
Aprendizaje social e intenciones emprendedoras: un estudio comparativo entre México, España y Portugal

Social learning and entrepreneurial intentions: a comparative study between Mexico, Spain and Portugal

Recibido: mayo de 2008.
Aceptado: febrero de 2009.

José Carlos Sánchez

Universidad de Salamanca, España

Correspondencia: José Carlos Sánchez, Avda de la Merced, 109, Universidad de Salamanca, 37005 Salamanca, España. jsanchez@usal.es

Resumen

El propósito del estudio ha sido explicar las diferencias encontradas entre los niveles de actividad emprendedora de México, España y Portugal a partir de un efecto autorreforzante, por medio de mecanismos de aprendizaje social. Se hipotetizó que el país de residencia, como variable indicadora del nivel de exposición a modelos de rol emprendedores, predeciría la autoeficacia emprendedora y las intenciones de emprender de los jóvenes implicados en decisiones de carrera. Se recogieron datos de autoinforme a partir de una muestra de 377 participantes de los tres países. Los análisis de MANOVA y regresión mostraron mayores niveles de autoeficacia e intenciones emprendedoras en los jóvenes mexicanos en comparación con sus iguales españoles y portugueses, y que el país de residencia influyó sobre la intención de emprender por mediación de la autoeficacia emprendedora. Los resultados tienen importantes implicaciones para el fomento de la creación empresarial entre los jóvenes.

Palabras clave: intención emprendedora, modelos de rol, diferencias geográficas, estudiantes universitarios.

Abstract

The aim of this study was to account for regional differences in entrepreneurial activity between Mexico, Spain and Portugal from the own self-reinforcing nature of entrepreneurship, through mechanisms of social learning. It was hypothesised that the country of residence, as indicative variable of the level of exposure to entrepreneurial role models, would predict entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial intentions of young people involved in career decisions. Self-reported data was collected from 377 participants from the three countries. MANOVA and regression analyses showed greater levels of self-efficacy and entrepreneurial intentions in Mexican students in comparison to Spanish and Portuguese, and that the country of residence affected entrepreneurial intentions by the mediating role of self-efficacy beliefs. Those results have important implications to foster entrepreneurship in young people.

Key words: entrepreneurship, role models, geography, college students.

Introducción

Las tasas de creación de nuevas empresas varían significativamente entre diferentes países, o incluso entre diferentes regiones dentro de una misma nación. Es por ello que a menudo se argumenta que ciertas partes del mundo son más emprendedoras que otras. De acuerdo con los últimos estudios internacionales del proyecto *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), destinado al estudio comparativo de la creación de empresas entre diferentes países del mundo (Bosma & Harding, 2006; Bosma, Jones, Autio & Levie, 2007), los niveles más bajos de actividad emprendedora corresponden a los países asiáticos desarrollados y a países centroeuropeos, ligeramente superados por los países de la Unión Europea. En contraposición, las mayores tasas de actividad emprendedora parecen concentrarse en los países del antiguo imperio anglosajón, en Latinoamérica y en los países asiáticos en vías de desarrollo.

Diferentes estadísticas apuntan a que Europa es una de las regiones menos emprendedoras del mundo. Concretamente en España, únicamente el 7.3% de la población activa comprendida entre 18 y 65 años participa de una actividad empresarial nueva (De la Vega, Corduras, Cruz, Justo & González, 2006). Además, la creación de una empresa propia es una alternativa laboral muy poco valorada por las nuevas generaciones de población activa, de modo que el porcentaje de jóvenes emprendedores menores de 25 años no supera el 10%, y la mayor parte de iniciativas emprendedoras corresponden a adultos mayores de 35 años (De la Vega *et al.*, 2006).

En la misma línea, las tasas de actividad emprendedora en Portugal son alarmanamente bajas, situándose en torno al 4% de la población activa, valor muy por debajo al de otros países de la Unión Europea (*Nova Forum & Sociedade Portuguesa de Inovação*, 2004). Por otro lado, la opción de emprender es ligeramente menos rechazada por los jóvenes portugueses en comparación con los españoles, ya que la mayoría de las mujeres emprendedoras portuguesas son menores de 34 años, y en el caso de los varones las tasas de actividad emprendedora están homogéneamente distribuidas a lo largo de todas las edades, desde 18 a 64 años (*Nova Forum & Sociedade Portuguesa de Inovação*, 2004). No obstante, Portugal se caracteriza por una cultura nacional no emprendedora, donde la asunción de riesgos y la responsabilidad individual son inhibidas y la población se percibe a sí mis-

ma con escasas capacidades emprendedoras (*Nova Forum & Sociedade Portuguesa de Inovação*, 2004).

Este escaso espíritu emprendedor observado en España y Portugal contrasta significativamente con el de otros países, como los latinoamericanos. Por ejemplo, a pesar de los obstáculos legales para crear negocios, México ocupa uno de los primeros puestos internacionales en actividad emprendedora total, alcanzando unas tasas del 18.74%. Además, se observa una alta tendencia a emprender entre los jóvenes del país, de modo que en torno al 30% de los emprendedores mexicanos tienen entre 16 y 24 años, y la media de edad de los emprendedores se sitúa en 33.5 años (Bosma & Harding, 2006; Bosma *et al.*, 2007).

Las discrepancias regionales en materia de creación de nuevas empresas son a menudo atribuidas a las condiciones económicas y sociopolíticas de cada país. En este sentido, las diferencias observadas entre México, España y Portugal resultan aún más evidentes si consideramos que las condiciones en México en materia emprendedora son más obstaculizantes que en España y Portugal, en términos de políticas gubernamentales y de mercado, apoyo financiero y acceso a infraestructura comercial y física (De la Vega *et al.*, 2006; Djankov, La Porta, López de Silanes & Shleifer, 2002; Lee & Peterson, 2000; *Nova Forum & Sociedade Portuguesa de Inovação*, 2004). A pesar de esta circunstancia, los habitantes de México crean cuatro veces más empresas que los españoles y portugueses.

Estos datos sugieren que la relación entre la actividad emprendedora de un país y su infraestructura económica no es siempre positiva y lineal, de modo que las diferencias pueden persistir a pesar de que las circunstancias políticas y económicas de distintos países sean similares (Reynolds, Millar & Maki, 1995). ¿Cómo podemos explicar entonces las fuertes discrepancias encontradas entre diferentes regiones del mundo en relación a sus tasas de actividad emprendedora? Bygrave y Minniti ((2000) así como Minniti y Bygrave (1999) han aportado una explicación al respecto a partir de un proceso autorreforzante. Más concretamente, los autores argumentan la existencia de interdependencia entre la decisión de emprender a nivel individual y la cantidad de actividad emprendedora local. En concreto, defienden que la existencia de altas tasas de creación de nuevas empresas en una determinada región favorece la concentración em-

presarial en dicho territorio, lo que se convierte en un importante factor capaz de influir sobre la decisión de otros individuos de convertirse en emprendedores. Así, según los autores, las tasas de actividad emprendedora registradas en una región en un determinado periodo de tiempo se convierten en predictivas de las tasas de actividad emprendedora futuras, en interdependencia con otros factores económicos y políticos.

Una de las principales predicciones del modelo teórico de Bygrave y Minniti (Bygrave & Minniti, 2000; Minniti & Bygrave, 1999) es que, si la actividad emprendedora genera un feedback positivo autorreforzándose a sí misma, entonces deberá existir una relación positiva entre los índices de actividad emprendedora registrados en una región durante un periodo temporal determinado y el siguiente. Asimismo, los autores invitan a poner a prueba dicha hipótesis mediante estudios comparativos entre comunidades con distintas tasas de actividad emprendedora. Bajo este cometido, este estudio pretende explicar las diferencias en espíritu emprendedor entre México, España y Portugal a partir del efecto de la concentración emprendedora regional, sobre las intenciones emprendedoras de las nuevas generaciones de población activa. Igualmente, se pretende explicar dicho efecto a partir de mecanismos de exposición a modelos de rol y creencias de autoeficacia.

Exposición a modelos de rol emprendedores

Uno de los mecanismos básicos por los que la actividad emprendedora se autogenera a sí misma, consolidando las diferencias entre países, se basa en los procesos de aprendizaje social (Bygrave & Minniti, 2000; Minniti & Bygrave, 1999). Según la Teoría del Aprendizaje Social de Bandura (1977), la mayor parte del comportamiento humano es aprendido mediante la observación de modelos que ejecutan el comportamiento en cuestión, siendo éste uno de los medios más poderosos para transmitir valores, actitudes y patrones de pensamiento y comportamiento (Sánchez, 2006).

En el proceso de socialización del individuo, su entorno social le transmite normas, lenguaje, aspiraciones educativas y preferencias de carrera a través del aprendizaje social y el modelado (Bandura, 1977). En este contexto, la socialización emprendedora se refiere a las

experiencias que preparan al individuo para elegir la opción de emprender (Dyer, 1994) en un proceso de aprendizaje a través del cual la persona adquiere y se familiariza con el conocimiento y destrezas necesarias para desempeñar el rol emprendedor. Por tanto, la socialización emprendedora es un conjunto de experiencias relacionadas con la realización exitosa de las tareas emprendedoras que pueden ser fácilmente establecidas a partir de la interacción con personas que poseen características emprendedoras que sirven como modelos de rol. Siguiendo la teoría de Bandura (1986), tales modelos dirigen la atención del individuo hacia el fenómeno empresarial, le inculcan los conocimientos y habilidades necesarios para crear una nueva empresa y activan, facilitan y proporcionan apoyo al surgimiento de comportamientos emprendedores.

En concreto, se ha visto que la existencia de modelos positivos del rol emprendedor en el entorno del individuo influyen sobre la decisión de emprender y se asocian con la probabilidad de crear una empresa propia en el futuro (e.g., Brockhaus & Horwitz, 1986; Dyer, 1994; Kolvereid, 1996; Scherer, Adams, Carley & Wiebe, 1989; Scott & Twomey, 1988). Es decir, los individuos con más posibilidades de observar directamente a emprendedores serán más propensos a convertirse en emprendedores ellos mismos, puesto que experimentarán una mayor interiorización de los conocimientos y destrezas necesarios para crear una empresa y tendrán una percepción más positiva sobre la deseabilidad de convertirse en empresarios (Bygrave & Minniti, 2000; Minniti & Bygrave, 1999).

Por tanto, la concentración emprendedora local determina el grado de exposición de las nuevas generaciones de población activa a modelos de rol emprendedores y, en consecuencia, la probabilidad de que opten por la creación de una empresa como vía de inserción laboral, consolidándose así las discrepancias regionales en materia emprendedora. De esta forma, las altas tasas de actividad emprendedora existentes en México conllevan una mayor exposición a modelos de rol emprendedores entre los jóvenes del país en comparación con los de España y Portugal, donde la concentración emprendedora es notablemente más baja; en consecuencia, los jóvenes mexicanos deberían tener una probabilidad más alta de crear su propia empresa en el futuro que los españoles y portugueses.

Intenciones emprendedoras y autoeficacia emprendedora

El estudio de la relación entre las tasas de actividad emprendedora actuales y futuras supone analizar hasta qué punto la actividad emprendedora existente en una región en la actualidad es predictiva de la cantidad de nuevas empresas que se crearán en dicha comunidad en los próximos años. Un índice de las tasas de actividad emprendedora futuras proviene del estudio de las intenciones de la población de crear nuevas empresas a corto plazo.

Las intenciones capturan los factores motivacionales que influyen sobre un comportamiento determinado y son indicadores del grado en que los individuos están dispuestos a poner en marcha tal comportamiento (Ajzen, 1991). De hecho, en la literatura psicológica, las intenciones aparecen como un buen predictor del comportamiento planificado futuro (Ajzen, 1991), como es el de emprender. Concretamente, estudios de meta-análisis (Kim & Hunter, 1993) han probado empíricamente que las intenciones predicen satisfactoriamente el comportamiento, explicando en torno al 30% de la varianza en éste, en comparación con el 10% típicamente explicado por el empleo de medidas directas de rasgos o actitudes. Igualmente, el estudio de las intenciones permite una mayor validez predictiva del comportamiento de emprender que la alcanzada a partir de otros antecedentes individuales y situacionales (Krueger & Carsrud, 1993). Por ello, el análisis de las intenciones de emprender nos podría permitir conocer las preferencias laborales de los individuos de una región a punto de incorporarse al mercado laboral, y estimar la posibilidad de que tales tendencias se materialicen en iniciativas empresariales propiamente dichas en el futuro.

Como se ha señalado anteriormente, la investigación sugiere una conexión entre la presencia de modelos de rol en el entorno y el surgimiento de emprendedores (e.g., Brockhaus & Horwitz, 1986; Dyer, 1994; Scherer *et al.*, 1989; Scott & Twomey, 1988). Más concretamente, existe evidencia de relación entre la exposición a modelos de rol y la formación de intenciones emprendedoras (e.g., Kolvereid, 1996; Krueger, 1993; Van Auken, Stephens, Fry & Silva, 2006). En este sentido, cabe plantear que cuanto mayores sean las posibilidades de una persona de observar e interactuar con emprendedores exitosos, mayor será su intención de emprender. De esta forma, las

tasas de actividad emprendedora registradas en una región durante un periodo de tiempo concreto podrían determinar el grado de exposición de los individuos a modelos de rol e influir sobre la proliferación de nuevas iniciativas empresariales en la zona.

No obstante, la literatura sobre intenciones emprendedoras ha puesto de manifiesto que existen otros predictores más potentes de las intenciones de emprender que la observación de modelos de rol. Así, las investigaciones más exitosas en la explicación de la formación de intenciones emprendedoras (e.g., Kolvereid, 1996; Krueger, 1993; Krueger & Brazeal, 1994; Krueger, Reilly & Carsrud, 2000); toman como referencia la Teoría del Comportamiento Planificado de Ajzen (1991), y el Modelo sobre el Evento Emprendedor de Shapero (1982). Desde ambos marcos teóricos se asume que un antecedente crítico a la formación de la intención de emprender es la factibilidad percibida o autoeficacia emprendedora.

La autoeficacia es una atribución de competencia personal y control en una situación dada, reflejando la percepción de una capacidad personal para realizar un trabajo o tarea concretos (Bandura, 1986). El constructo de autoeficacia emprendedora se refiere a la creencia de la persona en sus propias habilidades para llevar a cabo eficazmente las acciones y tareas específicas implicadas en la creación y desarrollo de una nueva empresa. Diversos autores han puesto de manifiesto que la autoeficacia emprendedora constituye un atributo distintivo de los emprendedores (e.g., Chen, Greene & Crick, 1998; De Noble, Jung, & Ehrlich, 1999; Krueger & Brazeal, 1994; Markman, Balkin & Baron, 2002).

Desde la Teoría Social Cognitiva se sostiene que una de las principales fuentes para generar autoeficacia en las personas es el modelado de rol o experiencia vicaria. El modelado afecta a los sentimientos de competencia a través de un proceso de comparación social, debido a que la gente a menudo juzga sus propias capacidades en comparación con las de otros (Bandura, 1997). De ello se desprende que la presencia de modelos del rol emprendedor influye positivamente sobre los sentimientos de autoeficacia emprendedora de las personas (e.g., Baron, 2000; Boyd & Vozikis, 1994; Erikson, 2003). En concreto, Scherer *et al.* (1989) encontraron que la presencia de un padre emprendedor se asociaba con mayores aspiraciones de educación

en materia emprendedora, mayor autoeficacia emprendedora, y mayor preferencia por emprender.

Por ello, cabe plantear que el grado de exposición de una persona a modelos de rol emprendedores afectará su sentido de competencia para desarrollar exitosamente las tareas implicadas en la creación y desarrollo de una nueva empresa. Puesto que las tasas de actividad emprendedora existentes en una región pueden considerarse reveladoras del grado en que los habitantes de ese territorio cuentan con oportunidades de observar e interactuar con emprendedores en plena ejecución de su rol, cabe esperar que en aquellos territorios donde los niveles de actividad emprendedora sean altos, como en México, los jóvenes a punto de incorporarse al mercado laboral desarrollen mayores sentimientos de autoeficacia emprendedora que los de otras regiones caracterizadas por sus bajas tasas de actividad emprendedora, como España y Portugal. Con base en ello, proponemos la siguiente hipótesis:

Hipótesis 1. El país de procedencia (México, España, Portugal) influye sobre la autoeficacia emprendedora de los individuos.

Por otro lado, el nivel de autoeficacia predice la elección de carrera y los intereses ocupacionales (Bandura, 1997), lo que incluye la opción de emprender. La gente evita carreras y ambientes que creen que exceden sus capacidades y emprenden vocaciones para las que se juzgan capaces (Krueger & Dickson, 1994). En este sentido, cabe argumentar que las personas podrían estar inclinadas a desarrollar carreras emprendedoras en la medida en que se juzguen en posesión de las destrezas necesarias para desenvolverse en ese ambiente (Chen *et al.*, 1998; Krueger & Brazeal, 1994). Por ello, la autoeficacia es una de las variables más frecuentemente incluidas en los modelos explicativos de la formación de intenciones emprendedoras (e.g., Boyd & Vozikis, 1994; De Noble *et al.*, 1999; Kolvereid, 1996; Krueger & Brazeal, 1994; Krueger *et al.*, 2000; Sánchez, Lanero & Yurrebaso, 2005; Sánchez & Yurrebaso, 2006; Zhao, Seibert & Hills, 2005). Con base en esta evidencia, proponemos la siguiente hipótesis:

Hipótesis 2. La autoeficacia emprendedora influye sobre la intención emprendedora de los individuos.

Teniendo en cuenta el planteamiento de la hipótesis previa, es de esperar que la autoeficacia emprendedora sea el mecanismo mediador a través del cual la exposición a

modelos de rol afecte la intención de los individuos de poner en funcionamiento su propio negocio. En este sentido, Scherer *et al.* (1989) encontraron que los modelos de rol influían sobre la preferencia por carreras emprendedoras a través de su efecto sobre la autoeficacia percibida. Igualmente, Krueger *et al.* (2000) concluyeron que los modelos de rol son capaces de afectar las intenciones de emprender si cambian las creencias de las personas sobre su habilidad para emprender exitosamente.

Así, cabe hipotetizar que el país de procedencia (México, España, Portugal), como indicativo de las tasas de actividad emprendedora y grado de exposición a modelos de rol emprendedores, se asocie positivamente con la autoeficacia emprendedora de los individuos, la cual a su vez determine sus niveles de intención de emprender. Por tanto, se plantea la siguiente hipótesis de trabajo:

Hipótesis 3. La relación entre país de procedencia (México, España, Portugal) e intención emprendedora estará mediada por la autoeficacia emprendedora.

Método

Participantes

Se trabajó con una muestra total de 377 participantes de México (36.34%), España (35.54%) y Portugal (28.12%). Del total, el 73.10% fueron mujeres y el 26.90% fueron hombres, con edades comprendidas entre 18 y 25 años, con una edad media de 21.34 ($DT = 1.96$). Todos los participantes eran estudiantes universitarios vinculados a diversas áreas de conocimiento en los tres países. Varios autores (e.g., Krueger, 1993; Krueger *et al.*, 2000) defienden el empleo de muestras de estudiantes en la investigación sobre intenciones emprendedoras, ya que permiten trabajar con individuos implicados en procesos reales de elección de carrera y estimar las tendencias emprendedoras a corto plazo de los jóvenes de un país a punto de acceder al mercado laboral.

La muestra de México estuvo integrada por 137 participantes (83.20% mujeres y 16.80% varones), con edades comprendidas entre 18 y 25 años, siendo la media de 20.93 ($DT = 1.49$). La muestra de España se formó a partir de 134 universitarios (62.70% mujeres y 37.30% varones) de entre 18 y 25 años, siendo la media de edad de 20.65 años ($DT = 2.18$). Finalmente, la muestra de Portugal estuvo

compuesta de 106 participantes (72.64% mujeres y 27.36% varones), con edades comprendidas entre 20 y 25 años y una media de 22.75 años ($DT = 1.45$).

Instrumentos

Todos los participantes del estudio respondieron voluntariamente a un cuestionario, que fue administrado en el año 2007, por expertos en clases universitarias programadas. Dicho cuestionario estuvo integrado por tres apartados que permitieron evaluar las variables incluidas en la investigación y que se describen a continuación:

Intención emprendedora

Siguiendo el procedimiento comúnmente empleado por otros autores (e.g., Krueger *et al.*, 2000), se usó un solo ítem para medir la intención emprendedora de los participantes. En concreto, se les pidió que indicasen su intención de poner en marcha un negocio en los próximos cinco años, a través de una escala tipo Likert de 0 a 5 puntos. A mayor puntuación en el ítem, mayor intención emprendedora, y viceversa.

Autoeficacia emprendedora

Se utilizó la Escala de Autoeficacia Emprendedora del cuestionario COE de Sánchez (2005), que mide las creencias de las personas sobre sus propias habilidades para llevar a cabo las tareas implicadas en la creación de una empresa. La escala es una adaptación de la escala de De Noble *et al.* (1999) y fue elaborada de acuerdo a las recomendaciones de Bandura (1986) sobre la construcción de medidas de autoeficacia específicas de dominio. De Noble *et al.* (1999) han probado la fiabilidad y validez de la escala, y han encontrado que el constructo medido correlaciona positivamente con la intención de emprender.

Los ítems de la escala original fueron traducidos al castellano a través de un procedimiento de traducción y retrotraducción (Behling & Law, 2000). La escala se compone de 23 ítems en los que los participantes deben indicar el grado en que se sienten capaces de realizar el comportamiento expresado en cada caso, a través de una escala tipo Likert de 0 (“completamente incapaz”) a 10 (“completamente capaz”). Ejemplos de

ítems son “me siento capaz de reconocer nuevas oportunidades en el mercado para nuevos productos y servicios”, o “me siento capaz de desarrollar y mantener relaciones favorables con potenciales inversores”. La puntuación total en la escala se obtiene a partir de la media de las respuestas a todos los ítems. A mayor puntuación total en la escala, mayor autoeficacia emprendedora, y viceversa. La fiabilidad de la escala en este estudio, medida a través del índice Alfa de Cronbach, fue de (.90) para la muestra de México, (.88) para la muestra de España, (.91) para la muestra de Portugal y (.90) para la muestra total.

País de residencia

Utilizamos el país de origen como variable indicativa del grado de exposición a modelos de rol emprendedores. Teniendo en cuenta las tasas de actividad emprendedora de los tres países objeto de estudio, es de suponer que la exposición a modelos de rol sea mayor en México, seguido por España y, en último lugar, Portugal. Siguiendo esta lógica, se pidió a los participantes que indicasen su país habitual de residencia, y las respuestas fueron codificadas para crear una variable ordinal: 1 = Portugal (baja exposición), 2 = España (exposición media), y 3 = México (alta exposición). De esta forma, a mayor puntuación en la escala, mayor exposición a modelos de rol emprendedores, y viceversa.

Resultados

En la Tabla 1 se muestran las medias, desviaciones típicas y correlaciones entre las tres variables del estudio, que aparecieron positivamente relacionadas entre sí.

Se llevó a cabo en primer lugar un análisis multivariado de la varianza (MANOVA), tomando como variable independiente el país de residencia, y como variables dependientes la autoeficacia emprendedora y la intención de emprender. El efecto multivariado del país de residencia resultó significativo, con unos valores de $F(4, 726) = 9.57$, $p < .001$, $\eta^2 = .90$, de acuerdo con el criterio Lambda de Wilks. Este resultado implica la existencia de diferencias estadísticamente significativas entre los jóvenes de los tres países en las dimensiones de autoeficacia e intención emprendedoras tomadas conjuntamente.

Tabla 1
Medias, Desviaciones Típicas y Correlaciones entre Variables

| | México | | España | | Portugal | | | |
|------------------------------|--------|------|--------|------|----------|------|------|------|
| | 1 | 2 | M | DT | M | DT | M | DT |
| 1. Intención emprendedora | — | | 3.94 | 1.35 | 3.20 | 1.52 | 3.23 | 1.70 |
| 2. Autoeficacia emprendedora | .26* | — | 6.07 | 1.93 | 4.95 | 1.60 | 5.23 | 1.88 |
| 3. País de residencia | .20* | .19* | — | — | — | — | — | — |

* $p < .01$

A continuación se analizaron los resultados separadamente para cada variable dependiente, a través de análisis de varianza (ANOVA de un factor), tomando un nivel de significación ajustado de .025, de acuerdo con el criterio de Bonferroni. El efecto del país de residencia sobre la autoeficacia emprendedora resultó significativo, alcanzando unos valores de $F(2, 364) = 13.78, p < .001$. Análisis Tukey post hoc mostraron mayores niveles de autoeficacia emprendedora en los jóvenes mexicanos ($M = 6.07, DT = 1.93$) en comparación con los españoles ($M = 4.95, DT = 1.60$) y portugueses ($M = 5.23, DT = 1.88$). También resultaron significativas las diferencias entre jóvenes de los tres países en intención emprendedora, $F(2, 364) = 10.03, p < .001$, mostrando de nuevo los análisis Tukey, mayor intención emprendedora en los jóvenes mexicanos ($M = 3.94, DT = 1.35$) en comparación con los de España ($M = 3.20, DT = 1.52$) y Portugal ($M = 3.23, DT = 1.70$). No se encontraron diferencias significativas entre los participantes de España y Portugal en ninguna de las dos dimensiones analizadas. Estos resultados proporcionan apoyo inicial a nuestras hipótesis de trabajo, al confirmar la influencia del país de residencia sobre la autoeficacia e intención de emprender.

Las hipótesis 1, 2 y 3 fueron analizadas con mayor profundidad a través de un conjunto de análisis de regresión, cuyos resultados se sintetizan en la Tabla 2. El modelo de regresión 1 puso a prueba la primera hipótesis, analizando la influencia del país de residencia sobre la autoeficacia emprendedora. La ecuación resultó significativa, explicando el 3.5% de la varianza en autoeficacia (R^2 corregida = .035, $F = 14.72, p < .001$). Así, se encontró una relación positiva entre país de residencia, como indicador del nivel de exposición a modelos de rol emprendedores, y la autoeficacia para emprender ($\beta = .19, p$

$< .001$). Esta evidencia proporciona apoyo estadístico a nuestra primera hipótesis.

El modelo de regresión 2 puso a prueba la segunda hipótesis, analizando el poder predictivo de la autoeficacia emprendedora sobre la intención de emprender. La influencia también resultó significativa, explicando el 6.8% de la varianza en la intención de emprender (R^2 corregida = .068, $F = 27.87, p < .001$). En apoyo a nuestra hipótesis 2, se encontró una asociación positiva entre autoeficacia e intención emprendedoras ($\beta = .27, p < .001$).

Para analizar la hipótesis 3, relativa a la relación entre el país de residencia y la intención de emprender un negocio por mediación de la autoeficacia emprendedora, se verificaron las cuatro condiciones establecidas por Baron y Kenney (1986) para probar relaciones mediacionales a través de análisis de regresión. La primera condición se refiere a la existencia de una influencia significativa de la variable independiente (país de procedencia) sobre el mediador (autoeficacia emprendedora). El modelo 1 empleado para probar nuestra primera hipótesis comprueba también esta condición. La segunda condición implica demostrar el poder predictivo de la variable independiente (país de procedencia) sobre la dependiente (intención emprendedora). Para verificar este requisito se realizó un tercer análisis de regresión (modelo 3), donde la influencia del país de residencia resultó significativa, explicando el 3.5% de la varianza en la intención emprendedora (R^2 corregida = .035, $F = 14.24, p < .001$). Es decir, se confirma una relación positiva entre país de residencia, como indicador del nivel de exposición a modelos de rol emprendedores, y la intención emprendedora ($\beta = .19, p < .001$).

Para poner a prueba las condiciones tercera y cuarta establecidas por Baron y Kenney (1986) se realizó un último análisis de regresión (modelo 4) en el que se tomaron conjuntamente la variable independiente (país de residencia) y el mediador (autoeficacia emprendedora) en la predicción de la variable dependiente (intención emprendedora). La tercera condición implica la existencia de una influencia significativa del mediador sobre la variable dependiente en este análisis. La cuarta condición establece que la influencia de la variable independiente sobre la dependiente debe ser menor cuando se toma conjuntamente con el mediador en comparación con la influencia individual probada anteriormente. En nuestro caso, el modelo 4 explicó el 8.7% de la varianza en la

intención emprendedora (R^2 corregida = .087, $F = 18.41$, $p < .001$). Se encontró una asociación positiva entre autoeficacia emprendedora e intención emprendedora ($\beta = .24$, $p = .004$), que satisface la tercera condición de mediación. Finalmente, se comprobó que la influencia del país de residencia sobre la intención de emprender también resultó significativa en el modelo 4 ($\beta = .15$, $p < .001$), siendo de menor magnitud que en el modelo 3 en que se analizó aisladamente el de la autoeficacia emprendedora como mediador, lo que da apoyo a la cuarta condición de mediación. En suma, todos estos resultados confirman, de acuerdo a la hipótesis 3, una relación entre país de residencia e intención emprendedora parcialmente mediada por la autoeficacia emprendedora.

Tabla 2
Análisis de Regresión

| | Modelo 1 (VD: Autoeficacia) | | Modelo 2 (VD: Intención) | | Modelo 3 (VD: Intención) | | Modelo 4 (VD: Intención) | |
|--------------------------|--------------------------------|------|-----------------------------|------|-----------------------------|------|-----------------------------|------|
| | β | t | β | t | β | t | β | t |
| Autoefic. emprendedora | | | .27** | 5.28 | | | .24* | 4.67 |
| País de residencia | .19** | 3.84 | | | .19** | 3.77 | .15** | 2.90 |
| F | 14.72** | | 27.87** | | 14.24** | | 18.41** | |
| R ² | .038 | | .071 | | .037 | | .092 | |
| R ² corregido | .035 | | .068 | | .035 | | .087 | |

* $p < .001$; ** $p < .01$

Discusión

El propósito del estudio ha sido explicar las diferencias encontradas entre los niveles de actividad emprendedora de México, España y Portugal a partir de un efecto autorreforzante, por medio de mecanismos de aprendizaje social como la exposición a modelos de rol y las creencias de autoeficacia. Se hipotetizó que el país de residencia, como índice del grado de exposición de los individuos a modelos de rol emprendedores, permitiría predecir los niveles de autoeficacia e intención emprendedoras de los jóvenes inmersos en procesos de elección de carrera. Se encontró que los jóvenes mexicanos mostraron mayores niveles de autoeficacia e intenciones emprendedoras que sus iguales españoles y portugueses, y que el país de residencia influyó sobre la intención de emprender por mediación de la autoeficacia emprendedora.

La coherencia encontrada entre las tasas de actividad emprendedora registradas en México, España y Portugal y las intenciones emprendedoras de los jóvenes a punto de acceder al mercado laboral de los tres países se ajusta a las predicciones de Bygrave y Minniti (Bygrave & Minniti, 2000; Minniti & Bygrave, 1999) sobre la naturaleza autorreforzante del fenómeno emprendedor. Así, este estudio apoya la idea de que las tasas actuales de actividad emprendedora predicen los intereses emprendedores de las futuras generaciones, existiendo una relación positiva entre los índices de nuevas empresas creadas en una localidad en un determinado periodo de tiempo y el siguiente.

Asimismo, los resultados sugieren que las diferencias en actividad emprendedora observadas entre países como México, España y Portugal tienden a consolidarse de generación en generación por medio de mecanismos de aprendizaje social. Así, los mayores niveles de intención

emprendedora encontrados entre los jóvenes mexicanos en comparación con los españoles y portugueses pueden explicarse, de acuerdo con el planteamiento inicial, por las mayores posibilidades de observación e interacción con modelos de rol emprendedores en México, dadas sus elevadas tasas de actividad emprendedora, frente a España y Portugal. De esta forma, la asociación positiva encontrada entre país de residencia e intención emprendedora se une a evidencias previas que relacionan sistemáticamente la existencia de modelos de rol en el entorno del individuo y su intención de emprender (e.g., Kolvereid, 1996; Krueger, 1993; Van Auken *et al.*, 2006).

Por otro lado, el papel mediador de la autoeficacia emprendedora en la relación entre el país de residencia y la intención emprendedora de los individuos también apoya la importancia de los procesos de aprendizaje social en la explicación de las diferencias regionales en actividad emprendedora. El efecto positivo y directo del país de residencia sobre la autoeficacia se explica de nuevo por las mayores oportunidades de modelado en zonas con alta concentración emprendedora, como es el caso de México, y la menor observación e interacción con emprendedores en países con relativamente bajas tasas de actividad emprendedora, como España y Portugal. Así, este resultado proporciona apoyo a estudios previos que relacionan la exposición a modelos de rol con el surgimiento de creencias de autoeficacia en los individuos (e.g., Baron, 2000; Boyd & Vozikis, 1994; Erikson, 2003; Scherer *et al.*, 1989).

Finalmente, nuestros resultados se ajustan a las predicciones de los modelos clásicos de intenciones emprendedoras (Ajzen, 1991; Shapero, 1982) y a evidencias previas que destacan la autoeficacia o factibilidad percibida como antecedente inmediato de las intenciones de emprender y mediador de la influencia de otras variables como, en este caso, la exposición a modelos de rol (e.g., Boyd & Vozikis, 1994; Krueger *et al.*, 2000; Scherer *et al.*, 1989; Zhao *et al.*, 2005).

Del estudio pueden derivarse ciertas implicaciones prácticas de interés. El apoyo obtenido a la sugerencia de que la actividad emprendedora posee una propiedad autorreforzante plantea la necesidad de poner en marcha medidas de fomento de la creación de nuevas empresas, especialmente en las regiones más aquejadas de escaso espíritu emprendedor, como cierta garantía de concen-

tración empresarial y crecimiento económico futuro. Además, dado el papel desempeñado por la autoeficacia como motor de la intención de emprender, se plantea la posibilidad de desarrollar medidas que favorezcan el surgimiento en los jóvenes inmersos en procesos de elección de carrera, de sentimientos de competencia personal para emprender. En este sentido, tomando como referencia las fuentes de autoeficacia propuestas por Bandura (1997), sería aconsejable poner en marcha iniciativas basadas en los procesos de ejecución personal, modelado, persuasión social e inferencia positiva de estados fisiológicos y emocionales. Con todo ello se podría generar un proceso de retroalimentación donde las creencias de autoeficacia emprendedora de los individuos se tradujeran en intenciones y comportamientos emprendedores que, a su vez, favorecerían la observación de modelos de rol, las creencias de autoeficacia y las intenciones de emprender de las nuevas generaciones.

No obstante, la generalización de los resultados obtenidos en este estudio requiere de cierta precaución, debido a ciertas limitaciones metodológicas. Quizá la principal debilidad se deba al empleo de una muestra de estudiantes. Aunque diversos autores defienden el empleo de este tipo de muestras en la investigación sobre intenciones emprendedoras (e.g., Krueger, 1993; Krueger *et al.*, 2000), las preferencias laborales de los estudiantes pueden no ser claras y permanentes a lo largo del tiempo y no traducirse necesariamente en comportamientos emprendedores en el futuro. Adicionalmente, los resultados obtenidos pueden no ser generalizables a otras muestras de emprendedores potenciales o de no estudiantes, dada la escasa variabilidad de los participantes en ciertas variables como la edad y el nivel educativo.

Por otro lado, en este estudio se ha tomado el país de residencia como índice del grado de exposición de los individuos a modelos de rol emprendedores, partiendo de las dispares tasas de actividad emprendedora registradas en México, España y Portugal. No obstante, hubiese sido más adecuado el empleo de medidas directas para estimar el grado de exposición a modelos de rol y su relación con las tasas de actividad emprendedora regionales. Igualmente, otra debilidad del estudio se debe al empleo de un único ítem para la medición de la intención emprendedora. Aunque la investigación sobre intenciones emprendedoras se ha servido a menudo de medidas de este tipo, el empleo de múltiples ítems permitiría re-

ducir el error de medida y aumentar la fiabilidad y validez del estudio (Krueger *et al.*, 2000).

Futuras investigaciones deberían dirigirse a analizar las diferencias regionales en intención emprendedora y el papel de la observación de modelos de rol a través de una metodología más adecuada. Asimismo, se plantea la necesidad de realizar estudios longitudinales que ayuden a clarificar cómo evolucionan las intenciones a comportamientos emprendedores a lo largo del tiempo, así como las diferencias regionales que pueden darse en el proceso. Finalmente, la comprensión integral de la naturaleza autorreforzante del fenómeno emprendedor requiere de estudios que analicen cómo las variables personales y los hábitos sociales interactúan con los factores socioeconómicos y políticos en la proliferación de iniciativas emprendedoras en diferentes países del mundo.

Referencias

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior & Human Decision Processes*, 50, 179-211.
- Bandura, A. (1977). *Social Learning Theory*. Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- Bandura, A. (1986). *The social foundations of thought and action*. Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. Nueva York: W. H. Freeman & Company.
- Baron, R. (2000). Psychological perspectives on entrepreneurship: Cognitive and social factors in entrepreneurs' success. *Current Directions in Psychological Science*, 9, 15-19.
- Baron, R. M. & Kenney, D. A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51, 1173-1182.
- Behling, O. & Law, K. S. (2000). *Translating questionnaires and other research instruments: Problems and solutions*. Londres: Sage publications.
- Bosma, N. & Hardin, R. (2006). *Global Entrepreneurship Monitor. GEM 2006 Summary Results*. Babson Park & Londres: Babson College & London Business School.
- Bosma, N., Jones, K., Autio, E. & Levie, J. (2007). *Global Entrepreneurship Monitor. 2006 Executive Report*. Babson Park & London: Babson College & London Business School.
- Boyd, N. & Vozikis, G. S. (1994). The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 14, 63-77.
- Brockhaus, R. & Horwitz, P. (1986). Psychology of the entrepreneur. En D. Sexton & R. Smilor (Eds.), *The art and science of entrepreneurship* (pp. 25-48). Cambridge: Ballinger.
- Bygrave, W. & Minniti, M. (2000). The social dynamics of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 24, 25-37.
- Chen, C. C., Greene, P. G. & Crick, A. (1998). Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? *Journal of Business Venturing*, 13, 295-316.
- De la Vega, I., Corduras, A., Cruz, C., Justo, R. & González, I. (2006). *Global Entrepreneurship Monitor. Informe Ejecutivo GEM España*. Madrid: Instituto de Empresa.
- De Noble, A. F., Jung, J. & Ehrlich, S. B. (1999). Entrepreneurial self-efficacy: The development of a measure and its relationship to entrepreneurial action. En P. D. Reynolds, W. D. Bygrave, S. Manigart, C. M. Manson, G. D. Meyer, H. J. Sapienza & K. S. Shaver (Eds.), *Frontiers of entrepreneurship research-1999* (pp. 73-87). Wellesley: Babson College.
- Djankov, S., La Porta, R., Lopez de Silanes, F. & Shleifer, A. (2002). The regulation of entry. *Quarterly Journal of Economics*, 117, 1-37.
- Dyer, G. W. Jr. (1994). Toward a theory of entrepreneurial careers. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 19, 7-21.
- Erikson, T. (2003). Towards a taxonomy of entrepreneurial learning experiences among potential entrepreneurs. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 10, 106-112.
- Kim, M & Hunter, J. (1993). Relationships among attitudes, intentions and behavior. *Communication Research*, 20, 331-364.

- Kolvereid, L. (1996). Prediction of entrepreneurial employment status choice intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 21, 47-57.
- Krueger, N. F. (1993). The impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of new venture feasibility and desirability. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18, 5-21.
- Krueger, N. & Brazeal, D. (1994). Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18, 91-104.
- Krueger, N. F. & Carsrud, A. (1993). Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behavior. *Entrepreneurship and Regional Development*, 5, 316-323.
- Krueger, N. & Dickson, P. R. (1994). How believing in ourselves increases risk taking: Perceived self-efficacy and opportunity recognition. *Decision Sciences*, 25, 385-400.
- Krueger, N. F., Reilly, M. D. & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15, 411-432.
- Lee, S. M. & Peterson, S. J. (2000). Culture entrepreneurial orientation, and global competitiveness. *Journal of World Business*, 35, 401-416.
- Markman, G. D., Balkin, D. B. & Baron, R. A. (2002). Inventors and new venture formation: The effects of general self-efficacy and regretful thinking. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 27, 149-165.
- Minniti, M. & Bygrave, W. (1999). The microfoundations of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 23, 41-52.
- Nova Forum & Sociedade Portuguesa de Inovação (2004). *The Global Entrepreneurship Monitor: 2004 Portugal Executive Report*. Lisboa: S.P.I.
- Reynolds, P. D., Miller, B. & Maki, W. (1995). Explaining regional variations in business births and deaths: U.S. 1976-88. *Small Business Economics*, 7, 389-407.
- Sánchez, J.C. (2005). *El Cuestionario de Orientación Emprendedora –C.O.E-*. Documento de trabajo. Universidad de Salamanca.
- Sánchez, J.C. (2006). Efectos de la presentación del mensaje para realizar conductas saludables; el papel de la autoeficacia y de la motivación cognitiva. *International Journal of Clinical and Health Psychology*, 6(3) 613-630.
- Sánchez, J. C., Lanero, A. & Yurrebaso, A. (2005). Variables determinantes de la intención emprendedora en el contexto universitario. *Revista de Psicología Social Aplicada*, 15, 37-60.
- Sánchez, J. C., & Yurrebaso, A. (2006). Tendencias de empleo en los universitarios hispano portugueses. *Revista de Psicología Social Aplicada*, 16, (1-2), 45-66.
- Scherer, R. F., Adams, J. S., Carley, S. S. & Wiebe, F. A. (1989). Role models performance effects on the development of entrepreneurial careers preferences. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 13, 53-71.
- Scott, M. & Twomey, D. (1988). Long-term supply of entrepreneurs: Students' career aspirations to entrepreneurship. *Journal of Small Business Management*, 26, 5-13.
- Shapero, A. (1982). Social dimensions of entrepreneurship. En C. Kent *et al.* (Eds.), *The encyclopedia of entrepreneurship* (pp. 72-90). Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- Van Auken, H., Stephens, P., Fry, F. L. & Silva, J. (2006). Role model influences on entrepreneurial intentions: A comparison between USA and Mexico. *International Entrepreneurship & Management Journal*, 2, 325-336.
- 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, 1265-1272

