

Autoeficacia Emprendedora de los Argentinos en el Sector TICs

Luisa Mayoral - Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires
Carmen Salvador - Universidad de Almería
Fernando Errandosoro - Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires

Resumen

El presente trabajo centra su interés en identificar y describir la percepción de auto-eficacia de los emprendedores argentinos en el sector TIC's.

Al igual que ocurre en otras áreas de aplicación de la auto-eficacia, en la investigación de la conducta emprendedora existen dos aproximaciones diferentes (Moriano y cols., 2006). Así, en un caso, se entiende la auto-eficacia en un sentido amplio y general, en términos de la creencia en la propia habilidad para rendir exitosamente (Markman, Balkin y Baron, 2002), mientras que la otra vertiente descansa en el desarrollo de escalas de auto-eficacia específicas al dominio de los emprendedores (Chen y cols., 1998).

Nuestro trabajo se basa en las principales tareas que debería desarrollar un emprendedor tecnológico en Argentina. Se ha realizado un trabajo de investigación que presenta un carácter descriptivo y transversal. La muestra total se conforma de 329 emprendedores argentinos del sector tecnológico. La herramienta utilizada ha sido la *Entrepreneurial Self-Efficacy (ESE)* de Noble y cols., (1999) en su versión en castellano (Moriano y cols., 2006). Los resultados obtenidos en el coeficiente de fiabilidad son de .93.

Se observa, a grandes rasgos, una auto-eficacia percibida media, aunque con áreas donde la confianza en la propia capacidad deja un margen importante al aprendizaje. Como correlato surgen implicancias concretas para la formación y apoyo de emprendedores en el sector TIC's.

Palabras clave: Auto-eficacia emprendedora. Argentina. TICs

Introducción

El concepto de auto-eficacia remite a la creencia en las propias capacidades y habilidades para iniciar actividades y llevarlas a cabo en forma exitosa (Bandura, 1997; Salvador y Morales, 2009). Los individuos diferimos en los dominios en los cuales

realizamos actividades y en este proceso, generamos un grupo de auto-creencias ligadas a estos ámbitos de funcionamiento. El proceso de crear y utilizar estas creencias es bastante simple e intuitivo: las personas que se comprometen a partir de una conducta, interpretan los resultados de sus acciones y usan esas interpretaciones para desarrollar creencias sobre su capacidad de comprometerse en conductas subsecuentes en dominios similares. En este sentido, se considera que la capacidad para la auto-reflexión es la capacidad más singularmente humana, por esta forma de auto-referencia del pensamiento que permite evaluar y alterar tanto el propio pensamiento como la conducta (Bandura, 1987). Finalmente, estas evaluaciones incluyen percepciones de auto-eficacia, que es como Bandura define a *“las creencias en las capacidades propias para organizar y ejecutar los cursos de acción requeridos que producirán determinados logros o resultados”* (Bandura, 1999, p.3).

Un punto importante a destacar es que esta auto-eficacia no mide intenciones, predisposiciones o factibilidad, sino que se trata básicamente de un juicio de capacidad. Que alguien se sienta en condiciones de hacer algo no significa que lo hará. Luego, es necesario un deseo, una intención, un locus de control interno en relación a ese ámbito, una expectativa de resultados positiva, etc. Si bien se trata de variables relacionadas, no miden los mismos aspectos. En cualquier caso, lo que sí queda claro es que la auto-eficacia percibida afecta el comportamiento no sólo directamente, sino también como variable interviniente y mediadora, condicionando aspiraciones, expectativas, predisposiciones y hasta, la evaluación de posibilidades de éxito/fracaso en el medio social (Bandura, 1995, 1997). Asimismo, esta auto-eficacia presenta relaciones significativas con el rendimiento laboral y los estados emocionales (Gil-Monte, Garcia-Juevas y Caro-Hernández, 2006; Stajkovic y Luthans, 1998), que derivan en la importancia de las propias creencias como predictor de éxito/fracaso en lo emprendido.

Un último rasgo a destacar de la auto-eficacia a los fines del tema “emprendedorismo”, es que no se trata de una evaluación puntual respecto de una conducta concreta, sino que alude a la capacidad para sostener el esfuerzo en el tiempo. No es una medición de saltar un obstáculo, sino de continuar en carrera. Esta característica es especialmente relevante en el tema que nos ocupa, pues un emprendedor no es aquel que ocasionalmente emprende o produce un éxito determinado, sino el que más allá de su éxito o fracaso puntual, continúa generando y generándose actividades nuevas.

Recientemente, ha surgido el constructo de auto-eficacia emprendedora (De Noble, Jung, & Ehrlich, 1999), en relación a la creencia de la personas en sus propias

habilidades para llevar a cabo las distintas tareas implicadas en la creación de una nueva empresa (Salvador, 2008; Salvador y Morales, 2009). Diversos autores han demostrado que la auto-eficacia emprendedora constituye un atributo distintivo de los emprendedores en comparación con otros grupos (De Noble y cols., 1999; Markman, Balkin, y Baron, 2002; Markman, Baron, y Balkin, 2005). Asimismo, las percepciones de auto-eficacia emprendedoras parecen influir en la formación de intenciones emprendedoras. Así, en los últimos años diversos estudios han demostrado con éxito el poder predictivo de la auto-eficacia emprendedora sobre la formación de intenciones emprendedoras (Sánchez et al., 2005, Zhao et al., 2005).

El emprendedorismo, por su parte, está siendo asociado al avance tecnológico (Moriano, Palaci y Morales, 2006). Las TIC's potencian y posibilitan la alternativa del auto-empleo frente a otras alternativas más convencionales. No obstante, se sabe muy poco de la naturaleza del fenómeno emprendedor en el sector TIC's. Tradicionalmente se ha considerado al emprendedor como un individuo cuyos comportamientos están determinados por características personales e intrínsecas antes que por factores externos (Ahmed, 1985; Brockhaus, 1980; Cromie, 2000; Hull, Bosley y Udell, 1980; McClelland, 1965; Sánchez, 2003; Winslow y Solomon, 1989). Sin embargo, no existe un acuerdo sobre cuáles son los rasgos de personalidad propios de estos emprendedores (Chell, Haworth y Brearley, 1991), como así tampoco está claro cuánto hay de personal y cuánto de contexto en la dinámica emprendedora.

Un reflejo de toda esta diversidad de opiniones puede observarse en los programas de formación de emprendedores, que bajo el mismo título suelen agrupar miradas muy distintas sobre un mismo tema. Desde ejercicios de auto-estima hasta planes de negocios, parece que todo es posible y va a cuento en el desarrollo del emprendedorismo. Se sabe tan poco aún, que cualquier intento bien intencionado parece poder ayudar. Lo cierto es que no siempre es así. Si coincidimos con Bandura (op.cit), está claro que cualquier iniciativa tendiente a fomentar el emprendedorismo debería incorporar el desarrollo de una capacidad emprendedora auto-percibida alta, fuerte y funcional. No obstante, al igual que ocurre en otras áreas de aplicación de la auto-eficacia, en la investigación de la conducta emprendedora existen dos aproximaciones diferentes (Moriano y cols., 2006). En un caso, se entiende la auto-eficacia en un sentido amplio y general, como la creencia o confianza en la propia habilidad para rendir exitosamente (Markman, Balkin y Baron, 2002), mientras que desde otra vertiente, los estudios se centran en el desarrollo de escalas de auto-eficacia

específicas al dominio de los emprendedores (Chen y cols., 1998). Los autores del presente trabajo participamos de este segundo enfoque, por lo expuesto más arriba: más allá de cualquier base mínima de capacidades y habilidades, las destrezas específicas tienen que ver con un dominio particular de funcionamiento. En este sentido, la escala más utilizada para medir la autoeficacia emprendedora es la de De Noble, Jung y Ehrlich (1999) conocida como *Entrepreneurial Self-efficacy* (ESE), existiendo una versión en español adaptada y validada por Moriano y cols. (2006).

Finalmente, es importante destacar que el sector TIC's en Argentina evidencia un alto dinamismo en los últimos años. Muestra de ello son los ratios de crecimiento observados en su facturación, nivel de exportaciones y recursos humanos involucrados. (López y Ramos, 2008). Asimismo, el crecimiento económico conlleva el desarrollo de un fuerte emprendedorismo tecnológico, generalmente radicado en torno a clusters y centros de generación de conocimiento (universidades e institutos de investigación) donde los emprendedores poseen, en general, altos niveles educativos (Novick y Miravalles, 2002). Sin embargo, la formación de emprendedores –y por ende, de emprendedores del sector TIC's- es hoy motivo de estudio, ya que involucra una multiplicidad de conceptos que, en general, no se aprenden en entornos educativos convencionales y generan déficits o áreas de debilidad en la propia formación empresarial (Kantis y cols., 2002).

En consecuencia, y a partir de lo hasta aquí expresado, se articula el presente estudio, en el cual se intenta *identificar y describir la percepción de auto-eficacia de los emprendedores argentinos del sector tic's*.

Método

Se realiza un trabajo de investigación que presenta un carácter descriptivo y transversal. La muestra total se conforma de 329 emprendedores argentinos y argentinas, del sector tics, de los cuales 69% son hombres y 31% son mujeres. Las edades de los mismos se encuentran comprendidas entre los 15 y los 68 años, siendo 27 años la edad mayoritaria. La herramienta utilizada es la *Entrepreneurial Self-Efficacy* (ESE) de Noble y cols. (1999) en su versión en castellano (Moriano y cols., 2006). En este sentido, tras someter el instrumento a un proceso de validación, la edición final contiene 23 items con

formato tipo Likert de 5 puntos (1 “*completamente incapaz*” y 5 “*perfectamente capaz*”). Los resultados obtenidos en el coeficiente de fiabilidad son de .93.

La encuesta se realizó mediante un formulario en línea (Google Docs), que permaneció habilitado durante los meses de junio a septiembre de 2010. Para convocar la participación de los emprendedores tecnológicos, se interactuó -con distinto grado de respuesta- con entidades públicas y privadas, que fomentan y desarrollan el emprendedorismo tecnológico en la Argentina. Tal es el caso de “Palermo Valley”, “Mar del Plata Valley”, “Tandil Valley”, “Tucumán Valley”, “Bahía Blanca Valley”, “Endeavor”, la “Comisión de Investigaciones Científicas (CIC)” de la Provincia de Buenos Aires, los concursos de proyectos innovadores tales como “Buenos Aires Emprende (2009)”, “Innovar (2007, 2008, 2009)” e “Intel (2009)”, las incubadoras de empresas EMPREAR del Instituto Tecnológico de Buenos Aires (ITBA), EmTEC de la Provincia de Buenos Aires, los Programas de Emprendedorismo de la universidad local (Club de Emprendedores, Centro de Innovación y Creación de Empresas y otros programas de la UNICEN) y de otras instituciones a nivel nacional (en especial, el Programa FONSOFT de la Agencia Nacional de Promoción Científica y Tecnológica) Esta modalidad permitió obtener una muestra federal, con participación de emprendedores tecnológicos de diversas provincias del país, contrarrestando en parte, la habitual concentración de respuestas en el área metropolitana.¹

Resultados

En el análisis de los resultados (ver tabla 1 y gráfico 1 de promedios y desvíos respectivos) se aprecia que los datos de los promedios de los 23 ítems se encuentran por encima del valor medio referido a la capacidad (3=capaz).

¹ Agradecemos especialmente al Licenciado Alejandro Bricker, al Ingeñiero Pablo Miozzi y a los miembros de la Red de Emprendedores de la Comisión de Investigaciones Científicas (CIC), por el apoyo prestado en oportunidad de esta investigación.

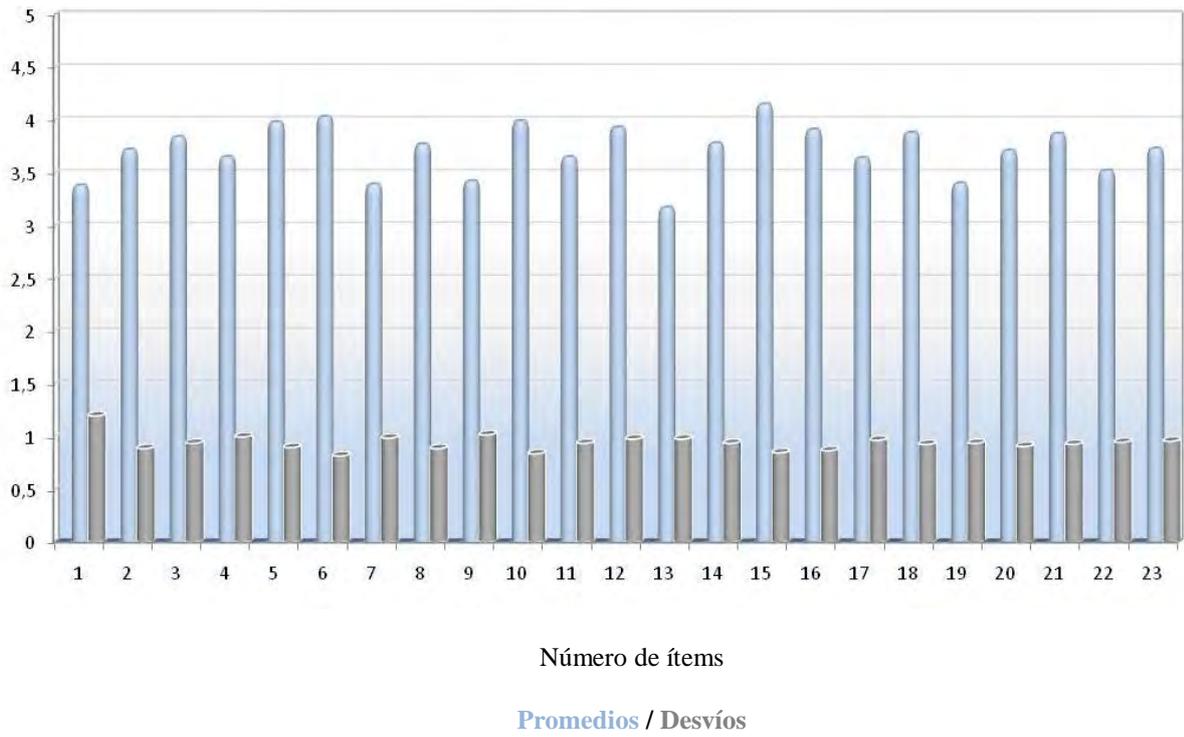
Tabla 1. Auto-eficacia emprendedora: Promedios y desvíos

	Promedio	Desvío
1. Trabajar eficazmente bajo un continuo estrés, presión y conflicto	3,38	1,20
2. Desarrollar y mantener relaciones favorables con potenciales inversores	3,72	0,89
3. Reconocer nuevas oportunidades en el mercado para nuevos productos y servicios	3,84	0,94
4. Reclutar y entrenar a los empleados clave	3,65	1,00
5. Establecer la visión y valores de la organización	3,98	0,90
6. Descubrir nuevas formas para mejorar los productos existentes	4,03	0,82
7. Desarrollar relaciones con personas clave para obtener capital	3,39	0,99
8. Identificar nuevas áreas de crecimiento potencial	3,77	0,89
9. Desarrollar una adecuada planificación de personal para cubrir los puestos clave de la empresa	3,42	1,02
10. Inspirar a otros a aceptar la visión y valores de la compañía	3,99	0,84
11. Tolerar los cambios inesperados en las condiciones del negocio	3,65	0,94
12. Diseñar productos y servicios que resuelvan problemas corrientes	3,93	0,98
13. Identificar recursos potenciales de financiación	3,17	0,98
14. Crear un entorno de trabajo que permita a las personas ser más su propio jefe	3,78	0,94
15. Persistir frente a la adversidad	4,15	0,85
16. Crear productos que satisfagan las necesidades no cubiertas de los clientes	3,91	0,87
17. Formular unas acciones rápidas para perseguir las oportunidades	3,64	0,97
18. Desarrollar un entorno laboral que promueva que las personas intenten hacer cosas nuevas	3,88	0,93
19. Usar antiguos conceptos comerciales de una nueva manera	3,40	0,94
20. Determinar si el negocio va bien	3,71	0,91
21. Alentar a las personas para que tomen iniciativas y responsabilidades sobre sus ideas y decisiones, independientemente de sus resultados	3,87	0,93
22. Identificar y construir equipos de gestión	3,52	0,95
23. Formar asociaciones o alianzas con otros	3,73	0,96

En lo que respecta a las puntuaciones más elevadas destacan los siguientes: “Persistir frente a la adversidad” (4,15; 0,85); “Descubrir nuevas formas para mejorar los productos existentes” (4,03; 0,82); “Inspirar a otros a aceptar la visión y valores de la compañía” (3,99; 0,84); y, por último, “Establecer la visión y valores de la organización” (3,98; 0,90).

En el otro extremo, los ítems con menor valor percibido son: “Identificar recursos potenciales de financiación” (3,17; 0,98); “Trabajar eficazmente bajo un continuo estrés, presión y conflicto” (3,38; 1,20); “Desarrollar relaciones con personas clave para obtener capital” (3,39; 0,99); “Usar antiguos conceptos comerciales de una nueva manera” (3,40; 0,94).

Gráfico 1. *Auto-eficacia Emprendedora: Promedios y desvíos*



Claramente, lo que salta a la vista es que estos emprendedores poseen una capacidad percibida de, al menos, nivel medio en todos los ítems analizados. Es más, en dos de ellas el promedio se ubica sobre el “Muy capaz” o muy cercanos a este punto (“Persistir frente a la adversidad” -característica muy interesante, más tratándose de emprendedores- y “Descubrir nuevas formas para mejorar los productos existentes”). En todo caso, el área que parece ser de menor desarrollo de capacidades es decididamente, el financiero: “Identificar recursos potenciales de financiación” -que parece ser una característica propia de los pequeños y/o emergentes negocios en la Argentina- y “Trabajar eficazmente bajo un continuo estrés, presión y conflicto”.

Conclusiones

Los datos indican que los argentinos del sector TIC's se perciben con habilidades emprendedoras. En concreto, y muy especialmente, son conscientes de su capacidad para hacer frente a la adversidad, mejorar los productos y establecer valores institucionales.

Ahora bien, los resultados muestran que se perciben menos capaces para identificar recursos potenciales, trabajar bajo continuo estrés y usar antiguos conceptos comerciales. Con todo, estos resultados están limitados, en cierta medida, especialmente si tenemos presente que estos emprendedores se mueven en el marco de las nuevas tecnologías. En cualquier caso, y dada la importancia adquirida por la auto-eficacia como variable antecedente de las intenciones emprendedoras, parece lógico pensar que cualquier iniciativa dirigida al fomento del espíritu emprendedor debería incorporar ciertos componentes que favorezcan la aparición de sentimientos de capacidad emprendedora en los individuos (Sanchez, 2003). Partiendo de las recomendaciones de Bandura (1986, 1997) para incrementar la auto-eficacia, cabría entonces, proponer actividades básicas que incluyan oportunidades de ejecución personal, modelado, persuasión verbal e interpretación positiva de los estados fisiológicos y emocionales. Medidas similares como motivar a las personas a adoptar una postura proactiva y llevar a cabo cambios en el ambiente, identificar oportunidades y actuar sobre ellas, y desarrollar iniciativa personal y perseverancia, parecen ser, de acuerdo a los resultados obtenidos, elementos importantes para promover el surgimiento de iniciativas emprendedoras.

Sí, como hemos visto en el presente trabajo, las áreas de capacidad más baja percibidas por los emprendedores tecnológicos residen en identificar recursos potenciales de financiación y trabajar bajo continuo estrés, presión y conflicto, tendría sentido concentrar todos los esfuerzos en capacitar a los emprendedores argentinos en estos aspectos. Con esto, venimos a afirmar que dentro de los programas de formación de emprendedores en el sector TIC's tendrían que desarrollarse talleres que resultaran útiles para atender estas áreas de menor desarrollo relativo.

En resumidas cuentas, y desde un punto de vista aplicado, lo anterior implica tener en cuenta variables psicológicas de este tipo a la hora de desarrollar políticas de fomento y del autoempleo y de poner en marcha programas de formación funcionales a tal fin.

Referencias bibliográficas

- Ahmed, S. U. (1985). Ach, risk taking propensity, locus of control and entrepreneurship. *Personality and Individual Differences*, 6, 781-782.
- Bandura, A. (1987). *Pensamiento y acción*. Barcelona, España: Martínez Roca.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. New York: Freeman.
- Bandura, A. (1999). *Auto-eficacia. Cómo enfrentamos los cambios de la sociedad actual*. Bilbao, España: Desclée de Brouwer.
- Boyd, N. G. y Vozikis, G. S. (1994). The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 18(4): 63-77.
- Brockhaus, R. H. (1980). Risk taking propensity of entrepreneurs. *Academy of Management Journal*, 23, 509-520.
- Chell, E., Haworth, J., y Brearley, S. (1991). *The entrepreneurial personality: Concepts, cases and categories*. London: Routledge.
- Chen, C. C., Green, P. G., y Crick, A. (1998). Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? *Journal of Business Venturing*, 13, 295-316.
- Costa, P.T., McCrae, R.R. y Zonderman, A.B. (1987). Environmental and dispositional influences on well-being: Longitudinal follow-up of an American national American national sample. *British Journal of Psychology*, 78, 299-306.
- Cromie, S. (2000). Assessing entrepreneurial inclinations: Some approaches and empirical evidence. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 9(1), 7-30.
- De Noble, A., Jung, D., y Ehrlich, S. (1999). *Entrepreneurial self-efficacy: The development of a measure and its relationship to entrepreneurial action*. Paper
- Gil-Monte, P., García-Juesas, J., y Caro-Hernández, M. (2006). Influencia de la sobrecarga laboral y la autoeficacia sobre el síndrome de quemarse por el trabajo (burnout) en profesionales de enfermería. *Revista Interamericana de Psicología*, 42(1), 227-232.

- Hull, D., Bosley, J., y Udell, G. (1980). Reviewing the heffalump: Identifying potential entrepreneurs by personality characteristics. *Journal of Small Business Management*, 18(1), 11-18.
- Kantis, H., Postigo, S., Federico, J., Tamborini, M.F. (2006) El surgimiento de emprendedores de base universitaria: ¿en qué se diferencian? Evidencias empíricas para el caso de Argentina. Laboratorio de Investigación sobre tecnología, trabajo, empresas y competitividad (LITECC). Universidad Nacional de General Sarmiento (UNGS).
- López, A., Ramos, D. (2008). La industria de software y servicios informáticos argentina. Tendencias, factores de competitividad y clusters. Documento de trabajo 31/2008. Centro de Investigaciones para la transformación (CENIT)
- Markman, G.D., Balkin D.B., y Baron R.A. (2002). Inventors and New Venture Formation: The Effect of General Self-Efficacy and Regretful Thinking. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 27(2), 149-165.
- McClelland, D. C. (1965). Need achievement and entrepreneurship: A longitudinal study. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1, 389-392
- Moriano, J. A., Palací, F. J., y Morales, J. F. (2006). Adaptación y validación en España de la escala de Autoeficacia emprendedora. *Revista de Psicología Social*, 21(1).
- Novick, M. y Miravalles, M. (2002). La Dinámica de Oferta y Demanda de Competencias en un Sector basado en el Conocimiento en Argentina, Laboratorio de Investigación sobre tecnología, trabajo, empresas y competitividad (LITECC). Universidad Nacional de General Sarmiento (UNGS).
- Salvador, C. y Morales, J. (2009). Fundamentos psicológicos de la autoeficacia emprendedora en jóvenes mexicanos. *Alternativas en Psicología*, 14 (20), p.35-47.
- Sánchez, M. L. (2003). *Perfil psicológico del autoempleado*. Unpublished doctoral dissertation, Universidad Complutense de Madrid, España 5-50
- Segal, G., Borgia, D., y Schoenfeld, J.(2005) "The motivation to become an entrepreneur". *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, Vol. 11. (1)
- Stajkovic, A. D., y Luthans, F. (1998). Self-efficacy and work-related performance: A meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 124, 240-261.
- Thompson, J. L. (1999). A strategic perspective of entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 5(6), 279-296.
- Winslow, E. K., y Solomon, G. T. (1989). Further development of a descriptive profile of entrepreneurs. *The Journal of Creative Behavior*, 23(3), 149-162.
- Zhao, H., Seibert S. E. y Hills, G. E. (2005). The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions. *Journal of Applied Psychology*, 90(6), 1265-1272.