



Máster Universitario en Economía y Desarrollo

Facultad de C. Económicas y Empresariales

**“LAS COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS Y SU PAPEL EN LA
FORMACIÓN DE LA AUTOEFICACIA EMPRENDEDORA.”**

**“ENTREPRENEURIAL SKILLS AND ITS ROLE IN THE FORMATION OF
ENTREPRENEURIAL SELF-EFFICACY”**

Trabajo de fin de Máster presentado para optar al Título de Máster Universitario en Economía y Desarrollo por Sandra Liliana Mogollón León, siendo tutor el Dr. Francisco Liñán Alcalde.

Vº. Bº.

Alumna:

Dr. Francisco Liñán Alcalde

Sandra Liliana Mogollón León

Sevilla, a 3 de junio de 2019



TRABAJO DE FIN DE MÁSTER CURSO ACADÉMICO 2018-2019

TÍTULO:

“LAS COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS Y SU PAPEL EN LA FORMACIÓN DE LA AUTOEFICACIA EMPRENDEDORA.”

“ENTREPRENEURIAL SKILLS AND ITS ROLE IN THE FORMATION OF ENTREPRENEURIAL SELF-EFFICACY”

AUTORA:

SANDRA LILIANA MOGOLLÓN LEÓN

TUTOR ACADÉMICO:

Dr. D. FRANCISCO LIÑÁN ALCALDE

RESUMEN-ABSTRACT

Es muy importante el rol del emprendedor en el engranaje económico mundial, por esta razón, resulta fundamental su estudio y la comprensión de aquello que lo diferencia de las demás personas. En particular, algunos de estos emprendedores pueden llegar a convertirse en empresarios de alto impacto. El objetivo principal de este trabajo es estudiar el papel que juegan ocho competencias emprendedoras fundamentales (reconocimiento de oportunidades, persuasión, creatividad, resiliencia, liderazgo, movilización de recursos, visión/proactividad y ambición/capacidad de crecimiento) en la percepción de autoeficacia emprendedora. Pretendemos confirmar que un mayor nivel de cada una de ellas, va asociado con un nivel más alto de autoeficacia emprendedora. Para realizar este estudio, los instrumentos de medida para cada una de las variables se tomaron del proyecto ELITE “Estudio Longitudinal Sobre El Proceso de Nacimiento de Emprendedores de Alto Impacto” (Liñán y Fernández, 2016). Igualmente, la muestra que se utilizó procede de esta misma fuente. En concreto, se encuestaron a 2.341 adultos con distinto nivel de vinculación con el emprendimiento (desde aquellos que no se lo han planteado, a los que tiene varios años de experiencia como empresarios). El estudio empírico ha consistido en la realización de sucesivos análisis factoriales que han permitido confirmar la



unidimensionalidad de las escalas de medición. Posteriormente, el análisis de regresión lineal permitió confirmar la hipótesis del trabajo. Es decir, los resultados obtenidos confirman que hay una influencia positiva de las competencias emprendedoras sobre la autoeficacia.

Palabras claves: autoeficacia, competencias emprendedoras, emprendimiento, regresión lineal.

It is very important to mention that the entrepreneur's role is a key factor within the global economic gear; and due to this fact, its study and the comprehension of what makes the entrepreneur different from the rest of the people is fundamental. As a matter of fact, some of them may become high-impact entrepreneurs. The main purpose of this work is to study the role played by eight fundamental entrepreneurial skills (recognition of opportunities, persuasion, creativity, resilience, leadership, mobilization of resources, vision/proactivity and ambition/growth capacity) on the perception of entrepreneurial self-efficacy. Our aim is to confirm that a higher level of each one of the skills mentioned above, is related to a higher level of entrepreneurial self-efficacy. In order to make this study, the measurement standards were taken out from the project: "ELITE, Estudio Longitudinal Sobre El Proceso de Nacimiento de Emprendedores de Alto Impacto" (Liñán y Fernández, 2016) for each variable analyzed in this study. Likewise, the sample used for this study comes from the same source. A total of 2.341 adults with different degrees of involvement in entrepreneurship were interviewed (ranging from those who have not thought about the idea, to those having several years of experience as actual entrepreneurs). The empirical study consisted in the realization of several factor analyses which have helped to confirm the uni-dimensionality of the measuring scales. Afterwards, the lineal regression analysis confirmed the proposed hypothesis. That is, the results obtained confirm the positive influence of the entrepreneurial skills on self-efficacy.

Keywords; Self-efficacy, entrepreneurial skills, entrepreneurship, lineal regression.



Índice de contenido

1. Introducción	7
2. Marco teórico	11
2.1. Autoeficacia.....	11
2.2. Competencias emprendedoras	12
2.2.1. Reconocimiento de Oportunidades.....	12
2.2.2. Persuasión.....	14
2.2.3. Creatividad / Innovación	15
2.2.4. Resiliencia	15
2.2.5. Liderazgo.....	16
2.2.6. Movilización De Recursos	17
2.2.7. Visión / Proactividad	18
2.2.8. Ambición / Capacidad de Crecimiento.....	18
2.3. Hipótesis	19
3. Metodología	23
3.1. Muestra	23
3.2. Medidas.....	24
3.2.1. Variable dependiente.....	24
3.2.2. Variables independientes	25
3.2.3. Variables de control.....	26
3.3. Análisis.....	27
4. Resultados.....	29
5. Discusión	35
6. Conclusiones	37
Anexo A. Entregable E3-ELITE Cuestionario emprendedores nacientes	49
Anexo B. Análisis Factorial Escala de Autoeficacia	52
Anexo C. Análisis Factorial Escala de Reconocimiento de Oportunidades.....	54
Anexo D. Análisis Factorial Escala de Persuasión.....	55
Anexo E. Análisis Factorial Escala de Creatividad.....	56



Anexo F. Análisis Factorial Escala de Resiliencia.....	57
Anexo G. Análisis Factorial Escala de Liderazgo.....	58
Anexo H. Análisis Factorial Escala de Movilización De Recursos	59
Anexo I. Análisis Factorial Escala de Visión /Proactividad.....	60
Anexo J. Análisis Factorial Escala de Ambición/Capacidad de Crecimiento....	61
Anexo K. Regresión Lineal Del Modelo.....	62

1. Introducción

Este trabajo aborda el estudio de los emprendedores y de las características con las que logran poner en marcha con éxito un proyecto empresarial. Si logramos entender a fondo su comportamiento, podremos impulsar el progreso de un país con una fuerte economía, estimulando a las comunidades para que crezcan, e impactando positivamente en la sociedad con la generación de empleo, bienestar e igualdad (Galindo et al., 2016).

Para empezar, comúnmente, el emprendimiento se puede explicar como la capacidad que tiene una persona para realizar una actividad, un reto o un nuevo proyecto, alcanzar una meta u objetivo, que puede ser económico o no. Para hacerlo posible, se necesita que esta persona cuente con un conjunto de actitudes y conductas orientados hacia la autoconfianza, la creatividad, la capacidad de innovación, el sentido de responsabilidad y el control del riesgo (Salinas y Osorio; 2012).

Los emprendedores son fundamentales en la economía global; inciden en la economía e innovación, fomentando estrategias de desarrollo, y apaciguando la pobreza. (Reynolds et al., 2002). “El emprendedor es entonces quien descubre, evalúa y explota oportunidades rentables, tomando en cuenta el riesgo, alerta a las oportunidades y necesidad por la innovación”, Shane y Venkataraman (2000, p. 220). Él transforma el conocimiento en valor económico, siendo imprescindible en el engranaje económico moderno. (Lupiañez et al., 2014).

Como se mencionó anteriormente, es importante que los emprendedores tengan ciertas características y una de ellas, que será tema central de esta discusión, es la autoeficacia. La autoeficacia puede entenderse como la “creencia en las propias capacidades para organizar y ejecutar los cursos de acción requeridos que producirán determinados logros o resultados” (Bandura, 1997; pág 3). La autoeficacia es la que da al emprendedor la motivación, el esfuerzo y la persistencia ante las dificultades (Salvador y Morales, 2009), porque contribuye a que las perciba como retos y no como amenazas (Bandura; 1999, 2001).

Los empresarios se encuentran inmersos en un ambiente de incertidumbres y riesgos (Allisson et al., 2000), por lo que se espera de ellos que tengan un fuerte sentido de autoeficacia, dado que ésta influye directamente en el éxito empresarial, siendo esta una competencia vital (Noble, Dong y Ehrlich, 1999). También deben poseer determinadas capacidades para ser emprendedores de éxito. Los empresarios son generalistas y son buenos en una variedad de habilidades; deben ser multi-capacitados, pues emprender es una actividad compleja y exigente, por lo que es necesario tener un repertorio suficientemente amplio de capacidades para responder con asertividad ante cualquier eventualidad. (Lazear, 2004).

Revisando la bibliografía se puede observar que existen modelos teóricos sobre las características propias de los emprendedores, pero hay una falta de conocimiento en cuanto a la evolución de las competencias y su influencia en la autoeficacia, a medida que el emprendedor va avanzando a lo largo del proceso de emprendimiento.

En este trabajo se analizará la influencia de las competencias emprendedoras sobre el nivel de autoeficacia. Para estudiar esas variables, se utilizarán datos del proyecto ELITE -"Estudio Longitudinal Sobre El proceso de surgimiento de emprendedores de alto impacto"-, (Liñán y Fernández-Serrano, 2016), donde se identificaron las competencias empresariales más relevantes, que son el reconocimiento de oportunidades, persuasión, creatividad/innovación, resiliencia, liderazgo, movilización de recursos, visión/proactividad y ambición/capacidad de crecimiento. Así, podrá evidenciarse cómo estas competencias influyen en la autoeficacia y en su crecimiento, dentro del proceso de emprendimiento.

Existe evidencia de que a mayor nivel de desarrollo de las competencias emprendedoras puede tener un efecto positivo sobre la autoeficacia. (Liñán, 2008) sin embargo, la importancia relativa de cada una de las competencias no está dada. Por ello, resulta interesante estudiar esta relación en una amplia muestra de adultos con diferentes niveles de vinculación con el emprendimiento.



Después de esa primera parte de introducción, la segunda sección presenta el marco teórico que se usará en este trabajo. Luego se presenta la hipótesis formulada para comprobar que cada competencia influye en el crecimiento de la autoeficacia empresarial, seguido de la metodología con la que se probará la hipótesis por medio de la regresión lineal, proporcionando los resultados de la investigación, conclusiones y su discusión.



Máster Universitario en Economía y Desarrollo

Facultad de C. Económicas y Empresariales

2. Marco teórico

En esta sección revisamos el concepto de autoeficacia emprendedora y su relación con el proceso de creación de empresas y las diferentes competencias emprendedoras.

2.1. Autoeficacia

La autoeficacia se define como la "creencia en las propias capacidades para organizar y ejecutar los cursos de acción requeridos para obtener determinados logros" (Bandura, 1997:3). Es un elemento clave en el aprendizaje social; abarca las creencias de los individuos en su capacidad para realizar una tarea exitosa (Bandura, 1989). Amorim et al. (2018) evaluaron las contribuciones de la autoeficacia al comportamiento empresarial, indicando que predice el comportamiento empresarial, introduciendo así un modelo de intención emprendedora que sugiere que la personalidad, las cogniciones y la autoeficacia son importantes para considerar el proceso de creación de empresas. Además, la autoeficacia ha sido asociada con las intenciones emprendedoras (Boyd & Vozikis, 1994).

La autoeficacia empresarial es fundamental, dado que ésta fue considerada como un antecedente clave para la intención empresarial, según Boyd y Vozikis, (1994). Es importante decir que la intención de ser empresario no es suficiente si no se complementa con la autoeficacia, ya que ésta va ligada a la autoestima y a la toma de altos riesgos, (Riyanti, 2009). Los potenciales emprendedores pueden surgir, en parte, debido a su autoeficacia. (Fuller, et al. 2018).

La fuente de autoeficacia para potenciales emprendedores es entender que esta representa la creencia de que un individuo tiene la capacidad de aprender y adaptarse, (Potosky y Ramakrishna, 2002). Chen, Gene y Crick (1998),

propusieron un modelo de autoeficacia empresarial (ESE) para predecir la probabilidad de que un individuo sea un empresario. ESE se refiere a la fuerza de la creencia de una persona en su propia capacidad para realizar con éxito los diversos roles y tareas del emprendimiento. También encontraron en su estudio que los estudiantes de emprendimiento tienen mayor autoestima, llegando a la conclusión de que los fundadores de negocios tenían una mayor autoeficacia en lo referente a la innovación y la toma de riesgos que los no fundadores, demostrando el potencial de la autoeficacia empresarial como un rasgo distintivo de los creadores.

Barakat et al. (2014), proponen que, influir positivamente en la autoeficacia puede ser un objetivo importante en la educación para el emprendimiento, especialmente en lo que respecta a promover la confianza en si mismo, sobre la eficacia en la producción de innovación y mantenerse creativo a lo largo de la innovación. La autoeficacia ha sido una de las principales variables psicológicas en el estudio de los emprendedores por su poder predictivo sobre la intención de crear una nueva empresa (Boyd y Vozikis, 1994; Liñán y Chen, 2009).

2.2. Competencias emprendedoras

Existen una gran cantidad de competencias que pueden ser potencialmente relevantes para el emprendimiento. En este apartado vamos a centrarnos en ocho de ellas, que han sido ampliamente citadas en la literatura.

2.2.1. Reconocimiento de Oportunidades

El reconocimiento de oportunidades es una habilidad muy importante para los emprendedores (Ardichvili et al. 2003:109), pues de la correcta selección de estas dependen muchas características de la creación de nuevas empresas, por lo que es una de las competencias más importantes para un emprendedor de

éxito (González-Álvarez y Solís-Rodríguez , 2011). Junto con el reconocimiento, está la cognición, que propone que los emprendedores reconocen las oportunidades, fomentando el relacionamiento e interconexión de tendencias y cambios que, para el resto de las personas, no tendrían ninguna relación (Baron, 2006). Baron (2007:170), en una investigación previa expone que, muchos estudios “ignoran en gran medida la cuestión de cómo se produce el reconocimiento de oportunidades; en otras palabras, ¿cómo determinadas personas identifican realmente las oportunidades?”. La investigación sobre este tema, hasta la fecha, ha tendido a centrarse en dos categorías de factores: acceso a la información (diferencias en el comportamiento de búsqueda o redes sociales) y cognición (diferencias en las habilidades de reconocimiento de patrones y vigilancia).

Hay una teoría de reconocimiento de oportunidades que explica por qué algunos comportamientos aumentan la probabilidad de generar una idea de empresa innovadora, (Cui et al., 2016). Según Shane y Eckhardt (2003:175), las oportunidades se identifican solo cuando las personas formulan nuevos medios, y Baron (2007:171) dice que: "Un proceso cognitivo investigado por científicos cognitivos (reconocimiento de patrones) parece estar estrechamente relacionado con el reconocimiento de oportunidades en el dominio del espíritu empresarial". Para otros, las redes de ideas tuvieron un propósito similar, al generar un conjunto diverso de aportes para la resolución de problemas potenciales o el reconocimiento de oportunidades.

Los emprendedores obtienen las oportunidades para las nuevas empresas por probabilidades en observar y experimentar comportamientos, lo que los lleva a preguntarse en qué momento interactúan otros comportamientos innovadores (observación, experimentación y redes de ideas). Debido a ello, llevan a un acceso superior a los emprendedores de alto impacto, que los conduce al reconocimiento de oportunidades, (Cui; et al. 2016). No sobra decir que la competencia social también puede desempeñar un papel tanto en el descubrimiento como en la explotación de oportunidades por parte de los emprendedores, (Shane y Venkataraman; 2000).

2.2.2. *Persuasión*

En el ámbito empresarial la persuasión es una de las competencias sociales que influye en el éxito de los emprendedores; es clave para los emprendedores porque ellos pueden convencer a los demás para que compartan sus creencias sobre lo que pueden hacer dentro de la organización; es una ayuda para los fines de estos emprendedores, con un efecto positivo en el éxito empresarial, (Baron y Markman, 2000).

Se puede argumentar que cuanto más grande sea la competencia social de los emprendedores, es decir, su capacidad para interactuar eficazmente con otros basándose en habilidades sociales discretas, mayor es su éxito financiero, debido a la precisión en la percepción de los demás y a la habilidad en el manejo de impresiones, lo que está relacionado positivamente con el éxito financiero para ellos.

La precisión en la percepción de los demás, en identificar sus rasgos, intenciones y motivos; el manejo de impresiones; una amplia gama de técnicas para inducir reacciones positivas en otros, y la capacidad de cambiar las opiniones o el comportamiento de los demás en los encuentros cara a cara, van de la mano con la persuasión (Baron y Markman; 2000). Para Baron et al. (2004) a los emprendedores se les considera que tienen una mayor capacidad de persuasión. Hay diferencias estadísticas entre los emprendedores y las demás personas, con respecto al deseo de independencia, autosuficiencia y persuasión, que confirman esta hipótesis. (Santos et al., 2000).

2.2.3. *Creatividad / Innovación*

El concepto de "iniciativa empresarial" se ha medido en varios emprendedores y se ha encontrado que la "creatividad" es una dimensión central del "potencial emprendedor" en los individuos. (Athayde, 2009)

El empresario de alto impacto, es decir, un empresario exitoso, tiene un conjunto de comportamientos que, se basan en sus habilidades y competencias, incluyen la creatividad, control personal y liderazgo, entre otras, (Gibb, 2002). La creatividad es la capacidad para idear algo nuevo y original, al tiempo que útil y beneficioso, que suele considerarse la base de la innovación (Boix et al., 2012).

La presente investigación se centró en la Escala de Orientación de la Actitud Empresarial (EAO) (Robinson et al., 1991) y en el trabajo posterior de McCline et al. (2000). Esta escala EAO fue desarrollada para medir las actitudes hacia cuatro dimensiones asociadas con el emprendimiento: el logro en el negocio; autoestima en los negocios; control personal de los resultados del negocio e innovación en los negocios.

De la EAO surge la habilidad sobre la creatividad (Timmons y Spinelli, 2004). Timmons y Spinelli aseguran que la creatividad es necesaria para el emprendimiento, siendo significativa en el aprendizaje sobre el emprendimiento.

2.2.4. *Resiliencia*

Se demostró que los componentes emocionales se expresaban mediante sentimientos y emociones, determinando la actitud hacia las intenciones empresariales, siendo una de ellas la resiliencia. (Zampetakis et al., 2009). Se afirma que la resiliencia debe convertirse en un factor importante en el proceso de emprendimiento, ya que el nivel de incertidumbre que enfrentan los emprendedores es mayor que el de otros actores organizacionales; (Santos, et al. 2013).

Además, se demostró que los emprendedores pueden desarrollar una resiliencia emocional, cognitiva, social y financiera que puede ser aprovechada y movilizada para un lanzamiento de emprendimiento posterior (Hayward et al., 2010).

La Breve Escala de la Resiliencia (Smith et al., 2008) indica que, aunque se haya definido como la resistencia a la enfermedad, adaptación y prosperidad, o la capacidad de recuperarse del estrés, los autores prueban una nueva escala de resiliencia breve, para evaluar la capacidad recuperarse del estrés, concluyendo que es un medio confiable para evaluar la resiliencia, dado que puede proporcionar información única e importante sobre las personas que enfrentan los factores estresantes relacionados con la salud. Este tema se ha convertido durante décadas en un foco de investigación en las ciencias del comportamiento y médicas (Charney, 2004; Masten, 2001).

Los recursos como el optimismo, el apoyo social, el afrontamiento activo y el rango de los evaluados por medidas de resiliencia pueden , la capacidad de recuperarse del estrés o la adversidad. Es una habilidad para recuperarse y puede, a su vez, tener una relación más directa con los resultados de salud. (Smith et al. 2008) La resiliencia ante situaciones adversas fortalece la autoeficacia (Bandura, 2001), ya que cuando se supera el estrés hace que el empresario crea en él para superar cualquier adversidad.

2.2.5. Liderazgo

Se ha evaluado el potencial empresarial, donde hay cuatro principales características en la escala, asociadas con el espíritu empresarial, siendo una de ellas el liderazgo, (Santos, et al. 2013). El liderazgo empresarial se identifica como importante por la capacidad para influir en otros, administrar recursos estratégicamente con el fin de enfatizar los comportamientos de búsqueda de oportunidades y de búsqueda de ventajas (Ireland et al., 2003; Schollosser y Todorovic 2007).

El empresario exitoso, a menudo se centra en una colección de comportamientos sustentados por ciertas habilidades y atributos y uno de ellos es el liderazgo, (Athayde, 2009). El liderazgo se define como un factor importante en el espíritu empresarial, y el emprendimiento puede verse como un tipo de liderazgo que ocurre en un entorno específico, es decir, una pequeña empresa (Vecchio, 2003). El liderazgo es una dimensión clave en el proceso de iniciativa empresarial, (Athayde, 2009), pues los líderes empresariales eficaces, fomentan una cultura donde los recursos se gestionan estratégicamente y se aprovechan las oportunidades, (Covin y Slevin, 2002).

Timmons y Spinelli (2004:250) definen liderazgo como uno de los seis temas claves necesarios para la creación de una nueva empresa. El logro, el liderazgo y el control personal se unen como constructos, que describen a una persona que “lucha” hacia sus metas.

Es importante que los emprendedores sean líderes capaces de valorar su propia capacidad o eficacia para poner en práctica con éxito las diferentes acciones requeridas para liderar nuevos proyectos emprendedores dentro de la organización. (Ehrlich et al., 2005; Wakkee et al., 2008).

2.2.6. Movilización De Recursos

La capacidad de movilización de recursos se ha identificado como la capacidad de reunir los recursos financieros y materiales para gestionar una empresa; es una estrategia que puede servir como elemento importante de predicción del éxito empresarial, dado que los recursos son una característica esencial del desarrollo de nuevas empresas y facilitan la adaptación de nuevas empresas a entornos complejos. (Tan y Peng, 2003).

Stuart y Sorenson (2007), investigaron sobre las redes sociales y advierten que mejoran la creación de empresas, ya que optimizan la movilización de recursos y no el reconocimiento de oportunidades; pero es el catalizador de los procesos empresariales. La obtención de capital financiero, físico y humano



adecuado de fuentes externas, es una tarea empresarial vital y desafiante, especialmente para los que están comenzando (Martens, Jennings y Jennings; 2007).

2.2.7. Visión / Proactividad

La personalidad proactiva se asocia significativa y positivamente con la intención empresarial, (Delle y Amadu ,2015). Covey asoció la personalidad proactiva con la responsabilidad, donde postuló que la palabra responsabilidad equivale a la "capacidad de respuesta" y se transforma en la capacidad de elegir su respuesta, (Covey, 2004).

El estado laboral modera significativamente la relación entre la personalidad proactiva y las intenciones empresariales, de modo que, las personas que trabajan tienen una mayor intención de convertirse en emprendedores, que las que no trabajan, (Delle y Amadu, 2015). Este postulado también lo reafirman otros investigadores como Tkachev y Kolvereid, (1999), diciendo que el empleo anterior o el empleo, se asoció con una mayor intención de comenzar un negocio.

Cabe pensar que, los individuos proactivos tienen la energía, el enfoque y el entusiasmo para convertirse en emprendedores exitosos y, por lo tanto, si se crea el ambiente empresarial adecuado, dichos individuos pueden crear y mantener negocios, es decir, que la personalidad proactiva es un indicador directo de las intenciones empresariales e indirecto del espíritu empresarial, (Delle y Amadu,2015).

2.2.8. Ambición / Capacidad de Crecimiento.

La importancia del emprendimiento para el éxito empresarial y para el desarrollo económico llegan a manifestar que los emprendedores de calidad

poseen una motivación intrínseca y por esto adoptan algunos comportamientos dinámicos, siendo uno de ellos la ambición, (Guzmán y Santos, 2001).

Los comportamientos dinamizadores podrían mostrar el nivel de calidad de los emprendedores, porque impulsarían sus acciones para mejorar el desempeño del negocio, (Santos y Liñán, 2007). Estos comportamientos se derivan de la orientación empresarial, como es la ambición, que puede entenderse como la necesidad del empresario de desarrollar el negocio a través de diferentes inversiones en nuevos recursos de producción (activos fijos o mano de obra), a través de asumir riesgos y mostrar agresividad competitiva (Lumpkin y Dess, 1996).

El tipo de comportamiento dinamizador, definido en el modelo de Santos y Liñán, (2007) (ambición, innovación, cooperación y proactividad) influiría en el éxito o fracaso empresarial y, a su vez, influiría en un mayor o menor nivel de crecimiento económico en el área donde operan los emprendedores.

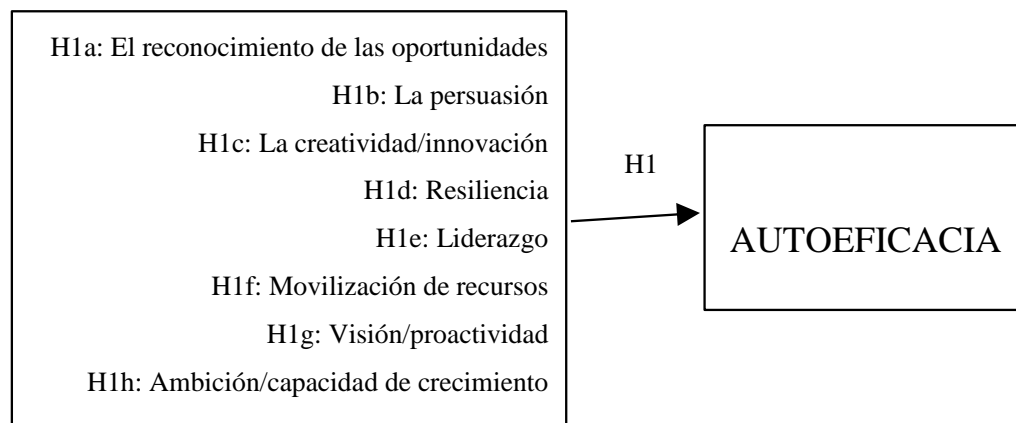
2.3. Hipótesis

El reconocimiento de oportunidades, la persuasión, la creatividad/innovación, resiliencia, liderazgo, movilización de recursos, visión/proactividad, ambición/capacidad de crecimiento son las ocho competencias que se estudian en esta investigación. Lo que se pretende comprobar es, que todas las competencias, hacen que la autoeficacia empresarial se fortalezca cada vez que ellas van creciendo.

Cuando una persona comienza el camino de ser emprendedor, las competencias emprendedoras van creciendo, a medida que él se va empoderando de su nuevo rol, hace que su entorno crezca y tome madurez sobre el ambiente empresarial, así mismo la autoeficacia crece con él, creyendo en sí mismo y llevando con éxito su carrera empresarial.

H1: Un mayor nivel de las diferentes competencias emprendedoras está asociado con un nivel más alto de autoeficacia emprendedora, incluyendo (H1a) el reconocimiento de oportunidades, (H1b) la persuasión, (H1c) la creatividad/innovación, (H1d) resiliencia, (H1e) liderazgo, (H1f) movilización de recursos, (H1g) visión/proactividad, (H1h), Ambición/capacidad de crecimiento.

Figura 1. Hipótesis.



Fuente: Elaboración propia

La propia experiencia en el emprendimiento sirve de refuerzo positivo y hace al emprendedor elevar sus niveles de autoeficacia y de las correspondientes competencias, confirmando la teoría del aprendizaje social de Bandura (1987). Bandura creía que los humanos procesamos la información, valorando la relación entre su comportamiento y sus consecuencias; así podemos explicar los factores internos y externos que inciden en el proceso del emprendimiento aprendiendo a identificar y explicar cada fase.

La autoeficacia es esencial en la motivación. Los estados afectivos, los pensamientos y las acciones de las personas, ayudan a controlar las circunstancias cambiantes de la vida, porque cuando se es eficaz, se es optimista frente a las capacidades propias y se pueden tomar mejores decisiones; enfrentar los objetivos personales, aunque se relacionen con el estrés, porque se cree en



las capacidades para afrontar los problemas, llevando a los emprendedores a esforzarse más, y teniendo la seguridad de que todo lo pueden controlar (Bandura, 1997)



Máster Universitario en Economía y Desarrollo

Facultad de C. Económicas y Empresariales

3. Metodología

3.1. Muestra

La muestra que se utilizó se basa en el proyecto ELITE ("Estudio Longitudinal Sobre El Proceso de Surgimiento de Emprendedores de Alto Impacto") que pretende comprender el proceso de nacimiento de emprendedores de alto impacto y para esto, su estudio se basa en emprendedores con alto nivel de educación (título universitario y motivación de oportunidad). En su investigación hace dos estudios longitudinales, uno de emprendedores potenciales y el otro de nacientes.

Esta investigación se basa en el segundo estudio longitudinal con empresarios nacientes que fueron contactados en centros de apoyo de emprendedores, en total se encuestaron a 2.341 mediante un cuestionario en línea.

Todas las variables forman parte de este proyecto, que fue financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad, mediante la Convocatoria Programa Estatal de Investigación Científica y Técnica de Excelencia (Proyecto I+D 2016) que obtuvo la Universidad de Sevilla con dos investigadores principales, Dr. D. Francisco Liñán Alcalde y Dr. D. José Fernández-Serrano.

Los investigadores realizaron este cuestionario, con el fin de identificar los factores claves que condicionan el paso de la intención (emprendedor potencial) a la acción (emprendedor naciente) en el colectivo de egresados universitarios con motivación por oportunidad, y los factores clave que determinan el éxito o la falta de este, en el paso de emprendedor naciente a nuevo empresario, en el colectivo de egresados universitarios con motivación por oportunidad.

El cuestionario tiene 5 secciones, pero solo nos centraremos en las secciones A5, C, E1, E2 y F3; que trata sobre la autoeficacia, las capacidades/habilidades, explorando y cuantificando la relación entre las variables, datos demográfico y formación. (Ver anexo A)

3.2. Medidas

Se utilizo como variable dependiente, la autoeficacia, y como variables independientes: el reconocimiento de oportunidades, la persuasión, la creatividad/innovación, la resiliencia, el liderazgo, la movilización de recursos, la visión/proactividad y la ambición/capacidad de crecimiento.

3.2.1. Variable dependiente

La escala de es la autoeficacia; su escala procede de Liñán et al. (2016). Los ítems que la componen son los siguientes “Definir mi idea de negocio y la estrategia de una nueva empresa”; “Mantener bajo control el proceso de creación de una nueva empresa”; “Negociar y mantener relaciones favorables con potenciales inversores y bancos”; “Reconocer oportunidades en el mercado para nuevos productos y/o servicios”; “Relacionarme con personas clave para obtener capital para crear una nueva empresa”; “Crear y poner en funcionamiento una nueva empresa”

Contiene cinco elementos, cada uno de ellos con una escala del 1 a 5, con cinco niveles de respuestas: “Muy ineficaz” (codificado = 1), “Ineficaz” (codificado = 2), “Moderadamente eficaz” (codificado = 3), “Eficaz” (codificado = 4), “Muy eficaz” (codificado = 5).

3.2.2. Variables independientes

En el anexo A podemos observar cada una de las preguntas que se hicieron en la encuesta. Contienen tres elementos, con una escala de respuesta del 1 a 5 ; con cinco niveles de respuestas: “Muy en desacuerdo” (codificado = 1), “En desacuerdo” (codificado = 2), “Ni en desacuerdo ni en acuerdo” (codificado = 3), “De acuerdo” (codificado = 4), “Muy de acuerdo” (codificado = 5).

La escala de reconocimiento de oportunidades procede de Dyer et al. (2008), Cui et al. (2016); los ítems que la componen son: “Puedo identificar los bienes y/o servicios que los clientes desean”; “Percibo las necesidades insatisfechas de los consumidores” y “Busco activamente productos o servicios que proporcionen un beneficio real a los clientes”

La escala de la persuasión procede de Baron, R y Markman, G (2003) y Santos et al. (2013); los ítems que la componen son: “Soy capaz de influir en la gente para que haga lo que yo quiero”; “Soy capaz de convencer a la gente para que cambie de opinión” y “Soy capaz de persuadir fácilmente a la gente”.

La escala de la creatividad/proactividad procede de Athayde, R. (2009); los ítems que la componen son: “La gente se sorprende a menudo de mis ideas novedosas”; “La gente me pide ayuda frecuentemente en actividades creativas” y “Prefiero hacer trabajos rutinarios en lugar de creativos”.

La escala de resiliencia procede de Smith et al. (2008); adaptado por Santos et al. (2013); los ítems que la componen son: “Me recupero rápido de un evento estresante”; “Supero los momentos difíciles con facilidad”, y “Suelo tardar bastante en superar los contratiempos de mi vida”.

La escala de liderazgo procede de Athayde, R. (2009) y modificado por Santos et al. (2013); los ítems que la componen son: “Soy capaz de dirigir con facilidad a gente con ideas diferentes a las mías”; “Soy capaz de movilizar a las personas para realizar las actividades propuestas”, y “Me gusta asumir la responsabilidad de las cosas en el proyecto en el que estoy involucrado”.

La escala de movilización de recursos procede de Santos et al. (2013); los ítems que la componen son: “Adapto fácilmente los objetivos a alcanzar en función de los recursos de los que puedo disponer”; “Normalmente, puedo encontrar los recursos necesarios para desarrollar las iniciativas que tengo.”, y “Puedo organizar mis recursos para completar los proyectos”

La escala de visión/proactividad procede Bateman, y Crant, (1993), Delle y Amadu (2015); Cui et al. (2016); los ítems que la componen son: “Si veo algo que no me gusta, lo soluciono”; “Siempre estoy buscando mejores formas de hacer las cosas” y “Si creo en una idea, ningún obstáculo me impedirá hacerla realidad”

La escala de la ambición/capacidad de crecimiento procede de Guzmán y Santos, (2001); Liñan y Santos (2007); Fernández y Romero (2013); los ítems que la componen son: “La idea de que mi empresa crezca me resulta muy atractiva.”; “Gestionar una empresa grande supondría un reto ilusionante” y “Tener una empresa grande me acarrearía más satisfacciones que disgustos”

3.2.3. Variables de control

Es este apartado están las variables que influyen en el estudio de alguna manera, pero que no son estudiadas de forma directa, se obtuvieron de la sección E. Datos demográficos y la experiencia previa; de la sección F. Formación,

Estas variables son el sexo, edad, y formación específica para la creación de empresas. En cuanto al sexo, se indica con una variable dicotómica, que toma el valor 0 si el encuestado es una mujer y el valor 1 si es un hombre; la edad toma valores numéricos de 23 en adelante; y por último si ha recibido formación universitaria también es una variable dicotómica que toma valor 0 si el encuestado, no ha recibido formación y valor 1 si ha recibido formación. (Ver anexo A)

3.3. Análisis

Con el propósito de analizar si las competencias emprendedoras inciden en la autoeficacia empresarial, en primera instancia se realizó un Análisis Factorial mediante la técnica de Análisis de Componentes Principales (ACP), para cada una de las ocho competencias y para la autoeficacia. En todos los casos, el análisis factorial indicó un solo factor con autovalor $>$ que 1. En cada caso el factor resultado se guardó como variable y se ha usado en el análisis empírico.

En el área empresarial y en la investigación sobre los emprendedores nos encontramos en situaciones donde se necesita analizar la relación que se tiene entre las variables existentes, como son las competencias y la autoeficacia. El objeto de este trabajo es el de analizar si dichas variables están asociadas; si es así, saber cómo se da esa asociación y en qué sentido; en otras palabras, si la variable dependiente aumenta o disminuye en función de los valores que toma cada variable independiente

Como es conocido, el análisis de regresión es una técnica estadística que se considera muy útil para estudiar y establecer la relación entre variables y sirve para predecir tanto los resultados de la adopción de medidas económicas, como algunos aspectos del comportamiento humano. No se pretende definir los aspectos más técnicos del análisis, si no interpretar los resultados del análisis de regresión lineal.

Luego de evidenciar la unidimensionalidad de las competencias emprendedoras y de la autoeficacia empresarial, el siguiente paso es analizar la existencia de una relación, lo cual es posible mediante la aplicación de un modelo de regresión lineal. La variable dependiente, como se explicó anteriormente, es la autoeficacia, mientras que las variables independientes incluyen las ocho competencias emprendedoras, además de la edad, sexo y si el emprendedor ha recibido formación en la creación de empresas, como variables de control. Todo el análisis empírico se realizó con el software SPSS versión 25.



Máster Universitario en Economía y Desarrollo

Facultad de C. Económicas y Empresariales

4. Resultados

Los resultados de la medida de adecuación muestral KMO y la prueba de esfericidad de Bartlett, se muestran en la Tabla N° 1. Lo aconsejable para la medida KMO es que esté cerca de la unidad, donde indica una perfecta adecuación de los datos a un modelo de análisis factorial. En el presente caso, la utilización de la técnica de reducción de ACP es aceptable para cada una de las competencias y notable para la categoría de la autoeficacia empresarial, cuyo valor es de 0,853.

Tabla 1. Prueba de KMO y Bartlett para las ocho competencias y la autoeficacia

Competencias	Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo	Prueba de esfericidad de Bartlett		
		Aprox. Chi-cuadrado	Gl	Sig.
1. Reconocimiento de Oportunidades	,713	2659,963	3	,000
2. Persuasión	,742	3612,407	3	,000
3. Creatividad/innovación	,568	1378,779	3	,000
4. Resiliencia	,611	1688,548	3	,000
5. Liderazgo	,673	1639,188	3	,000
6. Movilización de recursos	,675	1929,579	3	,000
7. Visión/proactividad	,650	1380,209	3	,000
8. Ambición/capacidad de crecimiento	,651	1937,768	3	,000
Autoeficacia				
Autoeficacia empresarial	,853	6337,865	15	,000

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la prueba de Bartlett, tanto para las competencias como para la autoeficacia, se tiene una significancia menos que 0.001, por lo tanto, a un nivel crítico del 99.9%, se rechaza la hipótesis nula, por lo que hay correlación en al menos dos variables y el análisis factorial es adecuado.

La comunalidad final o de extracción, es la parte de la varianza debido a los factores comunes o por el conjunto de componentes retenidas por el modelo. Esto a su vez permite valorar la explicación de las variables con el modelo. Los resultados del análisis factorial se muestran en los anexos del B al H. En general se puede observar que los modelos son aceptables, dado que las varianzas explicadas por el factor resultante son, en todos los casos, mayor del 59.7%

Tabla 2. Componentes extraídos y Varianza total explicada

Modelos-Competencias	Número de componentes extraídos	Porcentaje de la varianza total explicada
1. Reconocimiento de Oportunidades	1	74,413
2. Persuasión	1	80,092
3. Creatividad/innovación	1	59,706
4. Resiliencia	1	63,965
5. Liderazgo	1	66,273
6. Movilización de recursos	1	68,618
7. Visión/proactividad	1	63,257
8. Ambición/capacidad de crecimiento	1	69,004
Autoeficacia en su conjunto		
9. Autoeficacia empresarial	1	60,432

Fuente: elaboración propia

Se han estimado nueve modelos de regresión lineal; la diferencia radica en el número de competencias emprendedoras incluidas en cada uno, es decir, el modelo uno no incluye ninguna competencia, el segundo modelo incluye solo una

competencia y así sucesivamente hasta el noveno modelo que incluye las ocho competencias.

En el Anexo J1 se muestra un resumen de los modelos, los mismos son significativos en su conjunto a un nivel de confianza del 95%, también se puede observar que, el ajuste del modelo, medido por el coeficiente de correlación (R^2), va incrementando a medida que se van incluyendo más variables, en este caso más competencias. En el modelo 9, el 38% de la variación de la autoeficacia empresarial está explicada por las competencias emprendedoras, por la edad, sexo y formación del emprendedor.

Los resultados del análisis de la varianza, ANOVA, se presentan en el Anexo J2, donde se puede observar para los ocho modelos un valor significancia igual a cero ($p=0<0,05$), de esta manera se rechaza la hipótesis nula, lo que permite concluir que al menos una de las variables que forman parte de los modelos, que incluyen las competencias emprendedoras, está asociada con la autoeficacia empresarial. La dependencia lineal es estadísticamente significativa por lo que los modelos son adecuados.

La colinealidad de las variables explicativas o independientes de los modelos se analiza a partir de dos estadísticos, como es el Factor de Inflación de la Varianza (VIF por sus siglas en inglés) y el índice de condición, cuyos resultados se muestran en los anexos J3 y J4. Se puede observar que ninguna de las variables de los modelos estimados presenta un valor VIF superior a 10, ello denotaría la no existencia de colinealidad. De igual manera, los índices de condición de las variables asociadas a los modelos son bajos (menores a 15), lo que evidencia condiciones de no colinealidad.

De esta manera, se ha determinado que la estimación de los modelos es adecuada, por consiguiente, en la Tabla 3 se presentan los resultados que miden la relación de cada una de las competencias emprendedoras con la autoeficacia empresarial, que corresponde al modelo 9 del Anexo J3. Se observa que todos los coeficientes son significativos al 5% ($p=0<0,05$), a excepción de la variable sexo y menos la competencia de “visión-proactividad”. De esta manera, se evidencia un soporte mayoritario para validar H1, por lo que un mayor nivel de las

competencias emprendedoras influye de manera positiva y significativa en un nivel más alto de autoeficacia empresarial.

Tabla 3. Componentes extraídos y Varianza total explicada

Variable dependiente: AUTOEFICACIA				
Modelo	Coeficientes no estandarizados		t	Sig.
	B	Desv. Error		
(Constante)	-,427	,096	-4,467	,000
E1. ¿Cuál es su edad?	,012	,002	5,666	,000
E2. ¿Sexo?	-,046	,033	-1,400	,162
F3. ¿Ha recibido formación específica para crear empresas?	,127	,035	3,637	,000
Creatividad-innovación	,043	,019	2,237	,025
Reconocimiento-oportunidades	,260	,021	12,145	,000
Persuasión	,083	,019	4,342	,000
Resiliencia	,040	,017	2,365	,018
Liderazgo	,127	,022	5,832	,000
Movilización de recursos	,111	,021	5,372	,000
Visión-proactividad	,018	,021	,859	,390
Ambición-crecimiento	,178	,018	9,788	,000

Fuente: elaboración propia

El Reconocimiento de Oportunidades (H1a) es la competencia de mayor impacto sobre la autoeficacia empresarial, por lo que se convierte en una habilidad importante en el momento de identificar y seleccionar oportunidades viables para la creación de empresas. Esta habilidad se vincula con el acceso a la información y la cognición, lo que contribuye a identificar bienes y/o servicios que los clientes desean, permitiendo satisfacer sus necesidades. La ambición como capacidad para el crecimiento (H1h), es la segunda competencia en evidenciar

mayor influencia sobre la autoeficacia empresarial. Este comportamiento mostraría la calidad de empresario, con una motivación intrínseca para asumir riesgos e impulsar acciones orientadas hacia un buen desempeño del negocio.

El liderazgo (H1e) y la movilización de recursos (H1f) son dos competencias que también son importantes para el éxito empresarial, de hecho, estas competencias están relacionadas, por cuanto el liderazgo permite influir y dirigir a las personas para lograr los objetivos propuestos, que va en línea con la administración estratégica de los recursos y el aprovechamiento de oportunidades.

La creatividad e innovación (H1c), la persuasión (H1b) y la resiliencia (H1d) son competencias que tienen menor influencia sobre la autoeficacia empresarial, pero no por ello son menos importantes. La creatividad e innovación es considerada como una habilidad central para el potencial emprendedor, dotando de habilidades y competencias al empresario de alto impacto. La persuasión como componente social y la resiliencia como componente emocional, determinan las intenciones del empresario encaminadas hacia el éxito empresarial. Por su parte, la visión y proactividad (H1g) es la competencia con menor impacto, característica que se relaciona con la capacidad de respuesta del empresario, sin embargo, quizás su influencia directa es sobre las intenciones empresariales y no sobre el espíritu empresarial.



Máster Universitario en Economía y Desarrollo

Facultad de C. Económicas y Empresariales

5. Discusión

Los resultados de esta investigación confirmaron la Hipótesis: “Un mayor nivel de las diferentes competencias emprendedoras, está asociado con un nivel más alto de autoeficacia emprendedora”. Estudios anteriores como el de Zhao et al. (2005) muestran que los efectos del aprendizaje percibido de los cursos relacionados con el espíritu empresarial, la experiencia empresarial previa y la propensión al riesgo sobre las intenciones empresariales, estaban completamente influenciados por la autoeficacia empresarial.

También podemos encontrar estudios donde afirman que los efectos de una alta autoeficacia empresarial en el desempeño de la empresa fueron positivos cuando se combinaron con un optimismo moderado, pero negativos cuando se combinaron con un alto optimismo. En ambientes estables, sugieren que, una alta autoeficacia no siempre es beneficiosa para los emprendedores y, de hecho, puede ejercer efectos negativos bajo ciertas condiciones. (Hmieleski y Baron 2008).

En la revisión de investigaciones se encontró que la autoeficacia es la que incide sobre algunas competencias. Según Drnovšek et al. (2010), la naturaleza multidimensional propuesta de la autoeficacia es original y única en su contribución, y proporciona una base conceptual para comprender cómo se crean y nutren las capacidades a lo largo de las diferentes dimensiones de la autoeficacia empresarial. Existen muchas investigaciones sobre la autoeficacia empresarial, donde se argumenta que mucha autoeficacia no es positiva, pero la investigan desde el punto de vista de un comienzo o cuando se tiene la intención de emprender. La mayoría de las investigaciones sobre la Autoeficacia nos dan resultados sobre cómo esta variable fortalece las competencias, así como lo dice Bandura (2001), fortalece la resiliencia ante situaciones adversas; pero con este modelo podemos demostrar que también inciden las competencias sobre la autoeficacia empresarial.



Es tan importante la Autoeficacia para los emprendedores, que Salazar et al. (2014) opinan que las personas que se consideran eficaces tenderán a mostrar sentimientos optimistas sobre sus capacidades, podrán tomar decisiones sobre el curso de sus vidas y adoptarán sus objetivos personales. El ser optimistas frente a las situaciones estresantes que conlleva el ser empresario, y demostrar cómo se fortalece la autoeficacia a través de las ocho competencias, es importante para llevar a un éxito de emprendedores de alto impacto.

6. Conclusiones

Podemos concluir que la investigación arrojó un modelo donde el reconocimiento de oportunidades, la persuasión, la creatividad, la resiliencia, el liderazgo, la movilización de recursos, y la ambición/capacidad de crecimiento, a la vez que se fortalecen con el tiempo, hacen que el empresario tenga una mayor autoeficacia empresarial, lo que nos demuestra lo importante que es esta variable; “si nos vemos como competentes, tendremos más probabilidad de ver un curso de acción como factible, así veremos con mayor probabilidad una oportunidad” (Krueger, 2000, p. 7).

Este estudio tiene algunas limitaciones, debido a que el trabajo solo se realizó con personas que ya eran emprendedores; independientemente de la fase emprendedora en la que se encontraban. También son personas que han tenido formación universitaria y por otro lado, solo se estudió el caso de España, no pudiendo afirmar que el resultado es universal. Tampoco se puede obviar que, algunos también habían recibido educación previa sobre la creación de empresas.

Para futuras investigaciones se podrían estudiar otros países en vía de desarrollo y países desarrollados; así se podría constatar si las competencias emprendedoras influyen en la autoeficacia. Se podrían incluir emprendedores que no tuviesen educación universitaria y seleccionar una muestra de diferentes niveles de emprendedores, es decir, los de alto y bajo impacto y comparar los niveles de autoeficacia con sus competencias.



Máster Universitario en Economía y Desarrollo

Facultad de C. Económicas y Empresariales

Bibliografía

- Ardichvili, A; Cardozo, R and Ray, S (2003) A theory of entrepreneurial opportunity identification and development. *Journal of Business venturing, Elsevier Volume 18, Issue 1, 1 January 2003, 105-123*
- Allison, W., Chell, E. and Hayes, J. (2000). Intuition and entrepreneurial behaviour. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 9 (1), 31-43.
- Amorim, R; Rodrigues, V; Steward, D; Xiao, A and Sneyder, J (2018). The Influence Of Self-Efficacy On Entrepreneurial Behaviour Among K-12 Teachers. *Teaching And Teacher Education Vol 72; 44-53*
- Athayde, R. (2009): Measuring Enterprise Potential in Young People, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(2), 481-500
- Bandura, A. (1982). Self-efficacy mechanism in human agency. *American Psychologist*, 37, 122-147.
- Bandura, A. (1986). Social foundations of thought and action: A social cognitive theory. *Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.*
- Bandura, A. (1995). Self- efficacy in Changing Societies. Cambridge. University Press.
- Bandura, A. (1997). Self-efficacy: the exercise of control. Nueva York, NY: Freeman.
- Bandura, A. (1997). Self-efficacy: toward unifying theory of behavior change. *Psychological Review*, 84, 191-215.
- Bandura, A. (1999). Social cognitive theory of personality. En L. Pervin y O. John (Eds.), *Handbook of Personality (2nd Ed.)*, (págs. 154-196). Nueva York: Guilford.

- Bandura, A. (2001). Social cognitive theory: An agentic perspective. *Annual Review of Psychology*, 52, 1-26.
- Barakat, S; Boddington, M; Vyakarnam, S. (2014). Measuring Entrepreneurial Self-Efficacy To Understand The Impact Of Creative Activities For Learning Innovation. *The International Journal Of Management Education Vol 12, ISSUE 3. 456-468*
- Baron, R. (2006). Opportunity Recognition as Pattern Recognition: How Entrepreneurs “Connect the Dots” to Identify New Business Opportunities. *Academy of Management Perspectives. Vol. 20, No. 1*
- Baron, R. (2007). Behavioural and cognitive factors in entrepreneurship: entrepreneurs as the active element in new venture creation. *Strategic Entrepreneurship Journal, 1, 167-182.*
- Baron, R; Brush, C; and Hoehn-Weiss, M. (2004) Putting Your Best Foot Forward? Assessments of Entrepreneurial Social Competence from Two Perspectives. *The Journal of Private Equity Fall 2004, 7 (4) 17-26; DOI: <https://doi.org/10.3905/jpe.2004.434763>*
- Baron, R.; Markman, G (2000) Beyond social capital: The role of entrepreneurs' social competence in their financial success. *Journal of Business Venturing, Jan 2003, Vol.18(1),.41-60*
- Baron, R.; Markman, G (2003). Beyond social capital: The role of entrepreneurs' social competence in their financial success. *Journal of business venturing, 18(1), 41-60*
- Bateman, T. S. and Crant, J. M. (1993). The proactive component of organizational behaviour: A measure and correlates. *Journal of Organizational Behavior, 14(2), 103-118*
- Boyd, N; Vozikis ,G (1994) The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurial



- Boix; R; Capone, F; Lazzeretti; L.(2012) L Reasons for clustering of creative industries in Italy and Spain. *European Planning Studies- Taylor & Francis*.
- Covey; S (2004). The 7 Habits of Highly Effective People. (Free Press, New York).
- Chen, C., Green, P. and Crick, A. (1998). Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? *Journal of Business Venturing*, 13, 295-316
- Charney, D (2004). Psychobiological Mechanisms of Resilience and Vulnerability: Implications for Successful Adaptation to Extreme Stress. *The American Journal of Psychiatry Volume 161 Issue 2. 195-216*
- Cui, Y; Sun, C ; Xiao, H.; Zhao, C. (2016). How to become an excellent entrepreneur: The moderating effect of risk propensity on alertness to business ideas and entrepreneurial capabilities. *Technological Forecasting & Social Change, November 2016, Vol.112, .171-177*
- Coduras, A (2008). Emprendedor o emprendedora. *Diccionario de Economía Aplicada. Política, Economía Mundial y Estructura Económica, Ecobook*, 203. 403-404
- Cui, Y., Sun, C., Xiao H. and Zhao C. (2016). How to become an excellent entrepreneur: The moderating effect of risk propensity on alertness to business ideas and entrepreneurial capabilities. *Technological Forecasting and Social Change* 112, 171- 177.
- Delle, E. and Amadu, I. (2015). Proactive Personality and Entrepreneurial Intention: employment status and student level as moderators. *International Journal of Small Business and Entrepreneurship Research* Vol.3, No.4, .1-13.
- De Noble, A., Jung, D. and Ehrlich, S. (1999). Entrepreneurial self-efficacy: The development of a measure and its relationship to entrepreneurial actions. *Paper presented at the Frontiers of Entrepreneurship Research, Waltham*.

- Dyer, J.H., Gregersen, H.B. and Christensen, C. Entrepreneur Behaviors, Opportunity Recognition, and the Origins of Innovative Ventures. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2(4), 317–338.
- Drnovšek, M; Wincent, M J; Cardon (2010) "Entrepreneurial self-efficacy and business start-up: developing a multi-dimensional definition", *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, Vol. 16 Issue: 4.329-348.
- Ehrlich, S; De Noble, A. and Singh, J. (2005). Corporate Entrepreneurial Self-Efficacy: Toward the Development of a Domain-Specific Measure. *Paper pre-sented at the Frontiers of Entrepreneurship Research, Babson*
- Espíritu, O; Sastre-Castillo, A (2015) Personality Traits Versus Work Values: Comparing Psychological Theories On Entrepreneurial Intention, *Journal of Bussiness Research Volumen 68; 1595-1598*
- Fernández-Serrano, J. and Romero, I. (2013). Entrepreneurial quality and regional development: Characterizing SME sectors in low income areas, *Papers in Regional Science*, 92 (3), 495- 513
- Fuller, B; Liu, Y; Bajaba, S; Marler, L; Pratt, J (2018). Examining How The Personality, Self- Efficacy, and Anticipatory Cognitions Of Potential Entrepreneurs Shape Their Entrepreneurial Intentions. *Personality And Individual Differences 125. 120-125*
- Galindo, A; Méndez- Picazo, M; Castaño-Martinez, S. (2016) Crecimiento, Progreso Económico y Emprendimiento. *Journal of Innovation & Knowledge 1 (2 0 1 6), 62–68*
- Galindo, M (2009). El Comportamiento De Los Emprendedores Españoles en 2008. *Boletín Económico de ICE N°2962*
- Gibb, A.(2002) In pursuit of a new 'enterprise' and 'entrepreneurship' paradigm for learning: creative destruction, new values, new ways of doing things and new combinations of knowledge. *International journal of management reviews Volume4, Issue3, 233-269.*



- González-Álvarez, N; Solís-Rodríguez, V (2001). Descubrimiento de oportunidades empresariales: capital humano, capital social y género *INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, vol. 21, núm. 41, julio-septiembre, 2011,. 187-196.
- Guzmán, A; Vásquez, M Trujillo A(2008).Emprendimiento Social. *Estudios Gerenciales, Volume 24, Issue 109, 105-125*
- Guzman, J; and Santos, F.J. (2001). The booster function and the entrepreneurial quality: An application to the province of Seville *Entrepreneurship and Regional Development, 13(3), 211-228*
- Jung, D; Ehrlich, S; De Noble, A; Baik, K; (2001) Entrepreneurial Self-Efficacy and its Relationship to Entrepreneurial Management International; *Fall 2001; Vol. 6, No 1; ABI/INFORM Collection pg. 41*
- Hayward, M.; Foster, W; Sarasvathy, S.; y Fredrickson, S. (2010). Beyond hubris: How highly confident entrepreneurs rebound to venture again. *Journal of Business Venturing, 25, 569-578.*
- Hmieleski, K., and Baron, R. (2008). When does entrepreneurial self-efficacy enhance versus reduce firm performance? *Strategic Entrepreneurship Journal, 2(1), 57-72.*
- Ireland, R., Hitt, M., and Sirmon, D. (2003). A model of strategic entrepreneurship: The construct and its dimensions. *Journal of Management, 29(6), 963-989.*
- Krueger; N (2000). The cognitive infrastructure of opportunity emergence. *Entrepreneurship Theory & Practice, 24(3), 5-23.*
- Lazear (2004). Balanced skills and entrepreneurship. *American Economic Review, 94(2), 208-211*
- Liñán, F. Skill And Value Perceptions: How Do They Affect Entrepreneurial Intentions?. *International Entrepreneurship and Management Journal, September 2008, Vol.4(3),.257-272*

- Liñan ,F y Chen, Y (2009) Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship theory and practice, journals.sagepub.com*
- Liñán, F; Fernández-Serrano, J.(2016) ELITE: Estudio Longitudinal Sobre El Proceso De Surgimiento De Emprendedores De Alto Impacto. *Financiado por el Plan Nacional de I+D (Ref.: ECO2016-75655-P)*.
- Liñán, F., Moriano, J.A. and Jaén, I. (2016). Individualism and entrepreneurship: Does the pattern depend on the socialcontext?. *International Small Business Journal, 34(6), 760–776*.
- Lumpkin, G., and Dess, G. (1996). Clarifying The Entrepreneurial Orientation Construct And Linking It To Performancell. *Academy of Management review, vol. 21, 1, 135-172*
- Lupieañez, L; Priede T; López-Córza, C (2014) El Emprendimiento Como Motor Del Crecimiento Economico; *Boletín Económico de ICE° extraído de, researchgate.net. <http://hdl.handle.net/11268/2481>*
- Martens, M.L., Jennings, J.E., Jennings, P.D., (2007). Do the stories they tell get them the money they need? The Role Of Entrepreneurial Narratives In Resource Acquisition. *Academy of Management Journal 50 (5), 1107–1132*.
- Masten, A. (2001). Ordinary magic: Resilience processes in development. *American Psychologist, Vol 56(3), 227-238*
- Mccline, R; Subodh, B; Pam B. (2000) Opportunity Recognition: An Exploratory Investigation of a Component of the Entrepreneurial Process in the Context of the Health Care Industry. *Entrepreneurship Theory and Practice; San Francisco State University Volume: 25 issue: 2, 81-94*
- Moriano, J,Palaci, Morales j (2006) Adaptación y validación en España de la escala de Autoeficacia. *Revista de Psicología Social, 21:1, 51-64,*
- Moriano, J; Topal, G; Molero, F; Entenzal, A; y Lévy-Mangin, J (2012),- Autoeficacia para el Liderazgo Emprendedor. Adaptación y Validación de

la Escala CESE en España. *Anales De Psicología* 2012, Vol. 28, Nº 1 (Enero), 171-179

Peng, W y Tan, J. (2013) Organizational slack and firm performance during economic transitions: two studies from an emerging economy. *Strategic Management. Volume24, Issue13* 1249-1263

Potosky, D; Ramakrishna, H. (2002). The Moderating Role of Updating Climate Perceptions in the Relationship Between Goal Orientation, Self-Efficacy, and Job Performance. *Journal Human Performance Volume 15, 2002 - Issue 3 P, 275-297*

Reynolds, P; Bygrave, W; Autio, E; Cox, L. y Hay, M. (2002): Global Entrepreneurship Monitor, *Executive Report. Wellesly: Babson College.*

Robinson, P; Stimpson; D; Huefner, J; y Hunt; H. (1991). Anattitude approach to the prediction of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice, 15(4), 13-31.*

Salazar, P; Herrera, I; Rueda,S; y León, J(2014), El Efecto De La Conservación De Recursos Sobre La Intención Emprendedora En El Contexto De Crisis Económica: El Rol Moderador De La Autoeficacia Y La Creatividad. *Anales De Psicología, 2014, Vol. 30, Nº 2, 549-559*

Salinas, R; Osorio, L (2012) Emprendimiento Y Economía- Social Oportunidad Y Efectos En Una Sociedad En Transformación .CIRIEC-España, revista de economía pública, social y cooperativa ISSN edición impresa: 0213-8093.

Salvador, M, (2008) Como Modelos Predictivos De Autoeficacia Emprendedora. *Apuntes de Psicología Colegio Oficial de Psicología 2009, Vol. 27, número 1, 65-78. de Andalucía Occidental y ISSN 0213-3334 Universidad de Sevilla.*

Salvador, C. y Morales, J.M. (2009). Satisfacción vital e inteligencia emocional como variables moduladoras de la autoeficacia emprendedora de los jóvenes mexicanos. *Revista Interamericana de Psicología,43 (2) (en prensa).*

- Santos, S., Caetano, A., Curral, L. (2013). Psychosocial aspects of entrepreneurial potential. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 26(6), 661-685
- Santos-Cumplido, F.J. and Liñán, F. (2007). Measuring entrepreneurial quality in southern Europe, *International Entrepreneurship and Management Journal*, 3 (1), 87-107.
- Santos, F; Liñán, F. (2007). Measuring Entrepreneurial Quality in Southern Europe. *International Entrepreneurship and Management Journal* 3(1), 87-107.
- Schlosser, F; and Todorovic, Z (2012). An Entrepreneur and a Leader!: A Framework Conceptualizing the Influence of Leadership Style on a Firm's Entrepreneurial Orientation—Performance Relationship. *Journal of Small Business & Entrepreneurship Volume 20, 2007 - Issue 3, 289-307*
- Shane, S. & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25, 217-226.
- Shane, S y Eckhardt, J (2003) Opportunities and Entrepreneurship. *Journal of Management Vol 29, Issue 3*.
- Smith, R, Bell, R, Watts, H (2014) Personality trait differences between traditional and social entrepreneurs. *Social Enterprise Journal, Vol. 10 Issue: 3, 200-221*
- Smith, B; Dalen, J; Wiggins, K; Tooley, E., Christopher, P; and Bernard, J. (2008), The Brief Resilience Scale: Assessing The Ability To Bounce Back. *International Journal of Behavioral Medicine*, 15 (3), 194-200
- Stuart; T and Sorenson,O.(2007). Strategic networks and entrepreneurial Ventures. *Strategic Entrepreneurship Journal, Volume 1, Issue 3-4, 187-389*.
- Tkachev, A and Kolvereid, L (1999). Self-employment intentions among Russian students. *Journal Entrepreneurship & Regional Development An International Journal Volume 11, 1999 - Issue 3, 269-280*.



Timmons, J; y Spinelli; S. (2004). *New Venture Creation*, 6th ed. Boston, MA: Irwin McGraw-Hill.

Vecchio, R. (2003). Entrepreneurship and leadership: common trends and common threads. *Human Resource Management Review Volume 13, Issue 2, Summer, 303-327*

Wakkee, I; Elfring, T. and Monaghan, S.(2008). Creating entrepreneurial employees in traditional service sectors. The role of coaching and self-efficacy. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6, 1-21. doi: DOI 10.1007/s11365-008-0078-z

Zampetakis, L; Kafetsios, K; Bouranta, N; Dewettand, T; and Moustakis, V. (2009) On the relationship between emotional intelligence and entrepreneurial attitudes and intentions. *Int. J. Entrepr. Behav. Res.*,15, 595-618

Zhao, H., Seibert, S. E., & Hills, G. E. (2005). The Mediating Role of Self-Efficacy in the Development of Entrepreneurial Intentions. *Journal of Applied Psychology*, 90(6), 1265-1272.



Máster Universitario en Economía y Desarrollo

Facultad de C. Económicas y Empresariales

Anexos

Anexo A. Entregable E3-ELITE Cuestionario emprendedores nacientes

A5. Por favor, indique hasta qué punto sería Ud. capaz de realizar eficazmente las siguientes tareas:

	1. Muy ineficaz	2. Ineficaz	3. Moderadamente Eficaz	4. Eficaz	5. Muy eficaz
Definir mi idea de negocio y la estrategia de una nueva empresa					
Mantener bajo control el proceso de creación de una nueva empresa					
Negociar y mantener relaciones favorables con potenciales inversores y bancos					
Reconocer oportunidades en el mercado para nuevos productos y/o servicios					
Relacionarme con personas clave para obtener capital para crear una nueva empresa					
Crear y poner en funcionamiento una nueva empresa					

C. Sobre sus capacidades y habilidades

C1. Reconocimiento de oportunidades. ¿Está de acuerdo con las siguientes afirmaciones?

	1. Muy en desacuerdo	2. En desacuerdo	3. Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	4. De acuerdo	5. Muy de acuerdo
Puedo identificar los bienes y/o servicios que los clientes desean.					
Percibo las necesidades insatisfechas de los consumidores.					
Busco activamente productos o servicios que proporcionen un beneficio real a los clientes.					

C2. Persuasión. Indique su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones.

	1. Muy en desacuerdo	2. En desacuerdo	3. Ni en desacuerdo ni de acuerdo	4. De acuerdo	5. Muy de acuerdo
Soy capaz de influir en la gente para que haga lo que yo quiero.					
Soy capaz de convencer a la gente para que cambie de opinión.					
Soy capaz de persuadir fácilmente a la gente.					

C3. Creatividad/innovación. ¿Está de acuerdo con las siguientes afirmaciones?

	1. Muy en desacuerdo	2. En desacuerdo	3. Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	4. De acuerdo	5. Muy de acuerdo
La gente se sorprende a menudo de mis ideas novedosas.					
La gente me pide ayuda frecuentemente en actividades creativas.					
Prefiero hacer trabajos rutinarios en lugar de creativas.					

C4. Resiliencia. Indique su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones.

	1. Muy en desacuerdo	2. En desacuerdo	3. Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	4. De acuerdo	5. Muy de acuerdo
Me recupero rápido de un evento estresante					
Supero los momentos difíciles con facilidad					
Suelo tardar bastante en superar los contratiempos de mi vida					

C5. Liderazgo. ¿Cuál es su grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones?

	1. Muy en desacuerdo	2. En desacuerdo	3. Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	4. De acuerdo	5. Muy de acuerdo
Soy capaz de dirigir con facilidad a gente con ideas diferentes a las mías					
Soy capaz de movilizar las personas para realizar las actividades propuestas					
Me gusta asumir la responsabilidad de las cosas en el proyecto en el que estoy involucrado					

C6. Movilización de recursos. ¿Está de acuerdo con las siguientes afirmaciones?

	1. Muy en desacuerdo	2. En desacuerdo	3. Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	4. De acuerdo	5. Muy de acuerdo
Adapto fácilmente los objetivos a alcanzar en función de los recursos de los que puedo disponer					
Normalmente, puedo encontrar los recursos necesarios para desarrollar las iniciativas que tengo.					
Puedo organizar mis recursos para completar los proyectos					

C7. Visión/proactividad. Indique su grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones.



	1. Muy en desacuerdo	2. En desacuerdo	3. Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	4. De acuerdo	5. Muy de acuerdo
Si veo algo que no me gusta, lo soluciono					
Siempre estoy buscando mejores formas de hacer las cosas					
Si creo en una idea, ningún obstáculo me impedirá hacerlo realidad					

C8. Ambición/capacidad de crecimiento. ¿En qué medida está de acuerdo con las siguientes afirmaciones?

	1. Muy en desacuerdo	2. En desacuerdo	3. Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	4. De acuerdo	5. Muy de acuerdo
La idea de que mi empresa crezca me resulta muy atractiva					
Gestionar una empresa grande supondría un reto ilusionante					
Tener una empresa grande me acarrearía más satisfacciones que disgustos					

E. Datos demográficos y experiencia previa

E1. ¿Cuál es su edad?

E2. ¿Sexo? ___ Hombre ___ mujer

F. Formación

F3. ¿Ha recibido formación específica para crear empresas? _____ Sí _____ No

Anexo B. Análisis Factorial Escala de Autoeficacia

Prueba de KMO y Bartlett

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		,853
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	6337,865
	Gl	15
	Sig.	,000

Fuente: SPSS Statistics 25

Comunalidades

	Inicial	Extracción
A5. Definir mi idea de negocio y la estrategia de una nueva empresa	1,000	,608
A5. Mantener bajo control el proceso de creación de una nueva empresa	1,000	,615
A5. Negociar y mantener relaciones favorables con potenciales inversores y bancos	1,000	,613
A5. Reconocer oportunidades en el mercado para nuevos productos y/o servicios	1,000	,585
A5. Relacionarme con personas clave para obtener capital para crear una nueva empresa	1,000	,546
A5. Crear y poner en funcionamiento una nueva empresa	1,000	,659

Método de extracción: análisis de componentes principales.

Fuente: SPSS Statistics 25

Varianza total explicada

Componente	Autovalores iniciales			Sumas de extracción de cargas al cuadrado		
	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado
1	3,626	60,432	60,432	3,626	60,432	60,432
2	,775	12,910	73,342			
3	,514	8,562	81,905			
4	,430	7,164	89,068			
5	,349	5,823	94,891			
6	,307	5,109	100,000			

Método de extracción: análisis de componentes principales.

Fuente: SPSS Statistics 25

Matriz de componente^a

	Componente
	1
A5. Definir mi idea de negocio y la estrategia de una nueva empresa	,780
A5. Mantener bajo control el proceso de creación de una nueva empresa	,784
A5. Negociar y mantener relaciones favorables con potenciales inversores y bancos	,783
A5. Reconocer oportunidades en el mercado para nuevos productos y/o servicios	,765
A5. Relacionarme con personas clave para obtener capital para crear una nueva empresa	,739
A5. Crear y poner en funcionamiento una nueva empresa	,812

Método de extracción: análisis de componentes principales.

a. 1 componentes extraídos.

Fuente: SPSS Statistics 25

Anexo C. Análisis Factorial Escala de Reconocimiento de Oportunidades

Prueba de KMO y Bartlett

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		,713
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	2659,963
	Gl	3
	Sig.	,000

Fuente: SPSS Statistics 25

Comunalidades

	Inicial	Extracción
C1. Puedo identificar los bienes y/o servicios que los clientes desean	1,000	,777
C1. Percibo las necesidades insatisfechas de los consumidores	1,000	,761
C1. Busco activamente productos o servicios que proporcionen un beneficio real a los clientes	1,000	,695

Método de extracción: análisis de componentes principales.

Fuente: SPSS Statistics 25

Varianza total explicada

Componente	Autovalores iniciales			Sumas de cargas al cuadrado de la extracción		
	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado
1	2,232	74,413	74,413	2,232	74,413	74,413
2	,445	14,822	89,235			
3	,323	10,765	100,000			

Método de extracción: análisis de componentes principales.

Fuente: SPSS Statistics 25

Matriz de componente^a

	Componente 1
C1. Puedo identificar los bienes y/o servicios que los clientes desean	,882
C1. Percibo las necesidades insatisfechas de los consumidores	,872
C1. Busco activamente productos o servicios que proporcionen un beneficio real a los clientes	,833

Método de extracción: análisis de componentes principales.

a. 1 componentes extraídos.

Fuente: SPSS Statistics 25

Anexo D. Análisis Factorial Escala de Persuasión

Prueba de KMO y Bartlett

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		,742
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	3612,407
	Gl	3
	Sig.	,000

Fuente: SPSS Statistics 25

Comunalidades

	Inicial	Extracción
C2. Soy capaz de influir en la gente para que haga lo que yo quiero	1,000	,792
C2. Soy capaz de convencer a la gente para que cambie de opinión	1,000	,795
C2. Soy capaz de persuadir fácilmente a la gente	1,000	,816

Método de extracción: análisis de componentes principales

Fuente: SPSS Statistics 25

Varianza total explicada

Componente	Autovalores iniciales			Sumas de cargas al cuadrado de la extracción		
	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado
1	2,403	80,092	80,092	2,403	80,092	80,092
2	,318	10,614	90,706			
3	,279	9,294	100,000			

Método de extracción: análisis de componentes principales.

Fuente: SPSS Statistics 25

Matriz de componente^a

	Componente
	1
C2. Soy capaz de influir en la gente para que haga lo que yo quiero	,890
C2. Soy capaz de convencer a la gente para que cambie de opinión	,892
C2. Soy capaz de persuadir fácilmente a la gente	,903

Método de extracción: análisis de componentes principales.

a. 1 componentes extraídos.

Fuente: SPSS Statistics 25

Anexo E. Análisis Factorial Escala de Creatividad

Prueba de KMO y Bartlett

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		,568
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	1378,779
	GI	3
	Sig.	,000

Fuente: SPSS Statistics 25

Comunalidades

	Inicial	Extracción
C3.1. La gente se sorprende a menudo de mis ideas novedosas	1,000	,742
C3.2. La gente me pide ayuda frecuentemente en actividades creativas	1,000	,749
C3.3.REV. Prefiero hacer trabajos rutinarios en lugar de creativos reverse	1,000	,301

Método de extracción: análisis de componentes principales

Fuente: SPSS Statistics 25

Varianza total explicada

Componente	Autovalores iniciales			Sumas de extracción de cargas al cuadrado		
	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado
1	1,791	59,706	59,706	1,791	59,706	59,706
2	,841	28,017	87,723			
3	,368	12,277	100,000			

Método de extracción: análisis de componentes principales.

Fuente: SPSS Statistics 25

Matriz de componente^a

	Componente
	1
C3.1. La gente se sorprende a menudo de mis ideas novedosas	,861
C3.2. La gente me pide ayuda frecuentemente en actividades creativas	,865
C3.3.REV. Prefiero hacer trabajos rutinarios en lugar de creativos_reverse	,548

Método de extracción: análisis de componentes principales.

a. 1 componentes extraídos.

Fuente: SPSS Statistics 25

Anexo F. Análisis Factorial Escala de Resiliencia

Prueba de KMO y Barlett

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		,611
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	1688,548
	Gl	3
	Sig.	,000

Fuente: SPSS Statistics 25

Comunalidades

	Inicial	Extracción
C4.1. Me recupero rápido de un evento estresante	1,000	,747
C4.2. Supero los momentos difíciles con facilidad	1,000	,747
C4.3.REV Suelo tardar bastante en superar los contratiempos_reverser	1,000	,426

Método de extracción: análisis de componentes principales

Fuente: SPSS Statistics 25

Varianza total explicada

Componente	Autovalores iniciales			Sumas de cargas al cuadrado de la extracción		
	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado
1	1,919	63,965	63,965	1,919	63,965	63,965
2	,738	24,605	88,570			
3	,343	11,430	100,000			

Método de extracción: análisis de componentes principales

Fuente: SPSS Statistics 25

Matriz de componente^a

	Componente
	1
C4.1. Me recupero rápido de un evento estresante	,864
C4.2. Supero los momentos difíciles con facilidad	,864
C4.3.REV Suelo tardar bastante en superar los contratiempos_reverser	,652

Método de extracción: análisis de componentes principales.

a. 1 componentes extraídos.

Fuente: SPSS Statistics 25

Anexo G. Análisis Factorial Escala de Liderazgo

Prueba de KMO y Bartlett

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		,673
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	1639,188
	Gl	3
	Sig.	,000

Fuente: SPSS Statistics 25

Comunalidades

	Inicial	Extracción
C5. Soy capaz de dirigir con facilidad a gente con ideas diferentes a las mías	1,000	,660
C5. Soy capaz de movilizar a las personas para realizar las actividades propuestas	1,000	,726
C5. Me gusta asumir la responsabilidad de las cosas en el proyecto en el que estoy involucrado	1,000	,603

Método de extracción: análisis de componentes principales

Fuente: SPSS Statistics 25

Varianza total explicada

Componente	Autovalores iniciales			Sumas de cargas al cuadrado de la extracción		
	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado
1	1,988	66,273	66,273	1,988	66,273	66,273
2	,586	19,538	85,811			
3	,426	14,189	100,000			

Método de extracción: análisis de componentes principales

Fuente: SPSS Statistics 25

Matriz de componente^a

	Componente
	1
C5. Soy capaz de dirigir con facilidad a gente con ideas diferentes a las mías	,812
C5. Soy capaz de movilizar a las personas para realizar las actividades propuestas	,852
C5. Me gusta asumir la responsabilidad de las cosas en el proyecto en el que estoy involucrado	,776

Método de extracción: análisis de componentes principales.

a. 1 componentes extraídos

Fuente: SPSS Statistics 25

Anexo H. Análisis Factorial Escala de Movilización De Recursos

Prueba de KMO y Bartlett

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		,675
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	1929,579
	Gl	3
	Sig.	,000

Fuente: SPSS Statistics 25

Comunalidades

	Inicial	Extracción
C6. Adapto fácilmente los objetivos a alcanzar en función de los recursos de los que puedo disponer	1,000	,629
C6. Normalmente, puedo encontrar los recursos necesarios para desarrollar las iniciativas que tengo.	1,000	,670
C6. Puedo organizar mis recursos para completar los proyectos	1,000	,760

Método de extracción: análisis de componentes principales

Fuente: SPSS Statistics 25

Varianza total explicada

Componente	Autovalores iniciales			Sumas de cargas al cuadrado de la extracción		
	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado
1	2,059	68,618	68,618	2,059	68,618	68,618
2	,564	18,809	87,427			
3	,377	12,573	100,000			

Método de extracción: análisis de componentes principales.

Fuente: SPSS Statistics 25

Matriz de componente^a

	Componente 1
C6. Adapto fácilmente los objetivos a alcanzar en función de los recursos de los que puedo disponer	,793
C6. Normalmente, puedo encontrar los recursos necesarios para desarrollar las iniciativas que tengo.	,818
C6. Puedo organizar mis recursos para completar los proyectos	,872

Método de extracción: análisis de componentes principales.

a. 1 componentes extraídos.

Fuente: SPSS Statistics 25

Anexo I. Análisis Factorial Escala de Visión /Proactividad

Prueba de KMO y Bartlett

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		,650
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	1380,209
	Gl	3
	Sig.	,000

Fuente: SPSS Statistics 25

Comunalidades

	Inicial	Extracción
C7. Si veo algo que no me gusta, lo soluciono	1,000	,700
C7. Siempre estoy buscando mejores formas de hacer las cosas	1,000	,673
C7. Si creo en una idea, ningún obstáculo me impedirá hacerlo realidad	1,000	,524

Método de extracción: análisis de componentes principales.

Fuente: SPSS Statistics 25

Varianza total explicada

Componente	Autovalores iniciales			Sumas de cargas al cuadrado de la extracción		
	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado
1	1,898	63,257	63,257	1,898	63,257	63,257
2	,660	21,984	85,241			
3	,443	14,759	100,000			

Método de extracción: análisis de componentes principales

Fuente: SPSS Statistics 25

Matriz de componente^a

	Componente
	1
C7. Si veo algo que no me gusta, lo soluciono	,837
C7. Siempre estoy buscando mejores formas de hacer las cosas	,820
C7. Si creo en una idea, ningún obstáculo me impedirá hacerlo realidad	,724

Método de extracción: análisis de componentes principales

a. 1 componentes extraídos

Fuente: SPSS Statistics 25

Anexo J. Análisis Factorial Escala de Ambición/Capacidad de Crecimiento

Prueba de KMO y Bartlett

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		,651
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	1937,768
	Gl	3
	Sig.	,000

Fuente: SPSS Statistics 25

Comunalidades

	Inicial	Extracción
C8. La idea de que mi empresa crezca me resulta muy atractiva	1,000	,591
C8. Gestionar una empresa grande supondría un reto ilusionante	1,000	,790
C8. Tener una empresa grande me acarrearía más satisfacciones que disgustos	1,000	,689

Método de extracción: análisis de componentes principales.

Fuente: SPSS Statistics 25

Varianza total explicada

Componente	Autovalores iniciales			Sumas de cargas al cuadrado de la extracción		
	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado
1	2,070	69,004	69,004	2,070	69,004	69,004
2	,601	20,027	89,031			
3	,329	10,969	100,000			

Método de extracción: análisis de componentes principales.

Fuente: SPSS Statistics 25

Matriz de componente^a

	Componente
	1
C8. La idea de que mi empresa crezca me resulta muy atractiva	,768
C8. Gestionar una empresa grande supondría un reto ilusionante	,889
C8. Tener una empresa grande me acarrearía más satisfacciones que disgustos	,830

Método de extracción: análisis de componentes principales

a. 1 componentes extraídos

Fuente: SPSS Statistics 2.5

Anexo K. Regresión Lineal Del Modelo

Resumen Del Modelo.

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación	Estadísticos de cambio				
					Cambio en R cuadrado	Cambio en F	gl1	gl2	Sig. Cambio en F
1	,229 ^a	,052	,051	,92185345	,052	39,857	3	2168	,000
2	,516 ^b	,266	,265	,81152753	,214	630,542	1	2167	,000
3	,571 ^c	,326	,324	,77796507	,060	192,008	1	2166	,000
4	,601 ^d	,361	,359	,75747372	,035	119,775	1	2165	,000
5	,611 ^e	,373	,371	,75052071	,012	41,300	1	2164	,000
6	,615 ^f	,379	,376	,74721077	,006	20,214	1	2163	,000
7	,617 ^g	,381	,378	,74619486	,002	6,894	1	2162	,009
8	,618 ^h	,382	,379	,74540470	,002	5,586		2161	,018
9	,619 ⁱ	,383	,379	,74544980	,330	144,435	8	2160	,000

a. Predictores: (Constante), F3. ¿Ha recibido formación específica para crear empresas?, E2. ¿Sexo?, E1. ¿Cuál es su edad?

b. Predictores: (Constante), F3. ¿Ha recibido formación específica para crear empresas?, E2. ¿Sexo?, E1. ¿Cuál es su edad?, RECONOCIMIENTO-OPORTUNIDADES

c. Predictores: (Constante), F3. ¿Ha recibido formación específica para crear empresas?, E2. ¿Sexo?, E1. ¿Cuál es su edad?, RECONOCIMIENTO-OPORTUNIDADES, AMBICIÓN-CRECIMIENTO

d. Predictores: (Constante), F3. ¿Ha recibido formación específica para crear empresas?, E2. ¿Sexo?, E1. ¿Cuál es su edad?, RECONOCIMIENTO-OPORTUNIDADES, AMBICIÓN-CRECIMIENTO, LIDERAZGO

e. Predictores: (Constante), F3. ¿Ha recibido formación específica para crear empresas?, E2. ¿Sexo?, E1. ¿Cuál es su edad?, RECONOCIMIENTO-OPORTUNIDADES, AMBICIÓN-CRECIMIENTO, LIDERAZGO, MOVILIZACIÓN DE RECURSOS

f. Predictores: (Constante), F3. ¿Ha recibido formación específica para crear empresas?, E2. ¿Sexo?, E1. ¿Cuál es su edad?, RECONOCIMIENTO-OPORTUNIDADES, AMBICIÓN-CRECIMIENTO, LIDERAZGO, MOVILIZACIÓN DE RECURSOS, PERSUACIÓN

g. Predictores: (Constante), F3. ¿Ha recibido formación específica para crear empresas?, E2. ¿Sexo?, E1. ¿Cuál es su edad?, RECONOCIMIENTO-OPORTUNIDADES, AMBICIÓN-CRECIMIENTO, LIDERAZGO, MOVILIZACIÓN DE RECURSOS, PERSUACIÓN, RESILIENCIA

h. Predictores: (Constante), F3. ¿Ha recibido formación específica para crear empresas?, E2. ¿Sexo?, E1. ¿Cuál es su edad?, RECONOCIMIENTO-OPORTUNIDADES, AMBICIÓN-CRECIMIENTO, LIDERAZGO, MOVILIZACIÓN DE RECURSOS, PERSUACIÓN, RESILIENCIA, CREAT-INNOVAC

i. Predictores: (Constante), F3. ¿Ha recibido formación específica para crear empresas?, E2. ¿Sexo?, E1. ¿Cuál es su edad?, PERSUACIÓN, RESILIENCIA, AMBICIÓN-CRECIMIENTO, CREAT-INNOVAC, MOVILIZACIÓN DE RECURSOS, RECONOCIMIENTO-OPORTUNIDADES, VISION-PROACTIVIDAD, LIDERAZGO

Fuente: SPSS Statistics 25

ANOVA^a

Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	101,613	3	33,871	39,857	,000 ^b
	Residuo	1842,396	2168	,850		
	Total	1944,009	2171			
2	Regresión	516,873	4	129,218	196,208	,000 ^c
	Residuo	1427,136	2167	,659		
	Total	1944,009	2171			
3	Regresión	633,081	5	126,616	209,204	,000 ^d
	Residuo	1310,927	2166	,605		
	Total	1944,009	2171			
4	Regresión	701,805	6	116,967	203,859	,000 ^e
	Residuo	1242,204	2165	,574		
	Total	1944,009	2171			
5	Regresión	725,068	7	103,581	183,889	,000 ^f
	Residuo	1218,941	2164	,563		
	Total	1944,009	2171			
6	Regresión	736,354	8	92,044	164,858	,000 ^g
	Residuo	1207,655	2163	,558		
	Total	1944,009	2171			
7	Regresión	740,193	9	82,244	147,706	,000 ^h
	Residuo	1203,816	2162	,557		
	Total	1944,009	2171			
8	Regresión	743,296	10	74,330	133,776	,000 ⁱ
	Residuo	1200,712	2161	,556		
	Total	1944,009	2171			
9	Regresión	743,707	11	67,610	121,667	,000 ^j
	Residuo	1200,302	2160	,556		
	Total	1944,009	2171			

a. Variable dependiente: AUTOEFICACIA

b. Predictores: (Constante), F3. ¿Ha recibido formación específica para crear empresas?, E2. ¿Sexo?, E1. ¿Cuál es su edad?

c. Predictores: (Constante), F3. ¿Ha recibido formación específica para crear empresas?, E2. ¿Sexo?, E1. ¿Cuál es su edad?, RECONOCIMIENTO-OPORTUNIDADES

d. Predictores: (Constante), F3. ¿Ha recibido formación específica para crear empresas?, E2. ¿Sexo?, E1. ¿Cuál es su edad?, RECONOCIMIENTO-OPORTUNIDADES, AMBICIÓN-CRECIMIENTO

e. Predictores: (Constante), F3. ¿Ha recibido formación específica para crear empresas?, E2. ¿Sexo?, E1. ¿Cuál es su edad?, RECONOCIMIENTO-OPORTUNIDADES, AMBICIÓN-CRECIMIENTO, LIDERAZGO

f. Predictores: (Constante), F3. ¿Ha recibido formación específica para crear empresas?, E2. ¿Sexo?, E1. ¿Cuál es su edad?, RECONOCIMIENTO-OPORTUNIDADES, AMBICIÓN-CRECIMIENTO, LIDERAZGO, MOVILIZACIÓN DE RECURSOS

g. Predictores: (Constante), F3. ¿Ha recibido formación específica para crear empresas?, E2. ¿Sexo?, E1. ¿Cuál es su edad?, RECONOCIMIENTO-OPORTUNIDADES, AMBICIÓN-CRECIMIENTO, LIDERAZGO, MOVILIZACIÓN DE RECURSOS, PERSUACIÓN

h. Predictores: (Constante), F3. ¿Ha recibido formación específica para crear empresas?, E2. ¿Sexo?, E1. ¿Cuál es su edad?, RECONOCIMIENTO-OPORTUNIDADES, AMBICIÓN-CRECIMIENTO, LIDERAZGO, MOVILIZACIÓN DE RECURSOS, PERSUACIÓN, RESILIENCIA

i. Predictores: (Constante), F3. ¿Ha recibido formación específica para crear empresas?, E2. ¿Sexo?, E1. ¿Cuál es su edad?, RECONOCIMIENTO-OPORTUNIDADES, AMBICIÓN-CRECIMIENTO, LIDERAZGO, MOVILIZACIÓN DE RECURSOS, PERSUACIÓN, RESILIENCIA, CREAT-INNOVAC

j. Predictores: (Constante), F3. ¿Ha recibido formación específica para crear empresas?, E2. ¿Sexo?, E1. ¿Cuál es su edad?, RECONOCIMIENTO-OPORTUNIDADES, AMBICIÓN-CRECIMIENTO, LIDERAZGO, MOVILIZACIÓN DE RECURSOS, PERSUACIÓN, RESILIENCIA, CREAT-INNOVAC, VISION-PROACTIVIDAD

Fuente: SPSS Statistics 25

Coeficientes

	Modelo	Coeficientes no estandarizados		Sig.	Estadísticas de colinealidad	
		B	Desv. Error		Tolerancia	VIF
1	(Constante)	-,855	,116	,000		
	E1. ¿Cuál es su edad?	,020	,003	,000	,972	1,029
	E2. ¿Sexo?	-,029	,040	,464	,986	1,014
	F3. ¿Ha recibido formación específica para crear empresas?	,268	,043	,000	,975	1,026
2	(Constante)	-,438	,103	,000		
	E1. ¿Cuál es su edad?	,013	,002	,000	,954	1,048
	E2. ¿Sexo?	-,096	,035	,006	,980	1,020
	F3. ¿Ha recibido formación específica para crear empresas?	,185	,038	,000	,967	1,034
	Reconocimiento-oportunidades	,483	,019	,000	,968	1,033
3	(Constante)	-,507	,099	,000		
	E1. ¿Cuál es su edad?	,014	,002	,000	,953	1,050
	E2. ¿Sexo?	-,038	,034	,261	,965	1,036
	F3. ¿Ha recibido formación específica para crear empresas?	,148	,036	,000	,962	1,039
	Reconocimiento-oportunidades	,389	,020	,000	,853	1,172
	Ambición-crecimiento	,249	,018	,000	,864	1,158
4	(Constante)	-,489	,096	,000		
	E1. ¿Cuál es su edad?	,013	,002	,000	,952	1,051
	E2. ¿Sexo?	-,027	,033	,415	,965	1,037
	F3. ¿Ha recibido formación específica para crear empresas?	,135	,035	,000	,961	1,040
	Reconocimiento-oportunidades	,320	,020	,000	,769	1,300
	Ambición-crecimiento	,204	,018	,000	,818	1,222
	Liderazgo	,213	,019	,000	,788	1,268
5	(Constante)	-,439	,096	,000		
	E1. ¿Cuál es su edad?	,013	,002	,000	,951	1,051
	E2. ¿Sexo?	-,046	,033	,163	,957	1,045
	F3. ¿Ha recibido formación específica para crear empresas?	,126	,035	,000	,960	1,042
	Reconocimiento-oportunidades	,289	,021	,000	,726	1,378
	Ambición-crecimiento	,188	,018	,000	,804	1,244
	Liderazgo	,177	,020	,000	,728	1,373
	Movilización de recursos	,128	,020	,000	,739	1,354
6	(Constante)	-,457	,096	,000		
	E1. ¿Cuál es su edad?	,013	,002	,000	,949	1,053
	E2. ¿Sexo?	-,044	,033	,176	,957	1,045
	F3. ¿Ha recibido formación específica para crear empresas?	,128	,035	,000	,959	1,042

	Reconocimiento-oportunidades	,275	,021	,000	,711	1,407
	Ambición-crecimiento	,185	,018	,000	,802	1,247
	Liderazgo	,142	,021	,000	,633	1,581
	Movilización de recursos	,126	,020	,000	,738	1,355
	Persuasión	,086	,019	,000	,749	1,336
7	(Constante)	-,447	,095	,000		
	E1. ¿Cuál es su edad?	,013	,002	,000	,946	1,058
	E2. ¿Sexo?	-,043	,033	,185	,957	1,045
	F3. ¿Ha recibido formación específica para crear empresas?	,128	,035	,000	,959	1,042
	Reconocimiento-oportunidades	,273	,021	,000	,710	1,409
	Ambición-crecimiento	,182	,018	,000	,800	1,250
	Liderazgo	,135	,022	,000	,623	1,606
	Movilización de recursos	,121	,020	,000	,733	1,363
	Persuasión	,086	,019	,000	,749	1,336
	Resiliencia	,044	,017	,009	,929	1,077
8	(Constante)	-,428	,096	,000		
	E1. ¿Cuál es su edad?	,012	,002	,000	,934	1,070
	E2. ¿Sexo?	-,044	,033	,182	,957	1,045
	F3. ¿Ha recibido formación específica para crear empresas?	,127	,035	,000	,959	1,043
	Reconocimiento-oportunidades	,263	,021	,000	,677	1,477
	Ambición-crecimiento	,181	,018	,000	,800	1,251
	Liderazgo	,129	,022	,000	,613	1,631
	Movilización de recursos	,116	,020	,000	,723	1,383
	Persuasión	,083	,019	,000	,745	1,342
	Resiliencia	,041	,017	,016	,922	1,084
	Creatividad/innovación	,045	,019	,018	,766	1,305
9	(Constante)	-,427	,096	,000		
	E1. ¿Cuál es su edad?	,012	,002	,000	,934	1,071
	E2. ¿Sexo?	-,046	,033	,162	,950	1,052
	F3. ¿Ha recibido formación específica para crear empresas?	,127	,035	,000	,959	1,043
	Creatividad/innovación	,043	,019	,025	,754	1,326
	Reconocimiento de oportunidades	,260	,021	,000	,660	1,514
	Persuasión	,083	,019	,000	,745	1,342
	Resiliencia	,040	,017	,018	,919	1,088
	Liderazgo	,127	,022	,000	,608	1,646
	Movilización de recursos	,111	,021	,000	,672	1,487
	Visión-proactividad	,018	,021	,390	,659	1,518
	Ambición-crecimiento	,178	,018	,000	,772	1,296

a.Variable dependiente: AUTOEFICACIA

Fuente: SPSS Statistics 25

Diagnóstico de Colinealidad

Modelo	Dimensión	Autovalor	Índice de condición
1	1	3,792	1,000
	2	,115	5,739
	3	,071	7,296
	4	,021	13,395
2	1	3,802	1,000
	2	,992	1,958
	3	,115	5,751
	4	,071	7,305
	5	,021	13,601
3	1	3,802	1,000
	2	1,337	1,686
	3	,656	2,407
	4	,113	5,812
	5	,071	7,306
	6	,020	13,625
4	1	3,809	1,000
	2	1,714	1,491
	3	,676	2,373
	4	,597	2,526
	5	,112	5,827
	6	,071	7,314
	7	,020	13,641
5	1	3,819	1,000
	2	2,088	1,352
	3	,717	2,307
	4	,599	2,525
	5	,573	2,581
	6	,112	5,840
	7	,071	7,332
	8	,020	13,700
6	1	3,827	1,000
	2	2,385	1,267
	3	,807	2,178
	4	,707	2,326
	5	,595	2,536
	6	,475	2,838
	7	,112	5,848
	8	,071	7,341
	9	,020	13,730
7	1	3,829	1,000
	2	2,480	1,243
	3	,917	2,043
	4	,804	2,182
	5	,705	2,331
	6	,592	2,543
	7	,471	2,851
	8	,112	5,851
	9	,071	7,349
	10	,020	13,747

8	1	3,846	1,000
	2	2,756	1,181
	3	,919	2,046
	4	,806	2,185
	5	,777	2,225
	6	,662	2,410
	7	,564	2,611
	8	,468	2,865
	9	,112	5,869
	10	,071	7,380
	11	,020	13,832
9	1	3,890	1,000
	2	3,105	1,119
	3	,919	2,057
	4	,868	2,117
	5	,777	2,237
	6	,680	2,391
	7	,565	2,624
	8	,528	2,714
	9	,466	2,888
	10	,111	5,928
	11	,070	7,429
	12	,020	13,910

a. Variable dependiente: AUTOEFICACIA
Fuente: SPSS Statistics 25