

See discussions, stats, and author profiles for this publication at: <https://www.researchgate.net/publication/317528566>

ANÁLISIS PSICOLÓGICO DE LA CONDUCTA EMPRENDEDORA EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS: MEDICIÓN, RELACIONES Y PREDICCIÓN

Article · March 2009

CITATIONS

6

READS

46

2 authors, including:



Eric Roth

Universidad Católica Boliviana "San Pablo"

82 PUBLICATIONS 127 CITATIONS

SEE PROFILE

Some of the authors of this publication are also working on these related projects:



El Desarrollo de la Identidad Étnica en Bolivia [View project](#)



Comportamiento Prosocial en niños y jóvenes bolivianos [View project](#)

Análisis Psicológico de la Conducta Emprendedora en Estudiantes Universitarios:
Medición, Relaciones y Predicción

Erick Roth* y Devadip Lacoa
Departamento de Psicología
Universidad Católica Boliviana “San Pablo”

* La correspondencia debe dirigirse a:

Dr. Erick Roth
Departamento de Psicología
Universidad Católica Boliviana “San Pablo”
e-mail: eroth@ucb.edu.bo

Análisis Psicológico de la Conducta Emprendedora en Estudiantes Universitarios:
Medición, Relaciones y Predicción

Erick Roth y Devadip Lacoa
Departamento de Psicología
Universidad Católica Boliviana “San Pablo”

RESUMEN

El presente artículo aborda el tema de la actitud emprendedora desde una triple perspectiva. En primer lugar, se exploraron las posibilidades de medición de dicha actitud; para ello se adaptó, a la población universitaria boliviana, una escala desarrollada en otro contexto cultural llevándose a cabo de manera exitosa su prueba psicométrica. En segundo lugar, el estudio reporta una serie de relaciones entre la actitud emprendedora y otras variables psicológicas tales como la disposición a cambiar, la ego-resiliencia, la auto-eficacia emocional y los valores de apertura al cambio. Los resultados muestran correlaciones significativas entre alta actitud emprendedora y todas las variables mencionadas. Por el contrario la baja actitud emprendedora no exhibió correlaciones relevantes con ninguna de tales variables. En tercer lugar, el análisis de regresión múltiple permitió vislumbrar un modelo para la predicción de la actitud emprendedora a partir de la disposición a cambiar, de la ego-resiliencia y de los valores de autodirección y logro. Finalmente se discuten los resultados generales a la luz de la necesidad de generar condiciones para la formación de la actitud y conducta emprendedoras.

Palabras clave: Actitud emprendedora, disposición a cambiar, ego-resiliencia, valores de apertura al cambio.

ABSTRACT

The present paper is concerned with entrepreneur attitude from three different points of view. In the first place, it was explored an alternative to measure that attitude. With this purpose it was adapted to a Bolivian university student population, a Likert type scale developed in other cultural context. That adaptation was successfully carried out and psychometrically tested. In the second place, it was reported a series of correlations between entrepreneur attitude and other psychological variables such as readiness to change, ego-resilience, emotional self-efficacy and change related values. The results exhibit significant correlations between high entrepreneur attitude and all mentioned variables. On the contrary, low levels of entrepreneur attitude don't show relevant correlations with none of those variables. In third place, the multiple regression analysis allowed a model to predict entrepreneur attitude from readiness to change, ego-resilience, self-direction and achievement values. Finally, the general results were discussed in the context of attitude change and behavior entrepreneur training.

Key words: entrepreneurial attitudes, readiness to change, ego-resilience, change oriented values.

Introducción.

Desde hace varias décadas, los investigadores (Martinelli, 1994) se han estado preguntando ¿qué hace que una persona escoja libre y voluntariamente conformar su propia empresa o cualquier otro tipo de emprendimiento y se resista tenazmente a formar parte del ejército de empleados dependientes? ¿Qué es lo que puede explicar que una persona renuncie a la seguridad de un empleo para lanzarse a la incertidumbre y al riesgo que suponen una iniciativa personal? ¿Qué diferencia al espíritu aventurero de la actitud más conservadora a la hora de elegir una actividad laboral? Las respuestas que se han propuesto a tales interrogantes son todavía objeto de debate y forman parte del material de trabajo sobre el comportamiento emprendedor.

Desde el punto de vista psicológico, la discusión sobre el tema ha puesto de manifiesto divergencias al menos en dos aspectos fundamentales. Por un lado ha confrontado la visión comportamental con la aproximación que destaca las características del emprendedor y sus rasgos de personalidad en la búsqueda de explicaciones a la conducta emprendedora. Por otro, ha puesto sobre el tapete la discusión en torno a la contribución relativa de los factores extra psicológicos que concurren para esclarecer este proceso.

En el primer caso, la controversia reside en que para los que asumen la representatividad de la teoría de los rasgos (características más o menos estables de la personalidad), la determinación de correlatos entre ser o no emprendedor y estas características individuales (motivación, necesidad de logro, manejo de la incertidumbre, locus de control, tenacidad, etc.) constituye la base de la investigación acerca de la predicción del emprendimiento. Para quienes sustentan el enfoque comportamental, por otra parte, la indagación de los rasgos del emprendedor sólo conduce a la confusión y oscurece la comprensión de la conducta emprendedora. La

razón de la confusión reside, a decir de este grupo de investigadores, en que en lugar de responder a la pregunta “¿quién es el emprendedor?”, debería indagarse sobre “lo que hace un emprendedor” cuando crea o desarrolla un emprendimiento (Gartner, 1988; Shapero y Sokol, 1982). En otras palabras, para entender al emprendedor, debe estudiarse de qué manera éste se involucra en el proceso del emprendimiento (qué competencias posee y pone en práctica, cómo encara las oportunidades que se le presentan, de qué manera sortea los obstáculos que se oponen a su tarea, cómo interactúa con la novedad, etc.).

La inviabilidad de un acuerdo entre los investigadores acerca del modelo con el que deben aproximarse al estudio del emprendimiento, ha impedido llegar a un acuerdo con respecto a la definición de conducta emprendedora (Brazeal y Herbert, 1999; Bruyat y Julien, 2001). Esta debilidad ha sido expresada por varios autores desde hace ya mucho tiempo (Cole, 1969; Carsrud, Olm y Edy, 1985; Sexton y Smilor, 1986; Gartner, 1988), quienes manifestaron su frustración al no poder descubrir un común denominador que justifique la formulación de un paradigma único que explique el fenómeno que nos ocupa (Phan, 2004; Shane y Venkataraman, 2000). Actualmente, aún persiste esta indefinición que conspira contra la acreditación del estudio científico del emprendimiento (Kumar, 2007), y el número de intentos para definirlo iguala al número de académicos interesados en el tema (Bruyat y Julien, 2001; Lumpkin y Dess, 1996).

El otro aspecto oscurecido por el debate conceptual en el ámbito de la psicología es que el emprendimiento constituye un proceso multidimensional y que, por lo mismo, no es posible concebirlo al margen de la serie de factores contextuales que operan conjuntamente a los psicológicos. Algunos de ellos son: la naturaleza de las oportunidades emergentes (Rumelt, 1974), el medio económico-social

(Shumpeter, 1934), el sistema jurídico-político-normativo (Etzioni, 1987), el contexto organizacional (Dess y cols., 1999), cultural, o el capital social (Lin, 1999), entre otros.

Shaver y Scott (1991) al reconocer esta realidad señalaba: “Las circunstancias económicas son importantes, las redes son importantes; los equipos de emprendimiento son importantes, los mercados, las finanzas; e incluso la asistencia de las agencias públicas son importantes. Sin embargo, ninguno de éstos por separado es capaz de crear un nuevo emprendimiento. Para ello necesitamos una persona que contemple en su mente todas las posibilidades juntas y que crea que la innovación es posible, pero que además tenga la motivación para persistir hasta que el trabajo esté completo” (p. 25).

Lo cierto es que actualmente, al tomar cuerpo la idea de que los emprendedores no constituyen un grupo homogéneo de características únicas, el énfasis de la investigación sobre comportamiento emprendedor parece haberse re-direccionado desde la exclusiva atención a la persona y sus características, a la consideración del proceso como un todo (Gartner, 1988, 1989). Esto querría decir que si bien es preciso profundizar el estudio de aquellos aspectos individuales de naturaleza psicológica, (sobre todo los referidos a aspectos del comportamiento del emprendedor), debe ponerse también mucha atención a los aspectos contextuales y situacionales de la decisión para emprender.

El comportamiento emprendedor constituye un buen ejemplo de innovación toda vez que quien elige emprender, por lo general, debe estar en condiciones de comportarse de manera novedosa y creativa. En este sentido, Roth (2008) demostró que la fuerza de la decisión para innovar constituía una función ordenada de la percepción del riesgo y la certeza asociada a la situación de decisión. El autor

confirmó que las variaciones en los valores de riesgo y certeza hacían co-variar la fuerza de la decisión para el cambio. Esto querría decir que ambas variables ejercen un efecto diferencial sobre el innovador, demandando más o menos esfuerzo y destrezas o competencias para encarar los riesgos e incertidumbres percibidos. El innovador se decide o no por la novedad cuando hace una apreciación de la magnitud del riesgo o la incertidumbre, por un lado, y por otro, cuando hace una apreciación de sus capacidades propias para enfrentarlos con probabilidades de éxito. Desde luego, las probabilidades de afrontamiento de la decisión serán más altas en la medida en que el innovador potencial se encuentre mejor equipado con ciertas capacidades psicológicas como la auto-eficacia (Caird, 1991), la resiliencia o evidencia valores personales congruentes con la necesidad del cambio. No obstante, el análisis no puede ser completo si para pronosticar la toma de decisiones, se pasan por alto otros factores contextuales como el de la necesidad material, la experiencia personal o la influencia social, por ejemplo. Por todos es sabido que la necesidad aguza el ingenio y actúa como un poderoso motivo para innovar o emprender, que la experiencia aumenta la seguridad y que, sin la influencia del medio social, muchos grandes emprendimientos no hubiesen pasado de ser sólo buenas ideas.

Por lo tanto, una innovación o un emprendimiento se haría más probable cuando, a) dados unos factores contextuales capaces de orientar al innovador o emprendedor hacia una meta, b) éste hace conjeturas favorables acerca de riesgo o incertidumbre (Matthews y Moser, 1996), que rodea la decisión (cantidad de riesgo emergente de las condiciones del mercado, la seguridad jurídica, el clima político y la naturaleza de la oportunidad. La incertidumbre generada con la fluctuación de los precios nacionales o internacionales, el acceso a insumos, el comportamiento de la inflación, etc.), y c) cuando se valora positivamente las capacidades propias para

enfrentar con probabilidades de éxito los obstáculos percibidos y aprovechar las oportunidades emergentes (Krueger y Dickson, 1994).

Consecuentemente, el comportamiento emprendedor no puede ser dilucidado sólo a partir de un conjunto de rasgos de personalidad del emprendedor ni sólo a partir de la consideración de su entorno económico u organizacional. Su tratamiento debe incorporar la complejidad de todos los elementos que definen el proceso.

Existe aún otro aspecto suscitado por el debate teórico que merece alguna consideración adicional. Se trata de cómo establecer información más clara y confiable que pueda servir de base a la predicción del comportamiento emprendedor. En otras palabras, ¿cuáles son los aspectos del proceso que podrían ser utilizados como indicadores de una decisión futura de emprender una innovación? Si se trata de anticipar el comportamiento emprendedor de un grupo de personas mucho antes de estar relacionadas con los procesos de emprendimiento (como podría ser el caso de un grupo de estudiantes de quienes se presume un potencial emprendedor), difícilmente podremos echar mano de información proveniente del entorno organizacional. Para este caso, tampoco nos es útil la información de lo que normalmente hace un emprendedor en circunstancias de conformar un emprendimiento, proceso que según Gartner (1988) debe ser la base del conocimiento del proceso de emprendimiento. Tratar de derivar indicadores de la conducta emprendedora a partir de la observación de individuos que hayan iniciado exitosamente un emprendimiento supone estudiar el proceso usando como criterio la variable dependiente. Este procedimiento podría omitir la información de aquellos casos de individuos que intentaron el emprendimiento y fracasaron en su cometido.

Por lo tanto, los predictores más accesibles siguen siendo aquellas características personales más o menos estables y que, por lo mismo, podrían ser

detectadas en cualquier momento y que además pueden demostrar que se encuentran consistentemente asociadas con la intención o decisión de emprender.

A riesgo de aportar al caos ya existente en el ámbito conceptual del emprendimiento, el propósito del presente estudio ha sido, en primer lugar, explorar las posibilidades de detección o medición de la *actitud hacia emprender*. En segundo término, se buscó relacionar la actitud emprendedora evaluada mediante una prueba para la detección de emprendedores (Gassé, 1983), con otra serie de variables que en investigaciones previas (Krueger y Dickson, 1994; Roth, 2008; Caird, 1991; Baron, 2000, 2004) demostraron estar relacionadas con la adopción del cambio, la innovación y con el propio acto emprendedor. Finalmente, en tercer lugar, se pretendió identificar, de entre las variables que demostraron correlaciones aceptables con la actitud emprendedora, aquellas que podrían considerarse predictoras de la misma.

Así, el estudio provee información acerca de mecanismos y procesos relacionados con la adaptación y aplicación de varios instrumentos de medición de la conducta emprendedora y de otros constructos afines, permitirá la correlación entre los datos obtenidos y ensayará el análisis de regresión múltiple para descubrir variables predictoras que aporten elementos de juicio al análisis causal del fenómeno. Por lo tanto, se postularon las siguientes hipótesis de trabajo:

H1. Debido a que todo emprendimiento implica por lo general acciones novedosas que lo viabilizan, se presume que la actitud emprendedora se relaciona positiva y significativamente con los indicadores de innovatividad, expresados a partir de los factores de Competencias para el Cambio y Pro-actividad medidos por la Escala de Disposición al Cambio (EDC).

H2. Ante la evidencia creciente de que el emprendimiento se encontraría relacionado con la auto-eficacia del emprendedor, en el presente estudio se postula que la actitud emprendedora correlaciona positivamente con la convicción del individuo acerca de su desempeño emocional. Es decir, a medida que las personas se identifican más como emprendedoras, evidenciarán mayores niveles de auto-eficacia emocional.

H3. Si asumimos que todo emprendedor debe expresar condiciones personales para encarar de manera adecuada las dificultades emergentes del emprendimiento y eventualmente con el fracaso, se esperaría que a mayores niveles de actitud emprendedora se observen también mayores niveles de Ego-resiliencia.

H4. Se ha señalado que las acciones emprendedoras se encuentran respaldadas por una serie de principios personales más o menos perdurables; por ello deberíamos esperar que la presencia de los valores de auto-dirección, estimulación y logro correlacione positivamente con la actitud emprendedora.

H5. Las variables innovatividad, auto-eficacia emocional, ego-resiliencia, y los valores personales de auto-dirección, logro y estimulación, constituyen variables que pueden explicar la actitud emprendedora, constituyéndose en factores predictivos del emprendimiento.

Las variables estudiadas en el presente estudio fueron definidas de la siguiente manera:

a) El *emprendimiento* se entiende aquí como actitud hacia la búsqueda de iniciativas impulsadas por el logro y el éxito personal; por el apego al poder y al ejercicio del control, por la tendencia al desafío y la expresión de ambición que gobierna las decisiones. El emprendedor se mueve en libertad y valora la independencia. La definición señala la perseverancia y la determinación como

prácticas habituales que reflejan auto-confianza y entusiasmo por la novedad. Destaca la tolerancia a la ambigüedad y el adecuado manejo del estrés. La actitud emprendedora orienta la actividad creativa y la imaginación; resta valor a la suerte y el destino como rectores de sus acciones y pondera el tiempo y la pro-acción. La variable se define operativamente a través de la escala “*Ai-Je un Profil D’entrepreneur?*” (Gassé en [http://www.potentielentrepreneur.ca /client/questionnairesection 1 en.asp](http://www.potentielentrepreneur.ca/client/questionnairesection1en.asp)).

b) Se entiende por *innovatividad* aquél componente subjetivo que se expresa en la búsqueda permanente del cambio. La innovatividad se define a partir de dos dimensiones: las competencias o habilidades para el cambio y la pro-actividad. La dimensión “*competencias para el cambio*” señala que las personas hábiles y motivadas por el cambio suelen encarar las situaciones aumentando las probabilidades de éxito. Perciben, por lo general, más de una forma de lograr una meta y son capaces de buscar soluciones en lugares y circunstancias menos obvias. Tienen talento para crear nuevas maneras de resolver problemas. Cuando las personas con deficiencias concretas en el manejo del cambio encuentra obstáculos, se paralizan y retornan a las viejas prácticas, abandonando la idea del cambio. La dimensión Pro-actividad para el cambio, por su parte, debe entenderse como la disposición activa para tomar riesgos y el deseo de involucrarse con lo desconocido. Una persona pro-activa suele elegir el camino menos utilizado, busca salidas osadas, elige la aventura y el reto. Debido a que el cambio siempre involucra tanto el riesgo como lo desconocido, quienes buscan activamente alternativas para encarar el cambio o sus riesgos e incertidumbres, se suelen desempeñar adecuadamente en situaciones de inestabilidad y conmoción. Son los pro-actores de la innovación y los agentes que promueven e inician el cambio. La

variable se define operativamente a través de la Escala de Disposición al Cambio (EDC) (Roth, 2008).

c) *Autoeficacia Emocional* fue definida por Eisenberg y Spinrad (2004) como “el proceso que inicia, evita, inhibe, mantiene o modula la ocurrencia e intensidad o duración de los sentimientos, estados, emociones fisiológicas, procesos atencionales, estados motivacionales y otros concomitantes conductuales de la emoción que permiten lograr la adaptación afectiva biológica o social, o el logro de metas individuales” (p. 338). La auto-eficacia emocional refleja las capacidades personales percibidas para regular la propia experiencia emocional, sobre todo en situaciones difíciles. Es poco probable que las personas puedan manejar sus afectos positivos y negativos si no se sienten realmente capaces de hacerlo, y se asume aquí que un emprendedor tendrá problemas en su tarea si carece de este mecanismo regulatorio. El instrumento utilizado para medir la auto-eficacia emocional ha sido desarrollado y estudiado a profundidad por Caprara y Gerbino (2001) y Bandura y Cols. (2003).

d) En este estudio, se define *Ego-Resiliencia* (Block y Kremen 1996), como la habilidad de un individuo para ejercer auto-control en un contexto determinado. Se espera que una persona ego-resiliente sea recursiva y adaptada cuando se enfrenta a nuevas situaciones; debe ser competente en el manejo de sus relaciones interpersonales y capaz de usar adecuadamente las emociones en situaciones de alta demanda. Esta variable se define operativamente a través de la Escala Ego-Resiliencia (Block y Kremen, 1996).

e) Los *Valores Personales* fueron definidos a partir del grupo de valores estudiados por Schwartz (1992) conocidos como de “*Apertura al Cambio e Independencia*” e incluyen la *auto-dirección*, la *estimulación* y el *logro*. La auto-dirección destaca los principios de independencia del pensamiento y acciones;

antepone la creatividad y la búsqueda a lo conocido y establecido. Este valor se relaciona con las preferencias de la persona por las ideas nuevas y la creatividad. Quien lo posee prefiere tomar sus propias decisiones y buscan la independencia a través de sus acciones. El valor de “Estimulación” se relaciona con la emoción, la novedad y el apego a los desafíos de la vida. Las personas que lo manifiestan son individuos interesados en experimentar con cosas nuevas, amantes de la aventura y deseosas de vivir una vida llena de emociones. Finalmente, el valor de “Logro” está relacionado con el éxito personal y las personas que lo tienen demuestran dicho valor exhibiendo competencias según los estándares sociales de éxito, capacidad e influencia. Sus acciones suelen estar influenciadas por el concepto y la admiración de sus iguales; suelen ser ambiciosas y esforzadas para lograr ser superiores a los demás. La variable “Valores Personales de Apertura al Cambio” se define operativamente mediante el Cuestionario de Valores Personales de Schwartz (1992) en las escalas correspondientes.

Método.

Participantes. La muestra de la presente investigación estuvo conformada por 304 estudiantes universitarios que cursaban estudios superiores en las carreras de Administración de Empresas, Ingeniería comercial, Ciencias Políticas, Derecho, Diseño Gráfico, Educación, Ingenierías y Psicología. Los participantes fueron elegidos de manera no probabilística con el único criterio de su aceptación voluntaria a responder a la batería de cinco pruebas. Sus edades fluctuaron entre los 17 y 47 años, con una media de 22.07 y una desviación típica de 4.933; 117 fueron varones (38.5%) y 187 (61.5%) mujeres. Todos eran residentes urbanos y compartían una extracción socioeconómica media.

Medidas. La muestra del estudio respondió a cinco escalas: la primera para determinar el tipo emprendedor, otra para medir su disposición a cambio (innovatividad), la tercera para determinar sus niveles de ego-resiliencia, la cuarta para indagar su auto-eficacia emocional y la última para establecer su predominancia axiológica. A continuación se describen cada una de ellas con mayor detalle.

a) *Escala “¿Soy del tipo Emprendedor?” STE.* (Gassé en [http://www.potentielentrepreneur.ca /client/ questionnairesection 1 en.asp](http://www.potentielentrepreneur.ca/client/questionnairesection1en.asp)). El instrumento fue producto de una investigación acerca de las características de los emprendedores en contextos industriales del Canadá. La versión inicial del cuestionario estuvo conformada por 90 ítems y fue desarrollada con una muestra de 1996 personas. La muestra que sirvió de base a la creación de este cuestionario estuvo conformada por cinco grupos poblacionales: a) dueños y ejecutivos de negocios y administradores experimentados, b) trabajadores independientes y agricultores, c) oficiales intermedios y profesionales, d) trabajadores de tiempo completo y medio tiempo, y e) estudiantes.

El análisis factorial exploratorio dio a conocer algunas insuficiencias en la validez del instrumento, las mismas que condujeron a un reajuste del mismo, modificándose el número de factores y reduciéndose el número de ítems a 50. La última versión se estructuró a manera de escala tipo Likert con cuatro opciones de respuesta: *1: totalmente en desacuerdo, 2: desacuerdo en algo, 3: de acuerdo en algo, 4: totalmente de acuerdo.*

La tabla 1 resume los valores de Alfa para las dos versiones del cuestionario original estudiadas en Canadá. Tal como puede advertirse, las correlaciones en la versión final se encuentran por encima de .5 y reflejan una mayor consistencia del instrumento.

Tabla 1: Valores de Alfa de Cronbach para el cuestionario “¿Soy del tipo *Emprendedor?*” en sus dos versiones (90 y de 50 ítems).

Dimensiones	Versión inicial (90-ítems)	Versión final (50-ítems)
Dimensión: Motivaciones	.8442	.8212
Logro / Éxito	.3190	.6214
Poder / Control	.6630	.6610
Desafío / Ambición	.4869	.5229
Independencia / Libertad	.5290	.5073
Reconocimiento / Reputación	.6461	-
Dimensión: Aptitudes	.8682	.8709
Perseverancia / Determinación	.5641	.6290
Auto-confianza / Entusiasmo	.6523	.5443
Tolerancia ambigüedad / Manejo del estrés	.6085	.6194
Creatividad / Imaginación	.7343	.7428
Intuición / Talento	.3867	-
Dimensión: Actitudes	.7199	.6991
Riesgo / Iniciativa	.3098	-
Destino / Suerte	.5278	.5672
Dinero / Riqueza	-.0478	-
Acción / Tiempo	.4596	.6365
Éxito / Fracaso	.4289	-
TOTAL	.9269	.9277

Por lo tanto, para fines del presente estudio se adoptó como base la versión revisada del cuestionario, la que con propósitos de adaptación local fue aplicada a la muestra de estudiantes universitarios. El cambio de contexto, de idioma y de características de la muestra demandó la realización de un nuevo estudio de adaptación, que incluyó la traducción, validación y el cálculo de la confiabilidad de la prueba en nuestro medio.

Después de varios ensayos con la versión reducida del instrumento y al cabo de haber obtenido resultados poco satisfactorios intentando replicar la medición de los

tres factores reportados por el autor, se decidió recortar la prueba y centrarla en un solo factor que mida *actitud hacia el emprendimiento*. Con este propósito los ítems de la prueba fueron sometidos a un análisis factorial exploratorio, sugerido por la prueba

Tabla 2. Matriz de correlaciones inter-ítem para el instrumento que mide actitud emprendedora (15 ítems y N= 304)

	EMP1	EMP3	EMP5	EMP8	EMP11	EMP12	EMP13	EMP17	EMP21	EMP22	EMP28	EMP29	EMP37	EMP45	EMP49
EMP1	1														
EMP3	.179(**)	1													
EMP5	.300(**)	.315(**)	1												
EMP8	.319(**)	.304(**)	.296(**)	1											
EMP11	.303(**)	.300(**)	.313(**)	.299(**)	1										
EMP12	.383(**)	.311(**)	.357(**)	.454(**)	.330(**)	1									
EMP13	.410(**)	.298(**)	.305(**)	.288(**)	.262(**)	.457(**)	1								
EMP17	.356(**)	.244(**)	.290(**)	.370(**)	.227(**)	.373(**)	.550(**)	1							
EMP21	.362(**)	.195(**)	.241(**)	.337(**)	.214(**)	.266(**)	.316(**)	.363(**)	1						
EMP22	.306(**)	.260(**)	.200(**)	.361(**)	.248(**)	.424(**)	.339(**)	.223(**)	.431(**)	1					
EMP28	.330(**)	.260(**)	.314(**)	.284(**)	.275(**)	.292(**)	.265(**)	.272(**)	.301(**)	.194(**)	1				
EMP29	.339(**)	.187(**)	.134(*)	.302(**)	.234(**)	.338(**)	.297(**)	.259(**)	.423(**)	.297(**)	.273(**)	1			
EMP37	.459(**)	.187(**)	.246(**)	.329(**)	.215(**)	.410(**)	.318(**)	.361(**)	.316(**)	.250(**)	.388(**)	.329(**)	1		
EMP45	.286(**)	.153(**)	.259(**)	.189(**)	.068	.225(**)	.229(**)	.182(**)	.120(*)	.167(**)	.204(**)	.123(*)	.267(**)	1	
EMP49	.273(**)	.216(**)	.179(**)	.235(**)	.100	.259(**)	.452(**)	.425(**)	.398(**)	.312(**)	.256(**)	.300(**)	.365(**)	.236(**)	1

de KMO, con un valor de .889 y una prueba de Esfericidad de Bartlett muy significativa ($p < .000$). El proceso permitió identificar 15 ítems con una mayor consistencia (como se puede advertir en la tabla 2), que en el análisis factorial saturaban en el componente actitud en condiciones aceptables (ninguna correlación tuvo valores por debajo de .39), confirmando la naturaleza monofactorial de la elección. La escala con este único factor alcanzó a explicar el 34.228 de la varianza total. La figura 1 reitera que las diferencias en los autovalores a partir del segundo componente no variaron lo suficiente como para justificar la inclusión de otro factor en el análisis, con lo que se ratifica la decisión tomada. La tabla 3 exhibe la matriz del componente de la prueba; nótese que los valores saturados fueron mayores a .395.

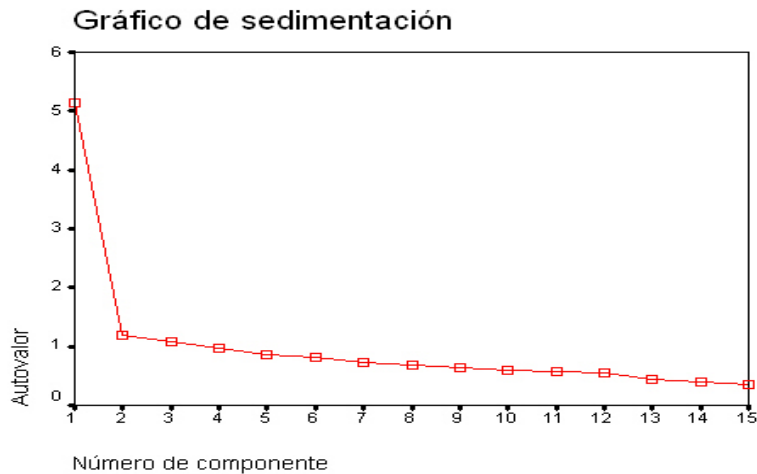


Figura 1. Distribución de los autovalores para los ítems de la prueba de Actitud emprendedora.

En consecuencia, partiendo del instrumento original, se cuenta con una versión modificada, reducida y simplificada para medir solo la actitud emprendedora. De esta manera, se corrigen las ambigüedades del instrumento referidas a los restantes componentes que se pretendía medir y que, de acuerdo con nuestros datos, lo hacía de manera imperfecta. La tabla 3 presenta también los ítems de la escala y sus valores de saturación obtenidos con la muestra de estudiantes.

b) *Escala de Auto-Eficacia Emocional (EAEm)*. El instrumento utilizado para medir la auto-eficacia emocional ha sido desarrollado y estudiado a profundidad por Caprara y Gerbino, (2001) y Bandura y Cols., (2003). La formulación de sus ítems fue realizada bajo la supervisión de Bandura (2006) y su estudio factorial determinó una solución monofactorial.

Tabla 3. Matriz del componente de la Escala de Actitud Emprendedora modificada y sus respectivos valores saturados.

Ítems de la Escala de Actitud Emprendedora	Componente:
	Actitud Emprendedora
EMP12: Cuando emprendo un proyecto, tengo confianza en poder alcanzar el éxito	.687
EMP13: Apunto a la excelencia en cada cosa que hago	.679
EMP1: Me gusta darme retos cuando emprendo un nuevo proyecto	.652
EMP17: Intento ser el mejor en mi área de competencia	.645
EMP37: Estoy siempre dispuesto a emprender nuevos proyectos	.632
EMP8: Cuando enfrento dificultades, busco soluciones alternativas	.620
EMP21: Siempre intento aprender lecciones de mis propios errores	.613
EMP49: Siempre doy lo mejor de mí en todo lo que hago	.578
EMP22: Todo es posible si creo poder hacerlo	.577
EMP29: Después de un error, soy capaz de levantarme y comenzar nuevamente	.556
EMP28: Puedo imaginar fácilmente muchas maneras de satisfacer una necesidad	.556
EMP5: Soy bastante curioso, por ello continuamente estoy en búsqueda de descubrimientos	.532
EMP11: Soy capaz de imaginar cómo pueden hacerse funcionar las cosas	.490
EMP3: Donde otros ven problemas, yo veo oportunidades	.487
EMP45: No tengo miedo a emprender iniciativas	.395
Método de extracción: Análisis de componentes principales.	

La EAEm posee una estructura tipo Likert con 34 ítems y cinco opciones de respuesta. Fue validada en Bolivia confirmándose su estructura factorial y su consistencia y fiabilidad con un coeficiente Alfa de Cronbach de .871. En este estudio boliviano la EAEm correlaciona además, de manera significativa ($r = .425$, $p < .000$), con el factor “Competencias para el Cambio” de la Escala de Disposición al Cambio (EDC), demostrando de esta manera su relación con las tendencias innovadoras y la importancia de la convicción afectiva en la disposición a innovar (Roth, 2008). En el presente estudio la EAEm fue aplicada conjuntamente la Escala de Actitud Emprendedora.

c) Escala *Ego-Resiliencia (EGO RES)*. Esta medida fue desarrollada por Block y Kremen (1996). Consiste en una escala tipo Likert con siete opciones de respuesta y 14 ítems. El instrumento define al “yo resiliente” como el ingenio y fortaleza del individuo para expresar auto-control, en respuesta a las demandas de su entorno.

La estructura psicométrica de la prueba original fue desarrollada a partir de una muestra de 188 estudiantes de psicología de la Universidad de California, conformada por 93 mujeres y 95 varones (Letzring, Block y Funder, en prensa). Los resultados del análisis sugirieron una estructura monofactorial y una consistencia interna aceptable, expresada en un coeficiente Alfa de Cronbach de .72. Para fines del presente estudio, la escala de Ego-Resiliencia fue aplicada en dos oportunidades. En la primera de ellas, al cabo de realizar la traducción al español y la adaptación idiomática al contexto, fue piloteada en una muestra de 416 estudiantes de ambos sexos (42.8 % de varones y 57.2 % de mujeres) cuyas edades fluctuaron entre los 16 y los 45 años, con una media de 20.5 y una desviación típica de 3.346.

Esta prueba permitió corroborar la solución monofactorial de la escala, llevándose a cabo un análisis factorial exploratorio con el método de extracción de análisis de componentes principales. El cálculo fue considerado procedente después de haber obtenido una medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin de .815 y una adecuada prueba de esfericidad de Bartlett ($X^2 = 1516.47, p < .000$); la solución con un solo componente explicó el 31.375 por ciento de la varianza total. Por su parte, el análisis de confiabilidad arrojó un valor de Alfa de Cronbach del .818 que indica una buena consistencia del instrumento.

La segunda aplicación del instrumento se llevó a cabo con la muestra que sirvió a la presente investigación ($n = 304$). Los resultados en esta nueva prueba

corroboraron los datos dados a conocer por el estudio original y por el sondeo piloto, reiterando su estructura para medir un solo factor y una confiabilidad aceptable (Alfa = .811).

d) *Escala de Disposición al Cambio (EDC)*. Con anticipación a la aplicación del EDC en este estudio, el instrumento fue adaptado al contexto local en poblaciones urbanas (Roth, 2008). En esa oportunidad, se procedió en primera instancia a traducir el instrumento del inglés al castellano. Luego se aplicó la escala a una muestra de 428 individuos de ambos sexos: 245 varones y 183 mujeres. El rango de edad de quienes conformaron la muestra estaba entre los 16 y los 45 años, con una media de 20.50 y una desviación típica de 3.346. Todos eran escolarizados con un nivel mínimo de educación secundaria y residentes urbanos permanentes. Los indicadores de Asimetría y Curtosis se encontraban entre -1 y +1, lo que señalaba una distribución normal de la muestra.

La prueba es una escala tipo Likert conformada por 34 ítems y seis opciones de respuesta (1 equivale a ausencia de acuerdo (“*no se parece a mí*”) y 6 a total acuerdo con la afirmación (“*exactamente como yo*”). El análisis factorial procedió con el método del análisis de los componentes principales extrayendo cinco factores debido a que ellos aglutinaban la totalidad de los ítems de la prueba, saturándolos de manera más clara. Los cinco factores explicaban el 44.409 por ciento de la varianza total. Tomando en cuenta el .30 como punto de corte de los elementos de la matriz factorial, el primer factor quedó estructurado en base a 12 ítems explicando el 18.520 de la varianza, con saturaciones por encima de los .435 por ciento y permitió medir las “competencias para el cambio”.

El segundo factor quedó conformado por 8 ítems, que explican el 11.195 por ciento de la varianza, con saturaciones por encima del .445, permitiendo medir

“incertidumbre y pesimismo”. El tercer factor con cinco ítems explica el 5.493 por ciento de la varianza, con saturaciones mayores que .451, midiendo “pro-actividad”. El cuarto factor quedó conformado también por 5 ítems cubriendo el 4.769 por ciento de la varianza, con saturaciones por encima de .366 y midió “conservadurismo”. Finalmente el quinto factor incluyó 4 ítems, con los que se explica el 4.431 por ciento de la varianza total y con saturaciones mayores que .427, midiendo “rigidez”. Complementariamente, la prueba de confiabilidad, mediante el coeficiente Alfa de Cronbach arrojó un valor de .8496 para una muestra de 330 casos.

Para fines de la presente investigación solo se aplicaron los 17 ítems correspondientes a los factores 1 y 3 de la EDC (Competencias para el Cambio y Pro-actividad). Sus valores de confiabilidad específicos en la prueba de Alfa de Cronbach fueron de .838 y .713, respectivamente. Mayores detalles de la prueba pueden ser obtenidos en Roth (2008).

e) Cuestionario de Valores Personales (PVQ). El PVQ es un instrumento desarrollado por Schwartz (1992) que consta de 40 ítems que miden diez valores básicos: poder, logro, hedonismo, estimulación, auto-dirección, universalismo, benevolencia, tradición, conformidad y seguridad. Dichos valores pueden ser agrupados en cuatro categorías antagónicas: apertura al cambio, conservación, auto-trascendencia y auto-engrandecimiento. La propuesta de Schwartz (1992) al haber consolidado la validez de su estructura axiológica en el ámbito trans-cultural (Schwartz, Melech, Lehmann y cols., 2001; Schwartz y Bardi, 2001) se constituye en un marco conceptual aceptable para el estudio de las expresiones psicológicas motivadas por el juicio subjetivo de las personas relacionadas con las tendencias a favor o en contra del cambio y la innovación. El PVQ fue también adaptado a Bolivia, confirmándose sus propiedades esenciales primero en una muestra poblacional de 392

personas de ambos sexos, principalmente de clase media urbana y con edades entre los 18 y los 50. Posteriormente se ensayó una prueba adicional en una muestra de 304 estudiantes universitarios. El cuestionario total (40 ítems) arrojó una confiabilidad de .847 en el Alfa de Cronbach para la primera aplicación y de .841 para la segunda. Los valores de confiabilidad de las sub-escalas por separado se presentan a continuación en la tabla 4.

Tabla 4. Coeficientes de confiabilidad para las sub-escalas Autodirección, Estimulación y Logro del PVQ computados independientemente.

Sub-escala	No. de Items	Alfa de Cronbach	n
Autodirección	4	.740	304
Estimulación	3	.773	304
Logro	4	.808	304

Para fines de la presente investigación, se tomaron en cuenta únicamente las sub-escalas comprendidas en la categoría “*Apertura al Cambio*”: Auto-dirección, Estimulación y Logro. Los 11 ítems tomados en cuenta fueron puntuados en una escala de tipo Likert de 6 opciones de respuesta, (*1 no se parece nada a mí a 6 se parece mucho a mí*). Estudios previos (Roth, 2008) confirmaron la relación entre estas sub-escalas y la disposición a innovar, arrojando correlaciones significativas entre el EDC (escala total) y los valores incluidos en apertura al cambio del PVQ. Por lo tanto, se asume aquí que las mencionadas sub-escalas del PVQ pueden contribuir a la medición de las tendencias emprendedoras, a partir del componente de innovatividad.

El levantamiento de la información mediante las escalas se llevó a cabo de manera auto-aplicada y tuvo lugar en las aulas de la universidad sin tiempo límite.

Resultados.

La tabla 5 resume la información descriptiva de las características de las distribuciones obtenidas para las diferentes escalas administradas a la muestra.

Tabla 5. Estadísticos descriptivos correspondientes a cada una de las escalas utilizadas en el presente estudio

Escala	No.		Asimetría			Curtosis		
	N	Items	Media	Desv. Típica	Estadístico	Error típico	Estadístico	Error típico
EAEEm	304	34	126.6809	15.17163	.177	.140	.368	.279
EGO	304	14	73.0461	10.14830	-.128	.140	-.049	.279
EDC	304	17	73.4243	10.16826	-.744	.140	.836	.279
PVQ	304	11	51.9375	8.00986	-.615	.140	.590	.279
STE	304	15	49.7171	6.23671	-1.184	.140	1.148	.279

Tal como puede advertirse, los valores de asimetría y curtosis de las escalas permiten asumir distribuciones relativamente normales. La escala STE, sin embargo, presenta una distribución con una ligera asimetría negativa y una leve estructura leptocúrtica.

Los resultados obtenidos con la escala STE permitieron segmentar la muestra entre los que manifestaron alta y baja actitud hacia el emprendimiento. El criterio de dicha segmentación fue la respuesta de los participantes a los tres puntos más altos de la escala para clasificar “alta actitud emprendedora”. De esta manera, 166 de los 304 participantes, que hacen el 54.6 por ciento de la muestra, fueron considerados estudiantes universitarios con alta actitud emprendedora. El propósito de esta división fue profundizar el estudio de las características psicológicas del emprendedor, en este caso, de quienes manifestaron claras inclinaciones emprendedoras. Esto fue posible mediante la verificación del grado de relación manifestada entre la actitud emprendedora y otras características reflejadas por las escalas de la batería. Veamos a continuación las relaciones establecidas.

Tabla 6. Correlaciones bivariadas (r de Pearson) entre alta y baja actitud emprendedora y el resultado de las escalas de auto eficacia emocional, Ego Resiliencia, Disposición al Cambio y Valores de Apertura al Cambio.

Escalas	Alta Actitud Emprendedora (r Pearson)			Baja Actitud Emprendedora (r Pearson)		
	n	Estadístico	Significación	n	Estadístico	Significación
EAEEm	166	.439	.000	138	-.022	.796
EGO	166	.375	.000	138	.131	.126
EDC	166	.429	.000	138	.124	.148
PVQ	166	.257	.001	138	.161	.060

Tal como puede advertirse en la tabla 6, el segmento de la muestra con mayores valores de actitud emprendedora (n = 166) demostró significativos índices de correlación con auto-eficacia emocional, ego resiliencia, disposición a la innovación y valores hacia el cambio. Sin embargo, el sector de la muestra con menor actitud emprendedora relativa (n = 138) no arrojó relaciones de importancia. Este hallazgo apoya la suposición de que el emprendedor (o al menos quien sin serlo aún demuestra inclinaciones hacia el emprendimiento), manifiesta ciertas características comportamentales particulares. Por ejemplo, los resultados señalan que el grupo de mayor actitud emprendedora, ante circunstancias de ambivalencia, incertidumbre y riesgo que tipifican la toma de decisiones para iniciar un emprendimiento económico o de otro tipo, exhiben una inquebrantable convicción sobre la capacidad de regulación de las propias emociones. Este grupo parecería estar lo suficientemente protegido como para no quebrarse ante las presiones del entorno o las que provienen del proceso mismo de emprendimiento. En otras palabras, el emprendedor potencial

aparenta mayor eficiencia en el manejo de su emocionalidad que el segmento de baja auto-eficacia emocional.

En segundo lugar, los datos reflejan que el grupo tipificado como emprendedor se encuentra bien dispuesto para el cambio y la innovación; la novedad constituye para ellos un poderoso incentivo en su vida más que un logro que infunde temor o incertidumbre. Esta sub-muestra encararía con mayor solvencia las situaciones que tienen que ver con el proceso de innovación, aumentando las probabilidades de éxito en el emprendimiento. Perciben por lo general más de una forma de lograr una meta, son competentes en la solución de problemas y asumen los riesgos y la incertidumbre como un reto personal. Dieron muestras de ser pro-actores de la innovación y por lo mismo confiables agentes de cambio.

En tercer lugar, la correlación entre las variables alta actitud emprendedora y ego-resiliencia significa que estos individuos expresan fortaleza de carácter y flexibilidad necesaria para encarar situaciones especialmente duras y estresantes. La ego-resiliencia otorga al emprendedor la posibilidad de desenvolverse de manera adaptativa en el contexto mediante sus propios recursos y fortalezas.

Finalmente, la información obtenida señala que el comportamiento emprendedor está acompañado de valores personales dirigidos al cambio. Dichos valores (autodirección, estimulación y logro) son indicadores de la posesión de principios orientadores de la independencia y la confianza personal, de la búsqueda de novedad y las emociones, así como de la consecución del éxito y el reconocimiento por el esfuerzo realizado.

Como se comentó anteriormente, un estudio preliminar (Roth, 2008) mostró relaciones consistentes entre EDC y PVQ y entre EDC y EAEm, permitiendo concluir que los individuos con alta disposición a innovar son también personas con una

adecuada autorregulación de su emocionalidad y poseedores de una estructura axiológica que destaca principios de vida compatibles con el cambio y la autodirección. El mismo estudio dio a conocer que tanto la auto-eficacia emocional como los valores de apertura al cambio constituyen variables predictoras de la disposición a cambiar. Por lo tanto, si es evidente que estas variables se encuentran relacionadas, y si se considera que el emprendimiento constituye una categoría comportamental más amplia, sería posible postular que la auto-eficacia emocional, los valores de apertura al cambio, la ego-resiliencia y la disposición a cambiar constituyan a su vez variables predictoras de la actitud emprendedora.

Con el propósito de verificar esta posibilidad, se llevó a cabo un análisis de regresión múltiple para obtener un modelo lineal con cuatro variables predictoras (los valores de las variables antes mencionadas) y la actitud emprendedora como variable criterio. En primera instancia, la correlación bi-variada entre los puntajes totales obtenidos con las escalas EAEm, EGO, EDC y PVQ señalan relaciones significativas entre todas ellas, sin embargo no son lo suficientemente robustas como para sugerir multicolinealidad (véase tabla 7).

Tabla 7. Correlaciones bi-variadas entre los puntajes globales de cada escala.

ESCALA	EMP	EAEm	EGO	EDC	PVQ
EMP	1	.303(**)	.428(**)	.464(**)	.356(**)
EAEm		1	.678(**)	.528(**)	.318(**)
EGO			1	.628(**)	.458(**)
EDC				1	.537(**)
PVQ					1

** La correlación es significativa al nivel 0.01 (bilateral).

En otras palabras, si bien se cuenta con variables predictoras que expresan claras relaciones entre ellas, los valores de correlación no fueron lo suficientemente

altas como para causar problemas de interpretación con respecto a sus contribuciones relativas a la predicción de la variable criterio.

El método utilizado en el cálculo de la regresión múltiple fue el de “*introducir*” (método simultáneo). Se prefirió este método por dos razones: primero porque el marco teórico existente sobre el comportamiento emprendedor no es todavía lo suficientemente orientador y no existen elementos conceptuales como para asumir un orden o una jerarquía preestablecida de los predictores. En segundo lugar, el método se consideró procedente debido a que se contaba con un buen número de casos ($n=304$) y no se corría el riesgo de que las variaciones menores en los datos debido a errores de muestreo puedan repercutir en el orden de introducción de las variables.

Tabla 8. Resumen del modelo de regresión múltiple utilizado

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error típ. de la estimación
Introducir	.506(a)	.256	.246	5.41635

a Variables predictoras: (Constante), PVQ, EAEm, EDC, EGO

b Variable dependiente: Emprendimiento

Como puede verse en la tabla 8, el valor de R cuadrado corregido señala que el modelo elegido fue capaz de explicar el 24.6 por ciento de la varianza de la variable “emprendimiento”, lo que puede considerarse como aceptable. Asimismo, el análisis de varianza (ANOVA) que evalúa la significación global del modelo resultó ser estadísticamente pertinente ($F = 25.684, p < .000$).

Tabla 9. Relación de los Coeficientes del modelo, valores *Beta*, valores *t* y diagnóstico de colinealidad.

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados		t	Sig.	Estadísticos de colinealidad	
	B	Error típ.	Beta				Tolerancia	FIV
Introducir (Constante)	24.163	2.948			8.195	.000		
Auto-eficacia	-.012	.028	-.030		-.438	.662	.522	1.917
Ego-resiliencia	.135	.047	.220		2.866	.004	.424	2.356
Disposición al cambio	.172	.043	.280		4.006	.000	.509	1.966
Valores de cambio	.090	.047	.115		1.911	.057	.685	1.459

Variable dependiente: Emprendimiento

La tabla 9 presenta los Coeficientes Beta Estandarizados que constituyen una medida de la contribución de cada variable al modelo predictivo. Los valores mayores indican que cualquier cambio en la variable predictora puede tener un efecto importante sobre la variable criterio. Por su parte los valores de *t* (y su significación) ofrecen una referencia del impacto de cada variable predictora; a mayor valor de *t*, se sugiere que la variable correspondiente genera un impacto importante en la variable criterio. Obsérvese que los valores de Beta de las variables Disposición al Cambio, Ego-resiliencia y Valores de Apertura al Cambio, en ese orden, dieron muestras de ejercer un rol predictivo; en cambio, Auto-eficacia Emocional no tuvo, en este modelo, ningún valor para predecir emprendimiento.

Los coeficientes Beta fueron respaldados por los valores de *t* ($t_{EDC} = 4.006$, $p < .000$; $t_{EGO} = 2.866$, $p < .004$; $t_{PVQ} = 1.911$, $p < .05$), conformando su valor predictivo. Los valores de tolerancia obtenidos y exhibidos en la columna correspondiente de la tabla 9 muestran relaciones moderadas entre las variables predictoras permitiéndonos desechar cualquier suposición de colinealidad entre dichas variables.

Conclusiones

El presente estudio, llevado a cabo con estudiantes universitarios, pretendió obtener información acerca de tres aspectos relacionados con la conducta emprendedora desde una perspectiva psicológica: su medición válida y confiable, su vinculación con otras expresiones afines y su predicción a partir únicamente de variables psicológicas que en estudios previos demostraron plausibilidad causal.

Con respecto a la medición del constructo “actitud emprendedora”, el instrumento aquí utilizado tuvo que ser ajustado a las condiciones socioculturales de la muestra. Dicho ajuste supuso un cambio radical en su estructura que terminó en una escala monofactorial compacta de 15 ítems. La actitud emprendedora fue medida con afirmaciones que destacaban la pro-actividad en la iniciativa, la disposición a la excelencia, la búsqueda de la eficiencia, la confianza en el éxito y la capacidad resiliente, atributos presentes en las consideraciones conceptuales de la mayoría de los estudiosos (Bruyat y Julien, 2001; Phan, 2004; Shane y Venkataraman, 2000; Caird, 1991; Krueger y Dickson, 1994; Baron, 2004). En este estudio pareció importante enfocarse en la medición de la actitud emprendedora debido a que la población que sirvió de base a la investigación no estaba involucrada de manera directa con emprendimiento alguno y, por lo tanto, parecía razonable estudiar la *tendencia* o *disposición* a emprender.

Ciertamente, estudiar el emprendedorismo en una muestra de jóvenes no necesariamente involucrados con emprendimientos económicos, puede inducir un *sesgo hipotético*. Dicho sesgo ocurre en situación de prueba, cuando quien es medido debe responder encarando una situación ficticia cuya respuesta no compromete su situación actual o futura. Esta falta de compromiso contribuye al incremento del error

en la estimación de la conducta que se anticipa (Cummings y Taylor, 1999) y, por lo tanto, es necesario introducir durante el proceso de medición, una serie de controles no siempre disponibles por considerárselos excesivamente costosos, como por ejemplo, pedir a los entrevistados que revisen todas sus respuestas a la luz de la posibilidad del sesgo (List, 2001; Brown, Ajzen y Hrbes, 2003). Estudios futuros sobre tendencias a comportarse deberán encarar los problemas emergentes del sesgo hipotético. La alternativa, claro está, sería trabajar únicamente con poblaciones de emprendedores y aproximarse de manera sistemática a su experiencia evaluando cuidadosamente sus características psico-sociales. Sin embargo, esta estrategia nos privaría de conocer el proceso de convertirse en emprendedor. La medición de cohortes que expresan inicialmente actitudes emprendedoras en estudios longitudinales podrían ser una alternativa, no obstante lo costosos que puedan ser.

Con respecto a las relaciones entre la medida de la actitud emprendedora y otras variables estudiadas, debemos destacar en primera instancia la proximidad existente entre la actitud emprendedora y la disposición a cambiar. Este resultado hace pensar en que las tendencias emprendedoras se nutren en parte de los intereses por la novedad. El emprendedor, presumiblemente, realiza su trabajo buscando alternativas de acción o resultados que se sitúen fuera de lo común o que exigen al menos nuevas lógicas o formas diferentes de percibir el emprendimiento. Los datos encontrados nos dicen que los emprendedores no solo inician nuevas aventuras económicas o sociales, sino que lo hacen con ciertos valores de apertura al cambio y muy influenciados por la búsqueda de novedad. No debemos esperar que un emprendedor deba ser solo un repetidor de ideas exitosas; por su afinidad con la disposición a cambiar y por su apego a los valores de la renovación, sus emprendimientos están en condiciones de ser propuestas verdaderamente novedosas.

Los resultados señalaron también relaciones estrechas entre la actitud a emprender con la resiliencia. De acuerdo con la propuesta teórica de Block (2002), la resiliencia es la habilidad de adaptarse de manera flexible a las circunstancias del contexto. Como resultado de este proceso de adaptación, las personas resilientes tienden a manifestar mayores niveles de afectividad positiva y de experimentar mayores niveles de auto-confianza así como un mejor ajuste psicológico (Block y Kremen, 1996).

Etimológicamente resiliencia se deriva de la voz latina “*salire*” o “*resiliere*” que quiere decir recuperar la forma inicial, haciendo analogía del resorte que al ser doblado, recupera pronto su posición y dimensión originales, cuando se deja de ejercer la fuerza que las modificó (Davidson, Payne y Connor, 2005). Por lo tanto, debido a que los emprendimientos pueden conducir en ocasiones a la frustración y al desánimo, la resiliencia debe hacer parte de la expresión habitual del emprendedor cuando la persistencia sea requerida para su reconstrucción.

Exploramos también las relaciones entre emprendimiento y auto-eficacia emocional, por lo que asumimos que todo emprendedor debería poseer la convicción de poder ejercer control acerca de su propia emocionalidad. Se presume aquí que todo proceso de emprendimiento puede conducir a cierto desgaste emocional que debe ser adecuadamente controlado para evitar que se interponga entre la intención a emprender y el emprendimiento mismo. Los datos obtenidos muestran relaciones muy claras entre ambos constructos, lo que hace suponer que ambos pueden coexistir armoniosamente.

Por lo tanto, cuando reconocemos a una persona con potencial emprendedor o con alta actitud hacia el emprendimiento, identificamos también en ella condiciones y afinidades con el cambio y la innovación, una clara capacidad para renovarse ante la

adversidad y una serie de convicciones acerca de sus posibilidades de ejercer control sobre su conducta emocional. Pensamos que estas condiciones psicológicas apuntalan al emprendedor y lo impulsan hacia el éxito de su cometido.

Si bien la disposición al cambio y los valores asociados, la resiliencia y la autoeficacia emocional son variables que correlacionan muy bien con la actitud emprendedora, no todas operan a manera de predictores de dicha actitud. El modelo de regresión desarrollado dejó en claro el valor predictivo de la Disposición a Cambiar, de los Valores de Apertura al cambio, y de la Resiliencia. La Autoeficacia Emocional en cambio, no expresó dicha propiedad y tuvo que ser eliminada del modelo. De esta manera, la detección de actitudes y valores de disposición al cambio y resiliencia permitirían explicar la tendencia o la intención de emprender.

Estos resultados son relevantes en la medida que permiten identificar los elementos comportamentales, habilidades o competencias directa o indirectamente asociados con la intención de emprender y emplearlos como base de programas educativos para potenciar el emprendimiento. Un aspecto importante en el campo de la educación del emprendimiento, es conocer exactamente hasta qué punto los programas de formación influyen las actitudes e intenciones de las personas (Hytti y Kuopusjärvi, 2004). Dichos programas pueden facilitarse al máximo si se cuenta con información confiable acerca de lo que deberá incorporarse como repertorio del futuro emprendedor. En otras palabras, si asumimos que los valores de apertura al cambio o la resiliencia constituyen variables relevantes en el proceso de emprendimiento, entonces el propósito de un programa de formación de emprendedores deberá dilucidar los procedimientos encaminados a generar dichos valores y comportamientos y utilizarlos adecuada y oportunamente en la construcción de la experiencia.

Finalmente, debe insistirse en que el comportamiento emprendedor constituye un complejo multidimensional en el que los elementos psicológicos adquieren verdadera relevancia pero en el que destacan también influencias económicas, políticas, normativas, organizacionales y otras que contribuyen al entendimiento de este complejo proceso. Es, por lo tanto, una necesidad avanzar en el conocimiento de estas múltiples influencias para construir un modelo que no sólo explique de manera parsimoniosa la naturaleza del fenómeno que nos interesa, sino que proyecte las acciones más aconsejables para moldear la conducta de los futuros emprendedores.

Referencias.

- Bandura, A. (2006). Guide to the construction of self-efficacy scales. En F. Pajares y T. Urdan (Eds.). *Self-efficacy beliefs of adolescents*, (Pp. 307-337). Greenwich, CT: Information Age Publishing.
- Bandura, A., Caprara, G.V., Barbaranelli, C., Gerbino, M. y Pastorelli (2003). Role of affective self-regulatory efficacy in diverse spheres of psychological functioning. *Child Development*, 74, 3, 769-782.
- Baron, A. R. (2000). Counterfactual thinking and venture formation: The potential effects of thinking about "what might have been". *Journal of Business Venturing*, 15, 1, 79-91.
- Baron, A. R. (2004) The Cognitive Perspective: A valuable tool for answering basic entrepreneurship's Why questions. *Journal of Business Venturing*, 19, 2, 221-239.
- Block, J. (2002). *Personality as an affect-processing system*. Mahwah, NJ: Erlbaum.

Block, J. y Kremen, A. M. (1996). IQ and ego-resiliency: Conceptual and empirical connections and separateness. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70, 349–361.

Brazeal, V.D. y Herbert, T.T. (1999). The genesis of entrepreneurship. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 23,3, 29-46.

Brown, T.C., Ajzen, I. y Hrbes, D. (2003). Further tests of entreaties to avoid hypothetical bias in referendum contingent valuation. *Journal of Environmental Economics and Management*, 46, 353-361.

Bruyat, C. y Julien, P.-J. (2001). Defining the field of research in entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 16, 2, 165-180.

Caird, S. (1991). The enterprising tendency of occupational groups. *International Small Business Journal*, 9, 75-81.

Caprara, G.V. y Gerbino, M. (2001). Affective perceived self-efficacy: The capacity to regulate negative affect and to express positive affect. En G.V. Caprara (Ed.). *Self-efficacy assessment*, (Pp. 35–50). Trento, Italia: Erickson.

Caprara, Gerbino y Delle Fratte (2001). Autoefficacia interpersonal. En En G.V. Caprara (Ed.). *Self-efficacy assessment*, (Pp. 51–61). Trento, Italia: Erickson.

Carsrud, A.L., Olm, K.W. y Edy, G.G. (1985). Entrepreneurship: Research in quest of a paradigm. En D.L. Sexton y R.W. Smilor (Eds.) *The Art and Science of Entrepreneurship*. Cambridge, MA: Ballinger.

Cole, A.H. (1969). Definition of entrepreneurship. En J.L. Komives (Ed) *Karl A. Bostrom Seminar in the Study of Enterprise*. Milwaukee: Center for Venture Management, 10-22.

Cummings, R.G. y Taylor, L.O. (1999). Unbiased value estimates for environmental goods: A cheap talk design for the contingent valuation method. *American Economic Review*, 89, 649-665.

Davidson, J. R., Payne, V.M. y Connor, K.M. (2005). Trauma, resilience and saliostasis: effects of treatment in post-traumatic stress disorder. *International Clinical Psychopharmacology*, 20, 43-48.

Dess, G. G., Lumpkin, G. T., y McGee, J. E. (1999). Linking corporate entrepreneurship to strategy, structure, and process: Suggested research directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 23(3), 85-102

Eisenberg, N., y Spinrad, T. L. (2004). Emotion-related regulation: Sharpening the definition. *Child Development*, 75, 334-339.

Etzioni, A. (1987). Entrepreneurship, Adaptation and Legitimation. A Macro-Behavioral Perspective. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 8, 175-189.

Gartner, W.B. (1988). Who is an Entrepreneur? Is the Wrong Question. *American Journal of Small Business*, 12, 4, 11-32.

Gartner, W.B. (1989). Some suggestions for research on entrepreneurial traits and characteristics. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 14, 1, 27-38.

Gassé, Y. (1983). Identification and development of potential entrepreneurs. Document du Travail No. 263. Faculté des Sciences de l'administration. Université Laval.

Gassé, Y. Am I the entrepreneurial type? En [http://www.potentielentrepreneur.ca /client/ questionnairesection 1 en.asp](http://www.potentielentrepreneur.ca/client/questionnairesection1en.asp)

Krueger, N.F. y Dickson, P.R. (1994). How believing in ourselves increases risk taking: perceived self-efficacy and opportunity recognition. *Decision Science*, 25, 385-400.

Kumar, M. (2007). Explaining entrepreneurial success: A conceptual model. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 13, 1, 57-77.

Letzring, T., Block, J. y Funder, D. (en prensa). Ego-control and ego-resilience: Generalization of self-report scales based on personaliy descriptions for acquaintances clinicians and the self. *Journal of Research in Personality*.

Lin, C.C. (1999). A Social networks and status attainment: *Annual Review of Sociology* 25: 467-487.

List, J. A. (2001). Do explicit warnings eliminate the hypothetical bias in elicitation procedures? Evidence from field auctions for sportcards. *American Economy Review*, 91, 1498-1507

Lumpkin, G.T. y Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review*, 21,1, 135-173.

Martinelli, A. (1994). Entrepreneurship and Management. En: N. Smelser, y R. Swedberg (Eds.), *Handbook of Economic Sociology*, Princeton: Princeton University Press, 476-503.

Matthews, C.H y Moser, S.B. (1996). A longitudinal investigation of the impact of family background on gender on interest in small firm ownership. *Journal of Small Business Management* 34, 2, 29-43.

Phan, P.M. (2004). Entrepreneurship Theory: Possibilities and Future Directions. *Journal of Business Venturing*, 19, 5, 617-620.

Roth, E. (2008). Cambio social: Factores psicológicos asociados a la disposición a cambiar. Tesis doctoral inédita. Universidad de Granada, España.

Rumelt, R. (1974). *Strategy, Structure and Economic Performance*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Schwartz, S. (1992). Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries. En M.P. Zanna (Ed.). *Advances in Experimental Social Psychology*. London: Academic Press.

Schwartz, S. H., Melech, G., Lehmann, A., Burgess, S., Harris, M., y Owens, V. (2001). Extending the cross-cultural validity of the theory of basic human values with a different method of measurement. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 32, 5, 519-542.

Schwartz, S.H., y Bardi, A. (2001). Value hierarchies across cultures taking a similarities perspective. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 32, 3, 268-290.

Sexton, D.L. y Smilor, R.W. (1986). Introduction. En D.L. Sexton y R.W. Smilor (Eds.) *The Art and Science of Entrepreneurship*. Cambridge, MA: Ballinger.

Shane, S. y Venkataraman, S. (2000) The Promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-227.

Shapiro, A. y Sokol, L. (1982). Social dimensions of entrepreneurship. En C.A. Kent, D.L. Sexton y K.H. Vesper (Eds.) *Encyclopedia of Entrepreneurship*. Prentice Hall, Inc. Englewood Cliffs, N.Y.

Shaver, K. G. y Scott, L. R. (1991). Person, process, choice: The psychology of new venture creation. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 16, 2, 23-45.

Shumpeter, J.A. (1934). *The theory of economic development*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Swedberg, R. (1994). *The Handbook of Economic Sociology*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

Hytti, H. y Kuopusjärvi, P. (2004). Managing a small family business: Images of University Business Students. 13th Nordic Conference on Small Business Research, Turku, Finland.