



Psicología del emprendedor: Promoción de atributos psicológicos asociados al emprendimiento en estudiantes de nivel superior

Morales-Rodríguez, Marisol¹; Díaz-Barajas, Damaris² & Morales-Rodríguez, Iván Emmanuel³

¹Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, Facultad de Psicología. Morelia Michoacán, marisolmoralesrodriguez@gmail.com, Francisco Villa No. 450, Col. Miguel Silva, (+52) 443 312 9913

²Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, Facultad de Psicología. Morelia Michoacán, damadiaz03@gmail.com, Francisco Villa No. 450, Col. Miguel Silva, (+52) 443 312 9913

³Instituto Tecnológico de Morelia, Facultad de Administración. Morelia Michoacán, ivanmoralesrdgz@gmail.com, Tecnológico No. 1500, Col. Lomas de Santiaguito, (+52) 443 312 15 70

Información del artículo arbitrado e indexado en Latindex

Revisado por pares

Fecha de envío: marzo de 2017

Fecha de publicación en línea: junio de 2018

Resumen

El objetivo del estudio versa sobre la promoción del emprendimiento en estudiantes de nivel superior mediante un programa de intervención a partir del reconocimiento y desarrollo de atributos psicológicos implicados. Basado en una metodología cuantitativa de alcance descriptivo y con un diseño cuasiexperimental. Participaron 30 estudiantes voluntarios de distintas carreras, edad promedio de 20 años, ubicados en la adolescencia tardía. Se utilizaron las escalas de autoeficacia general, locus de control, personalidad proactiva, motivación de logro, poder y afiliación y el test de actitud frente a la asunción al riesgo. El programa de intervención fue conformado por 10 sesiones, además de las sesiones pretest y posttest. Los hallazgos destacan cambios en autoeficacia, motivación de logro y personalidad proactiva. De igual forma, se encontró relación de personalidad proactiva con autoeficacia y motivación al logro. Se concluye que los programas de intervención son una estrategia adecuada para fomentar variables psicológicas asociadas al espíritu emprendedor.

Palabras clave: Atributos psicológicos, emprendimiento, estudiantes adolescentes, programa de intervención.

Abstract

The investigation objective was the promotion of entrepreneurship in university students through an intervention program from the recognition and development of psychological attributes involved. Base on a quantitative methodology, is a descriptive-correlational investigation, quasi-experimental design. In it, 30 students from different careers participated, located in the late adolescence with an average age of 20. We used the general self-efficacy, locus of control, proactive personality, motivation, power and affiliation scales along with the attitude test in front of risk assumption. The program consisted of 10 sessions, in addition to the pretest and posttest sessions. The results show changes in self-efficacy, achievement motivation and proactive personality. There is a relationship of proactive personality with self-efficacy and achievement motivation. It is concluded that intervention programs are an appropriate strategy to promote psychological variables associated with entrepreneurship.

Key words: Psychological attributes, entrepreneurship, teenage students, intervention programs.

I. INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas, la falta de oportunidades para población adolescente y joven se han convertido en un problema social; cuando el adolescente deja atrás esta etapa de la vida, necesita integrarse al mundo productivo; sin embargo, existe un desbalance entre la oferta y la demanda, por lo que se pone en juego el desarrollo de la autonomía, de la independencia, del cumplimiento de metas orientadoras y del compromiso ocupacional en el ahora joven. Entendiéndose que ser adolescente abarca desde los 9 hasta los 25 años, es el rango de 19 a 21 años, el período de adolescencia tardía, y de 22 a 25 años la post-adolescencia según Blos (1986).

Es por lo anterior, que los esfuerzos se han dirigido a impulsar el autoempleo, dada la situación económica y social del país. En la medida en que el adolescente y el joven se insertan en esta dinámica, es más probable que se generen éxitos y se promueva la inserción en el mundo adulto. Una manera de lograr tal propósito es mediante el emprendimiento, el cual más que un mecanismo para proveer de empleo es una actitud ante la vida, ya que el fin no es solo generar recursos económicos, sino proporcionar alternativas de solución a una variedad de problemas sociales.

Al respecto, Chell (2007, p. 17, en Guzmán y Trujillo, 2008) señala: “Todo proceso de emprendimiento conlleva un balance de comportamiento social y comportamiento económico, que, a su vez, permite la generación de valor social y valor económico”. El emprendimiento constituye la búsqueda de oportunidades (Kwiatkowski, 2004, en Toca, 2010). Así, emprender se entiende como un proceso donde confluyen la creatividad, la perseverancia, el ingenio, la confianza en sí mismo, la determinación para alcanzar metas realistas y el atreverse a cumplirlas.

Alda, Villardon y Elexpuro (2012) explican que implica desarrollar acciones de creación e innovación para responder a las oportunidades que, en un momento determinado, se identifican en un entorno específico. Ahora bien, en el proceso que da vida al emprendimiento, destaca el individuo pues será quien ejerza la libertad de optar por una dirección creativa e innovadora en la toma de decisiones. El emprendedor es aquel que toma en cuenta sus recursos para aprovechar al máximo las oportunidades; construye, crea y decide. Es una persona que confía en sus capacidades, se valora, se enfrenta a los desafíos, con alta motivación al logro, es flexible, constante, responsable y un excelente estratega.

Para Longenecker, Moore y Petty (1994, en Alcaraz, 2011) el emprendedor es una persona con aptitud y actitud para innovar y con disposición para asumir riesgos. A ello, Alcaraz (2011) agrega que el perfil de un emprendedor incluye la perseverancia, la capacidad de manejar problemas y la aceptación del riesgo. El individuo que opta por el emprendimiento posee una serie de

rasgos de personalidad que definirán la manera de enfrentar la vida como la necesidad de logro, el locus de control interno, la capacidad de asumir riesgos, la perseverancia, la creatividad y la iniciativa (Sánchez-Almagro, 2003, en Moriano, Palazi y Morales, 2006).

Lo anterior deja ver que existen una serie de atributos psicológicos que favorecen el espíritu emprendedor; entre estos atributos, destacan la propensión al riesgo, locus de control interno, personalidad proactiva, autoeficacia emprendedora y la motivación al logro, entre otros. Tales características son sensibles a potencializarse durante la adolescencia ya que es una etapa en la cual las grandes transformaciones abonan un camino fértil para el cambio, es el período idóneo para sembrar las bases de la actividad emprendedora. La adolescencia es un periodo del ciclo vital, durante el cual los individuos toman una nueva dirección en su desarrollo, elaboran su identidad y se plantean el sentido de su vida, de su pertenencia, así como su responsabilidad social y metas orientadoras (Krauskopf, 1994, en Munist, Krauskopf, Suárez y Silber, 2007). Lo anterior favorece el despliegue de competencias psicosociales que promueven el emprendimiento.

Particularmente durante la adolescencia tardía se cristaliza la vocación, se desarrolla un locus de control interno y se es más independiente; los adolescentes están más orientados al futuro y son capaces de actuar con base en sus metas, hay una búsqueda de afirmación del proyecto personal-social. Por ello, resulta ser una etapa fundamental para favorecer la autoeficacia, la innovación, la perseverancia, la propensión al riesgo, y demás características afines al espíritu emprendedor. Es esperado que el adolescente tardío se encuentre dentro de las aulas de la educación superior, preparándose para insertarse en el mundo adulto, por lo que se convierte en el espacio idóneo para fomentar la actitud emprendedora.

En palabras de Olmos y Sastre (2007), la universidad como institución educativa cada vez es más consciente de que debe asumir un papel más activo en la promoción del espíritu emprendedor, lo cual no se limita a la formación meramente académica, sino al desarrollo de capacidades y competencias que fomenten la creatividad, la capacidad de adaptación y las habilidades para aprender a emprender.

A partir de lo anterior, surge el objetivo general del presente estudio el cual fue promover el emprendimiento en estudiantes de educación superior mediante la implementación de un programa de intervención psicoeducativa a partir del reconocimiento y desarrollo de atributos psicológicos implicados. Como objetivos particulares se planteó identificar relaciones entre los atributos psicológicos y determinar diferencias en función de variables contextuales como género, promedio, carrera, escolaridad de los padres.

II. MARCO TEÓRICO

2.1 Emprendimiento

Las instituciones de educación básica y media están en la posibilidad de promover la conciencia emprendedora, a partir del desarrollo de determinadas competencias psicosociales (Olmos y Sastre, 2007). Shinn (2002) argumenta que el espíritu emprendedor es propio de individuos que desean iniciar su

propio proyecto o vivir en un ambiente de independencia laboral; se le considera como el estado de alerta hacia las oportunidades (Olmos y Sastre, 2007). El emprendimiento es un modelo mental, un proceso de crear y desarrollar una actividad económica combinando con cierto talento gerencial, riesgo e innovación (McElwee, 2006, en Toca, 2010).

Para De la Torre, Gañan, Palmero, Jiménez (2013); Luis Rico, et al. (2015); en Escolar, et al. (2015) el emprendimiento es la creación de ideas, patentes y procesos de gestación, el cual se encuentra asociado a la innovación, el crecimiento de la productividad y economía y al éxito personal. En este sentido, es entendido como un proceso que parte de asumir una actitud abierta al cambio, atreverse a asumir riesgos dentro de ciertos límites, construir, desarrollar nuevas propuestas a partir de las oportunidades, todo ello tendiente a la innovación. Dicho proceso es posible gracias al espíritu emprendedor el cual, mueve al individuo a crear, a creer y decidir.

En muchos de los casos, se ha considerado a la actividad emprendedora en función del dinamismo que genera en el mundo de los negocios, relacionada con el pensamiento económico exclusivamente (Bustamante, 2004); sin embargo, esta es una visión unilateral, si se deja de ver el impacto social que tiene, ya que al generarse un cambio de actitud en el individuo con miras a crear las condiciones para auto-emplearse, también se tiene un impacto en la realidad sociocultural, pues el fin del emprendimiento no es solo generar riqueza, sino trascender hacia la responsabilidad social.

Desde dicha óptica, la Red Nacional para el Emprendimiento de Colombia (2006, en Durán, Parra y Márceles, 2015) plantea que el emprendimiento implica una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, se fundamenta en una visión global y se lleva a cabo mediante un liderazgo equilibrado y una gestión de riesgo calculado; el resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y a la sociedad. Por ello, en las últimas décadas, la Psicología y disciplinas afines, han contribuido en el estudio del fenómeno emprendimiento desde un punto de vista social.

Así surge el interés por el estudio del emprendimiento social, el cual identifica oportunidades que se presentan a sí mismas como problemas que requieren soluciones, de tal forma que crea emprendimientos para resolverlos (Sullivan, 2007, en Guzmán y Trujillo, 2008). Los emprendedores sociales “actúan como ‘agentes de cambio’ en el sector social, ya que su actividad se enfoca a la innovación, a fin de crear un valor social sostenible; este proceso se centra en la construcción, evaluación y seguimiento de oportunidades para el cambio social transformativo, llevado a cabo por individuos visionarios y totalmente dedicados a la causa (Harding 2004; Roberts y Woods, 2005, en Guzmán y Trujillo, 2008).

De esta manera, el emprendimiento traspasa las fronteras de los beneficios económicos y de los problemas sociales, para convertirse en el medio a través del cual, un individuo toma de sí y del medio, los recursos necesarios para generar nuevos proyectos, para dar respuesta a las condiciones económicas, sociales y culturales de su realidad. En este sentido, no se trata de acotar y centrar al emprendimiento en uno u otro extremo, sino de valorar su aplicación práctica, los beneficios que aporta a la sociedad. Para efectos del presente estudio, se toma al emprendimiento como un proceso que favorece el aprovechamiento de las oportunidades para generar el autoempleo y satisfacción de necesidades personales, a la vez de dar respuesta a problemas sociales entre los que destaca la pobreza, violencia, marginación, el desempleo mismo, bajo una perspectiva que descansa en la responsabilidad social.

Diversos estudios refuerzan dicha postura, como afirman Guzmán y Trujillo (2008), la colaboración del sector privado en la solución de los problemas sociales es fundamental debido a la

ineficiencia e incapacidad de las instituciones públicas y del gobierno para solventarlos. De igual forma Hisrich (1986, en Toca, 2010) afirma que, quien se decide por la actividad emprendedora, asume riesgos, ejerce la libertad mental para concebir nuevas formas de hacer las cosas, es lo suficientemente valiente para seguir su visión aun cuando implique enfrentar posibilidades de fracaso; y no necesariamente se centra exclusivamente en el sector privado. Con base en lo anterior, se requiere la formación de agentes de cambio, de líderes que se atrevan a emprender, de individuos que proyecten a futuro formas creativas de desarrollo personal, ocupacional y profesional; y una vía para lograrlo es la educación.

El contexto educativo universitario se convierte en el espacio indicado donde deben generarse habilidades y competencias asociadas a fomentar la creatividad en los estudiantes, con el objetivo de formar personas con capacidad de generación de ideas y de resolución de problemas, en función de su capacidad de aprender por cuenta propia (Duran, Parra y Márceles (2015), lo que impacta directamente en la actitud emprendedora. La educación en emprendimiento según Krauss (2011) debe abarcar diversas áreas, la cognitiva que tiene que ver con la información y las habilidades, la comportamental relacionada con la motivación, y la afectiva con las emociones; en función de ello, se proyecta el programa de intervención del presente estudio.

2.2 Perfil de un emprendedor

Los individuos emprendedores en palabras de Cunningham y Lischeron (1991, en Saboia y Martin, 2006) son éticos y socialmente responsables, con fuerte tendencia a la independencia y al éxito, persistentes y creen en sus habilidades. Son individuos con propensión a aprovechar oportunidades y consolidarlas. No son propensos al riesgo, más bien se caracterizan por ser tolerantes a la ambigüedad y por estar dispuestos a actuar en ausencia de recursos como información y capital (Bhidè, 2000; en Toca, 2010). Sánchez (2003) describe que el emprendedor es gestor de su propio destino, líder preocupado por los demás con una exquisita sensibilidad por el medio que le rodea, con capacidad de resolver situaciones problemáticas.

Todo esto, solo es posible, si se desarrolla un espíritu emprendedor. Se requiere de una gran determinación para renunciar a la "estabilidad" económica que ofrece un empleo y aventurarse como empresario. Peter Drucker señaló que el emprendedor busca el cambio, responde a él y lo explota como una oportunidad. La innovación es una herramienta específica para el emprendedor ya que explota el cambio como una oportunidad para la acción (Nicola, 2011).

Alcaraz (2011) ha enumerado una serie de características que definen el perfil del emprendedor en función de cuatro categorías básicas:

1. Factores motivacionales: Necesidad de logro y reconocimiento, necesidad de independencia, percepción del beneficio económico, baja necesidad de poder y estatus, necesidad de desarrollo personal.
2. Características personales: Iniciativa y responsabilidad, toma de riesgos calculados, capacidad de decisión, locus de control interno, orientación a las metas y oportunidades, tolerancia al cambio e incertidumbre, perseverancia, honestidad, confianza e integridad, autoconfianza, optimista, altos niveles de energía.

3. Características intelectuales: Flexibilidad de pensamiento, creatividad, planificación, capacidad de solucionar problemas.
4. Competencias generales: Liderazgo, orientación hacia otras personas, capacidad de conseguir recursos, establecimiento de redes.

De igual forma, Duran (2013, en Duran y Arias, 2016) define una serie de dimensiones de la actitud emprendedora, entre las que destacan las siguientes:

- Optimismo: como respuesta positiva ante la adversidad, confiando en el logro de los objetivos.
- Proactividad: mantener un comportamiento activo, tomando la iniciativa, involucrándose.
- Persistencia: sobreponerse e intentar nuevamente, sin abandonar la actividad emprendedora.
- Creatividad e innovación: actitud imaginativa

Como se observa, el emprendedor posee una serie de cualidades que favorecen el espíritu emprendedor, siempre y cuando estas se potencialicen; aprovecha las oportunidades a partir del reconocimiento de sus propias capacidades, las cuales constituyen el punto de partida de la actividad emprendedora. Para efectos del presente estudio, se consideran cinco atributos psicológicos como ejes principales del espíritu emprendedor, basado en la propuesta de Escolar, et al. (2015) los cuales son la autoeficacia, el locus de control interno, la motivación al logro, la personalidad proactiva y la propensión al riesgo.

La *autoeficacia* es una condición que influye en el comportamiento en función de lo que la persona cree que es capaz de hacer, y no necesariamente de las propias capacidades que posea; por lo tanto, ejerce una influencia considerable sobre la motivación de logro ya que va más allá de contar con una serie de aptitudes, habilidades, destrezas o capacidades, debido a que contiene un componente ideológico.

Un aspecto fundamental de la autoeficacia es la confianza depositada en sí mismo, debido a que, si la persona muestra autoconfianza, creará ser capaz de llevar a cabo diversas acciones para alcanzar sus objetivos. Tiene un impacto decisivo en la toma de decisiones, si la persona cree que es capaz de lograr algo, podrá planear y estructurar un proyecto de vida, basado en metas a corto y mediano plazo. En palabras de Blanco, Ornelas, Aguirre y Guedea (2012) cuanto mayor sea la eficacia percibida, mayor será el grado de esfuerzo que se invierta y la perseverancia hacia el logro de la meta propuesta. Olivari y Urrea (2007) afirman que la autoeficacia es elemento clave en la competencia humana y determina, la elección de actividades; las personas con un alto sentido de autoeficacia aumentarán su funcionamiento sociocognitivo en muchos dominios y afrontarán las tareas difíciles percibiéndolas como cambiables, más que como amenazantes, por eso se dice que los niveles de autoeficacia pueden aumentar o reducir la motivación.

Por otro lado, el *locus de control* está relacionado con la creencia de que las acciones que realizamos determinan los resultados que uno obtiene, esto es, cuando atribuimos que la conducta obedece a determinadas causas se hace referencia al término de locus. Se entiende como locus de control a la localización de la causa, la cual puede ser algo que está en la persona como la habilidad o el esfuerzo, o fuera de ella, como la suerte o la dificultad de un problema. Esto significa que hay causas que son percibidas, y por lo tanto clasificadas, como internas o externas a la persona.

En la actividad emprendedora, lo que se requiere es el desarrollo de un locus de control interno, el cual se presenta cuando las personas conciben que los eventos ocurren como resultado de sus propias acciones, siendo ellas mismas quienes son responsables de su propia vida. Rotter (1966, en Velasco, Rivera, Díaz y Reyes 2015) afirma que el locus interno obedece a causas internas atribuibles al individuo. La importancia de desarrollar este tipo de locus es asumir la responsabilidad de los propios actos, generar oportunidades, crear propuestas y consolidarlas; tras un fracaso, levantarse y seguir, eso es lo que hace distinto a un emprendedor.

En tanto, la *motivación* es el proceso psicológico por medio del cual una persona se plantea un objetivo manteniendo su conducta en vías de conseguirlo; impulsa a la acción, actúa como un mecanismo que orienta hacia el logro de objetivos. Para Naranjo (2009) la motivación es un proceso por el cual, un individuo se plantea un objetivo, utiliza los recursos adecuados y mantiene una determinada conducta, a fin de lograr el objetivo planteado inicialmente. Representa lo que determina que la persona inicie una acción (activación), se dirija hacia un objetivo (dirección) y persista en alcanzarlo (mantenimiento). La literatura deja en claro que existen dos grandes categorías motivacionales: la motivación intrínseca y extrínseca.

La motivación intrínseca se observa cuando el individuo realiza diversas actividades por el simple placer de hacerlas, porque para él es satisfactorio, así, reconoce lo que es capaz de hacer y eso le provee un reforzamiento, lo cual se asocia directamente con la autoeficacia. La motivación extrínseca en palabras de Naranjo (2009), actúa cuando la persona se implica en actividades con fines instrumentales o por motivos externos a la actividad misma, como podría ser obtener un beneficio, el reconocimiento de otros, etc. Es importante destacar que la *motivación de logro* como una motivación intrínseca, es lo que realmente motiva a un individuo a convertirse en emprendedor; las personas con alta necesidad de logro quieren hacer bien las cosas y obtener resultados mejores que otros; implica competición con una norma o un estándar de excelencia, siendo la ejecución evaluada como éxito o fracaso, por la propia persona o por otros (Manassero y Vázquez, 1998).

La perseverancia es una característica esencial de las personas con motivación de logro, debido a que orienta hacia la tarea, lo que lleva a concretar metas; cuando se es perseverante es más probable de alcanzar el éxito que cuando se trabaja por un lapso de tiempo y después hay un periodo de supuesto descanso para volver a retomar actividades de nuevo, este comportamiento se asocia con una falta de compromiso consigo mismo.

En otra línea, la *propensión al riesgo*, según Sánchez García (2010, en Escolar, et al., 2015), es un rasgo de la personalidad que determina la predisposición a asumir o evitar riesgos. El comportamiento emprendedor se relaciona con una moderada propensión al riesgo; es decir, la iniciativa emprendedora implica considerables dosis de riesgo e incertidumbre. Contrario a lo anterior, la aversión al riesgo ejerce un efecto negativo en la decisión de emprender. La propensión al riesgo es la tendencia que posee un individuo a elegir vías de acción más riesgosas que otras pero que a su vez le ofrecen un mayor beneficio esperado.

El espíritu emprendedor está estrechamente ligado a la iniciativa y a la acción. Si no se tiene iniciativa es prácticamente imposible asumir riesgos. Cuando se emprende un proyecto, automáticamente se asume un riesgo. Según Cola (2003), el emprendedor ha de identificar los riesgos que su actividad

conlleva y tomar las medidas necesarias para minimizar las dificultades. Debe asumir el riesgo, a la vez que intentar paliar los efectos negativos que se presenten, por lo cual analiza los factores que entran en juego, pondera las consecuencias y toma decisiones razonadas que responden mejor a las necesidades de su proyecto. De esta manera, la propensión al riesgo o tolerancia al riesgo surge como un rasgo de la personalidad definida como la orientación del individuo a asumir retos en su proceso de decisión y es medida por el nivel de incertidumbre percibido (Medina, 2015).

En tanto, la *personalidad proactiva* identifica oportunidades, actúa sobre ellas, muestra iniciativa, realiza acciones directas y persevera hasta lograrlo (García, 2012). Al contrario, las personalidades no proactivas fracasan en identificar y actuar sobre las oportunidades para cambiar cosas. La proactividad implica anticipar y prevenir problemas antes de que ocurran y una orientación a la acción que incluye una interpretación creativa de las normas, y un alto nivel de persistencia y paciencia para operar el cambio (Sánchez-García, 2010 en Escolar, et al., 2015). También se le considera una actitud en la que la persona asume el pleno control de su conducta de modo activo, lo que implica la toma de iniciativa en el desarrollo de acciones creativas. De esta manera, la personalidad proactiva se caracteriza por no solo tomar la iniciativa, sino asumir la responsabilidad de hacer que las cosas sucedan, decidir en cada momento lo que se quiere hacer y cómo se hará; por ello, implica perseverancia, adaptabilidad y disposición para asumir la responsabilidad ante el fracaso.

2.3 La adolescencia como periodo cumbre para el desarrollo del espíritu emprendedor

La adolescencia es un momento esencialmente complejo del ciclo vital, en el cual el joven se enfrenta con numerosos

III. MÉTODO

El presente estudio se basa en una metodología cuantitativa, de alcance descriptivo-correlacional, con diseño cuasiexperimental, sin grupo control.

3.1 Participantes

La muestra fue elegida mediante un muestreo aleatorio intencional. Se hizo una invitación general a estudiantes con actividades previas de emprendimiento para participar en un programa de intervención; la participación fue voluntaria. En total participaron 30 estudiantes de diversas carreras del Instituto Tecnológico de Morelia. El 18.8% corresponde a la carrera de Ingeniería Electrónica y el mismo porcentaje a la carrera de Ingeniería en Gestión Empresarial; con el 15.6% se ubican las carreras de Administración, Ingeniería Industrial e Ingeniería en Sistemas; el 9.4% corresponde a la carrera de Ingeniería en Materiales y el 5.6% a TICS. El rango de edad de los participantes fue de 18 a 22 años, cuya media es de 20 y una desviación estándar de 2.04. En cuanto a la distribución por género, el 38% son mujeres y el 62% hombres. El promedio de calificaciones de los participantes es de 8.3

3.2 Instrumentos

La *Escala de Autoeficacia general de Baessler y Schwarzer* (1996) es unifactorial y consta de 10 reactivos con respuesta tipo Likert de 4 puntos, evalúa el sentimiento estable de competencia

obstáculos y desafíos, lo que lleva al desarrollo de competencias psicosociales que permiten el posicionamiento del adolescente en el mundo adulto (Contini, 2006). Es un periodo de adaptación y de grandes determinaciones hacia una mayor independencia psicológica y social (Valdés y Ochoa, 2010). Para García, Álvarez y Reyna (2007), la adolescencia es un periodo donde se busca consolidar la identidad y con ello, si es el caso, el espíritu emprendedor; así serán los padres, amigos, profesores, y los líderes sociales quienes cumplan un papel destacado en la formación del espíritu emprendedor en el adolescente, bajo la premisa de que en este periodo, la voluntad se forja. Por lo tanto, se recomienda fomentar este tipo de proyectos para el desarrollo de habilidades y destrezas que permitan en un futuro, emprender proyectos sociales, culturales y productivos que favorezcan el desarrollo personal y comunitario.

Durante la adolescencia tardía, se está en la posibilidad de potenciar rasgos afines a la actividad emprendedora, partiendo del cumplimiento de tareas evolutivas, entre las que destacan:

- Un acomodo jerárquico de los valores.
- Esfuerzo del Yo para lograr mayor integración de fenómenos.
- La vocación se integra hacia la elección de una ocupación.
- Búsqueda de afirmación del proyecto personal-social.
- Desarrollo de un locus de control interno.
- Exploración de opciones sociales.
- Avance en la consolidación de la identidad.
- Grupos afines en lo laboral, educacional, comunitario.
- Consolidación la confianza en sí mismo.

Con base en lo anterior, la adolescencia se convierte en terreno fértil para el fomento de actitudes emprendedoras, en la oportunidad de potenciar los recursos personales para la toma de decisiones, la innovación, la proactividad, la construcción de proyectos para dar respuesta tanto a las necesidades personales como a las económicas y sociales del país.

personal para manejar de forma eficaz una gran variedad de situaciones estresantes. La *Escala de Locus de control de Rotter* (1971) es una escala unifactorial y se compone de 10 reactivos, con dos alternativas, locus interno y externo. La percepción de contingencia entre la propia conducta y la aparición de determinados resultados constituiría el locus de control interno. La predisposición a presentar la expectativa de que los eventos dependen del azar o de otras personas constituye el locus externo.

La *Escala de la Personalidad Proactiva de Bateman y Grant* (1993) en su versión resumida, las respuestas se dan en una escala de 1 a 7. Evalúa la disposición que tiene cada persona hacia el comportamiento proactivo, ya que tiene por objeto identificar las diferencias entre las personas que se toman medidas para influir en su entorno y las que no lo hacen. El Alfa de Cronbach es de 0.86, lo que implica una alta confiabilidad.

La *Escala de motivación de logro, poder y afiliación (Steers y Braunstein, 1976)* está fundamentado en la teoría de motivación de McClelland considerando tres necesidades como fuentes de motivación: logro, poder y afiliación. Evalúa las fuerzas motivadoras que afectan la intensidad, dirección y perseverancia del comportamiento voluntario; se compone de 15 reactivos. El índice de confiabilidad es de .80.

El *Test de actitud frente a la asunción al riesgo de Eguía Fernández (1994)* es una escala unifactorial compuesta por 12 reactivos con opciones de respuesta tipo Likert. El objetivo es medir la capacidad de tomar decisiones. Así mismo, se utilizó un cuestionario de datos personales y escolares.

3.3 Procedimiento

El estudio se llevó a cabo a través de una serie de fases:

1. Se trabajó de manera colaborativa con personal docente del Instituto Tecnológico de Morelia para proponer acciones en vías de favorecer el espíritu emprendedor con estudiantes que tuvieran experiencia previa en actividades de dicha naturaleza. Para ello se propuso abonar al emprendimiento mediante el desarrollo de algunos atributos psicológicos.
2. Los docentes del Instituto Tecnológico llevaron a cabo la invitación de manera virtual y personal a los estudiantes, se hizo énfasis en una participación voluntaria.
3. Se conformó la muestra de participantes.
4. Fase de preprueba. Se realizó en el espacio donde se llevaría a cabo la intervención, los instrumentos se aplicaron de manera colectiva.
5. Se realizó el análisis de los datos a fin de detectar las necesidades de los participantes.
6. Diseño del programa. Se consideraron tanto los resultados como la literatura existente, más adelante se describe.
7. Implementación del programa. Se describe más adelante.
8. Fase de posprueba. Esta se realizó en el mismo espacio donde se implementó el programa, utilizando los instrumentos de la fase de preprueba.
9. Análisis de los resultados.
10. Obtención de conclusiones.

Con base en la revisión de la literatura, y los resultados de la fase de pretest, se llevó a cabo el diseño del programa de intervención, conformando el perfil del emprendedor en función

IV. RESULTADOS

Los hallazgos destacan a partir de la implementación del programa; se reportan diferencias estadísticamente significativas en tres de los cinco atributos psicológicos: autoeficacia ($t=3.08$; $p=.006$), motivación al logro ($t=2.18$; $p=.049$) y personalidad proactiva ($t=3.11$; $p=.006$) tal y como se muestra en la Figura 1, en el caso de locus de control a pesar de observarse un aumento en las medias, los cambios no fueron estadísticamente significativos. La asunción (propensión) de riesgos, presenta un ligero decremento en sus niveles entre el pretest ($M=50.05$) y el postest ($M=47.10$), aunque este no fue estadísticamente significativo; sin embargo, puede inferirse que pudo haberse desarrollado mayor cautela y autocontrol.

En torno a los niveles en los que se ubican los cinco atributos psicológicos evaluados y trabajados durante el programa; se encontró, como se muestra en la Tabla 1, que los mayores porcentajes se ubicaron en los niveles altos y medios altos. El nivel alto predomina en los atributos de locus de control y motivación de logro. Lo anterior denota que los adolescentes participantes cuentan con cualidades personales que contribuyen a la actitud emprendedora, las cuales se incrementaron con la participación en el programa.

de cinco dimensiones fundamentales: autoeficacia, locus de control interno, motivación al logro, personalidad proactiva y asunción de riesgos.

El programa de intervención *Psicología del emprendedor* estuvo conformado por 10 sesiones, con duración de 2 horas cada una; la sesión previa a la primera se utilizó para llevar a cabo el pretest y se invirtió una hora; una vez concluido el programa, 10 días después se tomó una sesión para la aplicación del postest y el cierre, su duración fue de una hora. Fue impartido en la modalidad de taller y cada sesión de trabajo se dividió en 4 partes: la primera cubierta con una actividad introductoria, la segunda caracterizada por el manejo de dinámicas grupales acorde a la temática de la sesión, en la tercera parte se abordó el contenido teórico y en la última parte se llevó a cabo un cierre con retroalimentación. Cabe aclarar que la parte teórica se abordó haciendo uso de material audiovisual.

Los temas abordados fueron los siguientes:

- Autoeficacia general
- Autoeficacia emprendedora
- Motivación intrínseca vs extrínseca
- Motivación de logro
- Locus de control
- Locus interno vs locus externo
- Propensión al riesgo
- Riesgo y decisiones
- Personalidad proactiva
- Proactividad y emprendimiento.

Una vez concluido el programa, tal y como ya fue indicado, se llevó a cabo el análisis de los datos, se utilizó la estadística descriptiva y la obtención de las pruebas estadísticas t de Student, Coeficiente de correlación de Pearson y Anova de una vía.

Figura 1. Cambios posteriores al programa de intervención "Psicología del emprendedor"

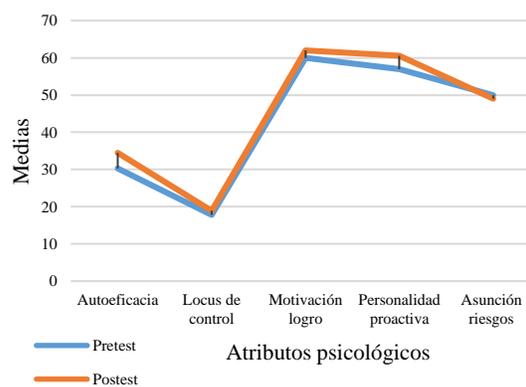


Tabla 1. Porcentajes observados por niveles de los atributos psicológicos asociados al emprendimiento

	Niveles			
	Bajo %	Medio bajo %	Medio alto %	Alto %
Autoeficacia	19.4	19.3	36.4	24.9
Locus de control	14.5	12.8	25.1	47.6
Motivación	16.9	23.9	28.6	30.6
Proactividad	17.9	24.5	31.7	25.9
Propensión riesgo	16.5	22.8	34.7	26.0

Así mismo, el análisis correlacional arrojó asociaciones de personalidad proactiva con autoeficacia ($r=.453$; $p=.039$) y motivación al logro ($r=.583$; $p=.006$), lo que significa que, cuando el adolescente cree y confía en sus capacidades, ha desarrollado mayor motivación intrínseca, muestra mayor iniciativa y persevera para lograr sus objetivos.

En tanto, el análisis comparativo por variables contextuales reveló la existencia de diferencias por género y escolaridad de la madre únicamente. En torno al género, como se observa en la Tabla 2, existen diferencias en propensión al riesgo ($t=2.13$; $p=.039$) y autoeficacia ($t=1.2$; $p=.051$); siendo las mujeres quienes asumen más riesgos y los hombres quienes se muestran más auto-eficaces.

En tanto, en la Tabla 3 se muestra las diferencias encontradas en dos de los cinco atributos psicológicos en función de la escolaridad de la madre. Los hijos de madres con estudios universitarios muestran una media mayor en autoeficacia y la propensión al riesgo tiende a ser moderado

V. CONCLUSIONES

Un emprendedor es la persona que convierte una idea en un proyecto concreto, sea una empresa con fines de lucro o una organización social, que genera algún tipo de innovación y empleos; se compromete a trabajar con ética, valora la perseverancia y el esfuerzo (Ascencio, 2011). El desarrollo de atributos psicológicos ligados al emprendimiento constituye el punto de partida para promover no solo dicho espíritu, sino para generar un cambio de actitud en el adolescente. Al reconocer sus recursos personales le da la oportunidad de diseñar un proyecto de vida congruente, y, si este se enfoca hacia el emprendimiento, cuenta con el potencial para lograrlo.

Los hallazgos destacan que, a partir del programa de intervención, se encontraron diferencias significativas en tres de los cinco atributos psicológicos abordados; aumentando los valores de las medias de autoeficacia, motivación al logro (intrínseca) y personalidad proactiva. Lo anterior deja ver que mediante acciones estructuradas realizadas en contextos educativos, se mejora la actitud emprendedora con base en la promoción de variables psicológicas asociadas. Al respecto, Ascencio (2011) señala que el proceso educativo tiene como fin preparar a los educandos para adquirir competencias clave para poder desempeñar su trabajo. Por ello, influye en la formación de la actividad emprendedora, ya que permite ver las oportunidades y analizar los recursos existentes, además de lograr la vinculación entre estos aspectos. Es importante destacar que el nivel en el que se ubicaron los atributos psicológicos de los participantes fue alto, por lo que existe la posibilidad de que

Tabla 2. Diferencias en atributos psicológicos asociados al emprendimiento por género

	Mujeres		Hombres		t	p
	M	DE	M	DE		
Autoeficacia	28.15	5.08	31.84	4.20	-	.022
Locus de control	17.92	2.17	18.12	1.23	.357	.723
Motivación	62.00	4.56	61.52	5.92	.255	.800
Proactividad	58.31	3.66	58.08	4.69	.152	.810
Propensión al riesgo	51.88	3.13	46.50	7.83	2.13	.049

Nota: $p \leq .01$

Tabla 3. Medias y análisis de varianza de atributos psicológicos asociados a emprendimiento en función de la escolaridad de la madre

	Escolaridad de la madre				ANOVA	F	p
	Primaria	Secundaria	Preparatoria	Universidad			
	M	M	M	M			
Autoeficacia	32.5	27.4	29.3	34.4			
Locus de control	19.2	19	19	18.5			
Motivación	63.7	61.7	61.5	63.8			
Proactividad	64	59.2	58.3	60.5			
Propensión al riesgo	51.2	46.2	37.4	49.4			

Nota: $p \leq .01$

se conviertan en futuros emprendedores siempre y cuando las condiciones internas y externas se presten.

Timmons y Spinelli (2007, en Durán, Parra y Márceles, 2015) consideran que los emprendedores están transformando el mundo; ellos crean trabajo a partir de la innovación, reconocen oportunidades, aplican capital de riesgo y cambian la economía, además, utilizan el cambio como una oportunidad de mejora económica, no como un problema. Es por lo anterior que es necesario brindar espacios para fomentar cualidades implicadas en el emprendimiento en adolescentes que cursan su formación universitaria, y que, como afirman Durán, Parra y Márceles (2015), resulta indispensable desarrollar hábitos, actitudes y valores necesarios para generar acciones orientadas al mejoramiento personal y a la transformación del entorno y de la sociedad en los jóvenes; al mismo tiempo, dar soluciones a las necesidades humanas presentes en la comunidad, con un sentido de ética y responsabilidad social y una perspectiva de desarrollo sostenible.

En otra línea, los resultados muestran la existencia de diferencias por género en autoeficacia y propensión al riesgo; en el caso de la primera, Bandura (1999, en Banco, Aguirre y Guedea, 2012) afirma que las expectativas de autoeficacia son uno de los principales condicionantes de las diferencias de género en la toma de decisiones académica y profesional, mismas que son resultado del proceso de socialización que da lugar a que hombres y mujeres tengan una percepción diferente acerca de las tareas y ocupaciones.

En relación con las diferencias en propensión al riesgo, diversos estudios han encontrado que en las últimas décadas existe un incremento de la tasa de emprendimiento en el sector femenino, en función de la intención de emprender como factor explicativo del futuro comportamiento emprendedor (Ventura y Quero, 2012); dicha intención puede asociarse a la posibilidad de asumir riesgos.

En tanto, se encontró que las madres con estudios universitarios, fomentan en sus hijos, mayores niveles de autoeficacia y una propensión moderada al riesgo. Al respecto, Solsona (1989), afirma que la condición social de la mujer en la actualidad, parte de una integración en los distintos ámbitos de la vida: estudios, trabajo, vida política y asociativa, etc.; cada vez invierte más tiempo en su formación, lo cual le da mayores posibilidades de

crecimiento personal y profesional. El hecho de que la madre se prepare académicamente y desarrolle una actividad ocupacional alterna al hogar, le da mayores elementos para fortalecer sus propios medios de crianza, lo que de manera indirecta impactará en el desarrollo psicológico de los hijos.

A la luz de los resultados, la intervención contribuyó en la mejora de la autoeficacia, motivación al logro y la proactividad, lo que se traduce en un avance en el fomento de recursos personales; sin embargo, se requiere seguir trabajando a fin de fortalecer el resto de los atributos. Se concluye que los programas de intervención con adolescentes constituyen una estrategia viable para propiciar el desarrollo de características psicológicas propias del espíritu emprendedor y con ello, enfilar hacia el fomento de una cultura del emprendimiento.

VI. REFERENCIAS

- Alcaraz, R. (2011). *El emprendedor de éxito*. México: Mc Graw Hill.
- Alda, R., Villardon, L. y Elexpuro, I. (2012). Propuesta y validación de un perfil de competencias de la persona emprendedora. Implicaciones para la formación. *Electronic Journal of Research in Educational Psychology*, 10(28), 1057-1080.
- Ascencio, E. (2011). Emprendedurismo educativo, una premisa para los futuros emprendedores y dirigentes de El Salvador. *Revista Realidad y reflexión*, 11(33), 53-60. Recuperado de <http://www.redicces.org.sv/jspui/bitstream/10972/96/1/Emprendedurismo%20educativo%2c%20una%20premisa%20para%20los%20futuros%20emprendedores%20y%20dirigentes%20de%20El%20Salvador.pdf>.
- Blanco, H., Ornelas, M., Aguirre, J. y Guedea, J. (2012). Autoeficacia percibida en conductas académicas. *RMIE*, 17 (53), 557-571. Recuperado de <http://www.scielo.org.mx/pdf/rmie/v17n53/v17n53a11.pdf>
- Blos, P. (1986). *Psicoanálisis de la adolescencia*. México: Joaquín Mortiz.
- Bustamante, C. (2004). Crecimiento económico, nuevos negocios y actividad emprendedora. *Visión gerencial*, 3, 1(3), 3-15.
- Cola, F. C. (2003). *El Espíritu Emprendedor Motor de Futuro, guía el profesor*. Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, Ministerio de Educación, Madrid.
- Contini, N. (2006). *Pensar la adolescencia hoy: De la psicopatología al bienestar psicológico*. México: Paidós.
- Cortés, R.A., Hernández, P. y Ochoa H (2011). Identificando el tipo de motivación en los trabajadores de conocimiento. Estudio en una universidad pública de México. *Ide@s: CONCYTEG*, 6(78), 1409-1423.
- Duran, S., Parra, M. y Márceles, V. (2015). Potenciación de habilidades para el desarrollo de emprendedores exitosos en el contexto universitario. *Opción*, 31 (77), 200-215. Recuperado de <http://www.produccioncientificaluz.org/index.php/opcion/article/view/20052>.
- Duran, E. y Arias, D. (2016). Actitud emprendedora y estilos emocionales. Contribuciones para el diseño de la formación de futuros emprendedores. *Revista Gestión de la educación*, 6(2), 83-102. Recuperado de <http://revistas.ucr.ac.cr/index.php/gestedu>.
- Escolar, M.C. et. al (2015). Jóvenes y espíritu emprendedor: autoeficacia, motivación y procesos psicológicos. *INFAD Revista de Psicología*, 1 (2), 151-162.
- García, J., Álvarez, P. y Reyna, R. (2007). Características del Emprendedor de Éxito en la Creación de PYMES Españolas. *Estudios de Economía Aplicada*, 25 (3), 951-974.
- García, D. (2012). Aptitudes emprendedoras de los alumnos de Educación Secundaria Obligatoria (ESO) y Bachillerato en la Región de Murcia. *Universidad Politécnica de Cartagena*. Recuperado de <http://repositorio.upct.es/handle/10317/4581>
- Guzmán, A. y Trujillo, M. (2008). Emprendimiento social-Revisión de literatura. *Estudios gerenciales*, 24 (109), 105-125. Recuperado de <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S012359230870055X>
- Krauss, C. (2011). Actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios: El caso de la Universidad Católica del Uruguay. *Dimensiones empresariales*, 9(1), 28-40.
- Manassero, M. y Vázquez, A. (1998). Validación de una escala de motivación de logro. *Psicothema*, 10(2), 333-351. Recuperado de <https://www.unioviado.es/reunido/index.php/PST/article/view/7469>
- Medina, A. (2015). Propensión al riesgo en la decisión de crear empresa. Estudio empírico en el contexto colombiano. Trabajo de grado Magister en Ingeniería industrial. *Universidad Nacional de Colombia Facultad de Ingeniería y Arquitectura, Departamento de Ingeniería Industrial*. Manizales, Colombia
- Moriano, J., Palazi, F. y Morales, J. (2006). El perfil psicosocial del emprendedor universitario. *Revista del Psicología del trabajo y de las organizaciones*, 22(1), 75-99. Recuperado de <http://www.redalyc.org/html/2313/231317045004/>.
- Munist, M., Suárez, E., Krauskopf, D. y Silber, T. (2007). *Adolescencia y resiliencia*. Buenos Aires: Paidós.
- Nicola, J. (2011). Capacitación en temas de emprendimiento, liderazgo y motivación dirigidos a niños, adolescentes y jóvenes de cinco sectores rurales de la provincia de Tungurahua. *Proyecto académico de servicio comunitario para vinculación con la sociedad*. Facultad de contabilidad y auditoría. Universidad técnica de Ambato.
- Olivari, C. y Urra, E. (2007). Autoeficacia y conductas de salud. *Ciencia y Enfermería*, 13 (1), 9-15.
- Olmos, R. y Sastre M. (2007). La actitud emprendedora durante la vida académica de los estudiantes universitarios. *Cuadernos de estudios empresariales*, 17, 95-116.
- Saboia, F. y Martin, N. (2006). Los rasgos psicológicos del emprendedor y la continuidad del proyecto empresarial: un estudio empírico de los emprendedores brasileños. *READ* 12(2).
- Sánchez, M.L. (2003). Perfil psicológico del autoempleado. Tesis doctoral. *Universidad Complutense de Madrid*. Recuperado de <http://biblioteca.ucm.es/tesis/psi/ucm-t26888.pdf>
- Solsona, M. (1989). El problema de la medición del trabajo de la mujer. Documentos de análisis geográfico, 14, 149-169.
- Toca, C. (2010). Consideraciones para la formación en emprendimiento: explorando nuevos ámbitos y posibilidades. *Estudios gerenciales*, 26 (117), 41-60. Recuperado de
- Valdés, A. y Ochoa, J. (2010). *Familia y crisis: Estrategias de afrontamiento*. México: Pearson.
- Velasco, P., Rivera, S., Díaz, R. y Reyes, I. 2015 Construcción y validación de una escala de locus de control-bienestar subjetivo. *Psicología Iberoamericana*, 23 (2), 45-54.
- Ventura, R. y Quero, M. (2012). Factores explicativos de la intención de emprender en la mujer. Aspectos diferenciales en la población universitaria según la variable género. *Cuadernos de gestión*, 13(1), 127. Recuperado de <http://www.ehu.es/cuadernosdegestion/documentos/100271rv.pdf>.