



Revista Electrónica de Psicología Iztacala



Universidad Nacional Autónoma de México

Vol. 18 No. 1

Marzo de 2015

AUTOESTIMA Y HABILIDADES EMPRENDEDORAS EN ESTUDIANTES DE NIVEL MEDIO SUPERIOR

Marco Alberto Núñez Ramírez¹

Universidad Intercultural del Estado de Tabasco
México

RESUMEN

El objetivo de la presente investigación es evaluar la asociación entre la autoestima y las habilidades emprendedoras en estudiantes de nivel medio superior. Se parte de la premisa que sostiene que la autoestima es uno de los elementos constitutivos de la psicología del emprendedor. Desde la teoría del comportamiento planeado es posible acercarse al desarrollo de habilidades emprendedoras a través de la parte actitudinal, la autoestima juega un papel de mucha relevancia. Se empleó una metodología cuantitativa y correlacional con un diseño no experimental. A través de una muestra conformada por 77 estudiantes de nivel medio superior se encontró que la autoestima se asocia de manera positiva y significativa con las habilidades emprendedoras. También se observó que la autoestima puede ser un elemento predictor del emprendimiento, pues ejerce una influencia positiva sobre las habilidades emprendedoras. Los resultados fueron obtenidos mediante el empleo de correlación de *Spearman* y modelación de ecuaciones estructurales.

Palabras clave: Autoestima, habilidades emprendedoras, correlación, actitudes.

¹ Correo electrónico: mnunezram@comunidad.unam.mx, Profesor Investigador de la Universidad Intercultural del Estado de Tabasco. Doctor en Ciencias de la Administración. Estudiante de la Licenciatura en Psicología, SUAYED FES Iztacala-UNAM

SELF-ESTEEM AND ENTREPRENEURIAL SKILLS IN HIGH SCHOOL STUDENTS

ABSTRACT

The aim of this research is to evaluate the association between self-esteem and entrepreneurial skills in high school students. We were based on the premise which maintains that self-esteem is one of the constituent elements of the entrepreneur psychology. From the theory of planned behavior it is possible to approach to the development of entrepreneurial skills through the attitudinal, where self-esteem plays a very important role. A correlational study and quantitative methodology with a non-experimental design was used. It was found through a sample comprised of 77 high school students that self-esteem is associated in a positive and significant way with the entrepreneurial skills. We observed that self-esteem can be a predictor of entrepreneurship, because it has a positive influence on the entrepreneurial skills. The results were obtained using correlation of Spearman and structural equation modeling.

Keywords: Self-esteem, entrepreneurial skills, correlation, attitudes.

INTRODUCCIÓN

El interés por el emprendimiento ha crecido en los últimos años (Stevenson y Jarillo, 1990; Goetz *et al.*, 2000; Thomas y Mueller, 2000; Texeira, 2011). Su impacto económico y social en el fomento para la creación de nuevos negocios ha sido considerable en todo el mundo (Kets de De Vries, 1996). El emprendedor ha sido usualmente definido como un individuo que concibe e implementa una nueva empresa. Tiene la habilidad de combinar y manejar talentos (Lazear, 2005); asimismo, gestiona, coordina y asume riesgos (Kets de De Vries, 1985).

Durante el período 2000-2007, el 17.48% de la población económicamente activa de Latinoamérica emprendió un negocio, siendo el segundo lugar mundial en este rubro (Larroulet y Couyoumdjian, 2009, haciendo referencia a GEM²). A pesar de

² Las naciones de Latinoamérica incluidos en el estudio se encuentran Argentina, Brasil, Chile, Colombia, República Dominicana, Ecuador, Jamaica, México, Perú, Puerto Rico, Uruguay y Venezuela (Larroulet y Couyoumdjian, 2009).

ello, alrededor del 70% y 80% de las empresas de esta región cerraron antes del año de vida (Empreser Sonora, 2007 en Morales, 2011). En México, el emprendedor se ha convertido en una figura mítica, pues ha sido considerado como quien lucha contra el mercado para iniciar una organización (Lozano y Niebla, 2011); sin embargo, a pesar que se generan alrededor de 200 mil empresas nuevas cada año, 65% desaparece antes de su segundo aniversario, 50% quiebra en el primero y sólo el 10% sobrevive al décimo año (Morales, 2011).

El emprendimiento no es un concepto nuevo en ciencias sociales, ya que ha sido abordado desde diferentes niveles como el macro (economía), meso (estudios organizacionales) y micro (psicología y sociología) (Yamada, 2004). En la última, Kets de Vries (1996) encontró que los emprendedores tienen aspectos funcionales y disfuncionales que los definen. En lo funcional, los emprendedores poseen ciertas habilidades (emprendedoras), orientadas a crear una nueva organización (Shane y Venkatraman, 2000); poseen altos niveles de satisfacción laboral y de vida (Blanchflower y Oswald, 1998); persiguen un beneficio, a través del trabajo individual o colectivo, innovan, identifican oportunidades de negocios, emplean y coordinan recursos y de talentos (Lazear, 2005).

Sin embargo, se han detectado huecos teóricos acerca de la personalidad del emprendedor (Yamada, 2004), como es el caso de la participación de la autoestima. Para Duarte y Ruiz (2009), así como Mora (2011), la alta autoestima forma una parte relevante del emprendedor, mientras que para Waters *et al.* (2002), ésta se asocia de manera positiva sólo en la percepción de éxito de un negocio, a partir de la participación de un mentor formal. Sin embargo, otro evidencia señala que el emprendedor tiene dificultades en la regulación de la autoestima (Kets de Vries, 1996). Lo anterior en conjunto muestra la falta de acuerdo para asociar las variables de estudio.

Cabe resaltar que no existe un consenso para el estudio de la autoestima (Boden, Fergusson y Horwood, 2008). Es así que el enfoque actitudinal para el estudio de

la autoestima ha aumentando, a través del cual se le considera a esta variable como una actitud (Afari, Ward y Swe, 2012). Se le concibe como un juicio personal de valía, expresado en actitudes que el individuo toma hacia sí mismo (Coopersmith, 1967); no sólo manifiesta las actitudes sino que las contiene (Tarazona, 2005). Es la actitud global positiva o negativa de importancia (León et al, 2009). Actitud de aprobación o desaprobación e indica cuánto el individuo confía en sí mismo para sentirse capaz, significativo, exitoso y valioso (Pierce y Gardner, 2009).

De acuerdo con la teoría del comportamiento planeado (*Theory of planned behavior*) la conducta humana se encuentra prescrita por ciertas intenciones, las cuales se convierten en un factor motivacional (Ajzen, 1991). Partiendo de este enfoque, el éxito de la creación de empresas se encuentra supeditado por actitudes, normas subjetivas y control comportamental (Mora, 2011). De tal manera que es posible asociar a las actitudes con las habilidades de emprendimiento (Kets de Vries, 1996), donde destaca la autoestima (Venkatraman, 2000; Roberts y Robinson, 2010; Mora, 2011; Arraut, Sánchez y Nova, 2011); ya que se requiere de la parte actitudinal para poner en marcha estas habilidades.

Por otro lado, la educación es un elemento estratégico para el impulso económico y tecnológico (Banco Mundial, 1995); asimismo, es fuente para el desarrollo humano y social (Delors, 1996). El sistema educativo mexicano se encuentra dividido en etapas, donde se pone énfasis en la educación media superior la cual según Contreras (2009) busca ofrecer una formación pertinente que responda a las necesidades que se tienen día con día, la formación para el trabajo o propedéutica. Dentro de tales necesidades debe destacarse la formación de emprendedores.

El desempeño de los estudiantes de nivel medio superior no es suficiente para proporcionar las habilidades que México necesita (OCDE, 2010). En este rubro se

recomienda analizar las necesidades y los vínculos con el mercado laboral (OCDE, 2012). Asimismo, es urgente incorporar elementos que promuevan el emprendimiento en los estudiantes para que sean capaces de convertirse en empleadores (Viera, Pérez, y Paredes, 2008). Ya que el desarrollo del emprendimiento se debe en parte a su fomento en las escuelas de negocios (Robinson y Haynes, 1991; Achtenhagen y Knyphausen-Aufsess, 2008), las cuales requieren de fundamentos básicos obtenidos en el nivel medio superior. De tal modo, se requiere un cambio de paradigma dentro de la educación en México para pasar de formar empleados a empleadores.

A partir de lo anterior se señala que el objetivo de la presente investigación es evaluar la asociación entre la autoestima y las habilidades emprendedoras en estudiantes de nivel medio superior.

Asimismo, presentan las siguientes hipótesis de estudio:

H₁: La autoestima se asocia de manera positiva y significativa con las habilidades emprendedoras en estudiantes de nivel medio superior.

H₂: La autoestima influye de manera positiva y significativa sobre las habilidades emprendedoras en estudiantes de nivel medio superior.

REVISIÓN DE LA LITERATURA

Autoestima

En los últimos años el estudio de la autoestima ha cobrado cada vez más interés dentro de la academia (Sánchez, 1999). Ha acumulado una amplia y creciente literatura, así como una gran variedad de aproximaciones teóricas (Boden, Fergusson y Horwood, 2008). La autoestima es entendida como una parte del autoconcepto; incluso ambos términos han sido identificados en algún tiempo (Cast y Burke, 2002). Es un fenómeno jerárquico y multifacético (Wells y Marwell, 1976; Lara-Cantú *et al.*, 1993), integrado por diferentes elementos constitutivos

como el mismo autoconcepto, autoimagen y autoeficacia (Coopersmith, 1967; Shavelson, Hubner y Stanton, 1976; Rosenberg, 1979).

Sin embargo, ante la variedad de aproximaciones todavía no existe un consenso para categorizarla (Boden, Fergusson y Horwood, 2008). Para Cast y Burke (2002) el estudio de la autoestima ha mostrado tres caminos: como resultado, enfocándose en el proceso que origina o inhibe la valoración de sí mismo, donde destacan Coopermith (1967) y Rosenberg (1979); como un motivo propio, a través de la cual cobra relevancia la tendencia del comportamiento para evaluar positivamente al yo (Tesser, 1980); y como cuidado del yo, que provee protección ante las experiencias desagradables.

La autoestima como actitud es uno de los principales factores que determinan el comportamiento humano (Afari, Ward y Swe, 2012). Juicio personal de valía, que es expresado en actitudes que el individuo toma hacia sí mismo (Coopersmith, 1967). Actitud de aprobación o desaprobación, indicando cuánto el individuo confía en sí mismo, sentimiento de capacidad, significancia, éxito y valor (Pierce y Gardner, 2009).

La autoestima surge con la aparición del mismo hombre (Loli y López, 2001). Es el cómo una persona se siente acerca de sí mismo, bien o mal (Ferkany, 2008); sentimientos de valía personal y de respeto personal, que se proyectan en la potencialización de las propias capacidades (Rosenberg, 1979). Refleja diversos atributos que se manifiestan en hechos externos e internos; estos últimos se reflejan en sentimientos y creencias (Pierce *et al.*, 1989). Es la importancia que posee el sujeto por sí mismo (González-Pineda *et al.*, 1997). Examen global de las propias características y atributos que distinguen a las personas (Elliott, 1986).

La autoestima se aprende, se cambia y es posible mejorarla (Acosta y Hernández, 2004). Las personas se evalúan a sí mismas a partir de los éxitos y fracasos cotidianos (Sánchez, 1999). Fluctúa en función de las circunstancias específicas

que experimenta el individuo y afecta de forma importante en su motivación (Rodríguez y Caño, 2012).

Habilidad emprendedora

El término emprendedor proviene del francés *entreprendre* (Kets de Vries, 1996). El emprendimiento es definido de diferentes maneras, donde se carece de una estructura conceptual clara, donde existe un consenso por parte de la comunidad académica especializada en el tema (Yamada, 2004).

En esencia se destacan dos maneras principales para abordar el emprendimiento: (1) el orientado hacia el interior de las organizacionales, aquí se encuentran las perspectivas de Mintzberg (1978), Stevenson y Jarillo (1990), así como Walcott y Lippitz (2007), quienes lo conciben como una característica organizacional; y (2) el referido a la capacidad de iniciar un nuevo negocio (Blanchflower y Oswald, 1998; Shane y Venkatrama, 2000). A través de lo anterior es posible distinguir entre *intrapreneur* y *entrepreneur*; el primero es quien innova dentro de una organización; mientras que el segundo, es un individuo que a través de su visión y habilidades es capaz de crear su propia empresa por medio de la cual se autoemplea y genera valor (Gartner, 1998; Blanchflower y Oswald, 1998; Nevarez, 2012).

Desde esta segunda visión, el emprendimiento es la habilidad de trabajo individual y colectivo, identificar y crear oportunidades de negocios, montar y coordinar nuevas combinaciones de recursos (Lazerar, 2005). Capacidad de innovación, toma de riesgos, proactividad, formación de redes y construcción de equipos (Yamada, 2004).

Para comprender el rol del emprendedor es necesario entender su parte funcional como disfuncional (Yamada, 2004). Dentro de las competencias personales del emprendedor se encuentran la capacidad de motivación psicosocial, visión e imaginación creativa, necesidad de logro, trabajo en equipo, identificación de

necesidades y liderazgo. Por otro lado, Kets de Vries (1977, 1985, 1996) señala que la disfunción forma parte de la esencia del emprendimiento, que se refleja en miedo al éxito y al fracaso, obsesión, alto grado de independencia y la pérdida de control. Tanto la parte funcional como disfuncional se conjugan para caracterizar a las habilidades emprendedoras.

La habilidad emprendedora es entendida como la intención permanente de administrar recursos para generar resultados según la actividad que se desarrolla (Quintero, 2007). Se conforma por juicios evaluadores de personas, objetos o eventos. Para crear una empresa los emprendedores deben de poseer actitudes comunes que moderen su conducta (Shane y Venkatraman, 2000).

Dentro de las habilidades emprendedoras se pueden encontrar la capacidad de crear una nueva organización, búsqueda de beneficios económicos o sociales, trabajo individual o colectivo, innovación, identificación y creación de oportunidades de negocios, coordinación de nuevas combinaciones de recursos y combinación de talentos (Lazerar, 2005). Así como necesidad de logro, disciplina, dinamismo, creatividad, flexibilidad y riesgo (Duarte y Ruiz, 2009). Las anteriores pueden englobarse en el conocimiento de sí mismo, visión de futuro, motivación de logro, planificación y persuasión (Tinoco, 2008).

MÉTODO

Tipo y diseño de investigación

La presente investigación es cuantitativa y correlacional. Cuantitativa porque se empleó la encuesta para recolección de datos con el fin de probar las hipótesis, tomando como base el análisis estadístico (Yan-Lu, 1987). Es correlacional al medir el grado de asociación entre dos variables (Rojas, Fernández y Pérez, 1998). Su diseño es no experimental, ya que las variables de estudio no fueron manipuladas, ni tampoco existió un control sobre sujetos o variables extrañas (Hernández, Fernández-Collado y Baptista, 2005).

Instrumentos

Se emplearon dos instrumentos de medición. Primeramente, el cuestionario de autoestima propuesto por Rosenberg (1979) conocido como RES por sus siglas en inglés *Rosenberg Self-Esteem Scale*, compuesto por 10 reactivos, donde cinco se encuentran articulados en forma positiva y los restantes de manera negativa. El RES es uno de los cuestionarios más usados, validados y documentados en la literatura académica sobre el tema (Afari, Ward y Kline, 2012). Se tomó una adaptación de dicho instrumento a partir de sus traducciones al español para estudiantes encontradas en Vázquez, Jiménez y Vázquez-Morejón (2004), Martín-Albo *et al.* (2007), Camargo *et al.* (2009) y, Aguirre, Alonso y Guidorizzi (2010).

Para las habilidades emprendedoras se empleó la escala de medición de habilidad emprendedora presentado por Tinoco (2008), la cual se compone por 20 reactivos. Ésta se agrupa en cuatro factores: conocimiento de sí mismo, visión de futuro, motivación de logro, planificación y persuasión.

Ambos variables fueron medidas mediante escala likert-5, de acuerdo a los siguientes valores: 1=totalmente en desacuerdo, 2=en desacuerdo, 3=Indeciso, 4=de acuerdo, 5=totalmente de acuerdo. Los datos fueron analizados en los programas SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*), donde se realizó el análisis de confiabilidad y correlaciones; así como EQS (*Structural Equation Program*), a través del cual pudo ser posible obtener la modelación de ecuaciones estructurales para medir el nivel de influencia de la variable independiente (autoestima) sobre la dependiente (habilidades emprendedoras).

Muestra

Se obtuvo una muestra por conveniencia conformada por 77 estudiantes de sexto semestre de nivel medio superior de la Universidad TecMilenio campus Durango, donde 55.8% fue de género masculino y 44.2% femenino. La recopilación de datos se realizó por medio de autoadministración del instrumento durante el mes de mayo de 2014 en dicha institución educativa.

RESULTADOS

Se midió la confiabilidad, la cual es el grado de consistencia de un instrumento, cuyos valores *alpha* de *Cronbach* deben ser ≥ 0.7 (Hair, Anderson y Black, 2004; Morales 2007). Se obtuvieron valores favorables para los factores de autoestima: positiva ($\alpha=0.845$) y negativa ($\alpha=0.767$). En las habilidades emprendedoras los resultados fueron para conocimiento de sí mismo ($\alpha=0.769$), visión de futuro ($\alpha=0.800$), motivación de logro ($\alpha=0.671$), planificación ($\alpha=0.238$) y persuasión ($\alpha=0.753$). En la segunda variable se puede observar que la planificación se encuentra fuera del parámetro requerido, a pesar que Tinoco (2008) reportó la ausencia de problemas de confiabilidad en el uso de este instrumento de medición.

Para poner a prueba H_1 se realizó correlación *Spearman*, la cual mide la asociación o interdependencia entre dos variables, donde al menos una de ellas está en escala ordinal (Tomás-Sábado, 2009), como es el caso, ya que ambas se encuentran en escala likert-5. Se encontró que la autoestima (parte positiva) se asocia de manera positiva y significativa con todos los factores de habilidades emprendedoras: conocimiento de sí mismo ($r=0.693$, $p\leq 0.01$), visión de futuro ($r=0.626$, $p\leq 0.01$), motivación de logro ($r=0.577$, $p\leq 0.05$), planificación ($r=0.492$, $p\leq 0.01$) y persuasión ($r=0.510$, $p\leq 0.01$). Mientras que el factor negativo sólo se asoció de manera significativa y positiva con el conocimiento de sí mismo ($r=0.319$, $p\leq 0.01$), visión de futuro ($r=0.225$, $p\leq 0.05$) y persuasión ($r=0.229$, $p\leq 0.05$) (Tabla 1).

A partir de lo anterior se menciona que la evidencia empírica encontrada soporta parcialmente la hipótesis de investigación, ya que los resultados de la correlación no fueron favorables para las habilidades de motivación de logro y persuasión (Tabla 1).

Tabla 1: Correlación de factores ($\eta=77$)

	1	2	3	4	5	6	7
Autoestima Positivo	1.000						
Autoestima Negativo	.551**	1.000					
Conocimiento de sí mismo	.639**	.319**	1.000				
Visión a futuro	.626**	.225*	.735**	1.000			
Motivación de logro	.577**	.216	.651**	.667**	1.000		
Planificación	.492**	.128	.646**	.653**	.601**	1.000	
Persuasión	.510**	.229*	.611**	.616**	.484**	.707**	1.000

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

*La correlación es significativa al nivel 0.05 (bilateral)

Fuente: Elaboración propia.

Respecto a H_2 se empleó modelación de ecuaciones estructurales MEE, donde figuró como variable independiente (VI) la autoestima y variable dependiente (VD) las habilidades emprendedoras. Cabe señalar que ésta se usa para corroborar modelos que muestran una base teórica de asociación (Rodríguez, 2005). La MEE es una familia de métodos estadísticos multivariantes que permiten estimar el efecto y las relaciones entre múltiples variables (Ruiz, Pardo y San Martín, 2010).

La MEE toma como referencia los indicadores GFI, IFI, PNFI, PGFI y AIC. Primeramente el GFI mide los residuos al cuadrado de la predicción comparados con los datos efectivos, cuyo valor mínimo es de 0.90 (Rodríguez, 2005). GFI valora los residuos al cuadrado de la predicción comparados con los datos efectivos, cuyo valor mínimo es de 0.90 (Rodríguez, 2005). GFI valora los residuos al cuadrado de la predicción comparados con los datos efectivos, cuyo valor mínimo es de 0.90 (Rodríguez, 2005).

Asimismo, IFI corrige el número de grados de libertad y reduce la dependencia de NFI respecto al tamaño muestral (Rodríguez, 2005). CFI compara los valores de discrepancia de chi-cuadrado en la estructura de covarianzas del modelo de medición contra la situación hipotética; en todos las medidas anteriores se aceptan valores ≥ 0.90 (Steiger, 1990). PNFI contempla el número de grados de libertad utilizados para conseguir un nivel de ajuste. Se aceptan valores cercanos a 1.0

(Rodríguez, 2005). PGFI se basa en la parsimonia del modelo estimado, donde se aceptan valores cercanos a 1.0 (Rodríguez, 2005). Mientras que AIC es la medida de comparativa entre modelos con diferentes números de constructos basándose en la teoría de la información estadística, donde valores menores tienen mejor ajuste (Steiger, 1990).

El modelo estructural obtenido con valores estandarizados tuvo medidas de ajuste favorables ($\chi^2=30.925$, $gl=14$, $\chi^2/gl= 2.209$, CFI=0.98, RMSEA=0.126, P=0.06). Se encontró que los factores de autoestima positiva y negativa, así como el conocimiento de sí mismo, visión de futuro, motivación de logro, planificación y persuasión explican a cada una de sus respectivas variables autoestima y habilidades emprendedoras (Figura 1).

Los resultados favorables dentro de la MEE se encontraron en el índice de bondad de ajuste (GFI=0.900) el índice de ajuste incremental (IFI=0.928), el índice de ajuste comparado (CFI=0.98), la modificación del NFI (PNFI=0.587), el índice de bondad de ajuste de parsimonia (PGFI= 0.450) y el criterio de información de Akaike (AIC=58.925) (Tabla 2).

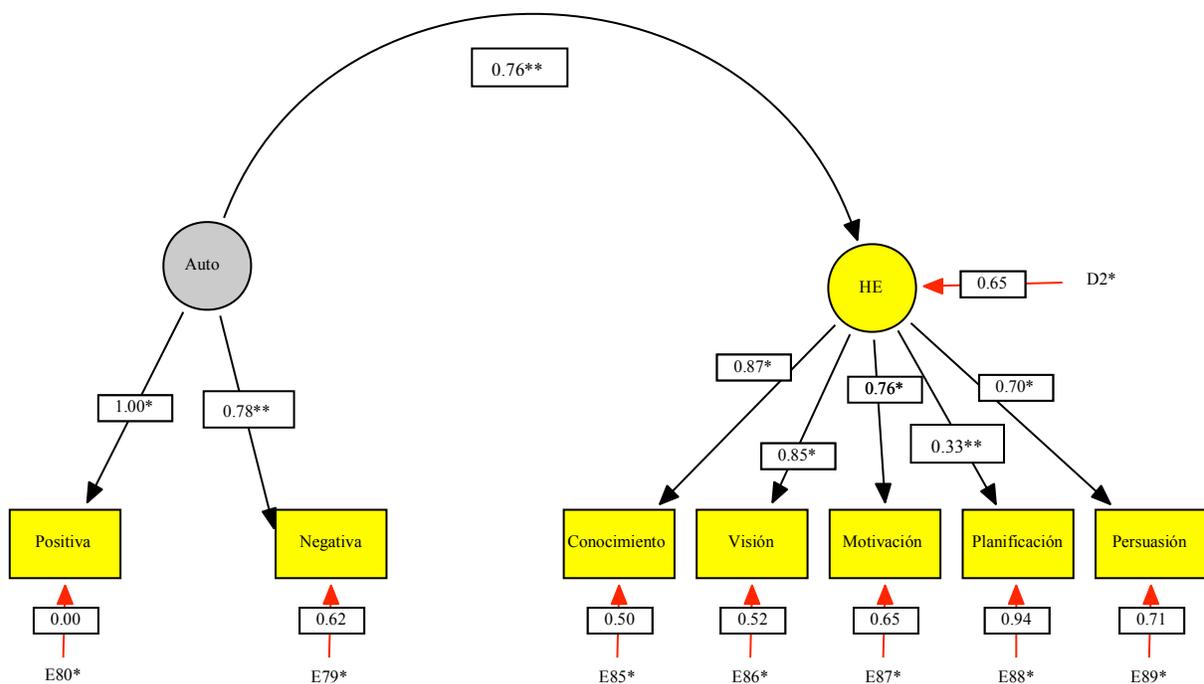
Tabla 2: Medidas de ajuste del modelo ($\eta=77$)

Indicador	Valor aceptado	Resultado	Tipo de ajuste
χ^2		30.925	
GL		14	
P	<0.05	0.006	Estadísticamente significativa
$\chi^2/g.$	<3.0	2.209	Buen ajuste
GFI	≥ 0.90	0.900	Buen ajuste
RMSEA	$0.06 > RMSEA < 1.0$	0.126	Buen ajuste
CFI	>0.90	0.928	Buen ajuste
IFI	>0.90	0.930	Buen ajuste
PNFI	Cercano a 1	0.587	Buen ajuste
PGFI	Cercano a 1	0.450	Buen ajuste
AIC		58.925	Buen ajuste

Luego de haber evaluado los índices de bondad de ajuste de la modelación de ecuaciones estructurales se muestra en la figura 1 el modelo estructural con valores estandarizados, donde se puede observar que la autoestima influye de manera positiva y significativa sobre las habilidades emprendedoras ($r \geq 0.76$, $p \leq 0.01$). Se obtuvo evidencia empírica para soportar H_2 .

A través del hecho de que las variables explica sus respectivos factores se reporta un nivel favorable de validez de constructo, ya que la MEE también puede ser empleada como análisis factorial confirmatorio.

Figura: 1: Modelo Estructural estandarizado ($\eta=77$)



$\chi^2=30.925$, $gl=14$, $\chi^2/gl= 2.209$, $CFI=0.98$, $RMSEA=0.126$, $P=0.006$

* $p < 0.001$

** $p < 0.01$

Auto: Autoestima

HE: Habilidades emprendedoras

Fuente: Elaboración propia.

DISCUSIÓN

El objetivo de la presente investigación fue evaluar la asociación entre la autoestima y las habilidades emprendedoras en estudiantes de nivel medio superior. La evidencia empírica encontrada mediante el empleo de correlación de *Spearman* y modelación de ecuaciones estructurales (MEE) pudo soportar las dos hipótesis planteadas, sin embargo, una de ellas, sólo de manera parcial. Esto posiblemente se debe a la operacionalización de la variable autoestima de acuerdo al modelo de Rosenberg (1979), que la divide en una parte positiva y otra negativa.

A graso modo los hallazgos mostraron valores favorables dentro de la asociación significativa y positiva entre la autoestima y las habilidades emprendedoras. Tales resultados se alinean a las posturas de Venkatraman (2000), Duarte y Ruiz (2009), Roberts y Robinson (2010), Mora (2011) y, Arraut, Sánchez y Nova (2011), los cuales sostienen la existencia de una relación importante entre dichas variables de estudio. Aunque ésta fue de manera parcial para el factor de autoestima negativa, los resultados sirven de evidencia empírica para continuar con esta línea de investigación.

Posiblemente la principal aportación del estudio fue la consideración de la autoestima desde un enfoque actitudinal. Dicha visión es propuesta por autores como Afari, Ward y Swe (2012), Coopersmith (1967), Burns (1979), Tarazona (2005), así como Pierce y Gardner (2009), la cual no ha sido abordada de manera amplia dentro de la psicología social y menos por quienes estudian al emprendimiento. Ahora, resultada necesario entender a esta variable como una actitud de aprobación o desaprobación que indica cuánto el individuo confía en sí mismo para sentirse capaz, significativo, exitoso y valioso.

Del mismo modo, los hallazgos pretenden contribuir como evidencia empírica sobre la aplicación de la teoría de la acción planeada de Azjen (1991), dentro de la parte predictiva del emprendimiento desde la parte actitudinal, donde es posible

otorgar una función relevante a la autoestima en la formación de los nuevos emprendedores dentro del sistema educativo. Dicha variable debe ser atendida desde la educación media superior como antesala a la universidad, ya que se requiere desarrollar las condiciones para el fomento del emprendedurismo en cada una de las etapas educativas.

Dentro de las limitaciones del estudio es posible citar el bajo valor de confiabilidad encontrado en la habilidad emprendedora de planificación. Asimismo, se subraya la falta de significancia en la correlación entre el factor de autoestima negativa con las habilidades de motivación de logro y planificación. A pesar de ello, los hallazgos de las ecuaciones estructurales fueron significativos y cumplieron con los índices de bondad de ajuste evaluados.

Cabe señalar que en cuanto a los índices de bondad de ajuste mencionados faltó evaluar otros indicadores de relevancia como la raíz cuadrada de los residuos (RMR), índice ajustado de la bondad de ajuste (AGFI) y el índice de ajuste no normal (NNFI), los cuales son indicadores sensibles al tamaño de la muestra, que según Jackson (2003) debe estar compuesta por al menos 200 individuos. Por tal motivo, el tamaño de la muestra y el muestreo (por conveniencia) empleados pueden ser considerados también como limitantes para el estudio en su parte estadística. En investigaciones futuras se torna necesario obtener una muestra que cumpla con el tamaño mínimo para la aplicación de modelación de ecuaciones estructurales, así con un muestreo probabilístico.

Asimismo, para próximas investigaciones se recomienda asociar las variables de estudio evaluando a la autoestima como un solo factor y evitando dividirla en la parte positiva (*items* 1-5) y negativa (*items* 6-10). Para ello será necesario emplear los análisis factoriales tanto exploratorio como confirmatorio con el fin de evaluar la agrupación de los reactivos en sus respectivos factores por medio de análisis de componentes principales con rotación varimax que debe ser tomado como referencia para realización modelación de ecuaciones estructurales. En este caso,

se evitó la primera, ya que el cuestionario RES (Rosenberg, 1979) cuenta con evidencia empírica que sostiene su agrupación (Vázquez, Jiménez y Vázquez-Morejón, 2004; Martín-Albo *et al.*, 2007; Camargo *et al.*, 2009; Aguirre, Alonso y Guidorizzi, 2010).

Asimismo, se ve la necesidad recolectar nuevamente datos con tal muestra para realizar una investigación longitudinal, que podría ser estudio de panel, a través del cual pueda ser posible obtener mayores hallazgos dentro de la parte inferencial. Esto favorecería el enfoque causal para explicar la influencia existente de la autoestima desde un enfoque actitudinal, sobre las habilidades que poseen las personas en vistas a emprender un nuevo negocio.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Achtenhagen, L. y Knyphausen-Aufsess, D. (2008). Fostering doctoral entrepreneurship education in Germany. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15 (2), 397-404.
- Acosta, R. y Hernández, J. A. (2004). La autoestima en la educación. *Límite*, 1 (11), 82-95.
- Ajzen, I. (1991). The theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, (50), 179-211.
- Afari, E., Ward, G. y Kline, M.S. (2012). Global self-esteem and self-efficacy correlates: Relation of academic achievement and self-esteem among Emirati Students, *International Education Studies*, 5 (2), 49-57.
- Arraut, L., Sánchez, H. y Novoa, K. (2011) Impacto del programa emprendedor en la universidad tecnológica de Bolívar mediante un análisis a través de SPSS. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (71) 184-195.
- Banco Mundial (1995). *La enseñanza superior. Las lecciones derivadas de la experiencia*. Washington, DC: Autor.
- Blanchflower, D.G. y Oswald, A. (1998). What makes an Entrepreneur. *Journal of Labor Economics*, 16 (1), 26-70.
- Boden, J. M., Fergusson, D. M. y Horwood, L. (2008). Does adolescent self-esteem predict later life outcomes? A test of the causal role of self-esteem. *Development and Psychopathology*, 20, 319-339.
- Briones, G., (1996). *Metodología de la Investigación cuantitativa en las ciencias sociales*. Colombia: ICFES.
- Brown, T. E. Davidsson, P. y Wiklund, J. (2001). An operationalization of Stevenso's Conceptualization of Entrepreneurship as opportunity-based firm behavior. *Strategic Management Journal*, 22 (10), 953-968.
- Cast, A.D. y Burke, P.J. (2002). A theory of Self-Esteem, *Social Forces*, 80 (3), 1041-1068.
- Contreras, O. (2009). Psicología y educación. En M. Monroy, O Contreras y O. Desatnik (Coaut). *Psicología Educativa*. México: Facultad de Estudios Superiores Iztacala UNAM, 67-83.
- Coopersmith, S. (1967). *The antecedents of self-esteem*. San Francisco: Freeman

- Delors, J. (1996). *La educación encierra un tesoro*. Informe para la Comisión Internacional para la Educación para el siglo XXI. España: Santillana.
- Dosal, C., Gutiérrez, C.I. y Saracho, A. (2012) *¿Quiénes son los emprendedores innovadores mexicanos?* México: Fundación IDEA, A.C.
- Duarte, T. y Ruiz, M. (2009). Emprendimiento, una opción para el desarrollo. *Scientia et Technica*, (23), 326-331.
- Elliott, G. C. (1986). Self-esteem and self-consistency: A theoretical and empirical link between two primary motivations. *Social Psychology Quarterly*, 49 (3), 207-218.
- Ferkany, M. (2008). The educational importance of self-esteem. *Journal of Philosophy of Education*, (42), 119-132.
- Gartner, W. (1985). A conceptual framework for describing the phenomena of venture reaction. *Academy of Management Review*, 10 (4), 696-706.
- Gartner, W. (1988). Who is an entrepreneur? Is the wrong question. *Entrepreneurship Theory Practice*, 13 (4), 47-68.
- Goetz, S.J., Partridge, M., Deller, S.C. y Fleming, D.A. (2000). Evaluating U.S. Rural Entrepreneurship Policy. *The Journal of Regional Analysis y Policy*, 40 (1), 20-33.
- González-Pineda, J.A., Núñez, J.C. Glez-Pumariiega, S. y García, M.S. (1997). Autoconcepto, autoestima y aprendizaje escolar. *Psicotema*, 9 (2), 271-289.
- Hernández, R. Fernández-Collado, C. y Baptista, P. (2006). *Metodología de la Investigación*. (4ª edición). México: McGraw Hill.
- Irigoyen J. J., Jiménez, M. y Acuña, K. F. (2011). Competencias y educación superior. *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, 16 (48), 243-266.
- Jackson, D. L. (2003). Revisiting sample size and number of parameter estimates: some support for the N.Q hypothesis. *Structural Equation Modeling*, (10), 128-141.
- Kets de Vries, M. F. R. (1977). The entrepreneurial personality: a person at the cross-road. *Journal of Management Studies*, 14 (1), 34-57.
- Kets de Vries, M. F. R. (1985). The dark side of entrepreneurship. *Harvard Business Review*. November-December. 160-167.
- Kets de Vries, M.F.R. (1996). The anatomy of the entrepreneur: Clinical observations. *Human Relations*, 49 (7), 853-883.

- Krueger, J.P., Reilly, M.D., y Carsrud, A.L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business of Sicientific Resolution*, 15 (3), 411-432.
- Lara-Cantú, M.A., Verduzco, M.A. Acevedo, M. y Cortés, J. (1993). Validez y confiabilidad del inventario de autoestima de Coopersmith para adultos, en población mexicana. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 25 (2), 247-255.
- Larroulet, C. y Couyoumdjian, J.P. (2009). Entrepreneurship and growth. A Latin American Paradox? *The Independent Review*, 14 (1), 81-100.
- Lazear, E. P. (2005). Entrepreneurship. *Journal of Labor Economics*, 23 (4), 649-680.
- León, A., Rodríguez, C., Ferrel, F.R. y Ceballos, G.A. (2009). Asertividad y autoestima en estudiantes de primer semestre de la facultad de ciencias de la salud de una universidad pública de la ciudad de Santa Marta (Colombia). *Psicología desde el Caribe*, (24) Agosto-Diciembre, 91-105.
- Loli, A. E. y López, E. (2001). Inventario de autoestima para adultos ALPEL Forma-AD. *Revista de Investigación en Psicología*, 4 (1), 67-83.
- Lozano, O. y Niebla J.C. (2011). El emprendedor de la empresa familiar mexicana, una visión crítica. *Gestión y Estrategia*, (40) julio/diciembre, 65-72.
- Mintzberg, H. (1978). Patterns in strategy formulation, *Management Science*, 24 (9), 934-948.
- Mora, R. (2011). Estudio de actitudes emprendedoras con profesionales que crearon empresa. *Revista escolar de administración y negocios*, (71), 70-83.
- Morales, P. (2007). *La fiabilidad de los tests y escalas*. Universidad Pontificia Comillas. Disponible en <http://www.upcomillas.es>. Recuperado el 03/01/2013.
- Morales, I. (2011). Las Pymes en México; entre la creación fallida y la destrucción creadora. *Economía informa*, (366), 39-48.
- Moriano, J.A., Palací, F.J., y Morales, J.F. (2006). El perfil psicosocial del emprendedor universitario. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 22 (1), 75-99.
- Nevarez, M. J. (2012). Dimensiones del emprendedurismo desde una visión universitaria. *ING-NOVACIÓN*, 2 (4), 1-7.

- OCDE (2010). Acuerdo de Cooperación México-OCDE para mejorar la calidad de la educación de las escuelas mexicanas. Mejores escuelas: estrategias para la acción en México. Establecimiento de un marco para la evaluación e incentivos para docentes: consideraciones para México. México: Organización para cooperación y el desarrollo económico.
- OCDE (2012). *Perspectivas OCDE: México. Reformas para el cambio*. México: Organización para cooperación y el desarrollo económico.
- Partida, A., Carrera, M.M. y Villarreal, L.A. (2012). Análisis de las motivaciones, factores de éxito y obstáculos a espíritu empresarial: estudio comparativo entre México, EEUU y Turquía. *Innovaciones de Negocios*, 9 (8), 207-231.
- Pierce, J. L., Gardner, D.G., Cummings, L.L. y Dunham, R. B. (1989) Organization-based self-esteem: construct definition, measurement and validation, *Academy of Management Journal*, 32 (3), 622-648.
- Pierce, J.L. y Gardner, D.G. (2009). Relationships of personality and job characteristics with organization-based self-esteem. *Journal of Managerial Psychology*, 24 (5), 392-409.
- Quintero, C. (2007). *Generación de competencias en jóvenes emprendedores*. UNAB, http://www.usmp.edu.pe/facarrhh/primer_congreso_ippeu_boletin/ppts/Carlos_Quinteros.pdf. Recuperado el 23/03/2013.
- Roberts, L. P. y Robinson, P. (2010). Home-based Entrepreneurs, commercial entrepreneurs and white-collar workers: A comparative study of attitudes toward self-esteem, personal control and business growth. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 23 (3), 333-353.
- Rodríguez, C. y Caño, A. (2012). Autoestima en la adolescencia: análisis y estrategias de intervención. *International Journal of Psychology and Psychological Therapy*, 12 (3), 389-403.
- Rojas, A. J., Fernández, J. S. y Pérez, C. (1998). *Investigar Mediante Encuestas*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Rosenberg, M. (1965). *Society and the adolescent self-image*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Rosenberg, M. (1979). *Conceiving the self*. New York: Basic Book.
- Robinson, P. y Haynes, M. (1991). Entrepreneurship in Education in America's major universities. *Entrepreneurship Theory Practice*, 15 (3), 41-52.

- Rodríguez, J. C. (2005) Validación del modelo psicoeconómico del consumidor. Análisis causal con ecuaciones estructurales. *Pensamiento y Gestión* (20), 1-54.
- Ruiz, M. A. Pardo, A. y San Martín R. (2010). Modelos de ecuaciones estructurales. *Papeles del Psicología*, 31 (1), 34-45.
- Sánchez, E. (1999). Relación entre autoestima personal, la autoestima colectiva y la participación en la comunidad. *Anales de Psicología*, 15 (2), 251-260.
- Shane, S. y Venkatraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25 (1), 217-226.
- Shavelson, R.J., Hubner, J.L. y Stantos, G.C. (1976). Self-concept: validation of construct interpretations. *Review of Educational Research*, (46), 407-441.
- Stevenson, H. y Jarillo, C. (1990). A paradigm of entrepreneurship: Entrepreneurial Management. *Strategic Management Journal*, (11), 17-27.
- Steiger, J.H. (1990). Structural model evaluation and modification; an interval estimation approach. *Multivariate Behavioral Research*, 25 (2), 173-180. Disponible en <http://www.statpower.net/Steiger%20Biblio/Steiger90b.pdf>
- Schumpeter, J. (1950). *The process of creative destruction, capitalism, socialism and democracy*. Harper y Row.
- Tarazona, D. (2005). Autoestima, satisfacción con la vida y condiciones de habitabilidad en adolescentes estudiantes de quinto año de media vocacional. Un estudio factorial según pobreza y sexo. *Revista de Investigación en Psicología*, 8, 57-65.
- Tesser, A. (1980). Self-esteem maintenance in family dynamics, *Journal of Personality and Social Psychology*, (39), 77-91.
- Texeira, A.C. (2011). Mapping the (in)visible college(s) in the field of entrepreneurship. *Scientometrics*, (89), 1-36.
- Thomas, A.S. y Muller, S.L. (2000). A case of comparative entrepreneurship: Assessing the relevance of culture. *Journal of International Business Studies*, 31 (2), 287-301.
- Thornton, P.H. (1999). The sociology of entrepreneurship. *Annual Review of Sociology*, 25, 19-46. Disponible en: <http://www.jstor.org/stable/223496>. Recuperado el 18/09/2014.
- Tinoco, O. (2008). Medición de la capacidad emprendedora de ingresantes a la Facultad de Ingeniería de la UNMSM. *Industrial Data*, 11 (2), 18-23.

Tomás-Sábado, J. (2009) Fundamentos de bioestadística y análisis de datos para enfermería. Barcelona: Servei de Publicacions.

Venkatraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25 (1), 217-226.

Viera, A., Pérez, A. y Paredes, M. (2008). La pedagogía crítica y las competencias de emprendedurismo en estudiantes universitarios. *Pensamiento y Gestión* (24), 43-62.

Vigorena, F. (2006). Educación emprendedora. *Pharos*, 13 (1), 56-65.

Walcott, R.C. y Lippitz, M.J. (2007). The four models of corporate entrepreneurship. *MIT Sloan Management Review*, 49 (1), 75-82. Disponible en <http://www.sloanreview.mit.edu>, Recuperado el 13/11/2012.

Waters, L., McCabe, M., Kiellerup, D. y Kiellerup, S. (2002). The role of formal mentoring on business success and self-esteem in participants of a new business startat-up program. *Journal of business and psychology*, 17 (1), 107-121.

Wells, E. y Marwell, G. (1976). *Self-esteem: its conceptualization and measurement*. Beverly Hills: Sange Publications.

Ya-Lun, C. (1987). *Análisis Estadístico*. México: Nueva Editorial Interamericana.

Yamada, J. (2004). A multi-dimensional view of entrepreneurship. Towards a research agenda on organization emergence. *Journal of Management Development*, 23 (4), 289-320.