

**INFLUENCIA DEL “ENTREPRENEURIAL SELF-EFFICACY” EN EL  
EMPREENDEDOR.**



**LUIS GABRIEL LEÓN PÁEZ**

**UNIVERSIDAD EAN  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS Y CIENCIAS ECONÓMICAS  
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
BOGOTÁ, 12 DE JULIO DE 2013**

## CONTENIDO

<b>1. RESUMEN</b>	<b>6</b>
<b>2. INTRODUCCIÓN</b>	<b>7</b>
<b>3. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA</b>	<b>8</b>
<b>4. OBJETIVO GENERAL</b>	<b>9</b>
<b>5. OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>	<b>9</b>
<b>6. JUSTIFICACIÓN</b>	<b>10</b>
<b>7. MARCO TEÓRICO</b>	<b>12</b>
<b>8. DISEÑO METODOLÓGICO</b>	<b>20</b>
<b>9. AUTOEFICACIA</b>	<b>22</b>
<b>9.1 ESTADO DEL ARTE: Evolución cronológica de la Autoeficacia         (Self Efficacy)</b>	<b>22</b>
<b>9.2 Análisis de resultados</b>	<b>25</b>
<b>10. AUTOEFICACIA EMPRENDEDORA (ESE)</b>	<b>30</b>
<b>10.1 ESTADO DEL ARTE: Evolución cronológica de la Autoeficacia         Emprendedora (Entrepreneurial Self Efficacy)</b>	<b>30</b>
<b>10.2 Análisis de Resultados</b>	<b>47</b>
<b>10.2.1 Enfoque Empresarial</b>	<b>47</b>
<b>10.2.2 Enfoque Psicológico</b>	<b>60</b>
<b>10.2.3 Enfoque Sociológico</b>	<b>67</b>
<b>11. CONCLUSIONES</b>	<b>83</b>
<b>12. BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>86</b>

## LISTA DE TABLAS

<b>Tabla 1. Diferencias entre el administrador y el emprendedor</b>	<b>15</b>
<b>Tabla 2. Evolución cronológica y principales aportes de la Autoeficacia (Self Efficacy SE)</b>	<b>22</b>
<b>Tabla 3. Evolución cronológica y principales aportes de la Autoeficacia emprendedora (Entrepreneurial SelfEfficacy ESE)</b>	<b>30</b>
<b>Tabla 4. Enfoque Empresarial del constructo ESE</b>	<b>60</b>
<b>Tabla 5. Enfoque Psicológico del constructo ESE</b>	<b>66</b>
<b>Tabla 6. Enfoque Sociológico del constructo ESE</b>	<b>81</b>

## LISTA DE GRÁFICOS.

Gráfico 1. Dimensiones del constructo Entrepreneurial SelfEfficacy ESE según estudios realizado por el Dr. Chen (Chen, 1998).	18
Gráfico 2. Influencia del constructo Entrepreneurial SelfEfficacy ESE en el emprendedor para crear empresa	19
Gráfico 3: Representación en diagrama de las diferencias entre las expectativas de eficacia y de resultados (Bandura, Self-Efficacy: Toward a Unifying Theory of Behavioral Change., 1977)	26
Gráfico 4. Efectos interactivos de las autopercepciones de eficacia y sus correspondientes resultados de las expectativas (Bandura, Self-Efficacy Mechanism in Human Agency, 1982).	27
Gráfico 5. Análisis gráfico que demuestra que la SE percibida fortalece la el desempeño de la memoria y de manera más óptima a través del incremento del procesamiento cognitivo de la información (Bandura,1993)	28
Gráfico 6. Teoría cognitiva social donde Chandler afirma que no es posible garantizar un crecimiento a nivel organizacional sin haber desarrollado y dominado sus habilidades (Chandler, 1997)	48
Gráfico 7. Set de preguntas para investigación de la definición de emprendimiento (Venkataraman, 2000)	53
Gráfico 8. Dimensiones en la escala del constructo ESE desarrollado por correlación de investigación en países en desarrollo de Europa Central (Drnovsek, 2002).	54
Gráfico 9. La información requerida y la información almacenada es el indicador de la brecha que indica que los factores presentados, relacionados a los procesos de toma de decisión afectan dentro de una organización los factores del ESE (Forbes, 2005)	55
Gráfico 10. La autoeficacia emprendedora en la dimensión operacional, se mide en esta investigación a través de estos cinco factores clave analizados y descritos el Dr. Brice Jr. (Brice Jr, 2007)	57
Gráfico 11. Modelo de intencionalidad emprendedora de Bird ajustada con la autoeficacia como resultado de un proceso cognitivo basado en los cuatro niveles mencionados por Bandura (Boyd, 1994).	61

- Gráfico 12. Modelo de Krueger, conecta la autoeficacia percibida a iniciar y persistir en un comportamiento para alcanzar una meta o un objetivo (Krueger, *Competing models of entrepreneurial intentions* , 2000). 62
- Gráfico 13. Variables propuestas por Zhao, demostrando que influyen directamente en la autoeficacia empresarial, e indirectamente en las intenciones empresariales, mientras que en la correlación con el género no se encontraron influencias relevantes (Zhao, 2005) 64
- Gráfico 14. Las competencias que Dubard considera relevantes a la hora de estudiar y relacionar el constructo ESE y las intenciones empresariales (Dubard, 2007). 65
- Gráfico 15. Modelo del potencial del emprendimiento. (Krueger, *Entrepreneurial Potential and Potential Entrepreneurs*, 1994) 67
- Gráfico 16. Modelo de Krueger que incluye factores exógenos a la intencionalidad emprendedora, el emprendedor es influenciado por fenómenos externos que alteran su patrón de comportamiento, su deseabilidad y su autoeficacia (Krueger, *The cognitive infrastructure of opportunity emergence* , 2000). 70
- Gráfico 17. El modelo psicológico del potencial emprendedor corporativo según la Dra. Brazeal (Brazeal, 2008) 74

## 1. RESUMEN

Literatura sobre la autoeficacia (Self Efficacy (SE por sus siglas en inglés)) y la autoeficacia emprendedora (Entrepreneurial Self Efficacy (ESE por sus siglas en inglés)) es revisada. El presente estudio desarrolla un marco conceptual que describe la interacción entre los factores cognitivos en el difuso objetivo final de las acciones empresariales. El constructo evaluado se basa en la autoeficacia, que asume que la experiencia, el aprendizaje, el control de las emociones y la persuasión verbal (Bandura, *Self-Efficacy: Toward a Unifying Theory of Behavioral Change.*, 1977), son factores críticos de la propia percepción de las capacidades e intenciones, pero que el constructo ESE es interpretado a través de una lente de sesgos cognitivos y estilo explicativo, afectando la percepción de autoeficacia, y por ende la consecuente intención de crear empresa. La investigación se apoya en los principales aportes de diferentes estudios sobre el tema principal, centrándose en los recursos disponibles en lugar de las metas finales. Este trabajo contribuye a la literatura de la cognición empresarial de 3 enfoques diferentes, elaborando la relación entre el emprendedor y la creación de empresa, influenciado por los elementos empresariales, psicológicos y sociales del constructo ESE. Además, este documento mejora nuestra comprensión de las condiciones, percepciones, influencia y características de las personas que facilitan la creación de empresas mediante la propuesta de un marco teórico para el avance en el desarrollo del constructo ESE (autoeficacia emprendedora).

## **2. INTRODUCCIÓN**

El emprendedor es una persona capaz de reconocer oportunidades (Krueger, *Competing models of entrepreneurial intentions*, 2000) este proceso lo puede realizar basándose en señales en el ambiente que filtra y procesa a través de ciertos mecanismos cognitivos. Los principales modelos de emprendimiento consideran el proceso cognitivo como parte primordial de la esencia del emprendedor en su intención emprendedora (Chen, 1998).

Entender el modelo de pensamiento del emprendedor es una necesidad imperativa para poder interpretar y comprender el emprendimiento. Los estudios de cómo se puede desenvolver esta “caja negra” cognitiva del emprendedor, de cómo se despierta el espíritu emprendedor aumentan cada año (Brazeal, 2008). Entre los estudios más relevantes sobre el tema, confirman que la actividad emprendedora podría requerir una infraestructura intangible de recursos necesitados que diferencien las características del emprendedor de las demás personas.

Dentro de este contexto, se ha formulado el constructo ESE como la fortaleza de las creencias de una persona de que ella es capaz de desempeñar satisfactoriamente varios roles y tareas concierne al emprendedor (Chen, 1998). De este constructo se han formulado una gran variedad de hipótesis sobre qué factores influyen en el emprendedor para proceder en su camino emprendedor, los hay de diferentes enfoques: empresarial, sociológico y psicológico.

En virtud del contexto relacionado, se realiza un proceso de revisión del estado del arte del SE y del constructo ESE, donde se reconocen los principales aportes de las investigaciones más relevantes realizadas hasta la fecha, formulando finalmente, en base a los estudios respectivos, una tabla donde se relacionan los principales elementos del constructo que, ya previamente comprobado, infieren en las actividades emprendedoras de las personas.

### **3. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA**

El emprendedor, cuando se decide a crear una idea de negocio, siempre tiene motivaciones especiales para realizar estos proyectos. Los conductores de las aspiraciones de las personas pueden originarse por diferentes factores, desde el dinero, pasando por el control del riesgo, hasta la necesidad de independencia (Hessels, 2008).

Sin embargo, hay una nueva teoría que habla de la confianza y el positivismo que debe tener la persona para encarrilarse en la creación de empresa, se trata del Entrepreneurial Self-Efficacy (ESE).

El constructo del Entrepreneurial Self-Efficacy, consiste en un constructo que mide la confianza de una persona para crear satisfactoriamente un negocio emprendedor, esto evaluado sobre diferentes ópticas: Disposición, creencias, experiencia, voluntad, etc. (McGee, 2009).

Aun así, hoy en día se presentan varias discusiones sobre la relevancia y aplicabilidad de este método, si es necesario o no medirlo para la realización de proyectos por parte de un emprendedor, o si hay otros indicadores, como el GSE (General Self-Efficacy) que pueden medir de manera más práctica y general el comportamiento o las motivaciones al momento de la toma de decisiones y manejo del riesgo (Baum, 2001).

¿Cómo el constructo Entrepreneurial Self-Efficacy sirve como herramienta para identificar satisfactoriamente las características básicas y diferenciales en un emprendedor?



#### **4. OBJETIVO GENERAL**

Identificar qué elementos definen a una persona como emprendedora en base del constructo “Entrepreneurial Self-Efficacy”.

#### **5. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- 5.1 Revisión del estado del arte referente al “Self-Efficacy” (SE) y el “Entrepreneurial Self-Efficacy” (ESE) para conocer los diferentes puntos de vista de la teoría a través del método de investigación: Investigación cronológica.
- 5.2 Comparar diferentes técnicas de interpretación y evaluación del ESE.
- 5.3 Identificar los principales aportes al concepto del constructo del ESE en base a la revisión del estado del arte.
- 5.4 Identificar los principales elementos de la influencia del ESE en el emprendedor según conceptos identificados.

## **6. JUSTIFICACIÓN**

Los emprendedores se pueden considerar como un eje fundamental de la sociedad, alguien cuyo constructo social espera que enfrente los conflictos morales y económicos que hoy en día se presentan (Hannafey, 2003).

Aun así, el emprendedor de hoy en día posee mayores dificultades y responsabilidades en sus procesos de acciones y tomas de decisiones, ya que estos afectan a muchas personas en una organización, creándose varios dilemas éticos (Hannafey, 2003).

Esta relevancia ha generado que hoy en día, varios estudiantes y profesionales dediquen sus investigaciones al proceso de emprendimiento abarcándolo desde varios puntos de vista. Una de las perspectivas más utilizadas es la psicológica (Bandura, *Self-Efficacy: Toward a Unifying Theory of Behavioral Change.*, 1977) donde se busca predecir los cambios psicológicos alcanzados por diferentes métodos o tratamientos.

Un método desarrollado busca medir la fortaleza y el nivel de Auto-Eficacia "Self-Efficacy" en una persona, que cantidad de esfuerzo pone para desarrollar problemas y enfrentar situaciones difíciles (Bandura, *Self-Efficacy: Toward a Unifying Theory of Behavioral Change.*, 1977), inexorablemente es un avance para identificar las variables de las cuales se puede reconocer y medir las capacidades del emprendedor.

En base al nivel de la autoeficacia, se genera un constructo que define unos elementos que infieren en el emprendedor para tener mejores posibilidades de realizar su proceso de creación de empresa (Venkataraman, 2000) este constructo, llamado Autoeficacia Emprendedora (ESE Entrepreneurial Self-Efficacy) que define unos parámetros que pueden potenciar las habilidades y competencias del emprendedor, lo cual daría un nuevo enfoque a la definición de emprendedor.

La Universidad EAN se verá beneficiada con la presente investigación, ya que esta se ampara bajo uno de los tres pilares principales de la Universidad: Actitud Emprendedora, la cual es definida como “la respuesta a la necesidad de profesionales competentes y hombres de negocio.” (Crissien de Perico, 2010).

El autor de este proyecto de investigación se beneficia como parte de un proceso enriquecedor de formación académica, la cual va en fase de formulación de proyecto de grado.

## 7. MARCO TEÓRICO

**Emprendimiento:** El sentido literario es: “Acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro” (RAE, 2001). Sin embargo, hay autores que critican la falta de un marco conceptual que abarque la definición en un término más amplio y completo (Venkataraman, 2000).

Sankaran Venkataraman, profesor Indio de administración de empresas en la Universidad de Virginia; crítica el término literario de emprendimiento, ya que no toma en cuenta la amplia variedad de la calidad de oportunidades que las personas pueden identificar; para construir el término de una manera más específica formula tres bases a identificar, planteadas por diferentes áreas de estudio:

1. “¿Por qué, cuándo y cómo las oportunidades para la creación de bienes entran en existencia?
2. ¿Por qué, cuándo y cómo solo algunas personas descubren esas oportunidades?
3. ¿Por qué, cuándo y cómo diferentes metodologías son usadas para aprovechar las oportunidades empresariales?” (Venkataraman, 2000)

Finalmente se puede complementar el concepto inicial con el argumento que infiere que un emprendedor no necesariamente inicia un negocio, también puede ejercer el emprendimiento dentro de una organización (Venkataraman, 2000)

**Emprendedor:** Mark Casson define el emprendedor según la premisa de la sociedad, no como un concepto, sino como un estereotipo: una figura que se forma de acuerdo a los antecedentes familiares, cualidades personales y modelos de negocio elegidos para emprender (Casson, 1982).

Para la escuela clásica austriaca, la definición de emprendedor tiene un enfoque muy económico, según Joseph Alois Schumpeter, el emprendedor es *“un individuo cuya función es la de reformar o revolucionar las formas de producir poniendo en uso una invención o, más en general, una posibilidad tecnológica aún no probada de producir una mercancía nueva o de producir una ya conocida en una forma nueva: abriendo una nueva fuente de abastecimiento de materias primas o un nuevo mercado, reorganizando la empresa, etcétera”*. (Schumpeter, 1944) Actuar con confianza más allá del horizonte de lo conocido y vencer la resistencia del medio requiere aptitudes que solo están presentes en una pequeña fracción de la población y que definen tanto el tipo como la función del emprendedor

Pese a pertenecer a la misma escuela clásica austriaca, Israel Kirzner difiere de Schumpeter en cuanto a que el emprendedor es el ente que dinamiza el mercado a través de la competencia, entendiéndose esta como los procesos económicos en el mercado tales como los precios de venta, la publicidad y el monopolio (Kirzner, 1973), según Kirzner, el emprendedor no es quien desequilibra el mercado, sino quien lo equilibra gracias a su habilidad de desempeñarse mejor que otras personas bajo la incertidumbre del mercado.

Siguiendo con este enfoque económico, el economista austriaco Ludwig Von Mises amplía este concepto de emprendedor gracias a su conocimiento de la praxeología, que es el estudio de la como la mente humana crea mapas de pensamiento para predecir resultados sin participar directamente del fenómeno, comienza criticando la falta de reconocimiento de otros economistas a otro tipo de personas, como taxistas, granjeros o dueños de pequeños negocios, al término de emprendedor, el señor Mises por ende amplía esta definición, en la que abarca todas las personas de todas las razas, clases sociales y condiciones geográficas, que quieren participar en el mercado y el equilibrio del mismo (Mises, 1949) es decir, que el emprendimiento es parte de la condición humana ya que el factor de incertidumbre se presenta en la cotidianidad sin importar la labor que desempeñe.

Económicamente hablando, Casson describe al emprendedor como una medida de crecimiento y rentabilidad, una persona con las cualidades y capacidades de conseguir consecuencias más allá de lo esperado, actuando diferente que las demás personas, y primordialmente, consiguiendo lo que se propone (Casson, 1982).

James Green, director de educación de emprendimiento de la Universidad de Maryland, infiere que se pueden identificar por variables en su comportamiento que son fácilmente reconocibles:

1. Individuos independientes comprometidos y determinados a perseverar, todo a través del trabajo duro.
2. Son personas optimistas que se esfuerzan, pero su compromiso está adscrito a un marco de integridad propio y de la sociedad.
3. Poseen un deseo incombustible de triunfar en los proyectos que se proponen.
4. Utilizan el fracaso como una herramienta propia del aprendizaje.
5. Están orientados a la búsqueda de oportunidades
6. Personajes responsables y de constante iniciativa.
7. Persistentes en la resolución de problemas.
8. Tolerantes a lo ambiguo.
9. Tolerantes al fracaso (Green, 2013).

Entre las principales características del emprendedor se pueden diferenciar:

1. Innovación.
2. Independencia.
3. Capacidad de planeación.
4. Establecimiento claro de objetivos.
5. Toma de riesgo.
6. Retro alimentación como parte del proceso de aprendizaje.
7. Toma de decisiones basada en sólidos argumentos.
8. Alto nivel de energía.
9. Visionarios.

## 10. Líderes (Green, 2013).

Aunque no todas las características diferenciadoras del emprendedor son positivas, también se pueden reconocer propiedades negativas tales como:

1. Imperiosa necesidad de poseer control sobre todos los procesos.
2. Indeleble sentido de desconfianza.
3. Deseo descontrolable de éxito.
4. Optimismo irreal.
5. Sentido impertinente de necesidad del tiempo.
6. Rechaza o disminuye todos los aspectos de su vida que no sean el trabajo.
7. Fuerte tendencia en tomar una excesiva responsabilidad con un sentido de propiedad absoluta: "Yo soy el único capaz de tomar riendas del asunto" (Green, 2013).

Estas variables son fácilmente confundidas con el concepto de administrador, aunque este tiene sustanciales diferencias con un emprendedor:

<b>Administrador</b>	<b>Emprendedor</b>
Planeador	Visionario
Coordinador	Buscador de oportunidades
Organizador	Creador
Supervisor	Innovador
Miembro de personal	Calculador de nivel de riesgo
Evaluador	Agente de cambio
Estratega	Adaptivo

Tabla 1. Diferencias entre el administrador y el emprendedor, tomado de exposición (Green, 2013)

Si se analiza con cuidado, estas características diferenciadoras son también complementarias, así que la persona que pueda integrar favorablemente ambos perfiles, se convierte en un administrador emprendedor (Green, 2013).

## **Relación entre Emprendedor – Creación de Empresas**

Según Schumpeter, el emprendedor es el pilar del capitalismo, es quien le da vida al mercado, le da el dinamismo a la economía; son los llamados a revolucionar, a través de la innovación en factores de producción o adquisición de nueva tecnología, los procesos de creación de nuevos productos o la actualización o modernización de viejos productos o procesos (Schumpeter, 1944). Esta prosperidad, a través del desequilibrio del mercado, es la relación directa que define Schumpeter entre el emprendedor y la creación de empresas, se necesita las funciones de emprendimiento descritas por el austriaco para el rol del creador de empresas.

Israel Kirzner resalta al emprendedor como la persona capaz de reconocer oportunidades de negocio, esa característica diferenciadora es el resultado de una acción individual que genera el equilibrio económico, donde solo hay agentes que originalmente no tienen conocimiento de la información del mercado (Kirzner, 1973)

Para Ludwig Von Mises, el emprendedor es el que adquiere experiencia en el mercado, el que aprende a calcular costos y manejar precios, esas propiedades adscritas a la labor de emprendedor, quien siempre realiza una planeación de cada una de sus acciones, son las que le permiten reconocer que negocios dan ganancias o pérdidas (Mises, 1949)

**Autoeficacia (Self-Efficacy):** La primera persona encargada de asociar el término de auto eficacia con el comportamiento orientado a los logros fue Albert Bandura. El formuló una hipótesis basada en que la autoeficacia es la expectativa de cuando se iniciará una conducta de enfrentamiento, cuanto esfuerzo se emplea en esa conducta, y finalmente, cuánto tiempo durará en ser desarrollada en el sentido de enfrentamiento de obstáculos y experiencias adversas (Bandura, Self-Efficacy: Toward a Unifying Theory of Behavioral Change., 1977).



En el modelo propuesto, se infiere que la expectativa de la eficacia personal nace de fuentes primarias: Persistencia en actividades con un grado de dificultad pero con un resultado seguro, a través de experiencias de posible aprendizaje y maestría, para un futuro desarrollo de la autoeficacia y su correspondiente disminución de un comportamiento o conducta “defensiva” (Bandura, Self-Efficacy: Toward a Unifying Theory of Behavioral Change., 1977)

Para lograr este escenario, Bandura expone cuatro estadios que se derivan de nuestras fuentes primarias de información.

1. Logros de desempeño.
2. Experiencia vicaria.
3. Persuasión verbal.
4. Estados fisiológicos. (Bandura, Self-Efficacy: Toward a Unifying Theory of Behavioral Change., 1977)

**Autoeficacia emprendedora (ESE – Entrepreneurial Self-Efficacy):** Chao Chen, Vicepresidente chino de la Asociación Internacional de Investigación de Gestión Empresarial de China, propone un constructo al que nombra ESE, definiéndolo como: “La fuerza de las creencias de una persona de que, él o ella, es capaz de desarrollar exitosamente varios de los roles y tareas del emprendimiento (Chen, 1998)”

Esta definición nace de dos tipos de estudios desarrollados por el autor, uno orientado a estudiantes de las escuelas de negocios, y la otra orientada a los ejecutivos de pequeñas empresas.

En los estudiantes, se identificó que los emprendedores tienen varias propiedades que los diferencian de los otros estudiantes, por ejemplo, demuestran altas capacidades competitivas y cognitivas en las siguientes facultades:

1. Mercadeo.
2. Administración de empresas.
3. Control financiero.

En el estudio de los ejecutivos, se evidenció un valor diferencial en los escenarios de innovación y toma de riesgos (Chen, 1998). Estas conclusiones permiten entender el ESE como una característica inherente al emprendedor.

Además, se ha evidenciado a través de estos estudios que el ESE sirve también para reconocer fortalezas y debilidades del emprendedor, para así poder potencializar sus facultades tanto a nivel personal como a nivel grupal.

Una manera de relacionar los componentes del estudio de ESE se evidencia en una gráfica realizada por Chen, donde correlaciona tres pilares recíprocos:

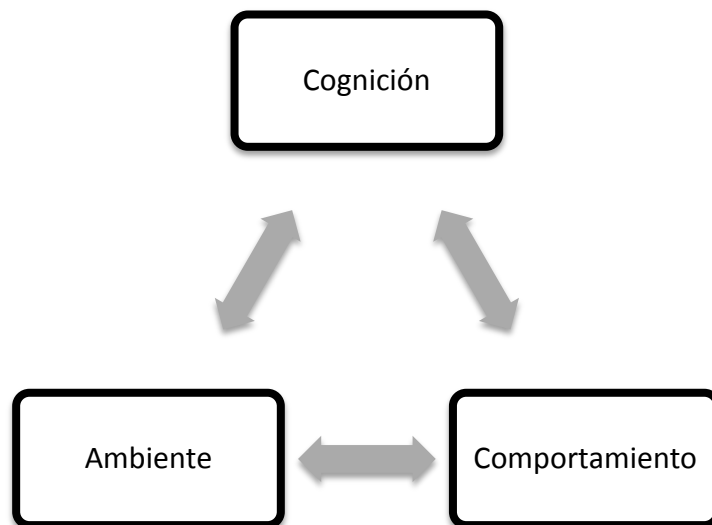


Gráfico 1. Dimensiones del constructo ESE según estudios realizados por el Dr. Chen (Chen, 1998).

## Influencia constructo ESE en la relación Emprendedor – Creación de Empresas.

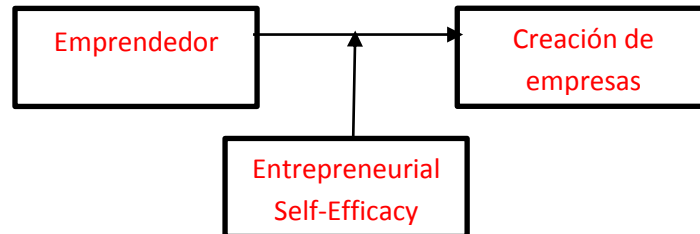


Gráfico 2. Influencia del constructo ESE en el emprendedor para crear empresa

El constructo del ESE nace como la definición del emprendedor como la persona que no solo tiene unas determinadas propiedades y características distintivas de otras profesiones, sino que tiene todo un mapa de pensamiento, un proceso cognitivo especial que le permite controlar sus estados emocionales, que tiene una fuerte creencia en las habilidades que tiene, con las cuales es capaz de realizar el emprendimiento (Bandura, *Self-Efficacy: Toward a Unifying Theory of Behavioral Change.*, 1977) (Chen, 1998)

El objetivo de este proyecto de grado, es determinar cuáles elementos del constructo ESE influyen en el emprendedor en su proceso de creación de empresas (Ver gráfico 2), diversos estudios demuestran como la percepción de las habilidades empresariales, de la fortaleza de sus disciplinas psicológicas y su desarrollo en la comunidad fortalece las intenciones del emprendedor para cumplir con los objetivos y metas típicas de su carrera (Krueger, *The Cognitive Psychology of Entrepreneurship*, 2003) (Boyd, 1994)

## **8. MARCO METODOLÓGICO.**

El principal modelo que se va a desarrollar para la investigación propuesta es el método descriptivo reflexivo a través de la técnica de análisis documental: Investigación cronológica.

El desarrollo de este método consiste en investigar, organizar y describir el proceso evolutivo de la definición del ESE, partiendo de las bases más simples, y evaluando el progreso de las dimensiones, componentes y atributos que son establecidos al constructo ESE, logrando así la descripción de una manera más completa del término.

Para este proceso también se va a desarrollar una investigación cronológica desde los años 80 hasta el 2012, con los principales temas y autores de la teoría ESE, con las siguientes palabras clave:

Self-Efficacy

Entrepreneurial Self-Efficacy.

General Self-Efficacy.

Entrepreneurial Measure.

Estas palabras clave se buscan en las principales fuentes de información disponibles, se utilizan las bases de datos de Scholar Google, Academic Search Elite, ProQuest, ProQuest Entrepreneurship, ProQuest Psychology Journals, Business Source Complete, Newspaper Source, Psychology y Behavioral Sciences Collection, cuyo filtro seleccionado para determinar los papers más importantes es la cantidad de veces que el paper ha sido referenciado en otros papers.

Después de la búsqueda, se identifican:

Qué clases de estudio se han desarrollado.

Con que sujetos se han desarrollado estos estudios.

Cuál ha sido la manera de recolectar los datos.

Los lugares en los cuales se efectuaron estas investigaciones.

Los aportes más relevantes relacionados al constructo ESE identificados en cada estudio.

A continuación se formula la perspectiva de la cual se va a desarrollar la monografía, la cual serán tres: el estudio psicológico, empresarial y sociológico de los emprendedores y sus elementos de medición.

## 9. Autoeficacia

### 9.1 ESTADO DEL ARTE: Evolución cronológica de la Autoeficacia (SE)

Publicación	Sujeto de Estudio	Método de investigación	de Variable	Medición	Resultados Principales
<b>1977 Self-Efficacy Toward A Unifying Theory Of Behavioral Change - Bandura</b>	N/A	Análisis documental	Factores de la autoeficacia (SE)	Expectativas de Eficacia	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Logros de Rendimiento.</li> <li>• Experiencia Vicaria (Aprendizaje Observacional).</li> <li>• Persuasión Verbal.</li> <li>• Excitación emocional (Control de sus estados psicológicos).</li> </ul>
<b>1982 Self-efficacy mechanism in human agency – Albert Bandura</b>	N/A	Análisis documental	Percepción de la autoeficacia (SE)	Autoeficacia como método cognitivo de mediación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejor desempeño de individuos con autoeficacia percibida a nivel Vicario</li> <li>• Mejor desempeño de individuos con autoeficacia percibida a nivel Conductual</li> <li>• Mejor desempeño de individuos con autoeficacia percibida a nivel mental</li> </ul>
<b>1987 self-</b>	N/A	Análisis	Factores de	Dimensiones de	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Magnitud</li> </ul>

<b>efficacy implications for organizational behavior – Marilyn Gist</b>	documental	influencia de la autoeficacia en el área organizacional	la autoeficacia.  Autoeficacia como constructo motivacional en el área organizacional	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fuerza</li> <li>• Generalidad</li> <li>• Establecimiento de objetivos</li> <li>• Retroalimentación</li> <li>• Interés intrínseco y reforzamiento.</li> <li>• Selección</li> <li>• Liderazgo</li> <li>• Capacitación y asesoramiento en vocación</li> <li>• Interacción con la posición de control</li> <li>• Equidad en oportunidades laborales</li> <li>• Evaluación de desempeño, metas e incentivos.</li> </ul>	
<b>1993 Perceived Self-Efficacy in Cognitive</b>	N/A	Análisis documental	Cantidad de Autoeficacia procesos que influyen a través de la autoeficacia	de Autoeficacia como constructo cognitivo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La habilidad como una aptitud intelectual inherente.</li> <li>• Comparación social como mecanismo de fortalecimiento</li> </ul>

<b>Development and Functioning – Albert Bandura</b>	en desarrollo y funcionamiento cognitivo	de la autoeficacia. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Retroalimentación social como método de medición de habilidades.</li> <li>• Percepción de nivel de control como generador de autoeficacia.</li> </ul>
	Autoeficacia como constructo motivacional	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atribuciones casuales.</li> <li>• Expectativas de resultados.</li> <li>• Objetivos conocidos.</li> </ul>
	Autoeficacia como constructo afectivo y de selección	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Control de pensamientos perturbadores.</li> <li>• Eficacia de afrontamiento de situaciones y dominación de la ansiedad.</li> <li>• Depresión como aspiraciones no satisfechas.</li> </ul>

Tabla 2. Evolución cronológica y principales aportes de la Autoeficacia (SE). Elaboración propia



## 9.2 Análisis de resultados

### **Autoeficacia (Self Efficacy):**

La autoeficacia se empezó a definir como una teoría que afirma que los procedimientos psicológicos, cualquiera que sea su forma, alteran el nivel y la fuerza de *la autoeficacia* (Bandura, *Self-Efficacy: Toward a Unifying Theory of Behavioral Change.*, 1977). El psicólogo Ucraniano – Canadiense Albert Bandura, mediante su ensayo en 1977: **Self-Efficacy: Toward A Unifying Theory of Behavioral Change**, genera una hipótesis en el que las expectativas de la eficacia personal determinan si el comportamiento de afrontamiento se iniciará cuánto esfuerzo se gasta, y cuánto tiempo se mantendrá frente a la obstáculos y las experiencias aversivas. La persistencia en actividades que son subjetivamente definibles como amenazantes, pero en realidad producen relativamente seguridad; a través de experiencias de maestría (Logros de rendimiento), la futura mejora de la auto-eficacia y la correspondiente reducción en el comportamiento defensivo. En el modelo propuesto por Bandura, las expectativas de la eficacia personal se derivan a partir de cuatro fuentes principales de información: los logros de rendimiento, experiencia vicaria, la persuasión verbal y los estados fisiológicos (A través del control de sus estados psicológicos). Mientras más confiables son las fuentes experienciales, mayores son los cambios en la percepción de auto-eficacia.

Bandura encuentra un relevante número de factores que son identificados como influencias en el procesamiento cognitivo de la información de la autoeficacia recolectada en las fuentes enactivas (de puesta en acto), vicario, exhortativas y emotivas.

El poder diferencial de diversos procedimientos terapéuticos los analiza en términos del mecanismo cognitivo de operación postulado. Uno de sus conceptos identificados y modelados más importantes es la influencia de las expectativas de eficacia en la persona a través de su comportamiento para que, a través de unas expectativas de resultados, se consiga el resultado deseado.

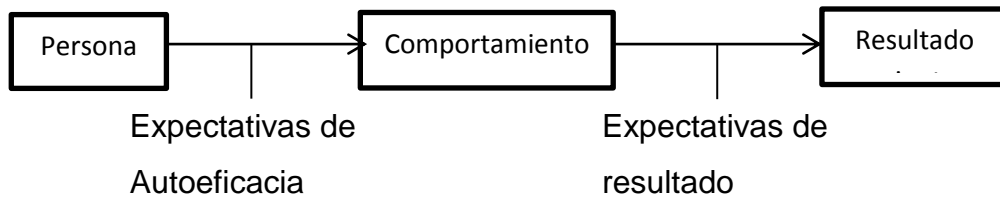


Gráfico 3: Representación en diagrama de las diferencias entre las expectativas de eficacia y de resultados (Bandura, *Self-Efficacy: Toward a Unifying Theory of Behavioral Change.*, 1977)

En 1982, Albert Bandura profundiza su estudio sobre la autoeficacia, y en el artículo **Self-efficacy mechanism in human agency**, defiende a través de un ensayo la centralidad del mecanismo de la auto-eficacia en la agencia humana. Las autopercepciones de la eficacia influyen, tal como ya se había insinuado en su anterior ensayo, a través de patrones, acciones e impulsos emocionales.

En estudios casuales entre más alto el nivel de la auto-eficacia inducida, es más alto el desempeño de cumplimiento de objetivos y más bajo el impulso emocional. Diferentes líneas de investigación son estudiadas, demostrando que el mecanismo de la auto-eficacia podría tener un amplio poder explicativo. La auto-eficacia percibida ayuda a explicar fenómenos tan diversos como los cambios en las conductas de comportamiento producidos por diferentes modos de influencia, nivel de reacciones de estrés psicológico, auto regulación en el comportamiento refractario, resignación y abatimiento como respuesta a las experiencias de fracaso, efectos de auto debilitamiento por control apadrinado y la inefectividad ilusiva, esfuerzos por cumplimiento, crecimiento del interés intrínseco, y carreras profesionales (Bandura, *Self-Efficacy Mechanism in Human Agency*, 1982).

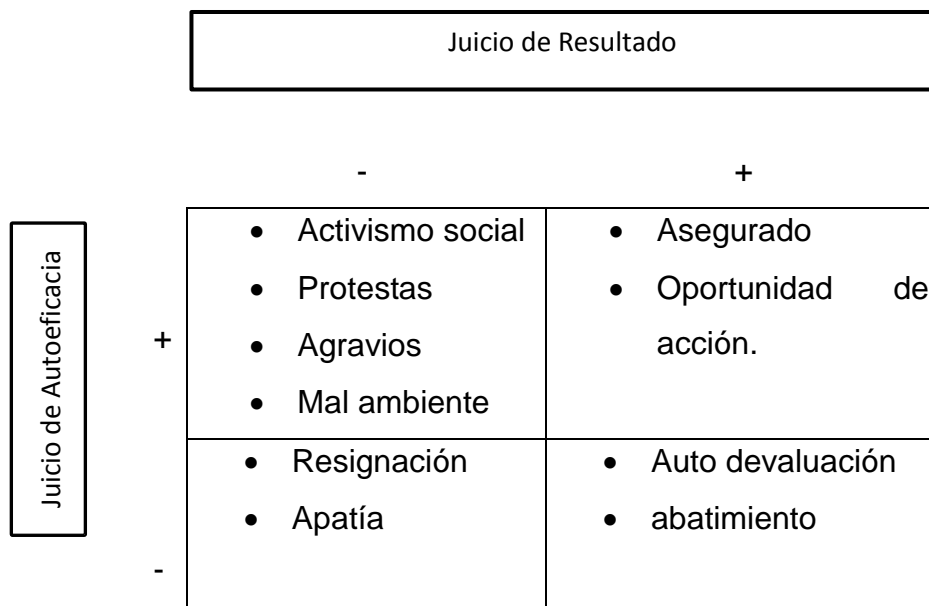


Gráfico 4. Efectos interactivos de las autopercepciones de eficacia y sus correspondientes resultados de las expectativas (Bandura, Self-Efficacy Mechanism in Human Agency, 1982).

El rol influyente de la eficacia colectiva percibida en el cambio social es analizado, así como las condiciones sociales conducen al desarrollo de la ineficacia colectiva. El alcanzamiento de la eficacia colectiva requiere que un grupo tenga definidos propósitos en común por intereses relacionados.

La directora del centro de liderazgo de la Universidad de Seattle, Marilyn Gist, define la autoeficacia como la creencia en la capacidad propia para realizar una tarea. Las relaciones de la autoeficacia para el comportamiento organizacional son exploradas en su ensayo. Una revisión de la literatura indica que la autoeficacia general, ha apoyado una alta correlación entre la percepción de eficacia y el rendimiento posterior. Se argumenta que la autoeficacia afecta al esfuerzo de la tarea, la persistencia, el interés expresado, y el nivel de dificultad de un objetivo seleccionado para el rendimiento (Gist, 1987). También se argumenta que la validación de una alta correlación entre la percepción de eficacia y rendimiento en entornos de trabajo debe determinarse antes de las prácticas de selección, capacitación en liderazgo y orientación profesional que se adopten. Sin embargo, la correlación entre la percepción de eficacia y rendimiento en realidad es imperfecta. Por lo tanto, se discuten las

implicaciones para las interacciones con la posición de control, igualdad de oportunidades laborales, evaluación de desempeño, metas e incentivos.

En 1993, Bandura revisa las diversas formas en que la autoeficacia percibida contribuye al desarrollo cognitivo y de funcionamiento. La autoeficacia percibida ejerce su influencia a través de cuatro procesos principales. Estos incluyen los procesos cognitivos, motivacionales, afectivos y selección (Bandura, 1993). Bandura especifica que a través de los cambios en estos procesos orientados al esfuerzo cognitivo, fortaleciendo la autoeficacia percibida, el auto establecimiento de metas y el uso eficiente de estrategias, es posible mejorar el desempeño de la memoria a través del moldeamiento de la actitud intelectual inherente al ser humano.

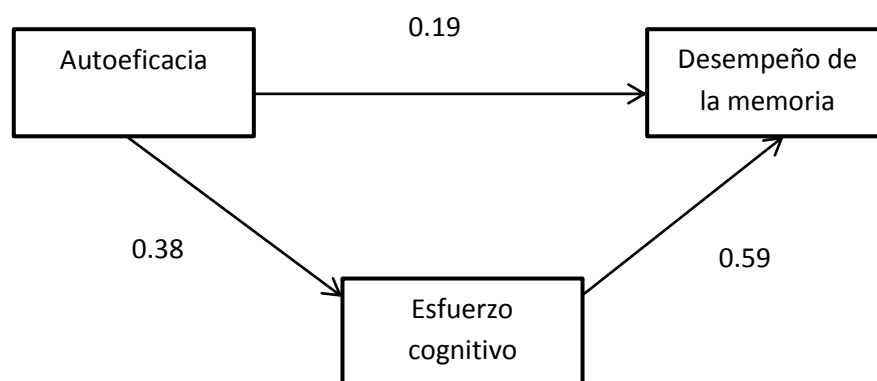


Grafico 5. Análisis gráfico que demuestra que la SE percibida fortalece el desempeño de la memoria y de manera más óptima a través del incremento del procesamiento cognitivo de la información (Bandura,1993)

Hay tres niveles diferentes en los que la autoeficacia percibida opera como un factor importante en el desarrollo académico. Las creencias de los estudiantes en su eficacia para regular su propio aprendizaje y dominar las actividades académicas para determinar sus aspiraciones, el nivel de motivación y los logros académicos (Bandura, 1993). Las creencias de los profesores en su eficacia personal para motivar y promover el aprendizaje afectando a los tipos de ambientes de aprendizaje que ellos crean y el nivel de progreso académico

de sus estudiantes que desean alcanzar. Las facultades de las creencias en su eficacia instructiva colectiva que contribuyen significativamente a sus escuelas nivel del logro académico. Las características del cuerpo estudiantil influyen en el nivel de logro escolar con más fuerza por la alteración de las facultades de sus creencias en su eficacia colectiva que a través de efectos directos sobre el rendimiento escolar.

## 10. Autoeficacia Emprendedora

### 10.1. Evolución cronológica del constructo ESE

Publicación	Sujeto de Estudio	Método de investigación	Variable	Medición	Resultados Principales
1994 <b>Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs – Norris Krueger</b>	N/A	Análisis documental	Entorno de desarrollo emprendedor	de Autoeficacia y el emprendimiento	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Autoeficacia como constructo de percepción de oportunidades orientado al emprendimiento.</li> <li>• Modelos de comportamiento a través de la autoeficacia orientadas a potencializar las habilidades de los emprendedores.</li> <li>• Factibilidad de emprendimiento percibido (ESE) como parte del modelo del emprendedor potencial.</li> </ul>
1994 <b>The influence of Self Efficacy on the development of</b>	N/A	Análisis documental	Nivel de intención que afecta el desempeño	Autoeficacia y la intención emprendedora	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Autoeficacia como canal del pensamiento intuitivo holístico para generar intenciones que se</li> </ul>

Publicación	Sujeto de Estudio	Método de investigación	Variable	Medición	Resultados Principales
entrepreneur intentions and actions – Nancy G. Boyd					<p>convierten en acciones del emprendedor.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ESE como una creencia individual de que la persona es capaz de desempeñar satisfactoriamente los roles y tareas de un emprendedor.</li> </ul>
1997 Founder Self Efficacy and venture performance - A longitudinal Study – Chandler	431 creadores de negocios en Utah	Encuesta	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tiempo y energía gastada en reconocer P/S potenciales</li> <li>Percepción de necesidades de P/S.</li> <li>Fortaleza de identificar P/S que la gente quiere</li> </ul>	Especialidades técnicas orientadas a generar autoeficacias.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Habilidades gerenciales – Autoeficacia Gerencial.</li> <li>Habilidades emprendedoras – Autoeficacia Emprendedora.</li> <li>Habilidades técnicas – Autoeficacia Técnica.</li> </ul>

Publicación	Sujeto de Estudio	Método de investigación	Variable	Medición	Resultados Principales
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empoderamiento de grandes oportunidades de negocio</li> </ul>		
<b>1998 Does Entrepreneurial Self-Efficacy distinguish entrepreneurs from managers – Chao</b>	Estudio 1: 140 estudiantes de MBA en el Noreste de USA  Estudio 2: 175 creadores de pequeñas empresas y ejecutivos	Encuesta	Roles y tareas que influyen en el constructo ESE	Constructo ESE.  Roles del emprendedor a ser evaluados.  Áreas de desempeño	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Constructo ESE como predictor de la capacidad de una persona para ser emprendedora.</li> <li>• Innovador.</li> <li>• Tomador de riesgos.</li> <li>• Director Ejecutivo.</li> <li>• Constructor de relaciones.</li> <li>• Reductor de riesgos.</li> <li>• Alcanzador de objetivos.</li> <li>• Mercadotecnia.</li> <li>• Innovación.</li> </ul>



Publicación	Sujeto de Estudio	Método de investigación	de	Variable	Medición	Resultados Principales
	de la cámara de comercio del Noreste de USA				empresarial susceptible de autoeficacia.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Administración.</li> <li>• Toma de riesgos.</li> <li>• Control financiero.</li> </ul>
<b>1998</b> <b>Efficacy and work related performance: a meta-analysis – Alexander Stajkovic</b>	Self and work related performance: a meta-analysis – Alexander Stajkovic 21.616 estudiantes de USA	Prueba cuadrado	Chi	Autoeficacia Vs. Desempeño laboral	Auto eficacia Vs el desempeño relacionado al trabajo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Una tarea compleja es un concepto psicológico sujeto a la experiencia de quien desarrolla la tarea.</li> <li>• Autoeficacia como predictor de desempeño en diferentes dificultades para realizar una tarea o labor.</li> <li>• Autoeficacia mejor constructo psicológico que otros estudios de psicología laboral.</li> <li>• Personas con baja</li> </ul>

Publicación	Sujeto de Estudio	Método de investigación	Variable	Medición	Resultados Principales
					<p>autoeficacia no poseen recursos cognitivos necesarios para desarrollar estrategias de resolución de tareas complejas.</p> <p>Diferencia entre Auto eficacia y autoeficacia general (GSE)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>GSE como constructo de unas características general para cualquier tipo de situación, mientras la autoeficacia mide o define características para una situación o tarea específica.</li> </ul>
<b>1999 Entrepreneurial Self-Efficacy: The development of</b>	115 estudiantes no graduados y 87	Encuesta análisis de factores	Habilidades de empresariales ESE	ESE en Vs. correlación con habilidades emprendedoras.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Desarrollo de nuevas oportunidades.</li> <li>Desarrollo de un ambiente innovador.</li> <li>Crear relaciones con</li> </ul>

Publicación	Sujeto de Estudio	Método de investigación	Variable	Medición	Resultados Principales
<b>a measure and its relationship to entrepreneurial intentions - De Noble</b>	graduados de la Universidad de San Diego, USA				<p>potenciales inversores.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Definir el propósito principal.</li> <li>Afrontamiento de retos inesperados.</li> <li>Desarrollo de potencial humano.</li> <li>Intenciones emprendedoras.</li> </ul>
<b>2000 Competing models of entrepreneurial intentions – Norris Krueger</b>	97 Estudiantes de últimos semestres de Admon.	Encuesta	<ul style="list-style-type: none"> <li>Posibilidad de empezar un negocio en cinco años.</li> <li>Practicidad para empezar un negocio propio</li> <li>Confianza para empezar un negocio propio</li> </ul>	<p>Intencionalidad como motor de Autoeficacia emprendedora.</p> <p>Intencionalidad en base de percepciones.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Intencionalidad como mejor modelo predictivo para identificar emprendedores.</li> <li>Percepción de atractivo personal.</li> <li>Percepción de factibilidad personal.</li> <li>Percepción de propensión a actuar.</li> </ul>

<b>Publicación</b>	<b>Sujeto de Estudio</b>	<b>Método de investigación</b>	<b>Variable</b>	<b>Medición</b>	<b>Resultados Principales</b>	
<b>2000 Efficacy: Essential Motive to Learn – Zimmerman</b>	<b>Self- An</b>	N/A	Análisis documental	Influencia de la academia en la autoeficacia	La autoeficacia y la educación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Autoeficacia como indicador de cambio durante proceso de aprendizaje.</li> <li>• Técnicas auto regulatorias para mejorar autoeficacia percibida.</li> </ul>
<b>2000 cognitive infrastructure of opportunity emergence – Norris Krueger</b>	<b>The</b>	N/A	Análisis documental	Influencia de factores exógenos en el ESE	Autoeficacia emprendedora y la intencionalidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alta autoeficacia lidera una alta iniciativa y persistencia, por ende, el rendimiento.</li> <li>• Incremento en ESE requiere más que enseñar competencias, requiere acompañamiento psicológico y emocional.</li> </ul>
<b>2000 promise of entrepreneurship as a field of</b>	<b>The of</b>	N/A	Análisis documental	ESE como factor primordial de reconocimiento de oportunidades	Emprendimiento e identificación de oportunidades	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Emprendimiento como un marco conceptual integral y no parcial.</li> <li>• Personas con alto ESE</li> </ul>

Publicación	Sujeto de Estudio	Método de investigación	Variable	Medición	Resultados Principales
research – S. Venkataraman					tienen mayor propensión de identificar oportunidades.
2002 The ESE of nascent entrepreneurs – Mateja Drnovsek	83% de estudiantes graduados (73% de Eslovenia y 27% Rep. Checa)	Encuesta sí o no. Encuesta interrogatorio	Factores clave del ESE	ESE en países no anglosajones (Eslovenia y República Checa)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mercadeo, innovación y control financiero factores claves del ESE.</li> <li>• Gerencia y toma de riesgo factores relevantes pero no claves, sujetos a factores claves.</li> </ul>
2004 The prevalence of Nascent Entrepreneurs in the USA – Paul Reynolds	64.622 personas en USA que se encontraban en casa	Encuesta	Correlación entre raza, edad, ocupación, experiencia y red social; con intención empresarial	Emprendimiento en USA.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Emprendimiento como un desarrollo del contexto económico, político y social.</li> <li>• Personas con mayor incertidumbre de factores externos tienen bajas posibilidades de tener crecimiento emprendedor</li> </ul>

Publicación	Sujeto de Estudio	Método de investigación	Variable	Medición	Resultados Principales
				Tipos de emprendedores en USA	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Emprendedores independientes</li> <li>• Emprendedores corporativos.</li> </ul>
<b>2005 The effects of strategic decision making on ESE – Daniel Forbes.</b>	95 estudiantes de Silicon Valley	Encuesta	Procesos relevantes para tomar las decisiones en la empresa	Procesos de decisión que influyen en el ESE	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Descentralización.</li> <li>• Número de participantes externos</li> <li>• Integralidad.</li> <li>• Uso de información en tiempo real</li> </ul>
<b>2005 The mediating role of SE in the development of entrepreneurial intentions – Hao Zhao</b>	165 estudiantes de MBA de cinco universidades de USA	Encuesta	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Percepción de formación formal</li> <li>• Experiencia empresarial previa</li> <li>• Propensión al riesgo</li> <li>• Genero</li> </ul>	Aspectos sociales que afectan el ESE	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Percepciones de aprendizaje formal factor relevante.</li> <li>• Experiencia empresarial factor relevante.</li> <li>• Propensión al riesgo factor relevante.</li> <li>• Género factor irrelevante.</li> </ul>

Publicación	Sujeto de Estudio	Método de investigación	de	Variable	Medición	Resultados Principales
<b>2006 Entrepreneurship in the rainbow nation: Effect of cultural values and ESE on intentions – Boris Urban</b>	150 estudiantes de MBA de Sudáfrica	Encuesta – Correlación de variables	•	Comportamiento individual vs colectivo. • Manejo incertidumbre • Femenino o masculino. • Desempeño corto plazo o largo plazo	Emprendimiento en Sudáfrica.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Factores sociales como la masculinidad, individualismo moderado, colectivismo moderado o la ubicación rural o urbana; no son influyentes en las intenciones del constructo ESE.</li> </ul>
<b>2006 ESE in a multicultural society – Boris Urban</b>	150 estudiantes de MBA de sudáfrica	Encuesta – Correlación de variables	•	GSE: • Habilidad de cumplir metas • Confianza de superar dificultades • Capacidad de obtener	Auto eficacia general GSE Vs. ESE	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hábitos sociales como pilar de las actividades emprendedoras.</li> <li>• La autoeficacia o autoeficacia general es complementaria al constructo ESE en sociedades multiculturales.</li> <li>• Las personas con mejor</li> </ul>

Publicación	Sujeto de Estudio	Método de investigación	Variable	Medición	Resultados Principales
			<p>resultados importantes</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacidad de desarrollar varias tareas</li> </ul> <p>ESE:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer y cumplir objetivos de mercado objetivo</li> <li>• Posicionarse en el mercado.</li> <li>• Emprender</li> <li>• Desarrollar nuevos P/S</li> <li>• Hacer análisis financiero</li> <li>• Desarrollar</li> </ul>		<p>percepción de desempeño de habilidades empresariales, tienen mayor posibilidad de crear empresa.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El ESE depende en parte de la educación empresarial y el entrenamiento del mismo.</li> <li>• Un ESE alto fortalece el emprendimiento.</li> </ul>



Publicación	Sujeto de Estudio	Método de investigación	Variable	Medición	Resultados Principales
			sistemas y control financiero		
<b>2007</b> <b>Entrepreneurial profiling: A decision policy analysis of the influence of ESE on entrepreneurial intent – Jeff Brice</b>	140 estudiantes de USA en proceso de graduación	Encuesta de percepción	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fuerte liderazgo y habilidades organizacionales</li> <li>• Buen sentido de lo que los consumidores quieren y necesitan</li> <li>• Capaz de hacer sacrificios personales para evitar fallar</li> <li>• Experiencia en habilidad o técnica específica</li> </ul>	ESE y las competencias humanas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Competencia humano/concepto para reconocer oportunidades únicas (Habilidades de liderazgo - Organizacionales).</li> <li>• Impulso de emprender desde la conceptualización hasta la formalización (Habilidades políticas).</li> <li>• Soporte de redes de contacto.</li> </ul>

Publicación	Sujeto de Estudio	Método de investigación	Variable	Medición	Resultados Principales
			<ul style="list-style-type: none"> <li>Habilidades políticas</li> </ul>		
<b>2007 The role of cognitive style and risk preference on ESE and entrepreneurial intentions- Saulo Dubard</b>	528 estudiantes emprendedores de 3 países (Rusia, Noruega y Finlandia)	Encuesta	<ul style="list-style-type: none"> <li>Percepción de SE en capacidad de construir relaciones sociales.</li> <li>Percepción de SE de capacidades gerenciales.</li> <li>Percepción de SE de trabajo bajo presión, estrés y conflicto</li> </ul>	Influencia en el estilo cognitivo de ESE  Estilo cognitivo analítico con mayor nivel ESE que estilo cognitivo-intuitivo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tipos de aprendizaje.</li> <li>Recolección de conocimiento.</li> <li>Procesamiento de información.</li> <li>Toma de decisiones.</li> <li>Autoeficacia de identificación de oportunidades.</li> <li>Autoeficacia de relaciones sociales.</li> <li>Autoeficacia gerencial.</li> <li>Autoeficacia de tolerancia.</li> </ul>
<b>2008 Awakening the Entrepreneurial</b>	Muestreo de diseñadores de	Escala de interés en innovación	<ul style="list-style-type: none"> <li>Soporte gerencial</li> </ul>	Factores sociales – organizacionales	<ul style="list-style-type: none"> <li>Soporte gerencial.</li> <li>Autonomía laboral.</li> </ul>

Publicación	Sujeto de Estudio	Método de investigación	Variable	Medición	Resultados Principales
<b>Spirit: Exploring the relationship between Organizational Factors and Perceptions of ESE Desirability in a Corporate Setting – Deborah Brazeal</b>	arquitectura, diseñador de aplicaciones gerente de proyectos y gerentes de inversión.	laboral	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Autonomía laboral</li> <li>• Disponibilidad de tiempo</li> <li>• Límites organizacionales</li> <li>• Premio-Reforzamiento</li> <li>• Interés en innovación en el trabajo</li> </ul>	influyentes en el ESE	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Disponibilidad de tiempo.</li> <li>• Límites organizacionales.</li> <li>• Premio-Reforzamiento</li> <li>Interés en innovación en el trabajo</li> </ul>
<b>2008 Gender role orientation as a determinant of ESE – Stephen Mueller</b>	216 estudiantes de MBA en universidades del medio oeste de	Encuesta de confianza en habilidades	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Búsqueda</li> <li>• Planeación</li> <li>• Organización</li> <li>• Implementación</li> <li>• Composición</li> </ul>	Relevancia de género en intenciones emprendedoras y ESE	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estudio en estudiantes de MBA de ambos sexos confirma no diferencia significativa en roles cognitivos de intenciones emprendedoras y ESE.</li> </ul>

Publicación	Sujeto de Estudio	Método de investigación	de	Variable	Medición	Resultados Principales
USA						
<b>2008 Perceived entrepreneurial ability, business relationships, and performance among minority and non-minority entrepreneurs in the Midwest – Douglas Moesel</b>	68 dueños de empresas pequeñas de USA	Encuesta y entrevista	y	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desempeño</li> <li>• Obstáculos en relaciones</li> <li>• Habilidades ESE</li> <li>• Minoría racial</li> <li>• Edad de la empresa</li> <li>• Edad del dueño de la empresa</li> </ul>	ESE y relaciones empresariales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ESE es inversamente proporcional a los obstáculos de las relaciones empresariales.</li> <li>• Pequeños empresarios acusan a la discriminación como obstáculo principal en las relaciones empresariales.</li> <li>• Edad de la empresa inv. Proporcional a obstáculos de relaciones.</li> </ul>
<b>2009 ESE refining the measure – Jeffrey McGee</b>	389 personas que hayan realizado actividades	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encuesta en línea</li> <li>• Seminario de emprendimiento</li> </ul>		Confianza en: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Búsqueda</li> <li>• Planeación</li> <li>• Organización</li> <li>• Implementación</li> </ul>	ESE como un instrumento de multidimensión.  ESE como un	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Educación emprendedora está directamente asociada a unos niveles altos de ESE</li> <li>• Búsqueda</li> </ul>

Publicación	Sujeto de Estudio	Método de investigación	de	Variable	Medición	Resultados Principales
	de emprendimiento	• Técnica de bola de nieve	de	de personas • Habilidad financiera • Actitud hacia el emprendimiento	modelo en cinco dimensiones.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planeación</li> <li>• Organización</li> <li>• Implementación de personal.</li> <li>• Implementación financiera.</li> </ul>
<b>2009 Women and leadership examining the impact of Entrepreneurial education on leadership self-efficacy – Veronica Guerrero</b>	Muestreo de 1000 mujeres graduadas de un programa de entrenamiento empresarial en USA	Entrevista		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perfil demográfico</li> <li>• Factores que influyen en la autoeficacia de las mujeres emprendedoras</li> <li>• Que experiencia del programa afecto positivamente el ESE</li> <li>• Como un</li> </ul>	Factores potenciales del ESE en las mujeres en USA.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Oportunidades de aprendizaje experimental.</li> <li>• Creación de un plan de negocios al final del proceso de aprendizaje.</li> <li>• Desarrollo de habilidades de hablar en público.</li> <li>• Acceso a la información</li> <li>• Definición de su visión (Identificación de oportunidades).</li> <li>• Formación de grupos emprendedores con un líder</li> </ul>

Publicación	Sujeto de Estudio	Método de investigación	Variable	Medición	Resultados Principales	
			programa de educación de emprendimiento		experimentado (Red de apoyo formal).	
			influye en las mujeres emprendedoras	Barreras al constructo ESE en las mujeres.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estereotipo de género.</li> <li>• Estereotipo de edad.</li> <li>• Dudas sobre sí mismo.</li> </ul>	
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Que barreras creen que afectan a las mujeres emprendedoras</li> </ul>			
<b>2011</b>	<b>The influence of ESE entrepreneurial learning – Chun-Mei Chou</b>	448 estudiantes de colegios técnicos y vocacionales de Canadá	Cuestionario escala de 1 al 5	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Resultado de aprendizaje empresarial</li> <li>• Creación de empresas</li> <li>• Toma de riesgo</li> </ul>	Influencia del ESE en las intenciones de emprendedoras	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creencia emprendedora.</li> <li>• Habilidad emprendedora</li> <li>• Actitud emprendedora.</li> </ul>

Tabla 3 Evolución cronológica y principales aportes de la Autoeficacia emprendedora (ESE) Elaboración propia.

### **10.3 Análisis de resultados.**

#### **Evolución constructo ESE**

De acuerdo a la revisión del estado del arte con el modelo metodológico de la investigación cronológica, donde se investigó y relacionó la evolución de las investigaciones y estudios del constructo ESE, se propone tres enfoques como pilares básicos de diferentes autores al momento de la elaboración y medición de la autoeficacia en el emprendedor:

- Enfoque Empresarial
- Enfoque Psicológico
- Enfoque Sociológico.

#### **10.1 Evolución enfoque empresarial**

El enfoque empresarial se basa en las conclusiones de ensayos de estudiados como los Doctores Chen y Drnovsek, donde confirman que el constructo ESE es mucho más apropiado para identificar y estudiar específicamente las características del emprendedor que un indicador general (Chen, 1998).

Este enfoque permite derivar, modificar, y fortalecer la autoeficacia del emprendedor en su continua interacción con el medio ambiente, se puede usar para predecir y estudiar la elección de comportamiento empresarial, su persistencia y efectividad en sus procedimientos.

Gaylen Chandler, profesor asociado de la universidad de Utah, describe que la teoría social cognitiva se utiliza para desarrollar y probar un modelo que pueda predecir de las relaciones causales entre auto-eficacias de emprendimiento, gerencial y técnica con el rendimiento de empresarios emergentes. La eficacia gerencial es un importante vaticinador de rendimientos subsecuentes. Las eficacias tanto empresarial como técnica, no predicen el rendimiento (Chandler, 1997). Entrevistas de seguimiento cualitativo aportan una explicación para estos hallazgos.

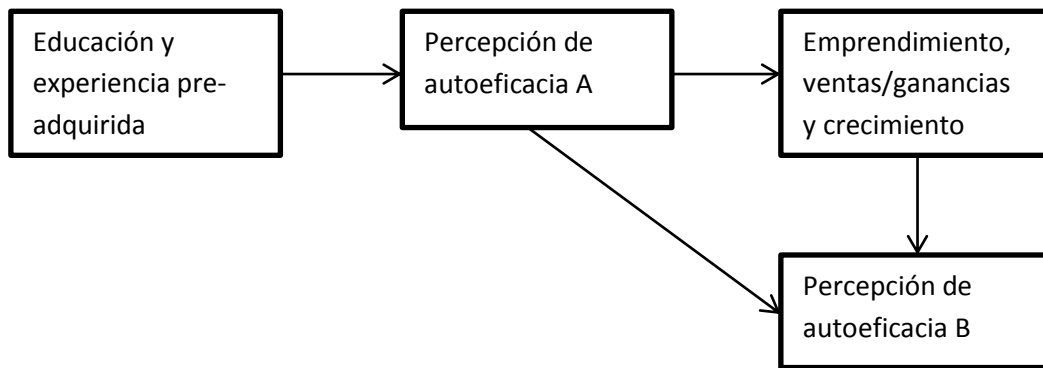


Gráfico 6. Teoría cognitiva social donde Chandler afirma que no es posible garantizar un crecimiento a nivel organizacional sin haber desarrollado y dominado sus habilidades en el entorno de su mercado (Chandler, 1997).

La motivación y el rendimiento se ven fuertemente influenciados por la autoeficacia de una persona, o una estimación de su capacidad para orquestar el rendimiento en una tarea específica (Gist y Mitchell, 1992). La autoeficacia tiene un impacto significativo y positivo en el desempeño en una variedad de tareas individuales. Investigadores proponer que el concepto de auto-eficacia se extenderá al estudio de las organizaciones. Lindsley. Brass y Thomas (1995) sugieren que los grupos y organizaciones adquieren eficacia. La transición de individuo a la eficacia organizativa es natural en las empresas emprendedoras.

Con el tiempo, las habilidades del fundador se convierten en capacidades de la organización. La visión del fundador se convierte en la visión de la organización. Aspiraciones del fundador suelen convertirse en aspiraciones de la organización. Así, los empresarios y la puesta en marcha de las empresas proporcionan una plataforma útil para estudiar más a fondo la relación autoeficacia vs desempeño en entornos complejos, mientras que al mismo tiempo se extiende el estudio de la autoeficacia de un individuo frente a un dominio de la organización.

Chen Chao, PhD. de la Universidad de Ney York – Buffalo, realiza una búsqueda de una característica individual que es distintivamente empresarial, por lo cual propone y nombra un constructo de autoeficacia empresarial (ESE,



por sus siglas en inglés) para predecir la probabilidad de que un individuo sea un empresario. ESE se refiere a la fuerza de la creencia de una persona que él o ella es capaz de éxito desarrollando las diversas funciones y tareas de la iniciativa empresarial. Se compone de cinco factores: el marketing, la innovación, la gestión, la toma de riesgos y el control financiero (Chen, 1998).

Dr. Chen realizó dos estudios, uno sobre los estudiantes y la otra en ejecutivos de negocios pequeños. El estudio No. 1 encontró que la puntuación total de ESE diferencia estudiantes con espíritu empresarial de los estudiantes de gerencia y psicología de las organizaciones, y que en los tres tipos de estudiantes, el ESE se relacionó positivamente con la intención de crear una empresa propia. También encontramos que los estudiantes emprendedores tienen una mayor auto-eficacia en la comercialización, la gestión y el control financiero de la gestión que los estudiantes de psicología y gerencia. En el estudio 2, se probaron simultáneamente efectos de la ESE y posición de control en los criterios de los fundadores vs no fundadores de las empresas actuales. Después de controlar por variables de antecedentes individuales y de la empresa el efecto de las puntuaciones ESE fue significativo, pero el efecto de la posición de control no lo era. Más específicamente, se encontró que los fundadores de negocios tuvieron mayor autoeficacia en innovación y la toma de riesgos que los no fundadores (Chen, 1998).

Los resultados de este estudio demuestran el potencial del ESE como una característica distintiva del empresario. A partir de estos resultados, algunas implicaciones importantes se pueden soslayar en la valoración empresarial, educación, consejería e intervención grupal. En primer lugar, la ESE puede utilizarse para identificar razones para la aversión empresarial. Es posible que haya muchas personas que rechacen la actividad empresarial no porque en realidad carecen de las habilidades necesarias, sino porque creen carecerlas. Esto es especialmente cierto para los sectores de la población, como las mujeres o los grupos minoritarios que son percibidos como carentes de tradiciones empresariales. Las comunidades y los individuos podrían beneficiarse de la identificación de fuentes de aversión empresarial

centrándose sus esfuerzos hacia la mejora de la ESE de determinados grupos o individuos de aspectos específicos del emprendimiento.

Un uso adicional de la ESE es identificar las áreas de fortalezas y debilidades para evaluar el potencial empresarial tanto de un individuo y una comunidad. Una vez que se identifica el potencial emprendedor, los recursos son canalizados y más eficazmente usados para promover el emprendimiento. Finalmente, el diagnóstico y el tratamiento de la ESE se puede realizar en verdaderos emprendedores. El empresario puede ser aversivo, o desarrollar con menos frecuencia, ciertas actividades empresariales críticas porque el carece de auto-eficacia. Por ejemplo, el empresario puede tener aversión al crecimiento de la empresa por temor a perder el control. Se hace la identificación y eliminación de la duda en sí mismo, que le permitirá al empresario a participar activamente en las tareas empresariales de manera más persistente ante las dificultades y contratiempos, y con más confianza para enfrentar los desafíos.

En general, la ESE es una creencia moderadamente estable y requiere de esfuerzos sistemáticos y continuos para ser cambiada. Dos enfoques generales se pueden tomar hacia el cambio deseado. Uno es el método micro que directamente se centra en las creencias de la gente. En el diseño y la realización de cursos de espíritu empresarial, las instituciones capacitadoras no sólo deben formar a los estudiantes en las habilidades críticas y capacidades empresariales, sino también fortalecer su autoeficacia emprendedora. El estado actual de los cursos de gestión empresarial en la mayoría de escuelas de negocios puede quedarse cortos en ambos aspectos. Los cursos se centran en habilidades de gestión comúnmente identificados, pero a menudo ignoran las capacidades empresariales como la innovación y la asunción de riesgos. Además, la enseñanza de las habilidades de emprendimiento tiende a ser de carácter técnico, con insuficiente atención prestada a los sistemas de cognición y de creencias del empresario. Los educadores deben tener en cuenta las actitudes y percepciones empresariales cuando se diseñan o se evalúan los objetivos del curso. Esfuerzos conscientes podrían hacerse para mejorar la ESE a través de la involucración de los estudiantes en diseños de

negocios de “la vida real” o de ayuda de la comunidad a través de pequeñas empresas, invitándolos a empresarios exitosos a dar una conferencia, y por la persuasión verbal de profesores y empresarios de renombre (Chen, 1998).

El segundo enfoque para mejorar la ESE es trabajar en el entorno de potencial y real los empresarios. De acuerdo con el modelo de causalidad recíproca, el ambiente puede afectar la auto-eficacia no sólo directamente sino también indirectamente a través del desempeño. Un entorno percibido como más apoyador, aumenta la ESE porque las personas valoran sus capacidades empresariales en referencia a los recursos percibidos, las oportunidades y los obstáculos que existen en el medio ambiente. La eficacia personal es más probable que se desarrolle y se sostenga en un ambiente de apoyo que en uno adverso (Chen, 1998).

En este enfoque, el Dr. Chen referencia 5 dimensiones en las cuales se puede jerarquizar el nivel de ESE en los potenciales emprendedores:

- Mercadeo (Reconocimiento del mercado del producto o servicio generado, realización de investigación de mercados, etc.)
- Innovación (Emprendimiento con innovación y creatividad, diseño de nuevos productos, servicios, procesos, etc.)
- Gerencia (Administración de recursos, minimización de costos, etc.)
- Toma de riesgo (Capacidad de medir el riesgo, afinidad al riesgo, etc.)
- Control financiero (análisis e interpretación de datos financieros, control de costos, etc.) (Chen, 1998)

El Dr. Alex F. De Noble, Ph.D., Director ejecutivo del Centro de Emprendimiento y Gerencia de la universidad del estado de San Diego, desarrolla una medida de auto-eficacia empresarial (ESE) y probado sus propiedades psicométricas mediante análisis factoriales exploratorios y confirmatorios. Esta medida, que consta de seis sub-escalas, se adaptó al proceso de creación de empresas en consonancia con Bandura (1986) Las

recomendaciones relativas al desarrollo de dominio específico de autoeficacia medidas.

Se encontró en el estudio del Dr. De Noble, que las puntuaciones medias de cuatro dimensiones diferenciadas entre los estudiantes el espíritu empresarial y no empresarial-, y dos diferencias de medias ("desarrollo de nuevas oportunidades" y "desafíos inesperados") fueron estadísticamente significativas. Los estudiantes que fueron mayores empresariales tenían niveles significativamente más altos de ESE en general que sus pares (De Noble, 1999). Esto significa que, la conclusión más significativa de este estudio, es que el constructo ESE nos ayuda a entender que las personas con algunas características específicas de emprendimiento, partiendo de sus procesos cognitivos, entre mayor tengan dominadas estas habilidades, más altas tienen sus intenciones emprendedoras, y le destinan más tiempo al desarrollo y creación de nuevas empresas

Sankaran Venkataraman, profesor de administración de empresas y decano Senior de la universidad de Virginia, confirma que hasta la fecha del momento de la publicación de su investigación, el fenómeno de la iniciativa empresarial ha carecido de un marco conceptual (Venkataraman, 2000). En su estudio se basa sobre investigaciones previas realizadas en diferentes disciplinas de ciencias sociales y campos aplicados de las empresas para crear un marco conceptual para el marco.

Para crear el marco, primero genera tres preguntas que toda organización que promueva el emprendimiento debe tener en cuenta a la hora de formar y apoyar a los futuros empresarios.

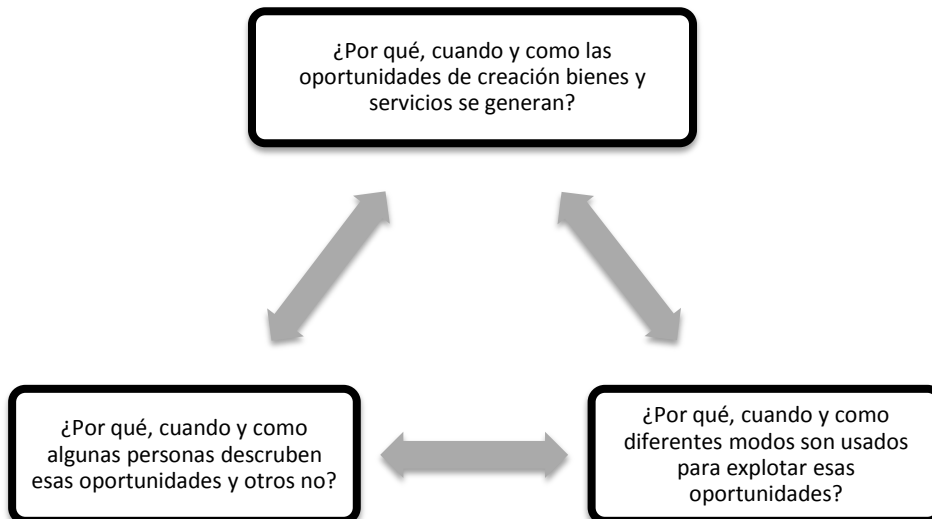


Grafico 7. Set de preguntas para investigación de la definición de emprendimiento (Venkataraman, 2000)

Con este marco podemos explicar un conjunto de fenómenos empíricos y predecir un conjunto de los resultados no explicados o previstos por los marcos conceptuales ya existentes en otros campos. Estas tres pregunta hipotéticas son la propuesta de ampliar el estudio del entendimiento del emprendedor no limitado a sus funciones básicas, sino a su intencionalidad e interacción con el entorno.

En relación al constructo ESE, la conclusión más importante del estudio de Venkataraman es que, por más que una persona tenga la información prioritaria para descubrir una oportunidad, fallará en el sentido de carecer de un proceso cognitivo que le permita definir las oportunidades como diferentes campos interdisciplinarios del emprendimiento. Esto va a que, las personas con mayor autoeficacia en el campo empresarial, tiene mayor disponibilidad de explotar esa oportunidad (Venkataraman, 2000).

Mateja Drnovsek, profesora asociada de emprendimiento en la facultad de Liubliana, Eslovenia, confirma que en su estudio realiza una búsqueda que está enfocada en las intenciones empresariales de dos grupos específicos de empresarios naciescentes (Estudiantes innovadores y graduados en dos economías de transición – Eslovenia y República Checa) (Drnovsek, 2002). El análisis da futuras contribuciones a investigaciones previas en predicciones de

eventos empresariales usando artículos de ESE previamente desarrollados dentro del ambiente de la cultura anglosajona y ahora probada en un ambiente específico de economías pos-comunistas.

Los estudios se desarrollan con preguntas si/no, con el enfoque de entender y tratar de medir las intenciones empresariales de economías de Europa Central salientes del modelo económico del comunismo. Del estudio realizado se notó una alta correlación en lo que se pueden tomar como las cinco dimensiones más importantes del constructo ESE.

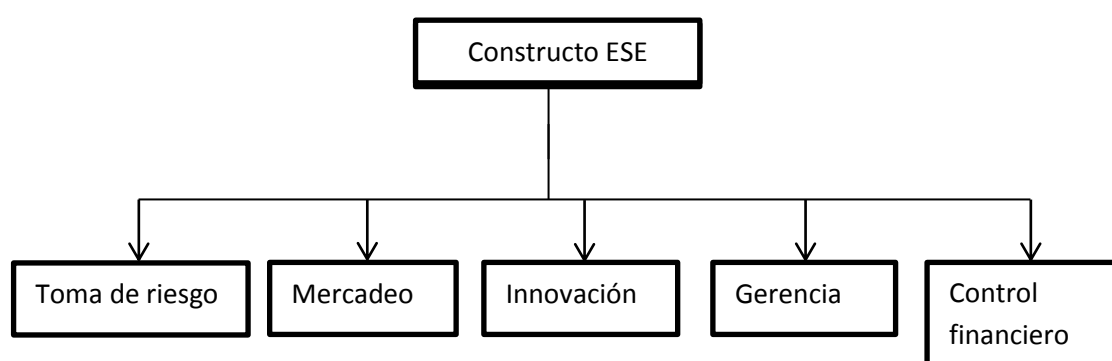


Gráfico 8. Dimensiones en la escala del constructo ESE desarrollado por correlación de investigación en países en desarrollo de Europa Central (Drnovsek, 2002).

Los resultados muestran que hay relativamente más empresarios nacientes entre innovadores que entre estudiantes graduados de escuelas de negocios. Cuando los puntajes promedios de la auto eficacia están incluidos, los innovadores se sienten más cómodos cuando lidian con innovación y riesgo, mientras que los estudiantes graduados expresan mayor auto eficacia en los aspectos de negocios relacionados con el emprendimiento, marketing y finanzas (Drnovsek, 2002).

Una de las conclusiones más importantes es que los estudiantes de escuelas de negocios de estos países de economías carecen notablemente de experiencia previa empresarial, por lo que las universidades deben generar programas y modelos que incentiven a través de su interacción con los

estudiantes, las capacidades de innovación y búsqueda de oportunidades, todo esto fortaleciendo las dimensiones del constructo ESE.

En 2005 Daniel Forbes, profesor asociado en organización y gerencia estratégica en la Universidad de Minnesota: Escuela de gerencia Carlson; se sale de la línea tradicional de las dimensiones empresariales del ESE; por el contrario, define su estudio, el que se basa en la constructo de la auto-eficacia empresarial (ESE), que define como medidor del grado en que los individuos creen que son capaces de realizar las tareas asociadas con la gestión de emprendimiento (Forbes, 2005). Ha examinado si los niveles de la ESE en los empresarios son influenciados por las formas en que sus empresas toman decisiones estratégicas

En su estudio confirma que las personas con un mayor ESE, tienden a tener un mejor desempeño en sus tareas o los compromisos donde estén involucradas sus creencias, también está asociada a una mayor concentración y una mejor administración de sus recursos cognitivos para resolver adversidades (Forbes, 2005). También confirma que, ya que el constructo ESE es un modelo predictivo, debe ser entonces personalizado según las intenciones del emprendedor, teniendo en cuenta las cinco dimensiones del constructo previamente establecidos.

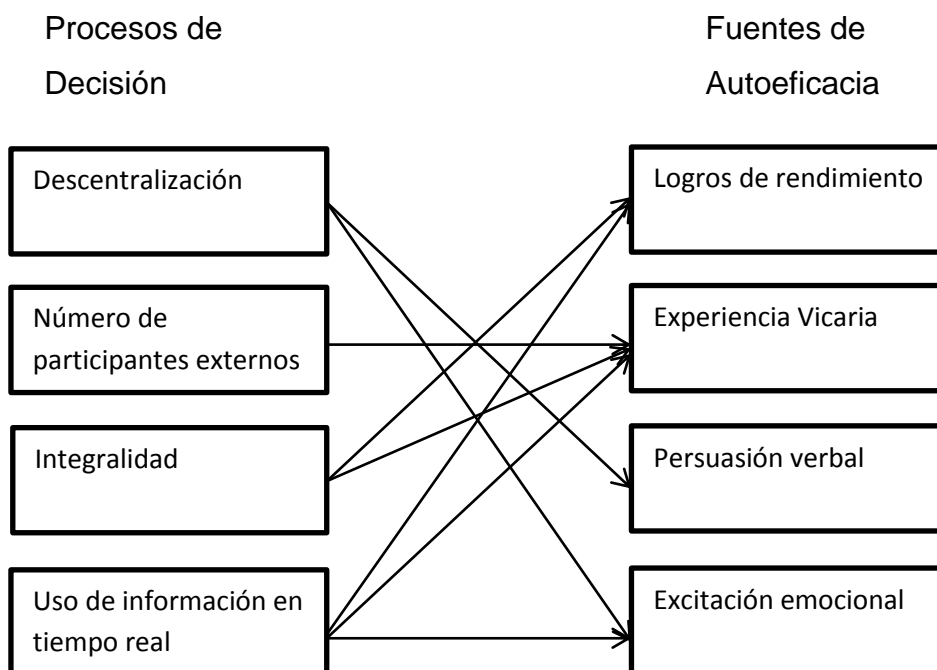


Gráfico 9. La información requerida y la información almacenada es el indicador de la brecha que indica que los factores presentados, relacionados a los procesos de toma de decisión afectan dentro de una organización los factores del ESE (Forbes, 2005)

Los resultados muestran que los empresarios muestran una fuerte creencia en sus propias habilidades cuando sus empresas hacen decisiones de manera que involucren a otros empleados, que sea más exhaustivo el análisis, y que se incorpore información más actualizada. Los análisis exploratorios también proporcionan evidencia preliminar que ESE mejora los resultados empresariales (Forbes, 2005).

Jeff Brice Jr, Ph.D. en gerencia de la universidad de Mississippi, formula una cuestión sin resolver en el estudio de emprendimiento, que es: ¿qué factores deben considerar los individuos antes de intentar establecer nuevas empresas? También, ¿cuáles de estos factores son los más influyentes para una decisión después de que la deliberación es completa? Los estudios anteriores han examinado cuestiones similares desarrollando investigaciones de la autoeficacia empresarial que se basan únicamente en las funciones de negocios discretos. Sin embargo, no sólo son evaluaciones funcionales demasiado específicas sobre los negocios para la naturaleza general de las investigaciones de la ESE, son usualmente operacionalizados con encuestas directas autorealizadas que son altamente susceptibles al sesgo de respuesta social deseable (Brice Jr, 2007).

En este estudio, se aplica una metodología de modelo de decisión para evaluar empíricamente la influencia de las competencias humanas en el proceso de evaluación de la autoeficacia emprendedora ESE. Las claves más influyentes que Brice Jr. toma en cuenta para desarrollar su investigación son las siguientes:



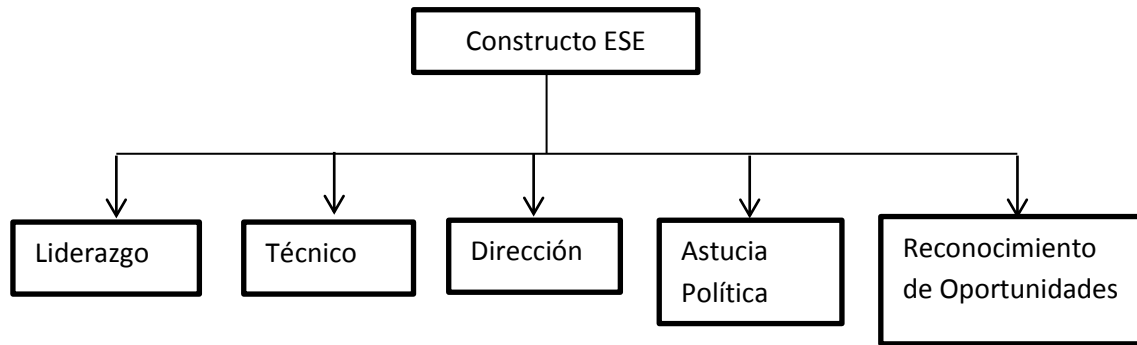


Gráfico 10. La autoeficacia emprendedora en la dimensión operacional, se mide en esta investigación a través de estos cinco factores clave analizados y descritos el Dr. Brice Jr. (Brice Jr, 2007)

- Liderazgo: Tiene fuertes habilidades organizacionales y de liderazgo.
- Técnico: Tiene conocimientos técnicos relacionados a su producto o servicio o experiencia funcional.
- Dirección: Tiene voluntad de sacrificio para evitar fallar.
- Tiene astucia política para enlistar a personas adecuadas para las funciones clave.
- Reconocimiento de Oportunidades: Tiene una buena percepción de lo que los consumidores quieren y necesitan.

El modelo de decisión es un proceso analítico “dentro de los sujetos” que es resistente a los sesgos externos. Un hallazgo significativo es que las evaluaciones de la autoeficacia que utilizan competencias empresariales son capaces de discriminar individuos con fuertes intenciones emprendedoras de los demás, exitosamente. De hecho, el perfil resultante de decisión de las personas con altas intenciones emprendedoras son paralelismos de los empresarios reales (Brice Jr, 2007)

Más adelante se realiza otro estudio, esta vez no para definir el constructo ESE, sino para establecer si el constructo establece diferencias entre los empresarios de pequeñas y grandes empresas, Douglas Moesel, Ph.D. miembro de la academia de gerencia, la sociedad de gerencia estratégica y asociación Norteamericana para pequeños negocios realiza un estudio donde

examina la percepción de la habilidad empresarial, los obstáculos percibidos para las relaciones de negocios importantes, y el desempeño de las empresas en el Medio Oeste usando el aprendizaje social y las teorías de identidad social (Moesel, 2008).

Las variables que plantea Moesel para la correlación de factores que permita definir cuáles son los más relevantes para enfrentar los obstáculos relacionales en el ámbito organizacional son los siguientes:

- ESE.
- Desempeño.
- Organización minoritaria.
- Edad de la empresa.
- Edad del dueño de la empresa (Moesel, 2008).

A partir de una encuesta a 68 empresarios, se deduce que la ESE reduce los obstáculos de las relaciones empresariales clave y mejora los desempeños empresariales. La edad de la empresa y la edad del empresario no afectaron los obstáculos directamente. Empresarios minoritarios no se les encontró en el reporte significativamente más obstáculos a las relaciones comerciales, pero se reportaron más obstáculos con una edad de la empresa cada vez mayor que de los empresarios que no corresponden a los minoritarios. Los empresarios minoritarios manifiestan un menor desempeño de la empresa. Los obstáculos de las relaciones sociales se reducen con un mayor rendimiento de la empresa, pero no tanto para los empresarios minoritarios que para los empresarios no minoritarios o de grandes empresas (Moesel, 2008).

El Dr. Jeffrey McGee, Ph.D. en gerencia de la universidad de Georgia, profesor asociado de gerencia en la universidad de Texas, describe que un creciente número de estudios sobre la motivación empresarial, las intenciones y el comportamiento incluyen la autoeficacia empresarial (ESE) como variable explicativa. Si bien existe un amplio consenso entre los investigadores sobre la importancia de incluir la ESE como un modelo de intencionalidad, hay

inconsistencias permanentes en la definición, la dimensionalidad y la medición de la ESE (McGee, 2009). Pero en el estudio se presenta diversidad de investigaciones relacionadas al constructo ESE y el GSE donde se presentan diferentes, irregulares y no concluyentes resultados sobre la relevancia de los constructos en varios escenarios con específicas características sociales.

El estudio que el Dr McGee presenta da un importante paso hacia la mejora y estandarización de la medición del constructo ESE. Dentro de un marco de proceso de creación de empresas, un instrumento ESE multi-dimensional es desarrollado y probado en una muestra diversa que incluye los nuevos empresarios. Las implicaciones concluidas se confirman con los factores que, según el estudio realizado, tuvieron mayor correlación para influir con los potenciales emprendedores.

- **Búsqueda de oportunidades:** Involucra la creación de una idea única de negocio o la identificación de una oportunidad de negocio especial, en este aparte, los emprendedores se diferencian de los administradores por su facultad para identificar estas ideas y negocios con mayor facilidad.
- **Planeación:** Consiste en la cantidad de actividades en las cuales el emprendedor lleva su idea a un modelo de negocio, más que nada es el proceso de creación del plan de negocio.
- **Organización:** Es el proceso de recolección de bienes y recursos para llevar la idea de negocio a la realidad; estos tienen que ser suficiente para garantizar la vida inicial estimada del negocio.
- **Implementación:** Se define como la aplicación de las habilidades emprendedoras para el funcionamiento del negocio conformado; en este aspecto se puede correlacionar con las habilidades, roles y tareas propuestas por Chen.
- **Implementación (financiera):** Se refiere al análisis y control de los estados financieros del negocio.
- **Actitud hacia el emprendimiento:** Este ítem se correlaciona con todos los anteriores. (McGee, 2009).

Este estudio es un hito en el enfoque empresarial del constructo ESE, estas variables demuestran que las habilidades percibidas de los emprendedores no deben ser basadas en las diferentes áreas de la empresa, como lo desarrollado por Chen o Brice Jr., sino también en los diferentes procesos de la creación de empresa, lo que define de una manera más completa el constructo ESE en la dimensionalidad que se quiere demostrar que aplica como valor diferencial.

**Tabla de enfoque empresarial del constructo ESE**

Enfoque	Papers	Autores	Principales elementos
Empresarial	8	Gaylen Chandler Alex De Noble Sankaran Venkataraman Mateja Drnovsek Daniel Forbes Jeff Brice Jr Douglas Moesel Jeffrey McGee	Roles y tareas: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mercadeo</li> <li>• Innovación</li> <li>• Gerencia</li> <li>• Toma de riesgo</li> <li>• Control financier</li> </ul> Fases del emprendimiento: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Búsqueda de oportunidades</li> <li>• Planeación</li> <li>• Formalización</li> <li>• Implementación</li> </ul>

Tabla 4. Enfoque Empresarial del constructo ESE. Elaboración propia

## **Evolución enfoque psicológico**

### **10.2 Enfoque Psicológico:**

Autores como Bandura, Urban y Boyd; han rescatado la importancia de las características psicológicas en el emprendedor como procesos cognitivos encaminados a crear y fortalecer las habilidades emprendedoras en las personas.

La Dra. Nancy Boyd, profesora y colaboradora de temas de liderazgo y comportamiento organizacional en el National Coalition Building Institute (NCBI) define los factores contextuales de la iniciativa empresarial, los cuales consisten en las variables políticas, sociales y económicas, tales como el desplazamiento, los cambios en los mercados y la desregulación del gobierno (Bird, 1988). Las intenciones emprendedoras están más estructuradas por el pensamiento tanto racional como el analítico (meta-comportamiento dirigido) y el pensamiento tanto intuitivo como holístico (la visión) (Boyd, 1994). Estos procesos de pensamiento subyacen a la creación de planes de negocios formales, análisis de oportunidades, y otros comportamientos orientados a alcanzar un objetivo.

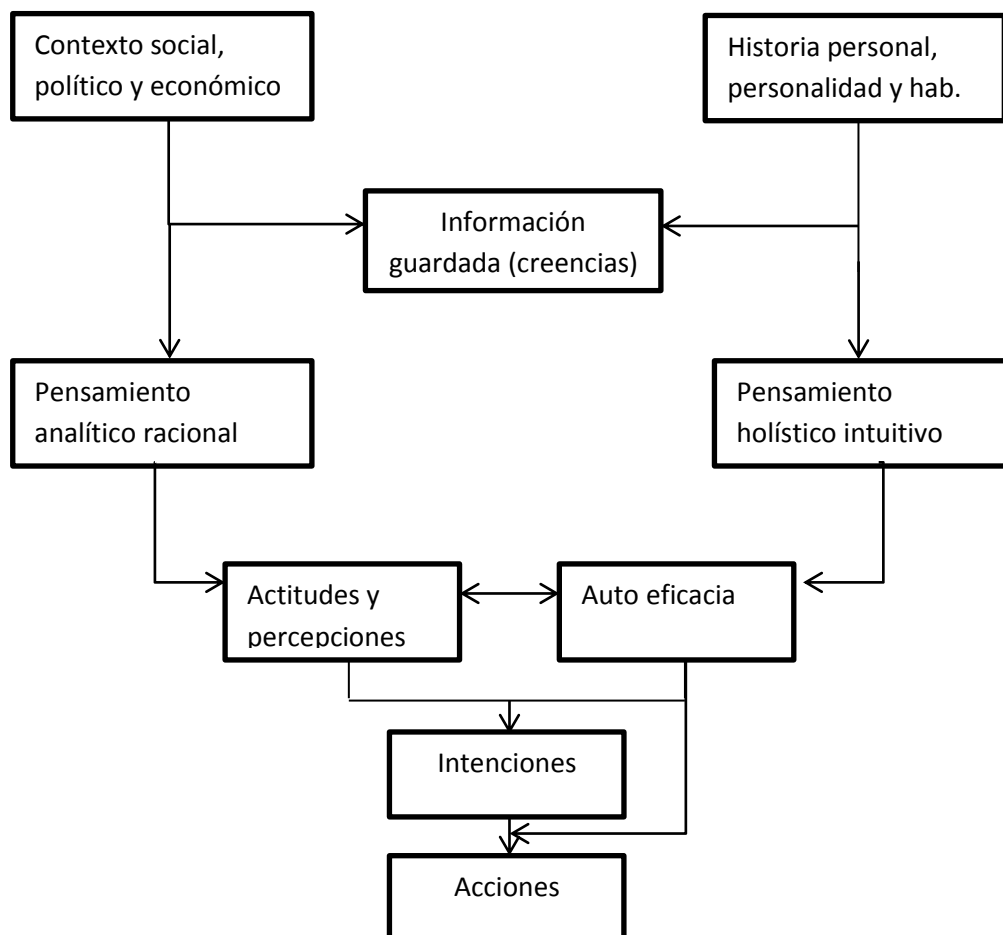


Gráfico 11. Modelo de intencionalidad emprendedora de Bird ajustada con la autoeficacia como resultado de un proceso cognitivo basado en los cuatro niveles mencionados por Bandura (Boyd, 1994).

En este trabajo se desarrolla el modelo de Bird sobre la intencionalidad empresarial, sugiriendo que la auto-eficacia individual, que ha sido definida como la creencia de una persona en su capacidad de realizar una tarea, influye en el desarrollo tanto de las intenciones empresariales y acciones o comportamientos.

Profundizando esta idea, Norris Krueger, profesor de emprendimiento del Laboratorio Nacional de Idaho, infiere que la falla de las mediciones situacionales y de personalidad para predecir la actividad empresarial significativamente sugiere otro enfoque. En el estudio que realiza, se compara la capacidad predictiva de dos modelos de intenciones. Uno de ellos fue elaborado y bien validado en la psicología social (Azjen's, 1991 – Teoría del comportamiento planeado). El otro fue propuesto, pero no bien experimentado desde la propiedad de la investigación empresarial (Shapero, 1982 - el modelo del “Evento emprendedor”). La comparación examina la eficacia de estos modelos que tratan para predecir las intenciones que una muestra de negocios estudiantes pregrado cerca de graduarse, formalizarán orientados a la iniciación de un nuevo negocio (Krueger, Competing models of entrepreneurial intentions , 2000).

Krueger, más afín al modelo de Shapero, desarrolla un modelo en el cual describe la importancia de la autoeficacia emprendedora como parte esencial de las intenciones emprendedoras.

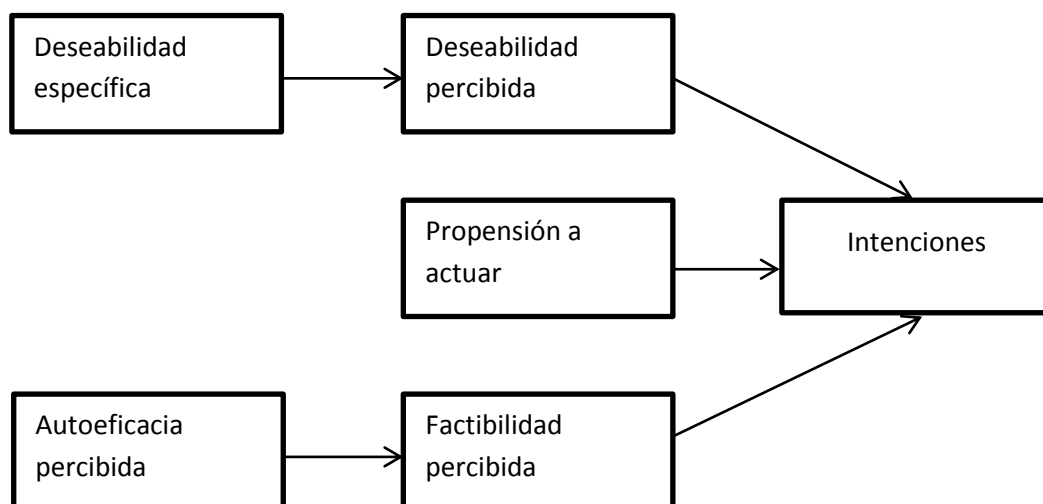


Gráfico 12. Modelo de Krueger, conecta la autoeficacia percibida a iniciar y persistir en un comportamiento para alcanzar una meta o un objetivo (Krueger, Competing models of entrepreneurial intentions , 2000).

Krueger termina definiendo que, la experiencia previa o un patrón de comportamiento pre adquirido, promueve una mayor variación en las intenciones y comportamientos presentes y futuros del potencial emprendedor (Krueger, Competing models of entrepreneurial intentions , 2000).

En otra investigación, el Dr Krueger, define en su ensayo: “La psicología cognitiva del emprendimiento”, los procesos cognitivos como un camino que llevan al emprendedor al camino del emprendimiento (Krueger, The Cognitive Psychology of Entrepreneurship, 2003).

En este ensayo se formula la pregunta: ¿Cuál es la naturaleza del pensamiento emprendedor?, la respuesta a esa pregunta se estructura en esta dimensión del constructo ESE, a través de unos subdominios que la literatura de psicología define como potenciales indicadores del reconocimiento de los factores diferenciadores de los emprendedores, los cuales son:

- Percepción (Que incluye conciencia, atención y sesgos.)
- Toma de decisiones (Resolución de problemas, creatividad, inteligencia, heurística, etc.)
- Representación del conocimiento (Memoria, lenguaje, expresión, etc.)
- Aprendizaje y desarrollo cognitivo. (Intención, percepción.)

Estos factores son los dominios psicológicos estimuladores de la capacidad emprendedora de la persona, el cambio de esta estructura, la manera de percibir las habilidades, la manera de percibir las oportunidades de negocio, los elementos a entender para la toma de decisiones, el fortalecimiento del conocimiento a través de herramientas potenciadoras, la necesidad de aprender y formar el desarrollo cognitivo (Krueger, The Cognitive Psychology of Entrepreneurship, 2003); todas elaboradas, integradas y orientadas a la

identificación de oportunidades de negocio y entendimiento claro de la creación de empresa.

Acercándose al enfoque de la intencionalidad, pero aplicada a la academia, Hao Zhao, Ph.D., profesor asociado de administración a la universidad de Illinois, en Chicago, tiene como propósito en este estudio investigar el papel mediador de la autoeficacia en el desarrollo de las intenciones de los estudiantes para convertirse en empresarios. Los autores utilizaron un modelo de ecuaciones estructurales con una muestra de 265 estudiantes de maestría de administración de empresas a través de 5 universidades para poner a prueba sus hipótesis (Zhao, 2005).

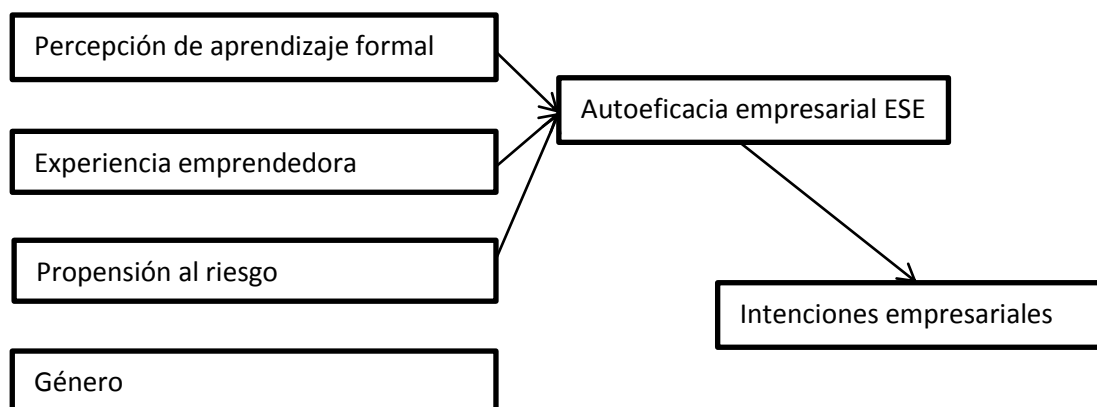


Gráfico 13. Variables propuestas por Zhao, demostrando que influyen directamente en la autoeficacia empresarial, e indirectamente en las intenciones empresariales, mientras que en la correlación con el género no se encontraron influencias relevantes (Zhao, 2005)

Los resultados mostraron que los efectos del aprendizaje percibido desde cursos relacionados con el espíritu empresarial, anterior experiencia empresarial, y la propensión al riesgo en las intenciones emprendedoras, fueron completamente mediados por el ESE.

Volviendo a las teorías originales de Bandura sobre el proceso cognitivo, Saulo Dubard, Ph.D. en administración y profesor asociado en estrategia y organización en la escuela de negocios de Emlyon, en Francia, concibe como



propósito de su estudio abordar las funciones distintivas del estilo cognitivo y el tipo de proclividad de riesgo en cuatro tipos de auto-eficacia emprendedora e intenciones empresariales. Más específicamente, se analiza cómo el estilo cognitivo y el tipo de proclividad de riesgo, por separado e interactivamente contribuyen a una evaluación del individuo de sus propias habilidades y capacidades así como a sus propias intenciones emprendedoras (Dubard, 2007).

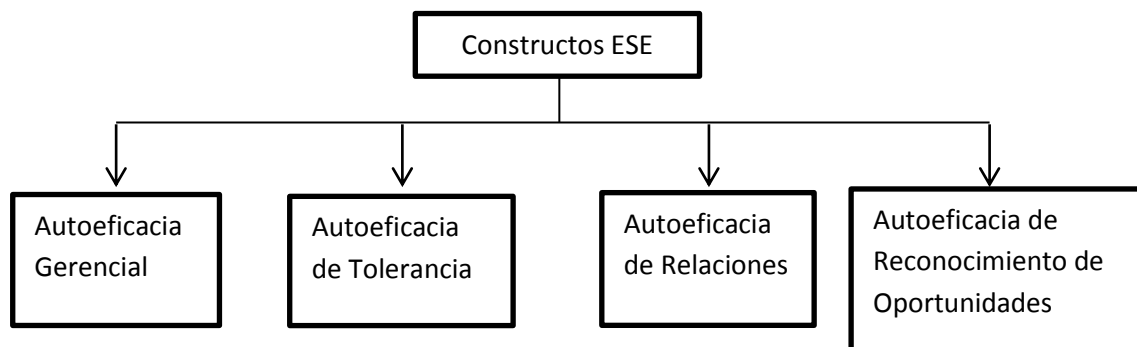


Gráfico 14. Las competencias que Dubard considera relevantes a la hora de estudiar y relacionar el constructo ESE y las intenciones empresariales (Dubard, 2007).

- Autoeficacia Gerencial: La autoeficacia individual percibida relacionada a sus capacidades gerenciales, especialmente las financieras y económicas.
- Autoeficacia de tolerancia: La autoeficacia individual percibida relacionada a sus capacidades de trabajar productivamente bajo condiciones de estrés, presión, conflicto y cambio.
- Autoeficacia de relaciones: La autoeficacia individual percibida relacionada a sus habilidades de crear relaciones sociales, especialmente con los inversores potenciales y personas relacionadas a fuentes de capital.
- Autoeficacia de reconocimiento de Oportunidades: La autoeficacia individual percibida relacionada a sus capacidades de identificar y de desarrollar nuevos productos y oportunidades de mercado (Dubard, 2007).

Este estudio investiga estas relaciones utilizando una muestra internacional de 528 estudiantes emprendedores a través de tres universidades. Los resultados indicaron que los individuos con una alta proclividad al riesgo tenían niveles más altos de intenciones empresariales y de eficacia en identificación de oportunidades, mientras que los individuos con una baja proclividad de riesgo tenían niveles más altos de eficacia en relaciones sociales y tolerancia. Los individuos con un estilo cognitivo intuitivo también mostraron una menor autoeficacia percibida relativa al establecimiento de relaciones con los inversores, la gestión económica de nuevas empresas, y su capacidad para tolerar la ambigüedad (Dubard, 2007).. Sin embargo, las personas intuitivas, quienes tienen una alta preferencia por el riesgo, mostraron unos mayores niveles de eficacia en identificación de oportunidades. Por último, contrariamente a la hipótesis final, los individuos intuitivos con una baja preferencia por riesgo tenían niveles más altos de autoeficacia de relaciones sociales y tolerancia que los individuos intuitivos con una alta proclividad de riesgo.

La investigación realizada demuestra que las actitudes y creencias que influyen a las intenciones emprendedoras varían en la interacción de la persona y la situación, todo por el canal del proceso cognitivo, lo cual significa que la intención precede a la acción (Krueger, Competing models of entrepreneurial intentions , 2000), ya reconocidos los principales estudios que identifican las características cognitivas que soportan este proceso, se construye una tabla, que, complementada con la información recolectada en la revisión del estado del arte del constructo ESE, propone una dimensión psicológica que acopia los principales factores de este enfoque.

**Tabla de enfoque psicológico del constructo ESE**

Enfoque	Papers	Autores	Principales elementos
Psicológico	5	Nancy Boyd Norris Krueger Hao Zao Saulo Dubard	Dimensiones psicológicas del ESE <ul style="list-style-type: none"> <li>• Percepción</li> <li>• Toma de decisión</li> </ul>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Representación del conocimiento</li> <li>• Desarrollo de aprendizaje y cognitivo</li> </ul>
--	--	--	--

Tabla 5. Enfoque psicológico del constructo ESE. Elaboración propia

## Evolución enfoque sociológico

### 10.3 Enfoque sociológico

Las investigaciones desarrolladas por Urban, Zimmerman y Reynolds, demuestran la relevancia del entorno socio cultural en el desarrollo de la intención emprendedora en las personas, con sus características distintivas.

Norris Krueger, líder norteamericano de entidades de emprendimiento, define que antes de que se pueda ser empresario, debe existir el potencial para serlo, ya sea en una comunidad que trata de desarrollarse o en una organización grande tratando de innovar. Para Krueger, a través de una perspectiva sociológica, confirma que una organización o una comunidad puede ser emprendedora sin tener necesariamente emprendedores en su núcleo organizacional, el potencial empresarial, sin embargo, requiere de emprendedores potenciales (Krueger, *Entrepreneurial Potential and Potencial Entrepreneurs*, 1994).

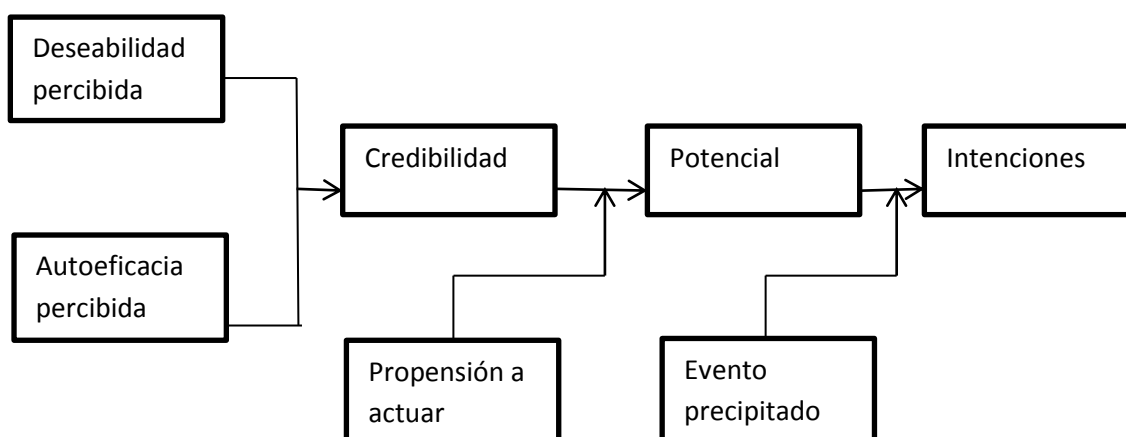


Gráfico 15. Modelo del potencial del emprendimiento según el Dr. Krueger. (Krueger, *Entrepreneurial Potential and Potencial Entrepreneurs*, 1994)

Los antecedentes de este potencial se discute y se propone un modelo basado en el modelo del evento empresarial de Shapero (1982) (Shapero sugiere en su modelo que la inercia guía el comportamiento humano hasta que algo interrumpa o desplace esa inercia). Krueger también da inicio al constructo ESE de manera indirecta, reconociendo que dado que la autoeficacia predice la el reconocimiento de oportunidades, no es descabellado concluir que la autoeficacia percibida puede orientar las intenciones personales a las actitudes emprendedoras (Krueger, Entrepreneurial Potencial and Potencial Entrepreneurs, 1994).

Siguiendo con la reciente línea de relación entre la autoeficacia y el emprendimiento, Alexander Stajkovic, parte de la junta directiva de P&G y profesor asociado de comportamiento organizacional de la universidad de Wisconsin, realiza un estudio de meta-análisis (114 estudios,  $k = 157$ ,  $N = 21.616$ ), donde examina la relación entre la autoeficacia y el rendimiento laboral. Los resultados del estudio de meta-análisis, indicaron una significativa correlación media ponderada entre la autoeficacia y el rendimiento laboral,  $G(r+) = .38$ , y una significativa heterogeneidad dentro del grupo de correlaciones individuales. Para tener en cuenta de esta variación, Stajkovic realizó un análisis moderador de teoría basada en 2 niveles, partiendo la muestra  $k$  de correlación: primero, de acuerdo con el nivel de complejidad de la tarea (bajo, medio, y alto), y luego en 2 clases de acuerdo con el tipo de ajuste de estudio (simulado-laboratorio vs real-campo) (Stajkovic, 1998).

La conclusión más relevante es, que aunque no de manera exclusiva, la autoeficacia influye en la intencionalidad y desempeño relacionada a la persuasión verbal y un rendimiento laboral consistente en tareas de alta, mediana y baja exigencia. Aun así, los estudios sobre la relación sobre un posible desempeño laboral y la autoeficacia todavía falta de mayor profundidad, pero al comprobar que ya hay estudios que relacionan la autoeficacia con otras áreas laborales, se puede dejar la brecha abierta para mayor análisis y una mayor comprensión de la relación.

Pero el análisis se puede evidenciar en la academia, entre la interacción de un aprendizaje controlado y el desempeño de los estudiantes; Barry Zimmerman, profesor e investigador de la Ciudad Universitaria de New York declara que, durante las últimas dos décadas, la autoeficacia se ha convertido en un eficaz vaticinador de la motivación y el aprendizaje de los estudiantes. Como una medida basada en el rendimiento de capacidad percibida, la autoeficacia difiere conceptualmente y psicométricamente de constructos relacionados con las motivaciones, como las expectativas de resultados, el concepto de “sí mismo”, o la posición de control (Zimmerman, 2000).

Analizando investigaciones que también hacen parte de este proyecto de grado, Zimmerman concluye que los investigadores han tenido éxito en la verificación de su validez discriminante, así como la validez convergente en la predicción de resultados comunes motivacionales, como la elección de las actividades de los estudiantes, el esfuerzo, la persistencia, y las reacciones emocionales. Las creencias de la autoeficacia han demostrado ser sensibles a los cambios sutiles en el contexto del rendimiento de los estudiantes, para interactuar con los procesos de aprendizaje autorregulado, y para mediar en el rendimiento académico de los estudiantes.

A pesar del enfoque psicológico del emprendedor, Krueger nos indica que, antes de que podamos desarrollar las oportunidades, debemos primero identificar esas oportunidades. El entendimiento de que promueve o inhibe la actividad empresarial así requiere el entendimiento de cómo se deben construir las oportunidades percibidas. Mirar un curso prospectivo de acción como un reflejo de oportunidad creíble en un proceso conducido por las intenciones, conociendo los antecedentes críticos, pero estos mismos son evidenciados por agentes externos que influyen en su desarrollo e interacción.

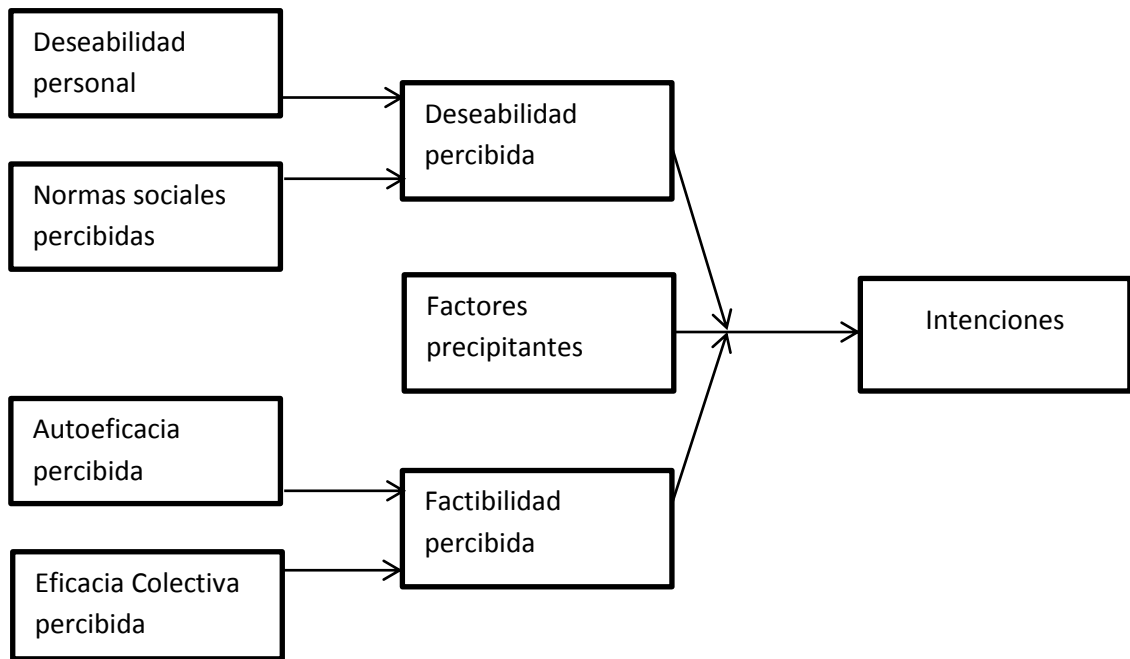


Grafico 16. Modelo de Krueger que incluye factores exógenos a la intencionalidad emprendedora, el emprendedor es influenciado por fenómenos externos que alteran su patrón de comportamiento, su deseabilidad y su autoeficacia (Krueger, *The cognitive infraestructure of opportunity emergence* , 2000).

Basado en teorías bien desarrolladas y evidencia empírica robusta, Krueger propone un modelo basado en intenciones de la infraestructura cognitiva que apoye o inhiba como se perciben las oportunidades.

Esto implica que la organización que desea acoger este modelo debe fomentar y soportar una infraestructura cognitiva, donde teniendo en cuenta los factores exógenos, las personas puedan distinguir la deseabilidad y la factibilidad para moldear y entender sus intenciones

Aplicando estas condiciones externas como influencia de los procesos cognitivos del emprendedor, Paul Reynolds, emprendedor, profesor y coordinador de la universidad Tecnológica de Queensland en Australia, crea el Panel de Estudios de Dinámicas Empresariales (PSED por sus siglas en inglés) que es una muestra longitudinal nacional de 64,622 hogares Americanos que fueron contactados para encontrar individuos que fueran activamente comprometidos con la creación de nuevas empresas. El PSED incluye

información de: La proporción y características de la población adulta involucrada en intentos de crear nuevos negocios, el tipo de actividades que los empresarios nacientes emprenden durante el proceso de creación de empresas, y la proporción y características de los esfuerzos de iniciación que se convierten en firmas “infantes”. Los índices más relevantes de los empresarios nacientes son reportados por género y etnicidad (Blancos, negros e hispánicos) en variables demográficas tales como: Edad, educación, ingreso por hogar, y contexto urbano (Reynolds, 2004).

Los factores más relevantes que generan las características distintivas de los emprendedores, se reconoce que se forman en base a diferentes variables sociales en las que se pueden distinguir:

- Experiencia laboral y de su carrera.
- Antecedentes de negocios familiares.
- Red social asociada.
- Estructura familiar.
- Red social de la estructura familiar.
- Percepción del clima empresarial.
- Establecimiento de riesgos.
- Habilidades sociales desarrolladas.
- Uso diario del tiempo.
- Establecimiento de reconocimiento de oportunidades.
- Actividades de creación de empresas.
- Trabajo en equipo en creación de empresas.
- Estrategia competitiva.
- Expectativas futuras.

Como conclusión se puede decir que todas las etnias presentes en USA están positivamente involucradas con el emprendimiento, así como ambos géneros y todos los diferentes rangos de edades, pero lo más importante, y lo que diferencia entre los emprendedores y los no emprendedores, es la capacidad

que tiene los emprendedores para tener la deseabilidad y poder reconocer la factibilidad para poder establecer nuevos negocios (Reynolds, 2004).

Hao Zhao, Ph.D., quien desarrolla en su ensayo la investigación del papel mediador de la autoeficacia en el desarrollo de las intenciones de los estudiantes para convertirse en empresarios, tiene de relevancia para el enfoque sociológico el resultado de su investigación, que el género no es factor de correlación con el constructo ESE, ya que el desempeño de hombres y mujeres es muy similar bajo los escenarios estudiados (Zhao, 2005).

Viendo que la mayoría de estudios sociológicos del constructo ESE se desarrollan en países desarrollados, Boris Urban, Ph.D. profesor de la escuela de negocios de Wits, enfoca su estudio en un marco que no ha tenido el estudio a profundidad, los países emergentes, y es que debido a la sociedad multicultural de Sudáfrica, los diferentes valores culturales fueron puestos en hipótesis de la proclividad hacia el emprendimiento entre los grupos étnicos. Sobre la base de investigaciones previas realizadas en etnicidad y el espíritu empresarial, hallazgos seleccionados fueron investigados para formular hipótesis y contextualizar el estudio (Urban, Entrepreneurship in the rainbow nation: Effect of cultural values and ESE on intentions , 2006).

Mediante la adaptación de las intenciones empresariales para reflejar la autoeficacia empresarial (ESE) como una medida independiente de la viabilidad de iniciar un negocio, el análisis de componentes principales se realizó para verificar la validez del constructo de las medidas y la consistencia interna fue establecida.

Múltiples pruebas de indicaron algunas diferencias significativas entre los grupos étnicos, mientras que la correlación y análisis de regresión múltiple demostró que era la creencia de ESE en lugar de valores culturales que influyen en las intenciones (Urban, Entrepreneurship in the rainbow nation: Effect of cultural values and ESE on intentions , 2006).



Así mismo, Dr Urban, desarrolla otra investigación donde explica que las deficiencias en la auto-creencias afectan negativamente la actividad emprendedora en el más amplio contexto sudafricano. Un breve análisis teórico precedió el establecimiento de las evaluaciones psicométricas de la autoeficacia emprendedora (ESE) y la autoeficacia general (GSE). Fueron muestreados Los participantes que representan a los principales y grupos étnicos en Sur África (Urban, Entrepreneurial Self-Efficacy in a Multicultural Society , 2006).

Diferencia el Dr Urban el ESE y el GSE de la siguiente manera:

- ESE: Es el constructo que predice la disponibilidad y posibilidad de un individuo de ser emprendedor (Urban, Entrepreneurial Self-Efficacy in a Multicultural Society , 2006).
- GSE: La creencia de una persona en cualquier competencia a nivel general que afecta su desempeño en una gran variedad de situaciones o escenarios (Urban, Entrepreneurial Self-Efficacy in a Multicultural Society , 2006)

Este estudio genera una escala predictiva desde el enfoque de la voluntad, las respuestas varían en si el personaje tiene intenciones de cumplir con las escenarios que se le presentan. Los resultados indican que la escala de GSE sigue siendo un simple factor de solución, así confirmando la unidimensionalidad y la fiabilidad de esta medida. Los diferentes subdominios de la ESE proporcionan un enfoque mucho más preciso a la comprensión de la autoeficacia. Los estudios lograron determinar diferencias significativas en las puntuaciones de autoeficacia entre los diferentes grupos (Urban, Entrepreneurial Self-Efficacy in a Multicultural Society , 2006). Aparte de la introducción del constructo ESE a la literatura en Sur África, es la primera vez que un estudio ha unido las medidas tanto general como específica de autoeficacia, así como la medición de la magnitud y dimensiones de fuerza de las creencias de la autoeficacia.

Llevando el enfoque sociológico del ESE hacia la interacción del emprendedor con el área organizacional, Deborah Brazeal, Ph.F, profesora asociada al departamento de gerencia y recursos humanos del colegio de administración de empresas en Los Ángeles, en su estudio encuentra que mientras los esfuerzos del entendimiento de cómo el espíritu del emprendimiento está despertando, ha sido productivo en el contexto de creación de empresas, este aún se mantiene ampliamente inexplorado en el sentido corporativo (Brazeal, 2008).

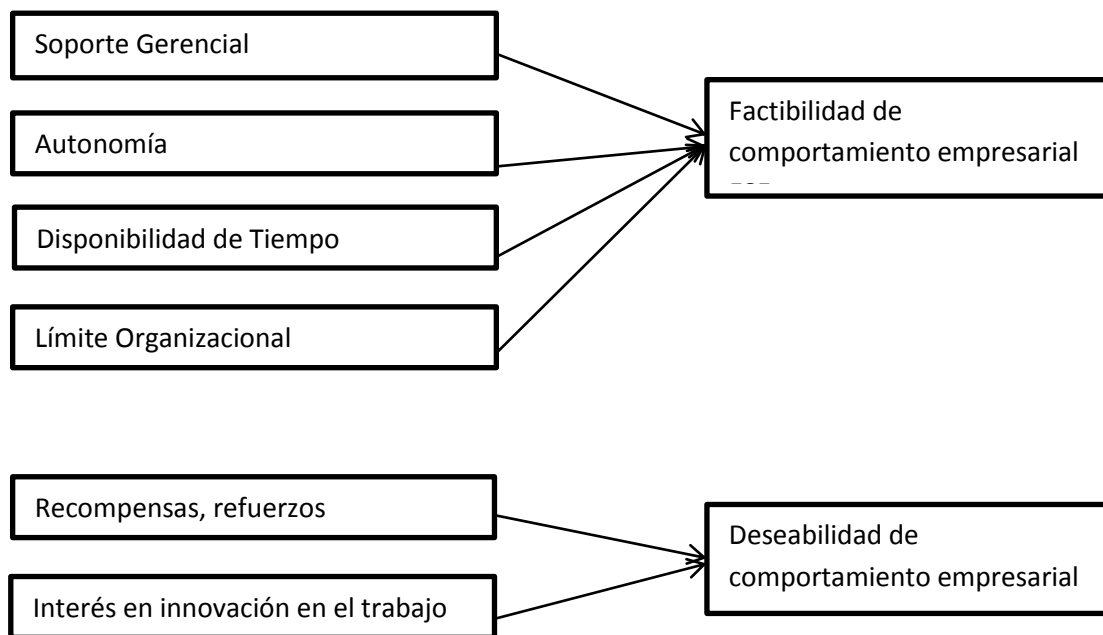


Gráfico 17. El modelo psicológico del potencial emprendedor corporativo según la Dra. Brazeal (Brazeal, 2008)

Este estudio extiende previas investigaciones mediante el estudio de la relación entre las percepciones y antecedentes organizacionales y percepciones de la ESE y deseabilidad en la actividad empresarial. En el campo de estudio de las organizaciones, consistente con un arquetipo tipológico del emprendimiento corporativo, se encontró que: 1) La discreción del trabajo individual y la disponibilidad de tiempo impacta el constructo ESE, y 2) El interés individual en la innovación en el trabajo influye la deseabilidad percibida de los comportamientos relacionados a la innovación.

La conclusión relevante, relacionada al constructo ESE, es que en un ambiente organizacional que promueve actividades, procesos, prácticas y toma de

decisiones en aspectos que involucren el emprendimiento, fortalece la autoeficacia emprendedora en sus empleados (Brazeal, 2008); aunque esta conclusión es desarrollada a un nivel netamente sociológica, en un área operacional, no se dan mayores conclusiones en los procesos cognitivos

A pesar del estudio de Zhao, donde confirma que el género no es factor relevante al momento de emprender, El profesor y decano asociado a la universidad de Kentucky, Stephen Mueller, explica que en el concepto del constructo de la autoeficacia empresarial (ESE) se incluye a menudo en modelos de intenciones empresariales para explicar por qué algunos individuos son más propensos que otros a convertirse en empresarios. Una pregunta no resuelta entre los investigadores es si la ESE difiere entre hombres y mujeres. Aunque los primeros estudios parecen sugerir que los hombres tienen una mayor ESE que las mujeres, los estudios más recientes no le parecen concluyentes. A falta de apoyo empírico para las diferencias de género en la ESE obliga a los investigadores a buscar otros factores para explicar la variación en la ESE (Mueller, 2008)

El estudio se encargó de determinar en unas escalas del constructo ESE, confirmar estudios pasados como los de Zhao, (Zhao, 2005). Las escalas fueron las siguientes:

- Identificar la necesidad de un nuevo producto o servicio.
- Reconocer oportunidades de negocio antes de que otros lo hagan.
- Inventar un nuevo producto o servicio.
- Desarrollar métodos para mejorar un producto o servicio.
- Investigar el mercado de un posible nuevo producto o servicio.
- Organizar y mantener los registros financieros del negocio.
- Estimar precisamente los ingresos y costos asociados al negocio.
- Preparar estados financieros proyectados (balance general, PyG, flujo de caja.) asociados al negocio.
- Calcular precisamente el capital de inversión requerido para iniciar el negocio.

- Encontrar inversores con capital necesario para poder iniciar el negocio.
- Ganar la confianza y seguridad de personas que no lo conocen bien.
- Capacidad de persuadir entidades financieras para conseguir préstamos para el negocio.
- Persuadir familiares o amigos para invertir en el negocio.
- Supervisar empleados.
- Reclutar y contratar empleados.
- Inspirar, estimular y motivar los empleados.
- Manejar el negocio sin la guía o recomendación de otros (Mueller, 2008).

El presente estudio confirma dos estudios recientes que no encuentran ninguna diferencia significativa en ESE entre hombres y mujeres en una muestra representativa de estudiantes de MBA. Este hallazgo conduce a una investigación de orientación del rol de género como un posible factor determinante de las diferencias en la ESE. Los resultados indican que la relación entre la orientación del rol de género y la ESE es compleja y multifacética. Tempranamente en el proceso de creación de empresas, la búsqueda y la planificación de tareas, se demanda la creatividad y la innovación, donde, en una fuerte mezcla de rasgos masculinos y femeninos (andrógino) mejora el rendimiento. Más tarde en el proceso de creación de empresa, un individuo (macho o hembra) con una orientación masculina fuerte parece más adecuado para llevar a cabo las tareas empresariales asociados con persuadir y liderar (Mueller, 2008).

Aún con los resultados de Zhao y Mueller, Verónica Guerrero, Ph.D en liderazgo organizacional de la universidad de Pepperdine, directora del programa de MBA de la universidad lutherana de Chicago, define que capacitar a emprendedores primerizos con las competencias de liderazgo es parte integral de la efectividad de los programas de formación empresarial. Su estudio exploró el impacto de un programa específico sobre la auto-eficacia del liderazgo de un grupo de mujeres emprendedoras primerizas (Guerrero, 2009).

En el estudio se indaga una variedad de escenarios en los cuales las mujeres tienen que expresar que barreras de género son las más relevantes al momento de la creación de empresas, los más importantes escenarios fueron:

- Antepasado familiar con relación emprendedora.
- Factores Psico - sociales que influyen en su nivel de ESE.
- Factores del ESE que influyen en su intención emprendedora.
- Cómo los programas de formación empresarial impacta la autoeficacia de las nacientes emprendedoras.
- Que barreras consideran que afectan su proceso de formación y desarrollo de emprendimiento. (Guerrero, 2009)

Los resultados revelaron una necesidad fundamental de la educación entre las mujeres emprendedoras primerizas, que es cultivar la auto-eficacia a través de situaciones de aprendizaje experiencial que eliminan la ambigüedad del proceso emprendedor y construyen confianza en sí mismo. Los participantes hicieron hincapié en el valor del programa para el desarrollo de la auto-conciencia de las capacidades inherentes y desmitificar el proceso emprendedor. Como tal, las mujeres del estudio fueron capaces de hacer la transición de sus pasiones e ideas en negocios tangibles (Guerrero, 2009).

Volviendo a la interacción con la academia, Chou Chun-Mei, Ph.D., profesor asociado en la universidad de ciencia y tecnología de Taiwan, crea desde un punto de vista psicológico y educativo, un estudio que examina el comportamiento de la formación profesional de 448 estudiantes de colegios técnicos y vocacionales y los factores que influyen para que sirvieran los colegios de referencia para el desarrollo de medidas de educación empresarial (Chou, 2011). Este tipo de estudios demuestran que la intencionalidad empresarial y el ESE fomentan en los estudiantes nuevas habilidades emprendedoras que aumentan las posibilidades de formar a los futuros emprendedores.

Los resultados muestran que los estudiantes con intención empresarial (EI, por sus siglas en inglés) tiene un efecto directo significativo en el aprendizaje de la conducta empresarial (ELB, por sus siglas en inglés) y la autoeficacia Empresarial (ESE) tiene un efecto significativo sobre el aprendizaje de la conducta empresarial a través de la misma ESE. El patrón de influencia y los datos empíricos de la ESE y la EI en la ELB son relacionadas positivamente en el estudio (Chou, 2011), por lo cual se confirma la inferencia del ESE en los modelos de aprendizaje en instituciones de educación básica.

Para Patricia Thornton, directora del departamento de sociología de la universidad de Duke, el entorno sociológico del emprendedor es crítico a la hora de determinar sus capacidades para interactuar con el entorno, para este motivo ella define dos tipos de contexto para los emprendedores:

Perspectiva de oferta

Perspectiva de demanda

La perspectiva de oferta consiste en la disponibilidad de emprendedores con las características específicas requeridas para poder desempeñarse en un entorno particular, mientras que la perspectiva de demanda consiste en el número y la naturaleza de los roles empresariales que necesitan ser ocupados (Thornton, 1999).

Para efectos de la investigación de esta tesis, se toma en cuenta la perspectiva de demanda, las habilidades, comportamientos, hábitos y conductas que diferentes factores de la sociedad requiere de los emprendedores para poder romper los paradigmas y, a través de sus capacidades creativas e innovadoras, abran el mercado y disminuyan las diferentes brechas que se presentan en él.

La formulación propuesta en esta investigación para evaluar el constructo ESE a través del enfoque sociológico, se basa en el marco conceptual utilizado por Thornton para evaluar el emprendimiento en el entorno socio cultural de manera integral.

Este marco teórico se divide en cuatro tipos de análisis:

- Individual.
- Organizacional.
- Mercado.
- Ambiental.

Análisis individual:

Esta perspectiva evalúa las características de comportamiento, experiencias previas y tratos psicológicos del emprendedor, así como la manera en que estos aspectos influyen en cómo, y por qué un emprendedor tiene la necesidad o el deseo de buscar oportunidades de emprendimiento, este aspecto no se profundiza debido a que el enfoque psicológico es otra área de la matriz integrada del constructo ESE propuesta.

Análisis organizacional:

Se puede entender como las diferencias en las relaciones interorganizacionales que determinan la relevancia que se les da a las mismas, desarrollándose, incrementándose o disminuyéndose las intenciones emprendedoras y por ende, la determinación de identificar oportunidades empresariales.

En éste tipo de análisis se evalúan las relaciones sociales que pueden generarse con potenciales inversores, con socios fundadores de negocios, con proveedores y acreedores, las habilidades sociales inherentes al emprendedor y la influencia que puede generar una organización en la persona.

Según el estudio de Thornton (Thornton, 1999), una organización social puede tener efectos directos importantes en las habilidades sociales ente los emprendedores, la alta o baja fijación duradera a las costumbres empresariales y la autonomía de efectos culturales en entornos económicos.

Análisis de mercado:

Esta dimensión se enfoca en la sincronización del emprendedor con los ciclos de mercado, en el momento de fundación de la nueva empresa si está en

sintonía con promedio de empresas que desarrollan el mismo producto o servicio.

La manera de entender si el emprendedor está consciente del mercado en el cual se está involucrando es midiendo la capacidad del mismo para desarrollar una correcta investigación de mercados, si la investigación fue elaborada de manera correcta, con las herramientas correctas, y si, en general, se conoce y entiende el mercado de su potencial producto o servicio.

Análisis ambiental:

El ambiente influye en el emprendedor al momento de encontrar y usufructuar oportunidades de negocio, para desarrollar empresas competitivas aprovechando el contexto geográfico (Thornton, 1999), así que la pregunta que se genera en este análisis sería: ¿las empresas incubadoras o las escuelas de negocios pueden ayudar a una persona en un espacio particular a conseguir los recursos necesarios para crear nuevos negocios, esto a través del incremento de las habilidades emprendedoras?

La respuesta se concentraría en las tecnologías y recursos que estas empresas incubadoras o las escuelas de negocio pueden proveer para incrementar potencialmente las habilidades del emprendedor para desenvolverse con fluidez en el ambiente establecido.

Según la investigación realizada, dado por entendido que hay condiciones sociológicas que afectan el constructo ESE y la intencionalidad emprendedora, se desarrolla una tabla de elementos de autoeficacia emprendedora del enfoque sociológico según los resultados más relevantes, de la siguiente manera:



**Tabla de enfoque Sociológico del constructo ESE**

Enfoque	Papers	Autores	Principales elementos
Sociológico	12	Norris Krueger Alexander Stajkovic Barry Zimmerman Paul Reynolds Hao Zhao Boris Urban Deborah Brazeal Stephen Mueller Veronica Guerrero Chun-Mei Chou	<p>Análisis Individual:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Genero no es relevante para emprender</li> <li>• Aprendizaje, apoyo y seguimiento de la familia es relevante para la formación de emprendedores</li> </ul> <p>Análisis Organizacional:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Soporte gerencial, autonomía, disponibilidad de tiempo, límites organizacionales, recompensa/reforzamiento e interés en innovación en el trabajo es relevante para la formación de emprendedores</li> </ul> <p>Análisis de Mercado:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Roles del enfoque empresarial del ESE es relevante para la adaptación del emprendedor en el mercado</li> </ul> <p>Análisis ambiental:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aprendizaje, apoyo y seguimiento de la</li> </ul>

			academia es relevante para la formación de emprendedores.
--	--	--	---

Tabla 6. Enfoque sociológico del constructo ESE. Elaboración propia.

## 11. CONCLUSIONES

El modelo metodológico aplicado para explorar y revisar el estado del arte del constructo ESE., arrojó suficiente información para determinar la relevancia de varios elementos mismo en las intenciones emprendedoras y bajo qué circunstancias se pueden medir.

El constructo ESE como la fuerza de la creencia de una persona que él o ella es capaz de éxito desarrollando las diversas funciones y tareas de la iniciativa empresarial (Chen, 1998), es el término técnico aprobado por todos los investigadores de su entorno, es la definición utilizada generalmente en los papers de investigación.

El constructo ESE, aunque se han desarrollado diversas investigación con resultados muy dispersos, posee claros elementos que influyen en el emprendedor en el proceso de creación de empresas, de los cuales se pueden destacar bajo tres diferentes enfoques.

En la evolución empresarial se distinguieron unos roles y tareas que se incentivan a través del constructo ESE (Mercadeo, Innovación, Gerencia, Toma de riesgo y Control Financiero), los cuales demuestran que aumentan las posibilidades del emprendedor de crear una empresa, así como las fases del proceso de creación de empresa (Búsqueda de oportunidades, Planeación, Formalización e Implementación), en los cuales el emprendedor realiza un mejor desempeño si tiene un mayor ESE

En la evolución psicológica se confirma que el emprendedor posee un proceso cognitivo especial, basado en percepciones, formado para una asertiva toma de decisiones, orientado a una representación óptima del conocimiento y un determinado progreso en el desarrollo cognitivo y del aprendizaje

En la evolución sociológica se ramifican 4 análisis para diferenciar los elementos del ESE, que influyen positivamente los factores externos al

emprendedor: Del análisis individual se reconoce el género como irrelevante para emprender, que una guía y apoyo familiar es un pilar para la percepción de emprendimiento; del análisis organizacional se destacan los elementos de soporte gerencial, autonomía funcional, disponibilidad de tiempo, límites organizacionales apropiados, equilibrio de recompensa/reforzamiento de objetivos y como cumplirlos, y libre desarrollo del interés en la innovación en el trabajo como potenciadores de habilidades emprendedoras; del análisis de mercado se confirma que las percepciones de los roles, tareas y fases de emprendimiento influyen directamente en las intenciones del emprendedor para crear empresa; y a nivel ambiental se reconoce en general de la guía, apoyo y seguimiento de la academia al estudiante como formación y positiva percepción de habilidades emprendedoras.

En los diferentes estudios se puede evidenciar cómo los emprendedores evaluados pueden ser útiles de una manera muy diversa en el proceso de experimentación, ayudando el nivel de entendimiento de la mentalidad del emprendedor y qué habilidades, creencias, características y comportamientos debe tener para proceder de una manera más proactiva en sus actividades de emprendimiento. El constructo ESE influye directamente en el entendimiento de las intenciones del emprendedor bajo unas condiciones específicas de cognición, ambiente y comportamiento.

En la definición de emprendedor de la escuela clásica austriaca, el ESE complementa el concepto en la manera que un emprendedor debe tener un modelo de pensamiento que le permite tener una percepción alta de unas características y habilidades desarrolladas según su entorno cultural, que fortalecen sus intenciones de crear empresa

La conclusión más relevante para las organizaciones que promueven el emprendimiento es que un entorno propicio es también más propenso a generar el éxito empresarial, que a su vez se desarrollará con el ESE. Las comunidades pueden trabajar hacia la creación de una mejora de la eficacia del ambiente a través de creación de recursos tanto disponibles como visibles, como publicaciones de éxitos empresariales, aumentando la diversidad de

oportunidades y evitando las políticas que crean obstáculos reales u obstáculos percibidos.

Así que, la organización que tenga como misión promover la actividad empresarial entre su personal, debe entonces establecer las condiciones necesarias donde sus miembros puedan vislumbrar el prospecto de buscar nuevas oportunidades, con la incertidumbre siempre presente, como una oportunidad y no como una amenaza.

Este estudio le abre la puerta a futuras investigaciones sobre: Los métodos más efectivos para medir las escalas del constructo ESE (Respuestas sí o no, respuestas del 1 al 10, etc.), agregar, modificar o quitar cualquiera de los tres pilares propuestos (psicológico, emprendedor y sociológico) al constructo ESE, diferentes técnicas de mejoramiento de las dimensiones del constructo ESE en el caso que el resultado del análisis del emprendedor sea bajo en cualquiera de los factores (terapias cognitivo-conductuales en el pilar psicológico, simulacro de creación de empresas en el pilar emprendedor, etc.) También se puede evidenciar que hay gran variedad de estudios con hipótesis diversas y resultados muy dispersos, por ende, los enfoques propuestos abren una ventana a una profundización de futuras investigaciones en cualquiera de los campos formulados

## 12. BIBLIOGRAFÍA

- Bandura, A. (1977). Self-Efficacy: Toward a Unifying Theory of Behavioral Change. *Psychological Review*, 191-215.
- Bandura, A. (1982). Self-Efficacy Mechanism in Human Agency. *American Psychologist*, 122-147.
- Bandura, A. (1993). Perceived Self-Efficacy in Cognitive Development and Functioning.
- Baum, R. (2001). A multidimensional model of venture growth. *Academy of Management Journal*, 301.
- Boyd, N. (1994). The Influence of Self-Efficacy on Development of Entrepreneurial Intentions and Actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 63-77.
- Brazeal, D. (2008). Awakening the Entrepreneurial Spirit: Exploring the relationship between Organizational Factors and Perceptions of Entrepreneurial Self-Efficacy and Desirability in a Corporate Setting . *New England Journal of Entrepreneurship*, 9-25.
- Brice Jr, J. (2007). Entrepreneurial profiling: A decision policy analysis of the influence of ESE on entrepreneurial intent . *Academy of Entrepreneurship Journal*, 47-67.
- Casson, M. (1982). *The Entrepreneur: An Economic Theory*. Oxford: Rowman & Littlefield.
- Chandler, G. (1997). Founder Self-Efficacy and Venture Performance: A Longitudinal Study. *Academy of Management Proceedings*, 98-102.
- Chen, C. (1998). Does Entrepreneurial Self Efficacy Distinguish Entrepreneurs from Managers. *Journal of Business Venturing*, 295-316.
- Chou, C.-M. (2011). The Influence of Entrepreneurial Self-efficacy on Entrepreneurial Learning. *CSCanada International Business and Management*, 7-11.
- Crissien de Perico, C. (2010). *Principios, Valores y Cultura Eanista*. Bogotá: Universidad EAN.
- De Noble, A. (1999). Entrepreneurial Self-Efficacy: The development of a measure and its relationship to entrepreneurial intentions .
- Drnovsek, M. (2002). The Entrepreneurial Self-Efficacy of Nascent Entrepreneurs . *Journal of Enterprising Culture*, 107-131.
- Dubard, S. (2007). The role of cognitive style and risk preference on Entrepreneurial Self-Efficacy and entrepreneurial intentions. *Journal of Leadership and Organizational Studies*, 86-104.
- Forbes, D. (2005). The Effects of Strategic Decision Making on Entrepreneurial Self-Efficacy . *Entrepreneurship Theory and Practice*, 599-626.

- Gist, M. (1987). Self-Efficacy: Implications for Organizational Behavior and Human Resource Management. *Academy of Management Review*, 472-285.
- Green, J. (Enero de 2013). Developing Innovative Ideas for New Companies. *Welcome to: Developing Innovative Ideas for New Companies*. College Park, Prince George, USA.
- Guerrero, V. (2009). Women and leadership examining the impact of Entrepreneurial education on leadership self-efficacy . *USASBE Proceedings*, 1015-1037.
- Hannafey, F. (2003). Entrepreneurship and Ethics: A Literature review. *Journal of Business Ethics*, 99-110.
- Hessels, J. (2008). Entrepreneurial aspirations, motivations, and their drivers. *Small Business Economics*, 324.
- Kirzner, I. (1973). *Competition and Entrepreneurship*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Krueger, N. (1994). Entrepreneurial Potencial and Potencial Entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 91-183.
- Krueger, N. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions . *Journal of Business Venturing*, 411-432.
- Krueger, N. (2000). The cognitive infraestructure of opportunity emergence . *Entrepreneurship Theory and Practice*, 5-23.
- Krueger, N. (2003). The Cognitive Psychology of Entrepreneurship. *Handbook of Entrepreneurship Research*, 105-140.
- McGee, J. (2009). Entrepreneurial Self-Effiaccy: Refining the measure. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 965.
- Mises, L. V. (1949). *Human Action*. San Francisco: Yale University Press.
- Moesel, D. (2008). Perceived entrepreneurial ability, business relationships, and performance among minority and non-minority entrepreneurs in the Midwest . *United States Association for Small Business and Entrepreneurship Proceedings*, 1245-1264.
- Mueller, S. (2008). Gender role orientation as a determinant of Entrepreneurial Self-Efficay . *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 3-20.
- RAE. (2001). *Diccionario de la Real Academia Española*. Madrid: Real Academia Española.
- Reynolds, P. (2004). The prevalence of Nascent Entrepreneurs in the USA . *Small Business Economics*, 263-284.
- Schumpeter, J. (1944). *Capitalism, Socialism and Democracy*. USA: George Allen & Unwin.
- Stajkovic, A. (1998). SelfEfficacy and Work Related Performance: A Meta - Analisis. *American Psychological Asociation*, 240-261.

- Thornton, P. (1999). The Sociology of the Entrepreneurship. *Annual Review Sociology*, 19-46.
- Urban, B. (2006). Entrepreneurial Self-Efficacy in a Multicultural Society . *Journal of Industrial Psychology*, 2-10.
- Urban, B. (2006). Entrepreneurship in the rainbow nation: Effect of cultural values and ESE on intentions . *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 171-186.
- Venkataraman, S. (2000). The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. *The Academy of Management Review*, 217-226.
- Zhao, H. (2005). The mediating role of Entrepreneurial Self-Efficacy in the development of entrepreneurial intentions . *Journal of Applied Psychology*, 1265-1272.
- Zimmerman, B. (2000). Self-Efficacy: An Essential Motive to Learn . *Contemporary Educational Psychology*, 82-91.



LICENCIA DE USO – AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES

Actuando en nombre propio identificado (s) de la siguiente forma:

Nombre Completo Luis Gabriel León Páez

Tipo de documento de identidad: C.C.  T.I.  C.E.  Número: 1015398697

Nombre Completo \_\_\_\_\_

Tipo de documento de identidad: C.C.  T.I.  C.E.  Número: \_\_\_\_\_

Nombre Completo \_\_\_\_\_

Tipo de documento de identidad: C.C.  T.I.  C.E.  Número: \_\_\_\_\_

Nombre Completo \_\_\_\_\_

Tipo de documento de identidad: C.C.  T.I.  C.E.  Número: \_\_\_\_\_

El (Los) suscrito(s) en calidad de autor (es) del trabajo de tesis, monografía o trabajo de grado, documento de investigación, denominado:

Influencia del "Entrepreneurial Self Efficacy" en el emprendedor

Dejo (dejamos) constancia que la obra contiene información confidencial, secreta o similar: SI  NO   
(Si marqué (marcamos) SI, en un documento adjunto explicaremos tal condición, para que la Universidad EAN mantenga restricción de acceso sobre la obra).

Por medio del presente escrito autorizo (autorizamos) a la Universidad EAN, a los usuarios de la Biblioteca de la Universidad EAN y a los usuarios de bases de datos y sitios webs con los cuales la Institución tenga convenio, a ejercer las siguientes atribuciones sobre la obra anteriormente mencionada:

- A. Conservación de los ejemplares en la Biblioteca de la Universidad EAN.
- B. Comunicación pública de la obra por cualquier medio, incluyendo Internet
- C. Reproducción bajo cualquier formato que se conozca actualmente o que se conozca en el futuro
- D. Que los ejemplares sean consultados en medio electrónico
- E. Inclusión en bases de datos o redes o sitios web con los cuales la Universidad EAN tenga convenio con las mismas facultades y limitaciones que se expresan en este documento
- F. Distribución y consulta de la obra a las entidades con las cuales la Universidad EAN tenga convenio

Con el debido respeto de los derechos patrimoniales y morales de la obra, la presente licencia se otorga a título gratuito, de conformidad con la normatividad vigente en la materia y teniendo en cuenta que la Universidad EAN busca difundir y promover la formación académica, la enseñanza y el espíritu investigativo y emprendedor.

Manifiesto (manifestamos) que la obra objeto de la presente autorización es original, el (los) suscritos es (son) el (los) autor (es) exclusivo (s), fue producto de mi (nuestro) ingenio y esfuerzo personal y la realizó (zamos) sin violar o usurpar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es de exclusiva autoría y tengo (tenemos) la titularidad sobre la misma. En vista de lo expuesto, asumo (asumimos) la total responsabilidad sobre la elaboración, presentación y contenidos de la obra, eximiendo de cualquier responsabilidad a la Universidad EAN por estos aspectos.

En constancia suscribimos el presente documento en la ciudad de Bogotá D.C.,

NOMBRE COMPLETO: <u>José Gabriel León Pérez</u>	NOMBRE COMPLETO: _____
FIRMA: <u>[Firma]</u>	FIRMA: _____
DOCUMENTO DE IDENTIDAD: <u>1015398697</u>	DOCUMENTO DE IDENTIDAD: _____
FACULTAD: <u>Admin. Finanzas y C. económicas</u>	FACULTAD: _____
PROGRAMA ACADÉMICO: <u>Administración</u>	PROGRAMA ACADÉMICO: _____

NOMBRE COMPLETO: _____	NOMBRE COMPLETO: _____
FIRMA: _____	FIRMA: _____
DOCUMENTO DE IDENTIDAD: _____	DOCUMENTO DE IDENTIDAD: _____
FACULTAD: _____	FACULTAD: _____
PROGRAMA ACADÉMICO: _____	PROGRAMA ACADÉMICO: _____

Fecha de firma: 18/07/2013

LICENCIA DE USO – AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES

Actuando en nombre propio identificado (s) de la siguiente forma:

Nombre Completo Luis Gabriel León Páez

Tipo de documento de identidad: C.C.  T.I.  C.E.  Número: 1015398697

Nombre Completo \_\_\_\_\_

Tipo de documento de identidad: C.C.  T.I.  C.E.  Número: \_\_\_\_\_

Nombre Completo \_\_\_\_\_

Tipo de documento de identidad: C.C.  T.I.  C.E.  Número: \_\_\_\_\_

Nombre Completo \_\_\_\_\_

Tipo de documento de identidad: C.C.  T.I.  C.E.  Número: \_\_\_\_\_

El (Los) suscrito(s) en calidad de autor (es) del trabajo de tesis, monografía o trabajo de grado, documento de investigación, denominado:

Influencia del "Entrepreneurial Self Efficacy" en el emprendedor

Dejo (dejamos) constancia que la obra contiene información confidencial, secreta o similar: SI  NO   
(Si marqué (marcamos) SI, en un documento adjunto explicaremos tal condición, para que la Universidad EAN mantenga restricción de acceso sobre la obra).

Por medio del presente escrito autorizo (autorizamos) a la Universidad EAN, a los usuarios de la Biblioteca de la Universidad EAN y a los usuarios de bases de datos y sitios webs con los cuales la Institución tenga convenio, a ejercer las siguientes atribuciones sobre la obra anteriormente mencionada:

- A. Conservación de los ejemplares en la Biblioteca de la Universidad EAN.
- B. Comunicación pública de la obra por cualquier medio, incluyendo Internet
- C. Reproducción bajo cualquier formato que se conozca actualmente o que se conozca en el futuro
- D. Que los ejemplares sean consultados en medio electrónico
- E. Inclusión en bases de datos o redes o sitios web con los cuales la Universidad EAN tenga convenio con las mismas facultades y limitaciones que se expresan en este documento
- F. Distribución y consulta de la obra a las entidades con las cuales la Universidad EAN tenga convenio

Con el debido respeto de los derechos patrimoniales y morales de la obra, la presente licencia se otorga a título gratuito, de conformidad con la normatividad vigente en la materia y teniendo en cuenta que la Universidad EAN busca difundir y promover la formación académica, la enseñanza y el espíritu investigativo y emprendedor.

Manifiesto (manifestamos) que la obra objeto de la presente autorización es original, el (los) suscritos es (son) el (los) autor (es) exclusivo (s), fue producto de mi (nuestro) ingenio y esfuerzo personal y la realizó (zamos) sin violar o usurpar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es de exclusiva autoría y tengo (tenemos) la titularidad sobre la misma. En vista de lo expuesto, asumo (asumimos) la total responsabilidad sobre la elaboración, presentación y contenidos de la obra, eximiendo de cualquier responsabilidad a la Universidad EAN por estos aspectos.

En constancia suscribimos el presente documento en la ciudad de Bogotá D.C.,

NOMBRE COMPLETO: <u>José Gabriel León Pérez</u>	NOMBRE COMPLETO: _____
FIRMA: <u>[Firma]</u>	FIRMA: _____
DOCUMENTO DE IDENTIDAD: <u>1015398697</u>	DOCUMENTO DE IDENTIDAD: _____
FACULTAD: <u>Admin. Finanzas y C. económicas</u>	FACULTAD: _____
PROGRAMA ACADÉMICO: <u>Administración</u>	PROGRAMA ACADÉMICO: _____

NOMBRE COMPLETO: _____	NOMBRE COMPLETO: _____
FIRMA: _____	FIRMA: _____
DOCUMENTO DE IDENTIDAD: _____	DOCUMENTO DE IDENTIDAD: _____
FACULTAD: _____	FACULTAD: _____
PROGRAMA ACADÉMICO: _____	PROGRAMA ACADÉMICO: _____

Fecha de firma: 18/07/2013