PRUEBA DE EVALUACIÓN CONTINUA (PEC)

Inserción y desarrollo profesional

Intención laboral en personas mayores de 50 años

La fecha límite de **entrega** de esta **PEC** es el día **30 de abril de 2019**

INTRODUCCIÓN

El espíritu emprendedor (*entrepreneurship*) se considera el motor de la innovación, la competitividad, la creación de empleo y el crecimiento económico (Acs, Audretsch, Braunerhjelm y Carlsson, 2012; OCDE, 2004). Como se señala en el Libro Verde sobre el espíritu emprendedor (Comisión Europea, 2003), el autoempleo es capaz de convertir nuevas ideas innovadoras en empresas de éxito y además facilita la inserción de los grupos más desfavorecidos en el mercado laboral. Sin embargo, datos recientes señalan que España, al igual que ocurre en Europa, no aprovecha suficientemente su potencial emprendedor (Singer, Herrington y Menipaz, 2018).

Actualmente, en Europa existe una conciencia creciente de que emprender es una capacidad básica que se ha de inculcar mediante el aprendizaje permanente (Comisión Europea, 2002). Así, el Consejo Europeo de Lisboa del año 2000 establece entre las necesidades más destacadas el estrechamiento de los lazos entre las empresas y los sistemas educativos, y el desarrollo del espíritu emprendedor mediante los sistemas educativos y de formación. En este contexto se reconoce explícitamente la necesidad de superar los acercamientos puramente económicos o empresariales, y estudiar las variables psicológicas y sociales que impulsan el desarrollo de la conducta emprendedora y la creación de empresas.

El objetivo de este estudio es analizar diversos aspectos relacionados con el desarrollo de la carrera laboral a través del emprendimiento de las personas de 50 años en adelante. Ahora bien, nuestro estereotipo de persona emprendedora se corresponde con un "hombre joven menor de 30 años que crea una empresa de base tecnológica estilo Silicon Valley". Sin embargo, la realidad es bien diferente. En España, las personas emprenden con una edad media de 39 años y después de haber acumulado experiencia y contactos a través del empleo por cuenta ajena. El Informe Especial GEM sobre Emprendimiento Senior revela que el número de adultos mayores que trabajan por cuenta propia supera al de los jóvenes de entre 18 y 29 años, lo que indica que las personas de 50 años o más tienen un papel muy relevante en las economías de todo el mundo. Además, las personas emprendedoras *senior* tienen más probabilidades que los jóvenes de emplear a más de cinco personas en sus negocios, por lo que no solo están generando autoempleo, sino que están creando nuevos puestos de trabajo. Asimismo, las personas emprendedoras de edad avanzada en todas las fases de la actividad emprendedora reportan niveles más altos de satisfacción personal y laboral que los mayores que tienen un empleo por cuenta ajena. Esto se traduce en una mejor salud y menos demandas en programas sociales.

La PEC está relacionada con el **"Tema 2: Inserción laboral a través del emprendimiento"** y con el **"Tema 7: La jubilación: perspectivas psicosociales"** de la asignatura y tiene un doble objetivo: por una parte, conocer el entorno actual en España para la creación de empresas y la importancia de estas en la economía y creación de empleo. Además, gracias a esta actividad, se acercará de forma activa en un estudio empírico sobre intención emprendedora y podrá entender por propia experiencia algunas de las dificultades asociadas a la investigación en el área de Psicología del Trabajo y las Organizaciones.

REALIZACIÓN DE LA PRIMERA PARTE DEL ESTUDIO

Esta primera parte de la PEC consiste en la administración de un cuestionario de investigación. Para ello, cada estudiante debe seguir estas indicaciones:

1. **Administrar el cuestionario de investigación a un mínimo de 10 personas mayores de 50 años (5 hombres / 5 mujeres)**, ya sean estudiantes, trabajadores/as, jubilados/as, etc.
2. A cada participante debe entregarse una **hoja de información** sobre el proyecto de investigación y recoger la **hoja de consentimiento** informado cumplimentada y firmada.
3. **Registrar los datos de los cuestionarios en el fichero Excel** que será entregado por el equipo docente a través del curso virtual.
4. Remitir los **cuestionarios originales junto con la hoja de consentimiento informado** por correo ordinario a la siguiente dirección:

Dr. Juan Antonio Moriano
Departamento de Psicología Social y de las Organizaciones
Facultad de Psicología (UNED)
C/ Juan del Rosal, 10. 28040 Madrid

La realización correcta de esta primera parte se calificará con un 10 y corresponde al 50% de la calificación de la PEC de la asignatura.

REALIZACIÓN DE LA SEGUNDA PARTE

En esta segunda parte cada estudiante debe, en primer lugar, analizar los datos que haya recogido, y después contestar con sus propias palabras a las preguntas sobre la investigación que se proponen en este documento. La mitad de las preguntas se refieren a los resultados obtenidos con la administración de los cuestionarios.

Para la realización de esta segunda parte de la PEC se debe cumplimentar la plantilla de respuestas que se encuentra en el curso virtual y remitirla al equipo docente (en formato Word o PDF) a través de la tarea correspondiente en la sección entregas de trabajos.

En la plantilla de respuestas debe cumplimentar las siguientes preguntas sobre la investigación realizada:

1. **Calcule las puntuaciones medias en las principales variables de la investigación.**
2. **Compare los resultados obtenidos entre hombres y mujeres.**
3. **¿Qué conclusiones pueden extraerse sobre el estudio realizado?**
4. **¿Cómo se puede fomentar la intención emprendedora en personas mayores de 50 años?**

La respuesta correcta a cada una de las 4 preguntas se calificará con 2,5 puntos. Esta segunda parte de la PEC supone el 50% del de la calificación total.

Para poder registrar en la base de datos los cuestionarios correctamente y analizar las principales escalas, tenga en cuenta las siguientes indicaciones:

VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN

A continuación, se especifica qué ítems pertenecen a cada escala o parte de una escala.

SECCIÓN 1. CUESTIONARIO DE INTENCIÓN EMPRENDEDORA (CIE)

Se presenta el *Cuestionario de Intención Emprendedora (CIE)* desarrollado por Moriano (2005) y validado en distintos países (Moriano, Gorgievski, Laguna, Stephan y Zarafshani, 2012). Puede encontrarse una descripción de los principales componentes de la Teoría de la Acción Planificada (TAP; Ajzen, 1991) y cómo se realiza su evaluación a través de las escalas que forman el CIE en el "Tema 2: Inserción laboral a través del emprendimiento" del manual de la asignatura. A continuación, se indica cada una de estas escalas:

- Pregunta 1. **Intención laboral**: Se pregunta a los participantes sobre su intención de seguir diferentes trayectorias laborales.

- Pregunta 2. **Actitud hacia la conducta emprendedora**.

- **2.1. *Creencia acerca de la consecuencia de la conducta***. Según la TAP, las actitudes se desarrollan razonablemente a partir del repertorio de *creencias salientes* relativas al objeto de actitud. Ítems de A1 a A6.
- **2*.2. Evaluación de la consecuencia de realizar la conducta*.** Ahora bien, las actitudes no solo dependen de las creencias, sino también de la evaluación que la persona realiza de cada uno de dichas creencias conductuales. Así, dos personas pueden creer con la misma fuerza que si trabajan por cuenta propia van a poder enfrentarse a mayores desafíos, pero una de ellas puede valorar eso muy positivamente, mientras que a la otra tal consecuencia puede resultar nada deseable. Ítems de B1 a B6.

Por lo tanto, la **actitud de la persona hacia la conducta** se puede estimar según la siguiente fórmula:

$$Actitud = \frac{\sum_1^6 Actitud_N}{n.items} = \frac{(A_1 \times B_1)/_7 + (A_2 \times B_2)/_7 + \ldots + (A_6 \times B_6)/_7}{6}$$

Esta forma de analizar el problema tiene la ventaja sobre la medición directa de la actitud de poder explicar por qué personas que sostienen diferentes creencias pueden mostrar las mismas actitudes y a la inversa (Morales *et al.*, 1994).

- Pregunta 3. **Norma subjetiva**: "presión social percibida para realizar o no realizar el comportamiento" (Ajzen, 1987, p.188). Por lo que, constituye el componente normativo del modelo y refleja la influencia que el entorno inmediato al sujeto ejerce sobre la conducta. Este componente se puede definir, específicamente, como un juicio probabilístico acerca de lo que la mayoría de las personas importantes para el sujeto, es decir, sus otros significativos, piensan de la realización de una conducta determinada.
  - ***Creencias normativas relativas a otros significativos o referentes***. Ítems de C1 a C5.
  - ***Motivación para acomodarse a los otros significativos o referentes***. Ítems de D1 a D5.

Por lo tanto, la **norma subjetiva** se puede estimar según la siguiente fórmula:

$$NS = \frac{\sum_1^5 NS_N}{n.items} = \frac{(C_1 \times D_1)/_7 + (C_2 \times D_2)/_7 + \cdots + (C_5 \times D_5)/_7}{3}$$

Nota. En caso de que alguna de las personas que responda al cuestionario indique en uno los ítems "no me aplica", ese ítem no se tendrá en cuenta para calcular la puntuación media. Por tanto, el denominador será el número de ítems (Cn x Dn) que sí aplican a dicha persona.

Como señalan Morales et al. (1994), la norma subjetiva refleja los efectos de los factores sociales, mientras que la actitud es el exponente principal de los efectos psicológicos individuales. La consideración de estos dos factores fue uno de los mayores logros de la teoría de la acción razonada y su importancia persiste en la teoría de la acción planificada.

- Preguntas 4. **Autoeficacia emprendedora**: Dada la complejidad de la conducta emprendedora resulta necesario contar con una puntuación global de autoeficacia emprendedora que permitan evaluar en qué áreas la persona se considera eficaz para crear y gestionar su propia empresa. Ítems de F1 a F9.

$$Autoeficacia\ emprendedora = \frac{\sum_1^9 F_N}{n.items} = \frac{F_1 + F_2 + \cdots + F_9}{9}$$

- Pregunta G. **Intención**: "la localización de una persona en una dimensión de probabilidad subjetiva que incluye una relación entre la persona misma y alguna acción" (Fishbein y Ajzen, 1975, p. 288). Por lo tanto, la intención se establece como el antecedente de la conducta, de tal forma que cuanto más fuerte sea la intención desarrollar una determinada conducta, mayor será la probabilidad de su realización efectiva (Ajzen, 1987).
    - G1 a G5. Intención emprendedora.

$$Intención = \frac{\sum_1^5 G_N}{n.items} = \frac{G_1 + G_2 + G_3 + G_4 + G_5}{5}$$

    - G6. Motivación para emprender: En general, se distingue dos tipos de emprendimiento de acuerdo con las motivaciones para involucrarse en la actividad empresarial. Las personas emprendedoras por "necesidad" (lado izquierdo del ítem), que son aquellas personas que estando insatisfechas en su posición actual se sienten obligadas a comenzar su propia aventura empresarial. El segundo tipo son las personas emprendedoras por "oportunidad" (lado derecho del ítem), quienes se sienten fuertemente fascinadas por una determinada idea de negocio e implicadas personalmente con su aventura empresarial.

- G7. Intención de emprendimiento en solitario o en grupo.
- G8. Intención hacia el riesgo.

- Pregunta 6. **Escala de percepción de la edad y propensión al riesgo**.
  - H1 a H3. Percepción de la influencia de la edad en el emprendimiento. Esta escala ha sido adaptada del estudio de Kautonen, Tornikoski y Kibler (2011). El tercer ítem (H3) se formula en sentido contrario y por tanto debe invertirse su puntuación.

$$Percepción\ edad = \frac{\sum_1^3 H_N}{n.items} = \frac{H_1 + H_2 + H_3}{3}$$

  - Percepción del riesgo de emprender. Esta escala es una versión reducida de la empleada por Nabi y Liñán (2013).

$$Percepción\ riesgo = \frac{\sum_4^6 H_N}{n.items} = \frac{H_4 + H_5 + H_6}{3}$$

SECCIÓN 2. CUESTIONARIO DE VALORES

En esta sección se presenta el *Portrait Values Questionnarie* (PVQ) que mide los valores de forma indirecta (Schwartz, 2007). Este cuestionario mide los siguientes diez tipos de valores:

Tipos de valores	items
1. *Conformidad*: Actuar de acuerdo con las expectativas y normas sociales	7,16,28,36
2. *Tradición*: Comprometerse con las ideas de la cultura tradicional	9,20,25,38
3. *Benevolencia*: Preservar el bienestar de los miembros del endogrupo	12,18,27,33
4. *Universalismo*: Comprensión, aprecio, tolerancia y protección para el bienestar de toda la gente y para la Naturaleza.	3,8,19,23,29,40
5. *Autodirección*: Independencia en la acción y el pensamiento.	1,11,22,34
6. *Estimulación*: Buscar novedad y cambio en la vida	6,15,30
7. *Hedonismo*: Obtener placer y gratificación lúdica para la persona.	10,26,37
8. *Logro*: Conseguir éxito personal como resultado de demostrar competencia de acuerdo con las normas sociales.	4,13,24,32
9. *Poder*: Posición y prestigio social, control o dominio sobre personas o recursos	2,17,39

10. *Seguridad*: Conseguir seguridad en la sociedad, en las relaciones interpersonales y en la persona	5,14,21,31,35

SECCIÓN 3. EDAD SUBJETIVA

La edad subjetiva (o edad percibida) hace referencia a la edad que las personas piensan que tienen, en contraste con la edad cronológica (edad que realmente tienen). Algunos autores han sugerido que la edad subjetiva se relaciona con diferentes resultados vitales así como con resultados en el ámbito del trabajo, más allá de la edad cronológica. En el cuestionario se incluye la escala de doce ítems propuesta por Zacher y Rudolph (2018) y que consta de cuatro dimensiones:

- Edad percibida o sentida (*feel age*): ítems 1 a 3.
- Edad aparentada (*look age*): ítems 4 a 6.
- Edad conductual (*do age*): ítems 7 a 9.
- Edad de intereses (*interest age*): ítems 10 a 12.

SECCIÓN 4. DATOS DEMOGRÁFICOS

En esta sección se incluyen diferentes preguntas para obtener información socio-demográficas de los participantes.

Nota. Recuerde que un 10 en la PEC se convierte en 1 punto que se sumará a la nota del examen.

Referencias

Acs, Z. J., Audretsch, D. B., Braunerhjelm, P. y Carlsson, B. (2012). Growth and entrepreneurship. *Small Business Economics, 39*(2), 289-300. doi: 10.1007/s11187-010-9307-2

Ajzen, I. (1987). Attitudes, traits, and actions: dispositional prediction of behavior in social psychology. *Advances in Experimental Social Psychology, 20*, 1-63.

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50*(2), 179–211. doi: 10.1016/0749-5978(91)90020-T

Comisión Europea (2003). *Libro Verde de la Comisión, de 21 de enero de 2003, titulado «El espíritu empresarial en Europa» [COM (2003) 27 final, no publicado en el Diario Oficial]*. Recuperado de la página web la Comisión Europea http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=URISERV:n26023

Fishbein, M. y Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research*. Reading, MA, USA: Addison-Wesley.

Kautonen, T., Tornikoski, E. T. y Kibler, E. (2011). Entrepreneurial intentions in the third age: The impact of perceived age norms. *Small Business Economics, 37*(2), 219–234. doi: 10.1007/s11187-009-9238-y

Morales, J. F., Rebollo, E. y Moya, M. (1994). Actitudes. En J. F. Morales (Ed.), *Psicología Social*. Madrid: McGraw-Hill.

Moriano, J. A. (2005). *El perfil psicosocial del emprendedor [The psychosocial profile of the entrepreneur]*. Madrid, Spain: Consejo Económico y Social.

Moriano, J. A., Gorgievski, M., Laguna, M., Stephan, U. y Zarafshani, K. (2012). A cross-cultural approach to understanding entrepreneurial intention. *Journal of Career Development, 39*(2), 162–185. doi: 10.1177/0894845310384481

Nabi, G. y Liñán, F. (2013). Considering business start-up in recession time: The role of risk perception and economic context in shaping the entrepreneurial intent. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research, 19*(6), 633–655. doi: 10.1108/IJEBR-10-2012-0107

OCDE (2004). *Fostering entrepreneurship and firm creation as a driver of growth in a global economy*. Recuperado de la página web http://www.oecd.org/cfe/smes/31917899.pdf

Schwartz, S. H. (2007). A theory of cultural values and some implications for work. *Applied Psychology, 48*(1), 23-47.

Singer, S., Herrington, M. y Menipaz, E. (2018). Global Entrepreneurship Monitor: Global report 2017/2018. Retrieved May 2018, from http://www.gemconsortium.org/report

Zacher, H. y Rudolph, C. W. (2018). Just a mirage: On the incremental predictive validity of subjective age. *Work, Aging and Retirement*. doi: wax031.doi:10.1093/workar/wax031