; y en las Pautas CIOMS que rige los principios éticos para la ejecución de la investigación en seres humanos. Debido a que esta investigación se consideró como de bajo riesgo y, en cumplimiento con los aspectos mencionados con el Artículo 6 de la Resolución 008430 de Octubre 4 de 1993, este estudio se desarrollará conforme a los siguientes criterios:

- a) Prevalece el criterio de respeto a la dignidad y protección de los derechos y bienestar del participante.
- b) La aplicación de las técnicas o pruebas se realizará una vez el participante tenga pleno conocimiento de los objetivos de la investigación y su participación en ella.
- d) El participante debe leer con cuidado y formular las preguntas que desee.

### **Alcance**

El beneficio y el alcance de esta investigación busca aportar conocimiento sobre las fortalezas de los líderes de la región, además de seguir aportando información relevante a la literatura teniendo en cuenta que será el primer estudio relacionado al tema en Santander y el país.

### **Confidencialidad**

La información obtenida en el presente estudio mantendrá un carácter confidencial, respetando su integridad y dignidad como participante. De la misma manera, se omitirá su identidad en los resultados obtenidos, estos se utilizarán solo con fines investigativos y académicos.

### **Derecho a rehusar o retirarse del estudio**

Cabe aclarar que el participante puede retirarse o dejar de responder los cuestionarios cuando lo desee, dando la libertad de finalizar el mismo en cualquiera momento.

### **Aceptación**

Acepto de manera voluntaria y consciente el procedimiento que se me ha propuesto. Conozco los riesgos de la investigación, he leído y comprendido la información. Sé que puedo retirar la autorización en cualquier momento.

SÍ  NO  Autorizo el procedimiento para la aplicación de las pruebas.

SÍ  NO  Autorizo que la información obtenida en las pruebas, se usen con fines académicos

Con fecha \_\_\_\_\_ habiendo comprendido lo anterior y una vez que se aclararon todas las dudas que surgieron con respecto a la participación. Yo, \_\_\_\_\_, identificado con C.C. \_\_\_\_\_ autorizo mi participación.

\_\_\_\_\_

Firma del participante

Firma de evaluador(es)