

Crítica a las investigaciones de la autoeficacia emprendedora

Noreña Chávez, Diego Alonso¹

Resumen: El propósito de esta investigación es el de criticar las últimas investigaciones científicas que estudian la Autoeficacia Emprendedora. Para esto se empleó artículos científicos con factor de impacto SJR. Además, servirá como base para que los alumnos puedan criticar cualquier investigación encontrando vacíos y brindar recomendaciones a los investigadores.

Palabras Clave: Autoeficacia Emprendedora, entrepreneurial self-efficacy

Crítica a las Investigaciones

La principal contribución del primer estudio es que los autores analizaron la literatura actual sobre la relación entre la autoeficacia emprendedora (ESE) y el rendimiento de la empresa. Además, se analizaron los posibles moderadores que influyen en esta relación. La investigación proporcionó implicaciones teóricas en tres perspectivas: la relación entre la ESE y el desempeño de la empresa, los efectos moderadores en la relación focal y las diferencias entre la ESE y la autoeficacia generalizada (GSE - la confianza del individuo en cualquier tarea y resultados empresariales) (Miao, Qian & Ma, D. 2017).

Las principales limitaciones del primer estudio están relacionadas con los resultados basados en un pequeño número de muestras. Significa que estos resultados son susceptibles de error de muestreo de segundo orden y requieren una mayor exploración. El otro problema menor es que faltan estudios sobre la investigación de otros moderadores, por ejemplo, las variables del entorno (Miao et al., 2017).

¹ Docente de la Universidad de Lima: Dnorena@ulima.edu.pe

Los autores ejecutaron un metaanálisis de 27 muestras de 26 estudios, alcanzando un tamaño de muestra total de 5,065 firmas y encontraron que la correlación de rendimiento corregida de la ESE es 0,309. Sin embargo, de acuerdo con los resultados, es necesario que la investigación futura continúe abordando la teoría del aprendizaje social e identificando el papel de la ESE en un amplio conjunto de resultados empresariales. Además, los estudios futuros deberían proporcionar un indicador más preciso de confiabilidad, como un coeficiente de equivalencia y estabilidad o un coeficiente de equivalencia y estabilidad.

En un segundo estudio se elaboró una revisión sistemática. Los autores intentaron aclarar la red nomológica de variables con las que se relaciona el constructo de ESE. Además, intentaron resaltar cómo se ha conceptualizado el ESE en investigaciones anteriores e identificar las perspectivas teóricas clave. Otra contribución importante es que explicaron cómo se desarrollan las creencias de ESE y la manera en la que influyen en las actitudes y conductas de los individuos (Newman, Obschonka, Schwarz, Cohen y Nielsen, 2019).

Los investigadores identificaron muy pocas investigaciones que examinaron los efectos de ESE sobre el comportamiento vocacional de los empleados fuera del contexto de las empresas emprendedoras. Esta situación es sorprendente, dado que las empresas exigen cada vez más a los empleados que actúen de manera empresarial. Otra limitación identificada por la revisión es la falta de investigación estimaciones de tamaño (Schmitt et al., 2017). El estudio contribuye a la investigación previa sobre el espíritu empresarial a través de un enfoque dinámico de los cambios mensuales o la variación dentro del individuo en la incertidumbre, la exploración y la identificación de oportunidades de negocios y apunta a la autoestima del empresario como una condición de frontera clave a nivel del empresario. (Schmitt et al., 2017).

El tercer estudio que se presenta en este documento analizó la misma variable, la autoeficacia empresarial. Este estudio analizó la literatura que carece de estudios empíricos que examinen las relaciones y los procesos dinámicos dentro de la persona. Este estudio contribuye a una mejor comprensión en la que los empresarios enfrentan el desafío de identificar oportunidades de negocios en entornos de cambio (Schmitt, Rosing, Zhang y Leatherbee, 2017). Sin embargo, a pesar de los beneficios de este estudio, existen algunas limitaciones.

Una de las principales limitaciones es que los tamaños del efecto resultantes de los análisis fueron relativamente pequeños. Las limitaciones del estudio, como las variables de control pequeñas o faltantes, podrían haber afectado las estimaciones de tamaño del efecto (Schmitt et al., 2017). El estudio contribuye a la investigación previa sobre el espíritu empresarial a través de un enfoque dinámico de los cambios mensuales o la variación dentro del individuo en la incertidumbre, la exploración y la identificación de oportunidades de negocios y apunta a la autoestima del empresario como una condición de frontera clave a nivel del empresario. (Schmitt et al., 2017).

El cuarto estudio analizó cómo los entornos socioculturales proximales y distales afectan la relación bien establecida entre la autoeficacia empresarial y las intenciones empresariales (Schmutzler, Andonova y Díaz-Serrano, 2018). Los resultados de este estudio son importantes porque ofrecen ideas para los encargados de formular políticas. Además, los autores proporcionan instrucciones sobre cómo se pueden y deben revisar los programas de apoyo empresarial.

Las principales limitaciones de este estudio son que no se respeta la naturaleza compleja y multidimensional de la autoeficacia. La falta de medidas válidas se ha abordado en el pasado y es esencial contar con medidas más completas y ricas para continuar con la agenda de investigación. Los datos utilizados no revelan los procesos cognitivos a través de los cuales los rasgos de la cultura nacional alteran el efecto de la autoeficacia, el conocimiento y el espíritu empresarial en las intenciones comerciales. Sería importante complementar esta investigación con datos cualitativos sobre dichos mecanismos cognitivos individuales. Además, las variables contextuales son importantes. Sería importante saber que un empresario incipiente impulsa positivamente la intención empresarial, aunque tiene un impacto menor para aquellas personas que poseen autoestima empresarial (Schmutzler et al., 2018).

El quinto estudio analizó el papel mediador de la autoeficacia empresarial e investiga el efecto de la tutoría sobre la satisfacción profesional y la retención de emprendedores novatos (St-Jean, & Mathieu, 2015). Este estudio destaca la utilidad de la teoría de la carrera cognitiva social (SCCT) en el estudio de la carrera empresarial. Muestra que existe una relación entre la satisfacción con el trabajo de uno como empresario, la intención de permanecer en el negocio y el efecto de la tutoría en ESE. La principal limitación está relacionada con la naturaleza transversal de este estudio. Además, el estudio solo considera la perspectiva del aprendiz, pero la tutoría es una

relación diádica. Investigaciones futuras o futuras investigaciones deben estar vinculadas a los siguientes puntos. Si bien la tutoría no permite el desarrollo directo de la satisfacción laboral, más bien parece reducir la intención de permanecer en el negocio en el futuro. Aunque estos resultados inicialmente parecen ser contradictorios. Además, debe saber más sobre la intención de los aprendices de permanecer en el negocio (St-Jean, & Mathieu, 2015).

Referencias

- Miao, C., Qian, S., & Ma, D. (2017). The relationship between entrepreneurial self-efficacy and firm performance: a meta-analysis of main and moderator effects. *Journal of Small Business Management*, 55(1), 87-107. doi: 10.1111/jsbm.12240
- Newman, A., Obschonka, M., Schwarz, S., Cohen, M., & Nielsen, I. (2019). Entrepreneurial self-efficacy: A systematic review of the literature on its theoretical foundations, measurement, antecedents, and outcomes, and an agenda for future research. *Journal of Vocational Behavior*, 110(Part B), 403-419. doi: 10.1016/j.jvb.2018.05.012
- Schmitt, A., Rosing, K., Zhang, S. X., & Leatherbee, M. (2017). *A Dynamic Model of Entrepreneurial Uncertainty and Business Opportunity Identification: Exploration as a Mediator and Entrepreneurial Self-Efficacy as a Moderator. Entrepreneurship Theory and Practice*, 104225871772148. doi:10.1177/1042258717721482
- Schmutzler, J., Andonova, V., & Diaz-Serrano, L. (2018). *How Context Shapes Entrepreneurial Self-Efficacy as a Driver of Entrepreneurial Intentions: A Multilevel Approach. Entrepreneurship Theory and Practice*, 104225871775314. doi:10.1177/1042258717753142
- St-Jean, É., & Mathieu, C. (2015). Developing attitudes toward an entrepreneurial career through mentoring: The mediating role of entrepreneurial self-efficacy. *Journal of Career Development*, 42(4), 325-338. doi: 10.1177/0894845314568190