



AFRONTAMIENTO PSICOLOGICO EN EL SIGLO XXI

LA MOTIVACIÓN Y LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA

JOSÉ C. SÁNCHEZ, RAQUEL ALDANA, SERGIO DE DIOS, AMAIA YURREBASO

Facultad de Psicología,
Universidad de Salamanca,
Avda. de la Merced, 109,
37005 SALAMANCA – ESPAÑA.
Correo electrónico: jsanchez@usal.es

Fecha de recepción: 7 de febrero de 2012

Fecha de admisión: 15 de marzo de 2012

RESUMEN

La motivación es un proceso psicológico complejo que se encuentra detrás de todas las acciones humanas. Por extensión, también lo está en aquellas personas que tienen una mayor predisposición a la acción emprendedora. En este trabajo se ha tratado de hacer un perfil de los motivos, recursos y dificultades que están asociados con que esta intención sea mayor. Así, se ha dividido a los sujetos en tres grupos y se ha calculado y comparado las escalas que proponían, tratando de identificar qué era lo característico de cada uno. Se han encontrado resultados interesantes, como que los sujetos con una mayor intención emprendedora puntuaban más alto en la mayoría de los motivos evaluados. Esto nos sugiere que la intención emprendedora está relacionada positivamente con dar a los motivos un mayor valor.

Palabras Clave: *motivación emprendedora, intención emprendedora, motivos.*

ABSTRACT

Motivation is a complex psychological process that lies behind all human actions. By extension, so is those people who have a higher predisposition to entrepreneurial action. In this work, we have tried to make a profile of the motives, resources and difficulties associated with this intention is greater. Thus, it has divided the subjects into three groups and then calculated and compared the proposed scales, trying to identify what was characteristic of each. We found interesting results, as subjects with higher entrepreneurial intention scored higher in most motives tested. This suggests that entrepreneurial intention is positively related to a high value on the motives.

Key words: *entrepreneurial motivation, entrepreneurial intention, motives.*

INTRODUCCIÓN

La motivación se puede entender como la fuerza que impulsa a un sujeto a tomar una conducta determinada (Urcola, 2008). Es decir, dicho término lo usamos cuando queremos describir las



LA MOTIVACIÓN Y LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA

fuerzas que actúan sobre, o dentro de, un organismo, para iniciar y dirigir la conducta del mismo. La explicación de la conducta motivada se estudia desde dos perspectivas fuertemente interrelacionadas: el porqué de ésta conducta, que tiene que ver con la causa última, y el cómo, que tiene que ver con la causa próxima (Palmero & Mestre, 2004). Leiva (2004), sugiere que la pregunta que debemos hacernos en el ámbito del estudio del autoempleo no es quién es el emprendedor sino que más bien debe consultarse, cómo es el nacimiento de la organización desde el punto de vista del proceso y del individuo. Gibb y Ritchie (1982) proponen una serie de factores básicos que determinan el surgimiento y éxito de las nuevas empresas. Estos factores son: a) motivación y determinación, b) Idea y mercado, c) Recursos y d) Habilidad.

Éste proceso psicológico se infiere a partir de las tres siguientes dimensiones: la iniciación o elección, la intensidad y la persistencia. Pero el término motivación implica más que la conducta motivada. Entendemos la motivación como un proceso complejo que implica tres pasos: el establecimiento de una meta a la que la persona aspira (en este caso la creación de una empresa), la elección de un curso de acción que conduzca al logro de la meta y el llevar a cabo el curso de acción elegido (Palmero, 2002).

El primer paso es el *establecimiento de una meta* que no es sino el comienzo de la conducta motivada a raíz de una condición o situación que requiere a la persona adoptar un objetivo, bien sea por necesidad o bien por demanda ambiental. El inicio del proceso será la fuente de análisis del presente estudio. Un segundo paso implica el *compromiso con un curso de acción* o la formación de una intención. Hay numerosas variables que pueden afectar o influir en este momento al inicio de la motivación: las probabilidades de que un curso de acción conduzca al resultado, la autoeficacia de la persona, la anticipación de obstáculos o problemas... Por último, se habla de un tercer paso que es *llevar a cabo el curso de acción elegido*, es decir, lo planeado. Tras la formación de una intención la persona debe idear y poner en práctica una estrategia o plan de acción para iniciar la acción requerida. Deberá asimismo invertir esfuerzo en conseguir llevar a cabo su estrategia y revisar los progresos. Si piensa que avanza invertirá más esfuerzo y será cuando se intensifique la conducta de realización y el desarrollo de su objetivo.

Los motivos de cada persona hacia una actitud juegan un importante y complejo papel en las cogniciones, intenciones y comportamientos. No obstante, en la literatura más actual no se trata la motivación de los emprendedores como extraordinaria y diferente a la de los no emprendedores, sino que se estudia cómo estas ejercen un efecto positivo en la creación y desarrollo de la empresa (Casrud, Brännback, Elfving & Brandt, 2009). Madsen (1980) propone la existencia de dos tipos de motivos: primarios y secundarios. Los motivos primarios, con características innatas, son imprescindibles para garantizar la supervivencia de un organismo. Por otro lado, los motivos secundarios, adquiridos por aprendizaje, son importantes para incrementar la posibilidad de crecimiento social y personal de dicho individuo en la sociedad a la que pertenece.

En cierto modo, esta motivación de supervivencia se da en el mundo moderno en tanto que necesitamos ganar dinero para sobrevivir. Por tanto, el emprendedor puede iniciar su proyecto empresarial siendo éste uno de sus principales motivos. Obviamente, los empresarios trabajan para ganar dinero, poder, prestigio y status. Pero éstas no son las únicas recompensas o motivaciones que tienen para esforzarse (Casrud et al, 2009), sino que hay variedad de motivos susceptibles de ser analizados como: por conseguir éxito personal, por motivación por el placer y gratificación lúdica, por búsqueda de novedades y cambios en la vida, etc.

La diversidad de teorías que se han ido proponiendo a lo largo de la historia para la explicación del proceso motivacional es inmensa. Como hemos señalado anteriormente, la motivación es un proceso interno que puede iniciarse a partir de una necesidad personal o por demanda ambiental. Ésta puede ser de dos tipos, intrínseca en tanto que la persona refiere un interés personal en la tarea o acción y extrínseca cuando es para el individuo una recompensa externa la que sigue a un determi-



AFRONTAMIENTO PSICOLÓGICO EN EL SIGLO XXI

nado comportamiento. Estos tipos de motivación no son excluyentes, los empresarios pueden estar motivados para tener éxito y lograr una meta tanto interna como externamente (Casrud et al, 2009).

Además la motivación empresarial puede estar influenciada por infinidad de factores, así como el modelo de rol empresarial familiar o social, la elección de carrera, la formación empresarial, la capacidad de exponerse al riesgo, las experiencias laborales previas, la situación socioeconómica, etc. En este caso, en la medida en que den importancia a estas razones podemos hablar de los motivos que orientan a autoemplearse. No obstante, como hemos visto anteriormente, las motivaciones de las personas emprendedoras pueden estar asociadas a factores no económicos.

A través del Cuestionario de Orientación Emprendedora (COE) se ha evaluado la importancia que los alumnos dan a cada uno de los siguientes motivos:

Poder/prestigio social: Los individuos que tiene una mayor motivación encaminada a esto suelen obtener mayor porcentaje de éxito a la hora de emprender su propio negocio. Además los individuos con estas motivaciones suelen preferir situaciones con cierto grado de riesgo, ya que supone un reto y además la posibilidad de tener éxito. Pero en situaciones con alto riesgo el individuo evita el reto, ya que la probabilidad de fracaso es alta, lo cual no ocurre con situaciones de muy bajo riesgo, ya que no aportarían al sujeto el beneplácito del éxito. Además, las personas con alta motivación al poder se vinculan al rol de líder, les motiva el prestigio y se orientan a la acción (Redorta, 2005). La asignatura Vitamina E busca motivar para conseguir el reto de emprender.

Por conseguir éxito personal. Sin motivación no hay objetivos de progreso personal, y sin objetivos de progreso personal no hay motivación (Missoun, 2000). A una mayor motivación por el logro le corresponde una mayor confianza en sí mismo. La motivación para el logro es algo que puede aprenderse. Con Vitamina E se busca educar la motivación destinada a conseguir el éxito personal, usando el emprendimiento como canal para conseguir el citado éxito otorgando mayor confianza en sí mismos a todos aquellos alumnos que han cursado la asignatura.

Motivación por el placer y la gratificación lúdica. En un mundo cada vez más competitivo, las personas que saben encontrar el placer en su propio esfuerzo tienen ante sí unas expectativas de futuro halagüeñas (Ubiros, 2006). La motivación por el placer suele dirigir emociones agradables, ligadas a satisfacer un deseo o un sueño (Ubiros, 2006), lo cual se satisface a través del emprendimiento.

Novedades y cambios en la vida. El ser humano es un animal curioso y necesita de nuevas alternativas para mejorar su vida mediante novedades que ayuden a cambiar su rutina. A través de la tarea de emprender se puede ser capaz de generar elementos novedosos que retroalimenten la propia motivación. Se busca propiciar que los alumnos canalicen la necesidad de generar cambios a través de la vía emprendedora y, a su vez, que aquellos que tienen una iniciativa emprendedora disfruten de la satisfacción de innovar.

Una mayor independencia. Las personas autorrealizadas suelen tener mayor grado de independencia. La autonomía y la independencia por sí solas son una gran fuente de motivación. El deseo de independencia suele estar ligado a la propia autorrealización personal, a la posibilidad de poner en práctica las propias ideas. En el caso de un empresario, su motivación más específica, más general y a su vez más profunda es la necesidad de independencia. Se pretende que los alumnos sean capaces de ver la independencia que puede proporcionarles el llevar a cabo sus propias ideas, desarrollar su creatividad.

Evitar un trabajo rutinario y por tener mayor libertad. Ser emprendedor, puede dar la posibilidad al individuo de tener una mayor libertad para tomar decisiones: establecer sus horarios, gestionar los recursos de la empresa, etc. El entorno laboral cada vez es más competitivo y la innovación es protagonista principal a la hora de establecerse en el mercado (Echeverría, 2000).

Sentimiento de realización personal. La iniciativa empresarial contiene en muchas ocasiones un componente de reto personal en la medida que la consecución de objetivos se atribuye a la propia



LA MOTIVACIÓN Y LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA

valía y al esfuerzo propio (Fernández, 2006). Además el emprendimiento es un acto que facilita la realización personal en tanto que le da la oportunidad al individuo de aplicar su propio conocimiento (Kantis, 2011).

Por tener una seguridad laboral. Según la literatura muchos emprendedores comienzan sus propias empresas buscando una mayor seguridad laboral. Se potencia que los alumnos puedan ver que hay cierta seguridad laboral en el hecho de ponerse a llevar a cabo la tarea de emprender.

No se puede olvidar que la motivación es responsable de la elección de llevar a cabo una tarea, y del esfuerzo y perseverancia que se dedicarán a la misma. Entender cómo funciona la motivación en la acción humana es uno de los principales pilares para fomentar la actitud emprendedora, es decir, la creación y el ulterior desarrollo de una empresa. La primera etapa a la hora de desarrollar un proyecto empresarial comienza con la motivación para emprender. Esto mismo pretende ser analizado en el nuestro estudio, cómo la formación específica puede fomentar las principales motivaciones a la hora de tomar la decisión de crear una empresa.

Para comprender mejor el perfil motivacional que está relacionado con la intención emprendedora, en este estudio se han tratado de identificar aquellos motivos, recursos y dificultades que eran puntuados de manera diferente por aquellas personas que registraron puntuaciones altas en intención. Se ha formado a un conjunto de alumnos de FP, ESO y Bachillerato en aspectos esenciales de emprendimiento. Con la asignatura Vitamina E se busca conocer cuáles son las principales motivaciones a la hora de tomar la decisión de abrir su propia empresa. Con ello, analizaremos la relación entre cursar la asignatura y otros factores en la iniciativa emprendedora.

MÉTODO

Muestra

Los datos se recogieron de una muestra de 582 sujetos, formada por 378 varones y 191 mujeres. La mayoría de los sujetos de la muestra nacieron entre 1985 y 1995 y la amplitud de la horquilla de edad oscilo entre los nacidos en 1964 y 1999. La muestra de los sujetos referidos estuvo compuesta por estudiantes de Formación Profesional (283), Educación Secundaria Obligatoria (241) y Bachillerato (17). En cuanto a la diversidad de titulaciones de FP: 28 pertenecían a la FP CAMN, 25 corresponden a la FP Educación infantil, 53 estudiantes de FP Sistemas Informáticos, 68 de los sujetos pertenecían a la FP de Electricidad, 20 de los sujetos corresponden con la FP Prótesis Dentales. 70 a la FP de Autónomos, 21 alumnos de FP de Soldadura y de la FP de Cocina son 28.

Instrumento

Las variables de las hipótesis que se ponen a prueba en este estudio quedan todas recogidas en el COE (Cuestionario de Orientación Emprendedora, Sánchez, 2009) por lo que fue éste el instrumento que se le administró a la muestra para recoger los datos. El COE mide rasgos que en la literatura se consideran importantes en el comportamiento emprendedor, sin embargo para este estudio sólo nos interesaron los datos procedentes de los apartados VI (Motivos de otros), VII (Motivos propios), VIII (Recursos) y IX (Dificultades). Por otro lado, para hacer los grupos, construimos la escala de Intención emprendedora con los ítems del apartado V, el ítem XI (a.4) y XI (b) ($\alpha_c=.933$; $\lambda_1\lambda_2=5.86$).

RESULTADOS

Motivos de otros

Se realizó un ANOVA de un factor y la prueba a Post Hoc de TUKEY para cada uno de los motivos que se recogen en el apartado VI del cuestionario. En los resultados (Tabla 1) se puede ver que el



AFRONTAMIENTO PSICOLOGICO EN EL SIGLO XXI

grupo C (grupo con una mayor intención emprendedora) valoraba sistemáticamente con una puntuación más alta todos los motivos, siendo todas las diferencias significativas con los grupos A y B salvo para el ítem: "como último recurso, no tienen otras opciones".

Además, a la hora de calcular las diferencias entre los grupos opuestos (Tabla 3) en intención para cada uno de los motivos se ha encontrado que "Obtener placer y gratificación lúdica" y el "Sentimiento de realización personal" son los ítems en los que escalarmente la distancia es mayor. Por el contrario, en "Como último recurso, no hay otras opciones" las diferencias han sido mínimas.

En cuanto a la referencia ordinal (Tabla 2, Gráfico 1) se puede ver que en ninguno de los motivos hay más de dos lugares de diferencia. Es decir, los tres grupos no se distinguen a la hora de conceder poder a cada uno de los motivos como movilizadores de la acción emprendedora.

Motivo	Grupos	Medias	F	Diferencias significativas
<i>Tener poder y prestigio social</i>	A	4,58	8,966*	C
	B	4,56		C
	C	5,12		A,B
<i>Conseguir éxito personal</i>	A	5,34	22,599*	C
	B	5,21		C
	C	5,96		A,B
<i>Obtener placer y gratificación lúdica</i>	A	4,81	20,848*	C
	B	4,83		C
	C	5,6		A,B
<i>Tener novedades y cambios en la vida</i>	A	4,69	13,542*	C
	B	4,99		C
	C	5,4		A,B
<i>Tener mayor independencia</i>	A	5,24	10,100*	C
	B	5,24		C
	C	5,75		A,B
<i>Evitar un trabajo rutinario</i>	A	4,63	8,219*	C
	B	4,86		C
	C	5,24		A,B
<i>Sentimiento de realización personal</i>	A	4,99	16,857*	C
	B	5,13		C
	C	5,78		A,B
<i>Tener mayor libertad en el trabajo</i>	A	5,17	7,837*	C
	B	5,15		C
	C	5,67		A,B
<i>Tener seguridad laboral</i>	A	4,41	9,546*	C
	B	4,59		C
	C	5,08		A,B
<i>Como último recurso, no tienen otras opciones</i>	A	3,82	,557	
	B	3,76		
	C	3,96		

Tabla 1. ANOVA de un factor para atribución de motivos a otros

Etq.	Motivos	Diferencia
3	Obtener placer y gratificación lúdica	0,79
7	Sentimiento de realización personal	0,78
4	Tener novedades y cambios en la vida	0,70
9	Tener seguridad laboral	0,66
2	Conseguir éxito personal	0,62
6	Evitar un trabajo rutinario	0,62
1	Tener poder y prestigio social	0,54
5	Tener mayor independencia	0,51
8	Tener mayor libertad en el trabajo	0,50
10	Como último recurso, no otras opciones	0,14

Tabla 2. Diferencias entre grupos A-C

Orden	Valores Grupo A	Valores Grupo B	Valores Grupo C
1º	2	5	2
2º	5	2	7
3º	8	8	5
4º	7	7	8
5º	3	4	3
6º	4	6	4
7º	6	3	6
8º	1	9	1
9º	9	1	9
10º	10	10	10

Tabla 3. Comparación de los escalamientos por grupos



LA MOTIVACIÓN Y LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA

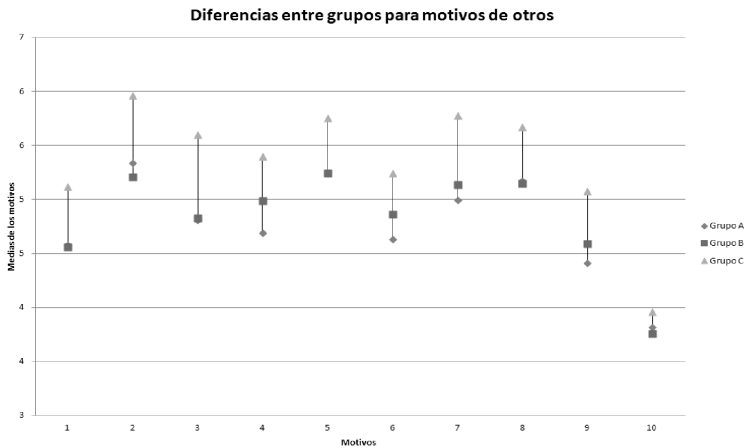


Gráfico 1. Diferencias entre grupos para motivos de otros

Motivos propios

En un análisis de diferencias de medias para cada uno de los motivos que se recogen en el apartado VII del cuestionario hemos podido ver que el grupo C (mayor intención emprendedora) valoraba sistemáticamente con una puntuación más alta todos los motivos que el grupo A (menor intención emprendedora), salvo para el ítem: “como último recurso, no tienen otras opciones” (Tabla 4). Podemos observar que esta situación es parecida a la analizada anteriormente para los motivos atribuidos a otros.

Además, a la hora de calcular las diferencias entre los grupos opuestos (Tabla 5) en intención para cada uno de los motivos se ha encontrado que “Sentimiento de realización personal”, “Tener novedades y cambios en la vida” y el “Tener mayor independencia” son los ítems en los que escalarmente la distancia es mayor. Por el contrario, en “Como último recurso, no hay otras opciones” las diferencias han sido mínimas.

En cuanto a la referencia ordinal (Tabla 6, Gráfico 2) el Grupo B y C le conceden una mayor importancia al “Sentimiento de realización personal” y en los cuatro motivos menos valorados no hay diferencias. Los tres grupos no se distinguen demasiado a la hora de conceder poder a cada uno de los motivos como movilizados de la acción emprendedora.



AFRONTAMIENTO PSICOLOGICO EN EL SIGLO XXI

Motivo	Grupos	Medias	F	Diferencias significativas
<i>Tener poder y prestigio social</i>	A	3,79	4,65*	C
	B	4,13		
	C	4,34		
<i>Conseguir éxito personal</i>	A	5,07	17,90*	C
	B	5,25		
	C	5,91		
<i>Obtener placer y gratificación lúdica</i>	A	4,65	18,25*	B,C
	B	5,02		
	C	5,59		
<i>Tener novedades y cambios en la vida</i>	A	4,61	26,01*	B,C
	B	5,18		
	C	5,68		
<i>Tener mayor independencia</i>	A	4,86	25,36*	B,C
	B	5,27		
	C	5,92		
<i>Evitar un trabajo rutinario</i>	A	4,57	9,57*	B,C
	B	4,98		
	C	5,31		
<i>Sentimiento de realización personal</i>	A	4,82	33,51*	B,C
	B	5,40		
	C	5,99		
<i>Tener mayor libertad en el trabajo</i>	A	4,86	12,41*	B,C
	B	5,27		
	C	5,64		
<i>Tener seguridad laboral</i>	A	4,09	19,18*	B,C
	B	4,64		
	C	5,10		
<i>Como último recurso, no tienen otras opciones</i>	A	3,60	0,05	
	B	3,54		
	C	3,60		

Tabla 4. ANOVA de un factor para motivos propios

Et.	Motivos	Diferencia C-A
1	Tener poder y prestigio social	0,55
2	Conseguir éxito personal	0,83
3	Obtener placer y gratificación lúdica	0,94
4	Tener novedades y cambios en la vida	1,06
5	Tener mayor independencia	1,06
6	Evitar un trabajo rutinario	0,74
7	Sentimiento de realización personal	1,17
8	Tener una mayor libertad en el trabajo	0,78
9	Tener una seguridad laboral	1,01
10	Como último recurso, no tienen otras	0,00

Tabla 5. Diferencias entre grupos A-C

Orden	Motivos Grupo A	Motivos Grupo B	Motivos Grupo C
1º	2	7	7
2º	5	5	5
3º	8	8	2
4º	7	2	4
5º	3	4	8
6º	4	3	3
7º	6	6	6
8º	9	9	9
9º	1	1	1
10º	10	10	10

Tabla 6. Comparación de los escalamientos



LA MOTIVACIÓN Y LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA

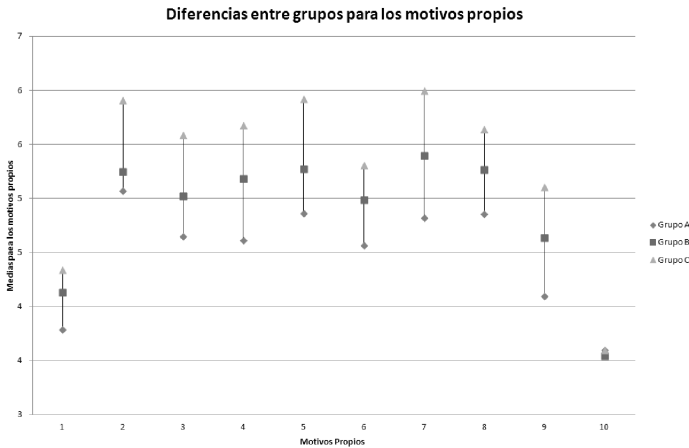


Gráfico 2. Diferencias entre grupos para motivos propios

Recursos

En un análisis de diferencias de medias para cada uno de los recursos que se recogen en el apartado VIII del cuestionario hemos podido ver que el Grupo C (mayor intención emprendedora) le daba más importancia a los recursos de tener confianza en las propias capacidades, tener capacidad de esfuerzo para conseguir los objetivos y de que la familia sea empresaria.

Además, a la hora de calcular las diferencias entre los grupos opuestos (Tabla 8) en intención para cada uno de los recursos se ha encontrado que “La familia sea empresaria”, el de “Confianza en las propias capacidades” y el de “Capacidad de esfuerzo para conseguir los objetivos” son los ítems en los que escalarmente la distancia es mayor. Por el contrario, en “Tener iniciativa” y en “Capacidad de asumir riesgos” las diferencias han sido mínimas

En cuanto a la referencia ordinal (Tabla 9, Gráfico 3) el Grupo A le concede una mayor importancia a “los recursos financieros propios” y en los cuatro recursos menos valorados no hay diferencias. Los tres grupos piensan que “Formación académica”, “Los recursos financieros ajenos” y que “La familia sea empresaria” son los recursos menos importantes de todos los encuestados.



AFRONTAMIENTO PSICOLOGICO EN EL SIGLO XXI

Recursos	Grupos	Medias	F	Diferencias significativas
Formación académica	A	5,59	1,392	
	B	5,52		
	C	5,76		
Experiencia laboral	A	5,71	3,585*	
	B	5,53		C
	C	5,89		B
Recursos financieros propios	A	6,01	1,894	
	B	5,77		
	C	5,91		
Recursos financieros ajenos	A	5,14	1,774	
	B	5,18		
	C	5,40		
Ser creativo	A	6,01	1,194	
	B	6,06		
	C	6,18		
Poseer capacidad de previsión	A	5,84	3,394*	
	B	5,80		C
	C	6,08		B
Tener intuición	A	5,53	2,440	
	B	5,53		
	C	5,79		
Capacidad de captar y aprovechar oportunidades	A	6,02	2,413	
	B	5,94		
	C	6,18		
Capacidad de esfuerzo en conseguir objetivos	A	6,02	9,525*	C
	B	5,93		C
	C	6,36		A,B
Confianza en las propias capacidades	A	5,88	7,234*	C
	B	5,85		B
	C	6,23		A,B
Capacidad asumir riesgos	A	5,95	1,995	
	B	5,80		
	C	6,03		
Tener iniciativa	A	6,19	1,782	
	B	6,06		
	C	6,28		
La familia, que sea empresaria	A	3,80	3,144*	C
	B	4,16		
	C	4,27		A

Tabla 7. ANOVA de un factor para los recursos

Etiqueta	Recursos	Diferencia C-A
1	Formación académica	,17
2	Experiencia laboral	,17
3	Recursos financieros propios	-,10
4	Recursos financieros ajenos	,26
5	Ser creativo	,18
6	Poseer capacidad de previsión	,24
7	Tener intuición	,26
8	Capacidad de captar y aprovechar oportunidades	,17
9	Capacidad de esfuerzo en conseguir objetivos	,34
10	Confianza en las propias capacidades	,35
11	Capacidad asumir riesgos	,07
12	Tener iniciativa	,09
13	La familia, que sea empresaria	,47

Tabla 8. Diferencias entre grupos A-C

Recursos Grupo A	Recursos Grupo B	Recursos Grupo C
12	5	9
9	12	12
8	8	10
3	9	5
5	10	8
11	6	6
10	11	11
6	3	3
2	7	2
1	2	7
7	1	1
4	4	4
13	13	13

Tabla 9. Comparación de los escalamientos



LA MOTIVACIÓN Y LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA

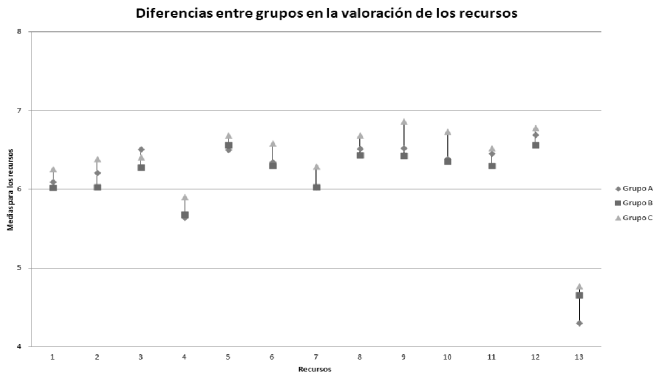


Gráfico 3. Diferencias entre grupos para recursos

Dificultades

En un análisis de diferencias de medias para cada una de las dificultades que se recogen en el apartado IX del cuestionario hemos podido ver que el Grupo C (mayor intención emprendedora) no registra diferencias sistemáticas con ningún otro grupo. Debido a estos resultados no hemos profundizado en el análisis ya que no iban a recoger resultados que fueran a decir nada más allá de lo expresado en la frase anterior, el orden que se obtendría no sería demasiado relevante al ser las diferencias tan pequeñas entre los grupos e incluso podría llevarnos a confusiones.

DISCUSIÓN

Analizados en profundidad los motivos, tanto la atribución propia como ajena, así como los recursos y dificultades se puede decir que existen determinados elementos dentro de cada uno de estos apartados que están más presentes en una persona con iniciativa emprendedora. El primer aspecto que llama la atención es que las personas que forman el Grupo 3 dan una importancia mayor a casi todos los motivos, tanto de imputación ajena como propia. Una hipótesis sugerente a investigar en próximos estudios derivada de esta observación es que: las personas con una alta intención valoran más estos motivos porque experimentan su fuerza personalmente.

Otro aspecto llamativo de los resultados es que las escalas que se derivan de las puntuaciones de los grupos son muy similares. Es decir, personas con alta y baja intención emprendedora están de acuerdo a la hora de ordenar los motivos según su importancia. Ambos grupos piensan que: conseguir el éxito personal, el sentimiento de realización personal, y gozar de una mayor libertad son las razones más potentes para que la persona se oriente hacia el emprendimiento y que el poder y el prestigio, la seguridad o no tener otra salida tienen comparativamente menos fuerza. Sin embargo, si miramos los valores escalares medios otorgado también podremos apreciar que, salvo "no tener otra opción", todos los motivos reciben puntuaciones medias por encima de la mitad de la escala. Es decir, los sujetos piensan que más o menos potentes, pero que todos son motivos al fin y al cabo. Para próximas investigaciones queda determinar qué motivos son más poderosos en función de las diferentes circunstancias que pueden rodear a la persona.

En cuanto a los recursos también hay un cierto consenso entre grupos sobre cuáles de ellos son más importantes en la actividad empresarial emprendedora. Tener iniciativa, ser creativo o capaci-



AFRONTAMIENTO PSICOLÓGICO EN EL SIGLO XXI

dad de esfuerzo son recursos especialmente valorados por el contrario la formación académica, los recursos financieros ajenos o tener una familia empresaria son menos valorados. Pero no podemos despreciar a los últimos ya que reciben globalmente puntuaciones escalares altas. Luego, aunque sumen menos, también suman.

Tanto la iniciativa, como la creatividad, como la capacidad de esfuerzo son virtudes que podemos enmarcar en la parte más personal; en la otra cara, la formación académica, los recursos financieros o tener una familia empresaria son ventajas que podemos enmarcar en un lugar más externo. Así, parece que las ventajas de carácter y personalidad son mejor valoradas que aquellas que puede ofrecer el entorno.

En cuanto a las dificultades, no hay apenas diferencias entre grupos. Se consideran como más importantes: la falta de financiación, ayudas o subvenciones, la burocracia y la falta de experiencia laboral. Esto nos dice que contar con los recursos económicos adecuados no se considera suficiente pero que si es necesario para poder llevar a cabo una iniciativa emprendedora.

Como se dijo en la introducción, la motivación en las fases iniciales es esencial, pues representa el compromiso de la persona con su proyecto o idea de empresa, además de facilitar la puesta en marcha de estrategias volitivas ante la supervisión poco fructuosa de las primeras etapas. Así, el estudio de la puesta en marcha del movimiento emprendedor -en función de los diferentes elementos que influyen sobre la motivación emprendedora (motivos, recursos, dificultades, etc.)- es imprescindible si queremos diseñar estrategias de intervención para favorecer la materialización de las ideas emprendedoras.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Casrud, L., Brännback, M., Elfving, J. & Brandt, K. (2009) Motivations: The Entrepreneurial Mind and Behavior. En A. L. Carsrud & M. Brännback (Eds.), *Understanding the Entrepreneurial Mind*. (pp. 141- 165), New York: Springer.
- Echevarria, R (2000) *La empresa emergente: la confianza y los desafíos de la transformación*. Buenos Aires. Granica.
- Fernández, M (2006) *Los jóvenes y la creación de empresas, actitudes y comportamientos emprendedores de la juventud*. Madrid. Consejo superior de investigaciones científicas.
- Gibb, A. & Ritchie, J. (1982) Understanding the process of starting small businesses. *European Small Business Journal*, 1(1), 26-46
- Kantis, H (2011) *Corriendo fronteras para crear y potenciar empresas*. Buenos Aires. Granica
- Leiva, J.C. (2004). Estudio exploratorio de la motivación emprendedora en el ITCR. En Roig, S., Ribeiro, D., Torcal, R., De la Torre, A. & Cerver, E. (2004) *El emprendedor innovador y la creación de empresas de I+D+I*. Servei de Publicacions Universitat de Valencia, 323-339
- Madsen, K.B. (1980) Teorías de la motivación. En M.R. Jones (ed.): *Nebraska Symposium on Motivation 1957* (pp. 44-105). Lincoln: University of Nebraska Press.
- Mestre, J.M. & Palmero, F. (2004) *Procesos psicológicos básicos*. Madrid. McGraw-Hill
- Missoun, G. (2000) *La dinámica del éxito*. Bilbao. Deusto S.A.
- Palmero, F. (2002) *Psicología de la motivación y emoción*. Madrid. McGraw-Hill
- Redorta, J (2005) *El poder y sus conflictos. ¿Quién puede más?* Barcelona. Paidós Ibérica
- Robbins, S (2004). *Comportamiento Organizacional*. México DF. Prentice Hall
- Ubiros, X (2006). *Pura motivación. 16 leyes universales del éxito y de la felicidad*. Barcelona. Alienta.
- Urcola, J.L (2008) *La motivación empieza en uno mismo*. Madrid. Esic Editorial
- Zoltan, D. (2008) *Estrategias de motivación en el aula de lenguas*. Barcelona. UOC