

Ecuaciones estructurales como modelos predictivos de la autoeficacia emprendedora en una muestra de jóvenes mexicanos y españoles

Carmen María SALVADOR FERRER
Universidad de Almería

Resumen

Este trabajo es un estudio comparativo que deposita el interés en conocer las variables determinantes de la autoeficacia emprendedora. Para tal finalidad se realiza un estudio transcultural, en concreto, se utiliza una muestra de jóvenes emprendedores mexicanos y otra muestra de jóvenes españoles. Siendo más precisos, a lo largo de las siguientes páginas, pretendemos averiguar si, con independencia del contexto socio-cultural, existe cierta similitud en la percepción del perfil del emprendedor. Para ello, utilizamos tres constructos (inteligencia emocional, sexo y edad) como predictores de la autoeficacia. Los resultados de esta investigación indican el impacto que estas variables tienen en el comportamiento del emprendedor, especialmente la inteligencia emocional.

Palabras clave: ecuaciones estructurales, autoeficacia emprendedora, inteligencia emocional.

Abstract

This work is a comparative study that places the interest in knowing the determining variables of the venturesome autoefficacy. For such end a [transcultural] study is carried out, in short, uses to him a sample of venturesome youths mexicans and other sample of Spanish youths. It being more precise, along the following pages, try to get argue if, with independence of the socio-cultural context, exists certain similitude in the perception of the profile of the venturesome thing. To do this, we use three elements| (emotional intelligence, sex and age) as predictors of the self-efficacy. The results of this investigation indicate the impact that these variables have in the behavior of the entrepreneur, specially the emotional intelligence.

Key words: Structural Equations, Entrepreneurial Self-Efficacy, Emotional Intelligence.

Dirección de la autora: Departamento de Ciencias Humanas y Sociales, Área de Psicología Social. Carretera de Sacramento, s/n. La Cañada de San Urbano. 04120 Almería. *Correo electrónico:* cmsalva@ual.es

Recibido: octubre de 2008. *Aceptado:* diciembre de 2008

El objetivo establecido en el presente trabajo se centra en analizar, a través de un estudio comparativo (mexicanos y españoles), cómo influyen distintas variables (inteligencia emocional, sexo y edad) en la *autoeficacia emprendedora*. En este sentido, con los resultados que se desprendan de este estudio, podremos averiguar si existe alguna similitud entre la forma de concebir el autoempleo en dos realidades socioculturales diferentes.

Concepto de autoeficacia y su aplicación al autoempleo

La autoeficacia se ha convertido en uno de los constructos más estudiados en los últimos años. El concepto de autoeficacia surge dentro de la Teoría Social Cognitiva (Bandura, 1986). Una de las grandes aportaciones de esta teoría es que destaca la consideración del funcionamiento de las personas como una interacción triádica entre la conducta, los factores cognitivos y los sucesos ambientales. En este sentido, dentro de este paradigma teórico se define la autoeficacia como “creencias en las propias capacidades para organizar y ejecutar los cursos de acción requeridos que producirán determinados logros o resultados” (Bandura, 1997, pág. 3) y se considera de vital importancia en el control de los elementos externos. Por consiguiente, 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 (Salvador y Morales, 2009). Así pues, las personas con elevados niveles de eficacia poseen confianza en sus habilidades para responder a los estímulos del medio. Por consiguiente, su nivel de autoeficacia

influye sobre la forma de percibir y procesar las demandas o amenazas ambientales (Cisneros y Munduate, 2000). De esta manera, en condiciones o situaciones estresantes, si las personas creen que pueden manejar con eficacia los posibles estresores ambientales, no serán perturbadores para ellas. Aún más, los individuos con elevados niveles de autoeficacia tienden a interpretar las demandas y los problemas más como retos que como amenazas o sucesos subjetivamente incontrolables (Bandura, 1999, 2001). En este sentido, se postula que la autoeficacia puede ejercer de amortiguador ante los estresores, ya que a niveles superiores de autoeficacia, menores niveles de malestar psicológico se desarrollarán (Jex, Bliese, Buzzell y Primeau, 2001).

Por otro lado, la autoeficacia positiva se ha asociado con la persistencia, la dedicación y la satisfacción de las acciones que realizamos (Garrido, 2000; Martínez, Marques-Pinto, Salanova, López da Silva, 2002; Salanova, Grau, Cifre y Llorens, 2001). Teóricamente hablando, una persona puede sentirse más o menos eficaz dependiendo de la actividad concreta a la que se enfrenta (Bandura 1997, 1999). De manera que las creencias de eficacia serán más determinantes cuanto más se ajusten al área o dominio concreto.

Tal como relata Bandura (1977, 1995), la autoeficacia percibida es producto de diversas fuentes, tales como, la persuasión social o verbal, es decir, el refuerzo social, las críticas positivas, los halagos y las palabras de ánimo; la experiencia propia o logros de ejecución, esto es, el éxito repetido en determinadas tareas aumenta las evaluaciones positivas de autoeficacia, mientras que los fracasos frecuentes las disminuyen; la experiencia vicaria u observación de logros y fracasos de los demás, y el estado fisiológico y afectivo. Estas fuentes generan distintas percepciones

de autoeficacia que actúan a través de procesos cognitivos, por ejemplo, imaginando metas y prediciendo dificultades; motivacionales, pongamos por caso, anticipando resultados posibles y planificando metas; afectivos, sirva de ejemplo, afrontamiento de situaciones estresantes y control de los pensamientos negativos; y selección de procesos, podría ser la aproximación y evitación de determinadas situaciones.

De forma resumida, la autoeficacia ha sido definida como el conjunto de creencias sobre la eficacia personal para manejar las demandas y los desafíos con los que nos encontramos. Atendiendo a los planteamientos establecidos por Bandura (1982, 1986), consideramos que este término se sustenta sobre una base construida por dos tipos de expectativas: Eficacia, o juicios sobre la capacidad personal de organizar y ejecutar acciones requeridas para afrontar una determinada situación, y Resultados, o creencias sobre que tales acciones llevarán a conseguir el resultado deseado o esperado.

A nuestro entender, convendría diferenciar entre la autoeficacia y las expectativas de resultado. Pongamos el siguiente ejemplo para facilitar la interpretación de los planteamientos teóricos que se relatan en el presente artículo, en concreto, una persona puede creer que saber algunos temas puede ayudarle a superar un examen (expectativas de resultado). Sin embargo, no se considera capaz de llegar a aprender dichos temas, es decir, no tendría expectativas de autoeficacia. Por consiguiente, podríamos decir que se concibe la autoeficacia como el grado de confianza que los individuos manifiestan a la hora de explorar una variedad de actividades profesionales. En cuanto a los pensamientos, la percepción de autoeficacia facilita las cogniciones referidas a las habilidades propias, actuando estos pensamientos como

motivadores de la acción. Por último, en lo que respecta a la acción, las personas que se sienten eficaces eligen tareas desafiantes, se proponen metas más altas y persisten más en sus propósitos. No obstante, generalmente cuando se habla de autoeficacia se hace referencia a un sentido concreto, esto es, la eficacia percibida en una situación específica, entendiéndola como un constructo global que alude a la creencia estable que tiene un individuo sobre su capacidad para mantener adecuadamente una amplia gama de estresores de la vida cotidiana.

Dentro de la investigación actual se viene reconociendo la importancia del concepto conocido como autoeficacia. Además, se viene insistiendo en su relación con otros términos como los intereses, los estilos personales o ciertas medidas de personalidad (Betz, 2001; Carbonero y Merino, 2004; Walsh, 2001). De hecho, dentro de las líneas de investigación recientes se ha llevado a cabo una serie de estudios donde se pone de manifiesto la importancia de la autoeficacia y las perspectivas de meta (Sanjuán, Pérez y Bermúdez, 2000; Castillo, Balguer y Duda, 2001; Carrasco y del Barrio, 2002). Según Álvarez y Villamaría (2004), en gran parte de estos trabajos se ha tratado la eficacia como variable independiente, analizando sus efectos sobre la motivación y la emoción, así como su papel como mecanismo terapéutico común a diferentes intervenciones psicológicas. Entre otros estudios se ha considerado la autoeficacia como variable dependiente, examinando, en este caso, el impacto sobre esta variable cognitiva de diferentes tipos de información, téngase en cuenta que ésta es la vertiente que seguiremos en la presente investigación.

Considerando la importancia que el trabajo tiene en la vida de las personas, es fundamental el análisis de las creencias de autoeficacia en el contexto laboral, ya

que, tal como hemos puesto de manifiesto en los párrafos iniciales, se trata de uno de los factores más determinantes del modo de pensar, sentir, motivarse y actuar de las personas, luego podríamos decir que contribuye de forma significativa a alcanzar sus logros (Gil-Monte, García-Juevas y Caro-Hernández, 2006; Salvador, 2008; Salvador y Morales, 2009). Aún más, en el contexto laboral las creencias de autoeficacia actúan como frente a las demandas del entorno, favoreciendo el desempeño y la adaptación a los cambios. Además, la autoeficacia actúa como amortiguador ante los elementos estresores, es decir, las personas con elevados niveles de autoeficacia tienden a interpretar las demandas y los problemas más como retos que como amenazas. A grandes rasgos, con vendría resaltar que las personas que tienen una percepción de autoeficacia afrontan las amenazas con perseverancia, incrementando su nivel de esfuerzo y teniendo la absoluta seguridad de que las pueden controlar. Este razonamiento se encuentra adaptado a las tareas que usualmente tiene que enfrentarse un empresario, demostrando parcialmente cómo la autoeficacia puede influir el ejercicio del comportamiento empresarial.

Dentro de esta línea, encontramos los planteamientos de Allisson, Chell y Haynes (2000), quienes argumentaron que el medio ambiente en que opera el empresario está marcado por incertidumbres, riesgos y ambigüedades, entre otros aspectos, que probablemente le demandan ciertos tipos de habilidades y comportamientos. De acuerdo a ellos, la naturaleza de la actividad emprendedora involucra una operación de incertidumbre, pocos precedentes de información y la necesidad de tomar decisiones bajo la presión del tiempo. Ciertamente, el ejercicio del comportamiento emprendedor, así como todas las tareas características de la actividad

empresarial, demandan un fuerte sentido de autoeficacia por parte del individuo.

Por todo ello, De Noble, Dong y Ehrlich (1999) consideran que la autoeficacia tiene numerosas implicaciones prácticas y teóricas para el éxito empresarial. Se convierte así la autoeficacia en un componente importante para el comportamiento emprendedor porque puede afectar desde el momento de la toma de decisiones relacionado con el comienzo de la actividad empresarial, hasta el desarrollo del negocio y, finalmente, cierre del mismo.

Cuando hablamos de comportamiento emprendedor, nos referimos a la acción de empezar un negocio propio, es decir, escoger una carrera empresarial (Cromie, 2000). En esta línea, Vesalainen y Pihkala (1999) afirman que el proceso emprendedor ha sido considerado usualmente para incluir etapas de preinicio, inicio, crecimiento y madurez del negocio, además que las actividades empresariales van identificando oportunidades de negocio y de creación de la compañía, implicando así mismo la capacidad de madurez de la empresa. Seguramente el sentido de autoeficacia emprendedora incluye todas estas actividades. El reconocimiento acerca de la importancia de las creencias de autoeficacia para el ejercicio del comportamiento emprendedor, así como para el proceso empresarial, presupone que la generación de una sensación fuerte de autoeficacia emprendedora en los individuos puede ayudar significativamente el desarrollo empresarial. Por consiguiente, llegan a considerar que la autoeficacia emprendedora es una característica distintiva de los empresarios, encontrándose ésta fuertemente marcada por el control emocional.

Inteligencia emocional

En la última década la investigación sobre regulación y manejo de las emociones

ha experimentado un gran interés (Rego y Fernández, 2005; Salvador, 2008; Salvador y Morales, 2009). A grandes rasgos, podemos definir la inteligencia emocional como una forma de interactuar con el mundo que tiene muy en cuenta los sentimientos, y engloba habilidades tales como el control de los impulsos, la autoconciencia, la motivación, el entusiasmo, la perseverancia, la empatía, la agilidad mental, etc. Todos estos rasgos de personalidad configuran el carácter como la autodisciplina, la compasión o el altruismo, que resultan indispensables para una buena y creativa adaptación social. En general, las personas con habilidades emocionales bien desarrolladas también tienen más probabilidades de sentirse satisfechas y ser eficaces en su vida.

Salovey y Mayer (1990) consideran que la inteligencia emocional se apoya en cinco aspectos cruciales. En primer lugar, conocer las propias emociones, esto es, la conciencia de uno mismo y la capacidad de controlar sentimientos (autoconocimiento). En segundo lugar, manejar las emociones, entendida como la capacidad de manejar sentimientos para que sean adecuados, este aspecto se basa en la conciencia de uno mismo (autocontrol). En tercer lugar, la propia motivación, es decir, la capacidad de ordenar las emociones al servicio de un objetivo esencial (automotivación). En cuarto lugar, reconocer las emociones de los demás, se trata de la empatía (autoconciencia de las emociones de los otros). Por último, en quinto lugar, manejar las relaciones, entendida como la capacidad de manejar las emociones de los demás y, también, de uno mismo.

En una línea similar, Goleman (1998, 2001), considera que para tener inteligencia emocional es preciso disponer de inteligencias múltiples. En primer lugar, la Inteligencia Personal, la cual, a su vez, está

compuesta por una serie de competencias que determinan el modo en que nos relacionamos con nosotros mismos. Siendo más precisos, comprende tres componentes: (a) conciencia en uno mismo o capacidad de reconocer y entender en uno mismo las propias fortalezas, debilidades, estados de ánimo, emociones e impulsos, así como el efecto que éstos tienen sobre los demás y sobre el trabajo; esta competencia se manifiesta en personas con habilidades para juzgarse a sí mismas de forma realista, que son conscientes de sus propias limitaciones y admiten con sinceridad sus errores, que son sensibles al aprendizaje y que poseen un alto grado de auto-confianza; (b) autorregulación o control de sí mismo o habilidad de controlar nuestras propias emociones e impulsos para adecuarlos a un objetivo, de responsabilizarse de los propios actos, de pensar antes de actuar y de evitar los juicios prematuros; las personas que poseen esta competencia son sinceras e íntegras, controlan el estrés y la ansiedad y, además, se muestran flexibles ante los cambios o las nuevas ideas; y, finalmente, (c) auto-motivación o habilidad de estar en un estado de continua búsqueda y persistencia en la consecución de los objetivos, haciendo frente a los problemas y encontrando soluciones; esta competencia se manifiesta en las personas que muestran un gran entusiasmo por su trabajo y por el logro de las metas por encima de la simple recompensa económica, con un alto grado de iniciativa y compromiso, y con gran capacidad optimista en la consecución de sus objetivos.

En segundo lugar, la Inteligencia Interpersonal, la cual incluye otras competencias que determinan el modo en que nos relacionamos con los demás. Siendo más precisos, resalta: (a) empatía o habilidad para entender las necesidades, los sentimientos

y los problemas de los demás, poniéndose en su lugar y respondiendo correctamente a sus reacciones emocionales; y, finalmente, (b) habilidades sociales, entendía como el talento en el manejo de las relaciones con los demás, o sea, en saber persuadir e influenciar a los demás.

Resumiendo, dada la importancia de la autoeficacia en el contexto laboral, especialmente si tenemos presente que ésta determina cómo nos comportamos, qué pensamos y cómo nos sentimos (Bandura, 1986), se hace necesario conocer minuciosamente cómo generar y desarrollar creencias de eficacia. En este contexto, el objetivo del presente estudio consiste en analizar cómo influyen determinadas variables (sexo, edad e inteligencia emocional) sobre la autoeficacia emprendedora en una muestra de jóvenes mexicanos y otra de españoles. Concretamente, las hipótesis propuestas son las siguientes:

- Hipótesis 1. Existe similitud en la percepción de autoeficacia entre los jóvenes mexicanos y españoles.
- Hipótesis 2. Pronosticamos que el sexo es un elemento relevante en la percepción de autoeficacia, es decir, el hecho de ser hombre o mujer influirá en la autoeficacia emprendedora en algunos contextos sociales.
- Hipótesis 3. Consideramos que la edad será un aspecto fundamental en ambas realidades sociales para explicar la autoeficacia emprendedora. En concreto, esperamos encontrar que cuanto mayor sea la edad, menores serán las posibilidades de emprender negocios.
- Hipótesis 4. Con independencia del contexto sociocultural, esperamos que el uso de las emociones sea una variable determinante de la autoeficacia emprendedora.

Método

Muestra

La investigación de carácter descriptivo transversal realizada en España cuenta con 125 participantes, de los cuales un 20% son hombres y el 80% restante mujeres. Las edades se encuentran comprendidas entre los 18 y 64 años, siendo el rango de edad de mayor porcentaje el correspondiente a los 22 y 24 años (32.1%; puntuación media de 22.85 y desviación típica de 5.86).

En México la investigación presenta un carácter descriptivo y transversal, donde la elección de la muestra se obtuvo mediante un diseño aleatorio, contando con un conjunto muestral final compuesto por 58 participantes, estudiantes universitarios mexicanos procedentes de un Centro de Postgrado, de los cuales un 50% son hombres y el resto mujeres. Las edades se encuentran comprendidas entre los 22 y 58 años, siendo la edad media de 34.81 años (desviación típica de 9.95).

Dado el objetivo establecido a lo largo del presente trabajo, consideramos apropiado resaltar, también, algunas características relacionadas con la unidad muestral de ambas realidades sociales. En concreto, la actitud de los participantes respecto a la creación de autoempleo, los cuales presentan una predisposición favorable. Hasta tal punto es así que por ese motivo la mayor parte de ellos se encuentra recibiendo formación continua. Otro aspecto a destacar, en lo relacionado con las características de la muestra, es que todos los participantes intervinieron de manera voluntaria.

Instrumentos

A continuación, se detallan las características de las escalas y las propiedades psicométricas más relevantes de los instru-

mentos de evaluación empleados (Salvador, 2008; Salvador y Morales, 2009), nótese que se presentan las propiedades psicométricas atendiendo a la procedencia de la muestra:

- *Autoeficacia emprendedora*. La herramienta utilizada ha sido la *Entrepreneurial Self-Efficacy* (ESE) de Noble y cols. (1999) en su versión en castellano (Moriano, Palací y Morales, 2006). En este sentido, tras someter el instrumento a un proceso de validación, la edición final contiene 23 items con formato tipo likert de 5 puntos (1 “completamente incapaz” y 5 “perfectamente capaz”). Los resultados obtenidos en el coeficiente de fiabilidad son altos en ambos lugares, en concreto, en México el valor asciende a 0.826 y en España es de 0.867. Como se puede apreciar los coeficientes alfa son satisfactorios, ya que superan el criterio de 0.70 recomendado Nunnally y Bernstein (1994).
- *Inteligencia emocional*. Este instrumento engloba todos los items utilizados para evaluar la inteligencia emocional, procedentes de las dos herramientas tradicionales en su versión en castellano (TMMS y SWLS) aplicadas en el trabajo de Salvador (2008). En este sentido, el total de preguntas de esta escala asciende a 52, de las cuales 24 corresponden a la primera y el resto a la segunda. En ambos casos, se evalúa el grado de acuerdo sobre una escala tipo likert de 5 puntos, indicando el valor 1 “un desacuerdo absoluto” y el valor 5 todo lo contrario. El coeficiente de fiabilidad en este caso es de 0.835 en México, mientras que en España se obtiene una puntuación de 0.843. Al igual que sucede en la escala anterior, el coeficiente alfa es satisfactorio.

Procedimiento

El presente estudio se integra en el marco de una investigación internacional realizada en el Campus de la Ciudad de Puebla (México) en colaboración con la Universidad de Almería. La implantación se llevó a cabo por un grupo de investigadores, presentada en una única sesión cuya duración ascendía a unos 40 minutos en promedio. Considérese que las instrucciones que se ofrecían a los respondientes aseguraban la absoluta confidencialidad y anonimato. Finalmente, los datos fueron analizados con el paquete estadístico Amos 7.0 que permite realizar ecuaciones estructurales (*Path Diagram*).

Resultados

El hecho de que este trabajo se encuentre en la misma dirección que otros artículos previos elaborados por la autora (Salvador, 2008; Salvador y Morales, 2009), justifica que se utilicen las categorías que en las investigaciones citadas inicialmente se encuentran validadas a nivel estructural. Pese a todo, recordaremos, de manera abreviada, que en dichos trabajos cuando se realiza un análisis factorial de la inteligencia emocional se desprenden un total de cuatro factores (Claridad, Atención de emociones, Manejo de información y Utilización de las emociones) -véase Salvador, 2008 (para el caso de España) y Salvador y Morales, 2009 (en lo que respecta a México)-. Una vez realizada esta apreciación continuamos con el objetivo del presente estudio, en base al cual orientaremos los análisis estadísticos. En concreto, utilizaremos análisis estructurales para averiguar si cuando analizamos la autoeficacia emprendedora existen diferencias y similitudes entre la muestra española y mexicana, considérese que a nuestro entender lo más relevante del

presente estudio sería hallar similitudes en el análisis del constructo con muestras diferentes. En este sentido, en primer lugar nos vamos a detener en estudiar si existen variaciones en la autoeficacia en función del sexo (figura 1 -España- y figura 2 -México-). En dichas representaciones gráficas se incluyen relaciones estructurales entre las variables que acabamos de citar (autoeficacia y sexo) y, además, los cuatro componentes de la inteligencia emocional.

En lo que respecta al sexo, los resultados de la muestra española (figura 1) reflejan que esta variable se relaciona débilmente con la autoeficacia ($R=0.01$), al igual que sucede con algunos componentes de la inteligencia emocional (en concreto, claridad emocional),

mostrándose una relación negativa con la atención de las emociones y ninguna vinculación con el resto de los elementos (manejo de la inteligencia emocional y la utilización de las emociones). Otro aspecto que quisiéramos resaltar es la fuerte asociación que se desarrolla entre la autoeficacia y la utilización de las emociones ($r=0.19$), seguida de claridad emocional ($r=0.16$), siendo la relación con la atención emocional la vertiente que arroja los resultados más bajos ($r=0.03$).

Los datos donde se expone la relación del sexo con el resto de componentes (autoeficacia e inteligencia emocional) correspondientes a la muestra mexicana se presentan en la figura 2. Tal como se desprende de la misma, la variable sexo se relaciona inversamente proporcional

Figura 1. Path diagram de la relación entre autoeficacia en jóvenes españoles y la variable sexo.

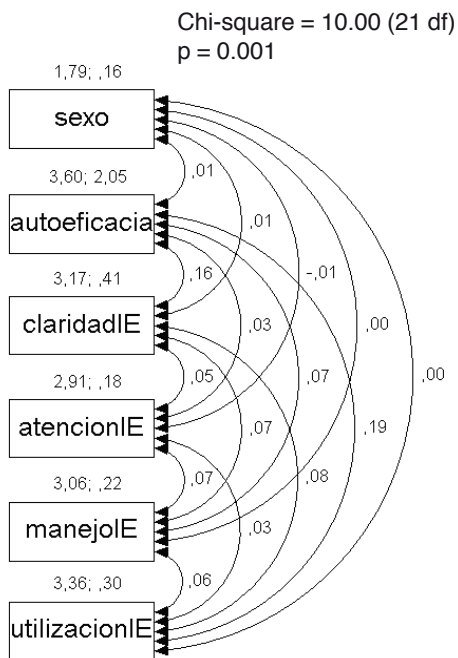
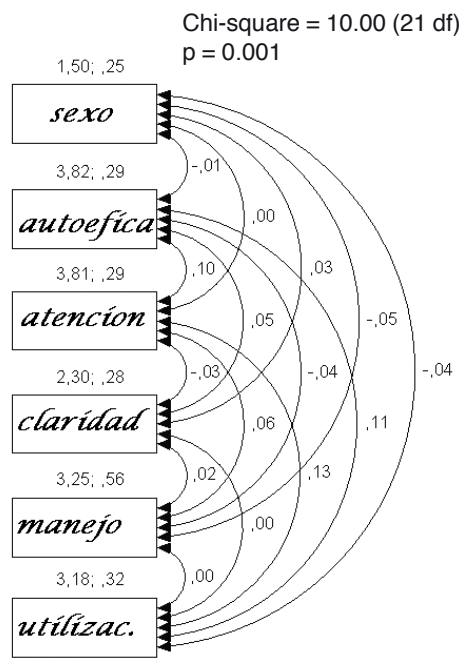


Figura 2. Path diagram de la relación entre autoeficacia en jóvenes mexicanos y la variable sexo.



con la autoeficacia ($r=-0.01$). Por su parte, la relación más fuerte se establece con claridad de los sentimientos ($r=0.03$), existiendo una relación negativa con algunos componentes de la inteligencia emocional (manejo de las emociones $-r=-0.05$ - y utilización de las emociones $-r=-0.04$ -) y ninguna vinculación con la atención y percepción emocional.

Luego a la vista de los resultados obtenidos en ambas figuras podríamos decir que el sexo influye en la percepción de autoeficacia emprendedora. Siendo más precisos, en España la relación es positiva, esto podría indicar que no existen diferencias entre hombres y mujeres. Por su parte, en México la vinculación es negativa, lo cual, presumiblemente, indica que el éxito dependerá fundamental-

mente de si quien decide emprender su propio negocio es hombre o mujer. Otro aspecto a resaltar es la fuerte vinculación que surge entre la autoeficacia y la utilización de las emociones ($r=0.19$, en España, y $r=0.11$, en México).

A continuación, nos vamos a detener en estudiar si la variable edad es determinante en la percepción de eficacia empresarial (figura 3, correspondiente a España y figura 4, relacionada con la muestra de México). En este sentido, quisiéramos destacar que, a grandes rasgos, la edad de los participantes parece afectar a la autoeficacia, aunque no de igual forma en ambas realidades socioculturales.

En concreto, en el caso de España (véase figura 3), los datos indican que entre la edad y la autoeficacia hay una relación negativa

Figura 3. Path diagram de la relación entre autoeficacia en jóvenes españoles y la variable edad.

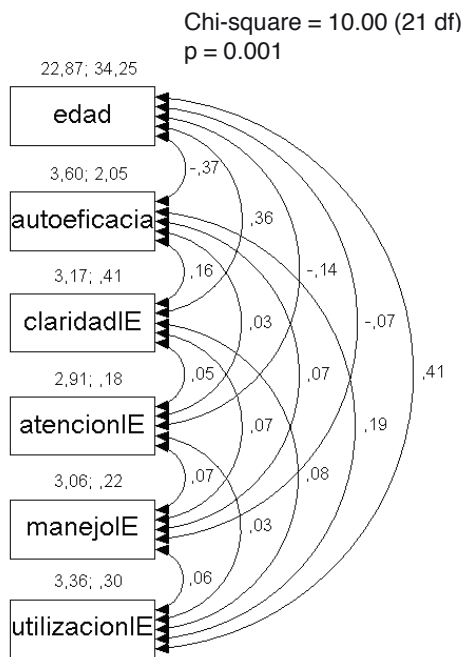
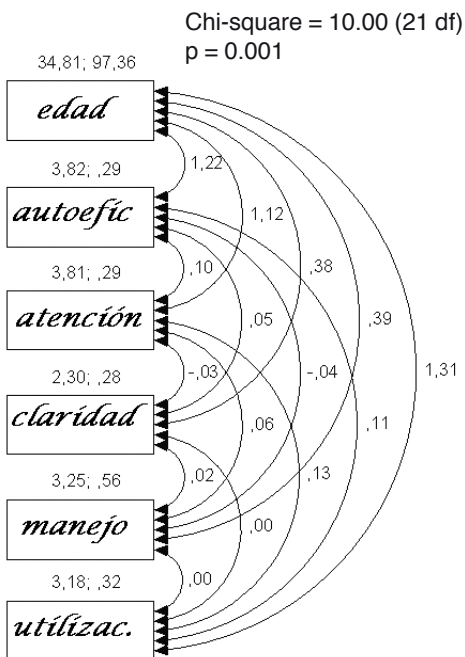


Figura 4. Path diagram de la relación entre autoeficacia en jóvenes mexicanos y la variable edad.



($r=-0.37$). Por otro lado, encontramos que la edad se relaciona de manera muy estrecha con la utilización de las emociones ($r=0.41$), seguido de claridad de emocional ($r=0.36$) y encontrándose una relación negativa con el resto de componentes de la inteligencia emocional (atención, $r=-0.14$; manejo, $r=-0.07$). Además de lo expuesto, convendría resaltar que las restantes interacciones establecidas entre la autoeficacia y la inteligencia emocional, citadas en la figura 1, no se encuentran alteradas.

En lo referente al caso de México (véase figura 4), descubrimos que la edad se relaciona de manera positiva con la autoeficacia ($r=1.22$). Además, la vinculación más elevada entre la edad y los componentes de la inteligencia emocional se desprende de utilización de las emociones ($r=1.31$), seguido de atención y percepción emocional ($r=1.12$). El resto de los elementos de la inteligencia emocional se relacionan también con la edad, aunque más débilmente (claridad de los sentimientos $-r=-0.38$ - y manejo de las emociones $-r=0.39$ -). De igual forma, quisiéramos resaltar el hecho de que el resto de interacciones establecidas entre la autoeficacia emprendedora y la inteligencia emocional no se vean alteradas por incluir una nueva variable (edad).

Resumiendo, atendiendo a los resultados obtenidos en el presente trabajo convendría resaltar que la edad de los participantes parece ser un elemento relevante en la percepción de autoeficacia. En un intento de ser más precisos, cabe destacar que en la muestra española la relación es negativa, luego este hecho indica que, según entienden los españoles evaluados, ser emprendedor es inversamente proporcional a la edad. Lo contrario sucede en el caso de la muestra mexicana, en concreto, al parecer los mexicanos consideran que la edad no tiene nada que

ver con ser eficaz a la hora de emprender un negocio. Otro aspecto a resaltar es que tanto en la realidad española como mexicana se considera que la edad guarda una estrecha relación con la utilización de las emociones. Por consiguiente, podríamos deducir que, con independencia del contexto sociocultural, los jóvenes consideran que a medida que aumenta la edad se establece un manejo más preciso de las emociones.

Discusión

El propósito central de esta investigación se centró en averiguar si existen variaciones socioculturales a la hora de entender el comportamiento de las personas emprendedoras. Para llevar a cabo esta meta, utilizamos dos muestras notablemente diferentes. Una de ellas compuesta por jóvenes mexicanos, donde se incluye el mismo porcentaje de hombres que de mujeres. La otra unidad muestral, ligeramente superior a la mexicana, se constituye de jóvenes españoles en proporción distinta de hombres y mujeres. De manera general, con base en los resultados obtenidos, podríamos avanzar que este objetivo se ha cubierto.

De modo más específico, y atendiendo a los postulados establecidos en las hipótesis de trabajo, convendría decir que la primera de ellas, donde pronosticábamos que existía similitud en la percepción de autoeficacia entre los jóvenes mexicanos y españoles, se corrobora. En concreto, nuestros datos reflejan que, tanto en México como en España, las variables sexo y edad son elementos importantes para la percepción de eficacia emprendedora, nótese que de manera diferente. Estos resultados vienen a confirmarse en los trabajos de Kennedy, Drennan, Renfrow y Watson (2003), quienes reconocen la importancia de variables situacionales

en la decisión de emprendimiento. Según estos autores, el hecho de crear un negocio se encuentra altamente determinado por la convergencia entre las actitudes de los individuos y los factores situacionales. Esta situación conduce a que numerosos autores se dediquen a estudiar el medio ambiente social como clave para entender el comportamiento del emprendedor.

En relación con la segunda hipótesis, donde pronosticamos que el sexo es un elemento relevante en la percepción de autoeficacia, es decir, el hecho de ser hombre o mujer influirá en la autoeficacia emprendedora en algunos contextos sociales, también se confirma. En concreto, y siendo un poco más precisos, los datos indican que en España no importa el sexo para ser un emprendedor eficaz, contrariamente a lo que sucede en México. En este último caso, los jóvenes consideran que efectivamente ser autoeficaz en la creación de un negocio está muy delimitado por ser un hombre o una mujer, nótese que en este caso la muestra estaba constituida por el mismo número de hombres que de mujeres por lo que presuponemos que se trata de una opinión muy marcada por el contexto. A nuestro entender, y conociendo esta realidad, debemos considerar que, presumiblemente, serán las mujeres quienes tengan más dificultades para afrontar este reto. Para entender estos resultados, nos sumamos a los planteamientos de Chen, Greene y Crack (1998), quienes defienden que ciertos grupos de individuos minoritarios, como las mujeres, aunque tienen competencias emprendedoras, pueden evitar el verse involucradas en dicha actividad cuando, en general, tienen una baja autoeficacia empresarial elaborada en base a los postulados básicos del contexto sociocultural donde se desenvuelven.

La tercera hipótesis se basa en la edad como determinante de la autoeficacia empre-

dedora, en concreto, esperábamos encontrar que cuanto mayor sea la edad, menores serán las posibilidades de emprender negocios. Pues bien, en este caso tendría sentido afirmar que la hipótesis se confirma de manera parcial, ya que los resultados indican que esto sucede en el caso de la muestra española pero no en lo que respecta a la percepción de los Mexicanos. Una posible explicación a estos resultados podría residir en que en México el periodo de formación académico es bastante más extenso que en España, luego encontramos que cuando las personas tienen una edad más avanzada es cuando están bien formados y, por consiguiente, tendrán más dominio situacional y garantías de ser buenos emprendedores.

Por último, en la cuarta hipótesis postulábamos que, independientemente del contexto sociocultural, las emociones serán una variable determinante en la autoeficacia emprendedora. Tal como han reflejado los datos, podríamos decir que esa idea inicial se confirma. Siendo más precisos, convendría resaltar que, con independencia de la edad, el sexo y el contexto sociocultural, la inteligencia emocional influye en la autoeficacia emprendedora, siendo la utilización de las emociones la variable que siempre desprende relaciones más elevadas con todos los constructos indicados anteriormente. Estos resultados encuentran un sustento teórico en diversos trabajos, tales como los realizados por Bausenitz y Lau (1996), Salvador (2008) y Salvador y Morales (2009).

En el primer caso, Bausenitz y Lau (1996) alertan de la importancia que tiene para el empresario conocer cómo manejar situaciones de incertidumbre y complejidad, con el principal propósito de garantizar que no pierda ciertas oportunidades. Así, la capacidad de trabajar bajo tensión continua y enfrentar los retos inesperados de los negocios

es extremadamente importante para el éxito de la empresa, principalmente en medio ambientes de alta competencia. En línea con estos argumentos, quisiera destacar algunas de las conclusiones que he extraído a partir de diferentes trabajos que he realizado dentro de este campo. A grandes rasgos, a través de distintos estudios empíricos, con diferentes muestras y herramientas metodológicas, he demostrado el poderoso papel que tienen las emociones en la autoeficacia emprendedora, especialmente la utilización de las mismas. Dentro de esta misma línea, el presente trabajo supone un avance respecto a estos principios, ya que, tal como hemos visto, con independencia del contexto sociocultural, la edad también se relaciona con la utilización de las emociones, siendo ligeramente superior en México. Luego, con este estudio, además de poner de manifiesto que las emociones son importantes, de manera general, y la utilización de las mismas, de modo particular, los resultados indican que también influye la edad para controlar los estados emocionales.

No obstante, dado su carácter exploratorio, los resultados de esta investigación deben ser tomados con cautela, ya que nuestro trabajo no está exento de limitaciones. Podríamos resaltar que, probablemente, la más importante se encuentra inherente al propio estudio, provocada sobre todo por las diferencias en el tamaño muestral. Otro inconveniente reside en el momento de llevar a cabo la recogida de datos, lo que queremos decir exactamente es que los resultados se obtuvieron en un momento temporal único lo que podría interferir en las relaciones encontradas entre las variables.

En resumen, a grandes rasgos podríamos decir que existen algunos aspectos que influyen en el comportamiento de los emprendedores. En concreto, tal como han mostrado los datos,

el sexo y la edad son variables determinantes de la autoeficacia emprendedora en diferentes contextos sociales. Además, a la hora de pronosticar la conducta de las personas decididas hemos detectado que existen ciertas convergencias, especialmente en lo relacionado con la inteligencia emocional. Esta información ofrece sin duda alguna una primera clave para entender qué perfil personal debe tener un emprendedor para asegurar la eficacia en una realidad social determinada. Por todo ello, enfatizamos la necesidad de continuar trabajado dentro de esta línea, con el principal propósito de ahondar en las causas y la idiosincrasia del carácter del emprendedor.

Referencias

- Allison, W., Chell, E. y Hayes, J. (2000). Intuition and entrepreneurial behaviour. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 9 (1), 31-43.
- Álvarez, M. y Villamaría, F. (2004). El papel de la autoeficacia en el entrenamiento para controlar la frecuencia cardíaca durante pruebas de esfuerzo. *Psicothema*, 16 (1), 50-57.
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: toward a unifying theory of behavioural change. *Psychological Review*, 84, 191-215.
- Bandura, A. (1982). Self-efficacy mechanism in human agency. *American Psychologist*, 37, 122-147.
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Bandura, A. (1995). *Self-efficacy in Changing Societies*. Cambridge. University Press.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: the exercise of control*. Nueva York, NY: Freeman.
- Bandura, A. (1999). Social cognitive theory of personality. En L. Pervin y O. John

- (Eds.), *Handbook of Personality (2nd Ed.)*, (págs. 154-196). Nueva York: Guilford.
- Bandura, A. (2001). Social cognitive theory: An agentic perspective. *Annual Review of Psychology*, 52, 1-26.
- Betz, N.E. (2001). Perspectives on future directions in vocational psychology. *Journal of Vocational Behavior*, 59, 275-283.
- Busenitz, L.W. y Lau, C. (1996). A cross-cultural cognitive model of new venture creation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 20 (4), 25-39.
- Carbonero, M.A. y Merino, E. (2004). Autoeficacia y madurez vocacional. *Psicothema*, 16 (2), 229-234.
- Castillo, I., Balaguer, I. y Duda, J.L. (2001). Perspectivas de meta de los adolescentes en el contexto académico. *Psicothema*, 13, 79-86.
- Carrasco, M.A. y del Barrio, M.V. (2002). Evaluación de la autoeficacia en niños y adolescentes. *Psicothema*, 14, 323-332.
- Chen, C.C., Greene, G. P, y Crick, A. (1998). Does Entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? *Journal of Business Venturing*, 13, 295-316.
- Cisneros, I. y Munduate, L. (2000). Implicaciones de la Teoría de la Autoeficacia en la gestión de organizaciones. *Apuntes de Psicología*, 18 (1), 3-8.
- Cromie, S. (2000). Assessing entrepreneurial inclinations: some approaches and empirical evidence. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 9 (1), 7-30.
- De Noble, A. F., Dong, J. y Ehrlich, S. B. (1999). Entrepreneurial self-efficacy the development of a measure and its relationship to entrepreneurial action. [disponible en: http://www.babson.edu/entrep/fer/papers99/II_C/IC%20Tables/Table%20].
- Garrido, E. (2000). Autoeficacia en el mundo laboral. *Apuntes de Psicología*, 18 (1), 9-28.
- Goleman, D. (1998). *Working with emotional intelligence*. Nueva York: Bantam Books.
- Goleman, D. (2001). Emotional intelligence: Perspectives on a theory of performance. En C. Cherniss y D. Goleman (Eds.), *The emotionally intelligent workplace*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Gil-Monte, P., García-Jueas, J. y Caro-Hernández, M. (2006). Influencia de la sobrecarga laboral y la autoeficacia sobre el síndrome de quemarse por el trabajo (burnout) en profesionales de enfermería. *Revista Interamericana de Psicología*, 42 (1), 227-232.
- Jex, S.M., Bliese, P.D., Buzzell, S. y Primeau, J. (2001). The impact of self-efficacy on stressor-strain relations: coping style as an exploratory mechanism. *Journal of Applied Psychology*, 86 (3), 401-409.
- Kennedy, J., Drennan, J., Renfrow, P. y Watson, P. (2003). Situational factors and entrepreneurial intentions. *16th Annual Conference of Small Enterprise Association of Australia and New Zealand*.
- Martínez, I., Marqués-Pinto, A., Salanova, M. y López da Silva, A. (2002). Burnout en estudiantes universitarios de España y Portugal. *Ansiedad y Estrés*, 8, 13-23.
- Moriano, J.A., Palaci, F.J. y Morales, J. F. (2006). Adaptación y validación en España de la escala de autoeficacia emprendedora. *Revista de Psicología Social*, 21 (1), 35-50.
- Nunnally, J.C. y Bernstein, I.H. (1994). *Psychometric theory*. Nueva York: McGraw-Hill.

- Rego, A. y Fernández, C. (2005). Inteligencia emocional: Desarrollo y validación de un instrumento de medida. *Revista Interamericana de Psicología*, 1, 23-28.
- Salanova, M., Grau, R., Llorens, S. y Schaufeli, W.B. (2001). Exposición a las tecnologías de la información, burnout y engagement: el rol modulador de la autoeficacia relacionada con la tecnología. *Revista de Psicología Social Aplicada*, 11, 69-90.
- Sanjuán, P., Pérez, A.M. y Bermúdez, J. (2000). Escala de autoeficacia general: datos psicométricos de la adaptación para población española. *Psicothema*, 12, 509-513.
- Salovey, P. y Mayer, J.D. (1990). Emotional intelligence. *Imagination, cognition and personality*, 9, 185-211.
- Salvador, C. (2008). Impacto de la inteligencia emocional percibida en el autoempleo. *Boletín de Psicología*, 92, 65-80.
- Salvador, C. y Morales, J.M. (2009). Satisfacción vital e inteligencia emocional como variables moduladoras de la autoeficacia emprendedora de los jóvenes mexicanos. *Revista Interamericana de Psicología*, 43 (2) (en prensa).
- Walsh, W.B. (2001). The changing nature of the science of vocational psychology. *Journal of Vocational Behavior*, 59, 262-274.
- Vesalainen, J., y Pihkala, T. (1999). Motivation structure and entrepreneurial intentions. [disponible en: <http://www.babson.edu/entrep/fer/papers99/>]