

Diseño, confiabilidad y validez de una escala de autopercepción de éxito para colaboradores de empresas medianas en México

Design, reliability and validity of a self-perception scale of success for collaborators of medium-sized companies in Mexico

Carlos Robles Acosta*

<http://orcid.org/0000-0003-0524-1260>

Sarahi Guadalupe Hernández Castro*

<http://orcid.org/0000-0002-4169-2133>

Recibido: Abril 6 de 2019

Aceptado: Febrero 26 de 2020

Correspondencia: croblesa@uaemex.mx sghernandezc@uaemex.mx

*Universidad Autónoma del Estado de México (México)

Resumen.

La autopercepción del éxito se considera como una sensación de bienestar personal, laboral, económico o emocional que una persona experimenta a partir del logro de propósitos alcanzados en actividades que le apasionan. Hasta el momento se ha omitido su estudio en los trabajadores, quienes suelen ser los responsables del desarrollo operativo en cualquier organización.

El propósito de esta investigación implicó el diseño, confiabilidad y validez de una escala de autopercepción de éxito para colaboradores de organizaciones medianas mexicanas. Los análisis de fiabilidad, factoriales exploratorio y confirmatorio dan cuenta de una consistencia interna adecuada para la medición de la autopercepción de éxito, con una escala final integrada por ocho ítems ($\alpha=.805$) que se validó con una muestra de 225 trabajadores pertenecientes a seis empresas.

Conocer el nivel de autopercepción de éxito que manifiestan los trabajadores permitiría la generación de estrategias de apoyo o reforzamiento para promover un aumento en su seguridad, competencia y desempeño en las empresas.

Palabras-clave: autopercepción de éxito, análisis factorial confirmatorio, escala de medición.

Abstract.

The self-perception of success is considered as a feeling of personal, work, economic or emotional well-being that a person experiences from the achievement of goals achieved in activities that they are passionate about. However, the study of workers has been omitted, they are usually responsible for operational development in any organization.

The purpose of this research was the design, reliability and validity of a scale of self-perception of success for collaborators of medium-sized Mexican organizations.

ARTÍCULO EN EDICIÓN – ARTICLE IN PRESS

The reliability, exploratory and confirmatory factor analyzes show adequate internal consistency for measuring the self-perception of success, with a final scale made up of eight items ($\alpha = .805$) that was validated in a sample of 225 workers belonging to six companies. Knowing the level of self-perception of success that workers manifest would allow the generation of support or reinforcement strategies to promote an increase in their safety, competence and performance in companies.

Keyword: self-perception of success, confirmatory factor analysis, measurement scale.

Introducción

El estudio de la autopercepción de éxito se ha concebido como la sensación de bienestar personal, laboral, económico o emocional que una persona experimenta a partir del logro de propósitos alcanzados en actividades que le apasionan y en la valoración de su capacidad de logro de cualquier meta por mérito propio (Dann, 1995; Reijonen y Komppula, 2007; Robles y Marcelino, 2013).

Cabe señalar que, de la literatura revisada, se identificó que el estudio de la autopercepción del éxito no es abundante y que dicho constructo se comenzó a estudiar como percepción de éxito. Se encontró que, en la década de los noventa del siglo pasado, proliferó la construcción de escalas de medición.

Entre los primeros avances de la medición de la percepción del éxito, Treasure y Roberts (1994) proponen el cuestionario Perception of Success Questionnaire (POSQ). Este instrumento se fundamenta en conceptos relativos a la destreza, ganar, esforzarse, hacer algo tan bien o mejor que otros y perseverancia, el cual inicialmente se diseñó para deportistas; en el caso de aquellos entre los 30 y 40 años, se encontró que lo más relevante es experimentar satisfacción y éxito en la superación de los propios resultados, dejando de lado la comparación respecto de un rival o la necesidad de obtener un reconocimiento (Ruiz-Juan y Zarauz, 2013), identificaron diferencias entre hombres y mujeres; mientras que los

ARTÍCULO EN EDICIÓN – ARTICLE IN PRESS

primeros tienen una mayor orientación a la tarea y que las mujeres presentan mayor orientación al ego (Ruiz-Juan, Zarauz y Flores-Allende, 2015).

Treasure y Roberts (1994) estandarizaron una versión en español del POSQ para su aplicación en jóvenes de diferentes contextos. Esta versión fue utilizada por Martínez, Alonso y Moreno (2006) en estudiantes y fue mejorada en confiabilidad y consistencia interna por Granero-Gallegos, Baena-Extremera, Gomez-Lopez y Abraldes (2014). Más tarde, Karabanova y Bukhalenkova (2016) estudiaron la percepción de éxito en adolescentes, en los que prevalecieron la creación de planes, el significado de la vida, la popularidad, el reconocimiento social, los procesos que conducen a los logros, el autodesarrollo y la autorrealización, estos avances al centrarse en sujetos de los ámbitos deportivo y estudiantil, no son aplicables al ámbito laboral.

En los estudios organizacionales, la percepción del éxito se refiere a la obtención de resultados financieros esperados por los inversionistas (Hormiga y Bautista, 2009), el logro de la lealtad del cliente, la satisfacción, motivaciones e incluso el desarrollo del trabajador (Reijonen y Komppula, 2007), el logro de estándares de mercado, el prestigio, la capacidad de solucionar problemas, la asertividad, el autocontrol y el auto liderazgo (Fisher, Maritz y Lobo, 2014), el desarrollo de pensamiento estratégico (Silvestri, Silvestri, Hernández y Añex, 2009), la orientación al logro, el enfoque humanístico y la actitud positiva en sujetos que Wood y Vilkinas (2007) denominan como “gerentes exitosos”, sin que se haya logrado determinar si los sujetos estudiados se autoperciben como exitosos.

Entre los pocos trabajos relacionados con la percepción del éxito en organizaciones, Dann (1995) propuso dos perspectivas del éxito en los líderes: la perspectiva objetiva, medible a partir del salario o la posición jerárquica en el trabajo; y la perspectiva subjetiva,

ARTÍCULO EN EDICIÓN – ARTICLE IN PRESS

que radica en la percepción del desempeño, en esta última, el éxito implica la integración de la satisfacción por el trabajo, el logro del máximo potencial, la satisfacción con la remuneración y el tipo de trabajo que se realiza.

También se ha abordado la autopercepción del éxito, desde las ópticas profesional, financiero y personal (Ribeiro, 2000, 2004), con la intención de explicar la necesidad de un equilibrio en los ámbitos vitales de la persona.

Desde esta perspectiva, el éxito desde la autopercepción profesional se relaciona con conceptos como el logro del pensamiento estratégico enfocado al desarrollo de nuevas oportunidades y la ruptura de paradigmas dominantes en una actividad y el logro de prestigio ocupacional (Gómez, 1996), que se define a partir de una autovaloración, el aprecio de terceros y representaciones como el nivel salarial, el ascenso en la escalera corporativa, el estatus de autoridad e incluso el nivel de vida de la persona y de su familia que son asociados a una posición social alcanzada como resultado del trabajo.

La autopercepción del éxito con enfoque profesional, ha conducido a resultados como la clasificación de gerentes en grupos denominados como: exitoso, relajado, frustrado y desapegado, con base en la tendencia tanto perceptiva como conductual respecto de la evaluación del desempeño del grupo en la organización (Inamori, Analoui y Kakabadse, 2011), donde se valoran aspectos como la colaboración, el entorno, la satisfacción, los desafíos y mecanismos de desarrollo profesional como contribuyentes al éxito autopercebido (Visagie y Koekemoer, 2014).

En cambio, la autopercepción del éxito es distinta en los emprendedores, Zimmerman y Manh (2013) encontraron que el origen de los negocios se asocia a circunstancias económicas adversas, la necesidad de mejorar los ingresos personales y el deseo de ser su

ARTÍCULO EN EDICIÓN – ARTICLE IN PRESS

propio jefe, de tal forma que, la sensación de satisfacción por el logro de estas aspiraciones, es para ellos la representación del éxito.

Lo más cercano al estudio de la autopercepción de éxito en lo laboral, son las aportaciones de Riquelme, Rivera, Ortega y Hernández (2013), quienes encontraron que el éxito en mujeres está representado por los logros laborales, el nivel jerárquico, el ejercicio del poder, el liderazgo, la generosidad, la autosuficiencia y la capacidad de logro de objetivos. También se ha identificado que la autopercepción de éxito laboral se contrapone a la satisfacción con el trabajo, cuando no se logra la atención a aspectos de tipo personal como el cuidado de la familia, los hijos e incluso el trabajo doméstico (Idrovo y Leyva, 2014), esto se había considerado vital en la autopercepción de éxito por Padilla y Serarols (2006), bajo el supuesto de que los logros laborales o profesionales carecen de sentido cuando no se logra la sensación de tener el nivel de vida familiar deseado.

Los estudios de la autopercepción del éxito desde la perspectiva personal están relacionados con la sensación que experimenta la persona ante el logro de metas personales, el entusiasmo, el tono emocional propio y ajeno, la comparación entre sus logros deseados y los obtenidos, el equilibrio entre las áreas personal, familiar y laboral, el espíritu de superación e incluso lo que reconocen como paz espiritual (Robles y Marcelino, 2013).

Los avances expuestos, dan cuenta de posibles diferencias en la autopercepción de éxito en jóvenes; así como posibles diferencias entre hombres y mujeres, entre los que se dedican al deporte o a la gerencia. Se identifican avances en el diseño de instrumentos, su análisis factorial y validación para su aplicación en diferentes contextos y sujetos, así como la carencia de instrumentos aplicables a trabajadores de empresas medianas para contextos específicos como el mexicano.

ARTÍCULO EN EDICIÓN – ARTICLE IN PRESS

El estudio de la autopercepción del éxito se ha efectuado en diferentes ámbitos, como: aspiración laboral (Fisher, Maritz y Lobo, 2014; Weber y Geneste, 2014), estilo de vida y trabajo (Robles y Marcelino, 2013; Visagie y Koekemoer, 2014) y afectivo –familiar (Padilla y Serarols, 2006); partiendo de los términos clave de estos ámbitos se detectó que la medición de la autopercepción de éxito, requiere de instrumentos que cumplan con un rigor metodológico aplicables a sujetos en contextos específicos, cuyos resultados permitan tomar decisiones de apoyo a los trabajadores. A partir de esta necesidad, el propósito de esta investigación fue el diseño, análisis de confiabilidad, análisis factoriales exploratorio y confirmatorio de una escala para colaboradores de empresas medianas en México (tabla 1).

Tabla 1
Enfoques y componentes de la escala de autopercepción de éxito.

Enfoque predominante	Término clave	Ítem
Contraste aspiracional laboral (Fisher, Maritz y Lobo, 2014; Weber y Geneste, 2014)	Satisfacción con logros laborales	1. Estoy satisfecho con lo que he logrado en mi trabajo
	Crecimiento laboral	3. He crecido mucho en mi trabajo
	Logro de metas laborales	4. En mi trabajo he logrado las metas que me he planteado.
	Desarrollo de potencial	5. Considero que he alcanzado mi máximo potencial
	Satisfacción con oportunidades laborales	6. Estoy satisfecho con las oportunidades de trabajo que he tenido
Estilo de vida y trabajo (Robles y Marcelino, 2013; Visagie y Koekemoer,	Reconocimiento de terceros	7. Con frecuencia recibo reconocimiento de otras personas por mi trabajo
	Elección de vida y trabajo	2. Hago solo lo que quiero hacer en la vida y en el trabajo

2014)

	Equilibrio trabajo – familia	9. He logrado equilibrar mi dedicación al trabajo y a la familia
Afectivo familiar (Padilla y Serarols, 2006)	Nivel de vida familiar	8. He logrado darle el nivel de vida que siempre quise a mi familia

Metodología

Instrumento

El diseño de la escala propuesta inicialmente siguió dos momentos:

1) Elección de las dimensiones a estudiar. Se identificaron los tres enfoques: contraste de aspiración laboral, estilo de vida y trabajo y afectivo familiar, los cuales se consideraron adecuados tanto por la evidencia empírica en población latina, particularmente mexicana, así como por su sustento teórico (tabla1).

2) Selección de ítems y elaboración de las escalas. Con base en los tres enfoques del éxito y sus respectivos componentes, inicialmente se estructuraron once ítems correspondientes a los términos clave derivados de los enfoques. De esta forma, se construyó la primera versión de la escala. Se eligió una escala Likert de cinco puntos que van desde “1=Totalmente en desacuerdo” hasta “5= Totalmente de acuerdo” este tipo de escala permite obtener un grado o intensidad en el enunciado de cada ítem. A la escala se le agregó una batería de preguntas únicamente para la caracterización del perfil sociodemográfico de los sujetos abarcando la edad, sexo, nivel de estudios, estado civil, antigüedad y puesto en la empresa.

La validez de contenido se efectuó, en el mes de mayo de 2018, mediante un panel *Delphi* con el apoyo de un formulario de evaluación con cuatro expertos con estudios de posgrado en temas de desarrollo organizacional e investigación seleccionados mediante

ARTÍCULO EN EDICIÓN – ARTICLE IN PRESS

muestreo intencional, para la depuración y el refinamiento de la escala inicial. Se les informó de los objetivos del estudio y se les invitó a participar voluntariamente, garantizando la confidencialidad y privacidad de sus aportaciones.

Se les entregó un formulario con instrucciones para su complementación, la definición de los tres enfoques y de los términos clave, así como los ítems correspondientes. Se les solicitó valorar de uno a cinco el grado de adecuación de cada uno de los ítems propuestos para el instrumento inicial, considerando para ello la redacción, ortografía, coherencia entre ítems y constructo y el uso de lenguaje adecuado al tipo de sujeto a quien se aplicaría la escala; para ello, se agregó una columna que permitiría al evaluador determinar si cada ítem debería conservarse (C), eliminarse (E) o modificarse (M). Se decidió que para que un ítem fuera eliminado tenía que haber sido evaluado con tres letras E como mínimo, así como su análisis por el equipo de investigación para tomar la decisión de eliminar o rediseñar de forma consensuada.

Finalmente, se les solicitó indicar si la escala medía lo pretendido y si percibían que ésta incitaba a ser contestada.

Participantes

Se estableció contacto con diez empresas manufactureras medianas ubicadas en la zona norte del Estado de México. Se solicitó a los dueños el permiso para realizar este estudio y se obtuvo autorización de seis empresas. El total de colaboradores que participaron de manera voluntaria fue de 240, los cuales ocupan puestos relacionados con un nivel de mando medio, administrativo y operario. Se obtuvieron 225 contestaciones, lo que representa una tasa de respuesta del 93.7%. La dificultad observada en las empresas a participar en estudios de esta naturaleza radica en la disponibilidad tanto de los propietarios

ARTÍCULO EN EDICIÓN – ARTICLE IN PRESS

como del personal, dada su carga de trabajo, el escaso tiempo libre para responder un cuestionario sin perjudicar sus actividades productivas y el temor al uso indebido de la información por la inseguridad de la zona geográfica.

Procedimiento

Tras obtener el permiso de los dueños de las empresas participantes, la aplicación de la escala se realizó en el espacio de trabajo de forma grupal al inicio de la jornada laboral, con el apoyo de personal capacitado para la aplicación del instrumento propuesto.

Al inicio de cada aplicación, se explicó el cuidado del anonimato, confidencialidad y protección de datos a los participantes solicitando el consentimiento informado a los participantes. El levantamiento de datos se realizó durante los meses de julio a diciembre de 2018 a toda la muestra calculada.

Análisis de las propiedades métricas.

El análisis factorial exploratorio (AFE) se realizó mediante el paquete estadístico *SPSS* (del inglés *Statistical Package for Social Sciences*) 20.0 y el análisis factorial confirmatorio (AFC) utilizando el software *AMOS* (del inglés *Analysis of Moment Structures*).

Se determinó la fiabilidad (consistencia interna) mediante el Coeficiente *Alpha de Cronbach* (α , cuyos valores oscilan entre 0 y 1) y se consideraron aceptables los valores $\alpha \geq .70$ y buenos cuando son $\alpha \geq .80$.

La estructura subyacente en los datos obtenidos mediante análisis factorial exploratorio siguiendo la propuesta de López-Aguado y Gutiérrez-Provecho (2019) tanto para su ejecución, parámetros e interpretación; se aplicó el método de extracción máxima verosimilitud y solución factorial sin rotar con un máximo de 200 iteraciones para la convergencia.

ARTÍCULO EN EDICIÓN – ARTICLE IN PRESS

La adecuación de la muestra se valoró mediante la aplicación de la prueba de *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO) con valores mayores a .5 y la prueba de Esfericidad de *Bartlett*, con valores significativos.

Para la determinación de las dimensiones se tomaron como criterios: 1) que todos los ítems tuvieran coeficiente de factor $\geq .40$ durante la extracción, que se consideran adecuados; 2) que el primer factor explicara una proporción importante de varianza respecto a los demás factores; 3) que la varianza total explicada por los factores extraídos fuera mayor al 40%.

Se utilizó la rotación *varimax* para la determinación de dimensiones de la escala, se determinaron valores relevantes para incluir un ítem en los factores ortogonales, aquellos con valor $\geq .40$ y con al menos $\geq .1$ de diferencia respecto del valor del ítem en otro componente.

El AFC se realizó por medio de un modelo de estimación de parámetros estandarizados, el cálculo de cargas factoriales estimadas y estadísticos descriptivos de tendencia central, finalmente se realizó el cálculo de correlaciones de los factores éxito laboral y éxito personal, los cuales, bajo el encuadre teórico de esta investigación, se determinaron como componentes de la autopercepción del éxito.

El método de estimación utilizado fue el de máxima verosimilitud y se consideró el modelo de coeficiente de discrepancia mínimo (CMIN según sus siglas en inglés); los índices de ajuste: el índice de ajuste normalizado (NFI según sus siglas en inglés), índice de ajuste relativo (RFI según sus siglas en inglés), índice de ajuste incremental (IFI según sus siglas en inglés), índice *Tucker-Lewis* (TLI según sus siglas en inglés), índice de bondad de ajuste comparativo (GFI según sus siglas en inglés), el valor del residuo cuadrático promedio

ARTÍCULO EN EDICIÓN – ARTICLE IN PRESS

de aproximación (RMSEA según sus siglas en inglés) y el índice de ajuste normado de parsimonia (PNFI según sus siglas en inglés); así como el índice de bondad de ajuste chi-cuadrado; estos estadísticos brindan la información necesaria sobre la determinación de modelo especificado sobre los datos de la muestra.

El AFC en su determinación y análisis se realizó considerando los pesos estimados de regresión estandarizados, los índices de modificación y los índices de ajuste del modelo siguiendo el procedimiento de Conde (2018).

Resultados

El análisis de validez de contenido a partir de la evaluación de la escala por el grupo de expertos permitió identificar sólo dos ítems que no cumplían con los requerimientos principalmente de coherencia entre ítems y constructo y se modificó la redacción de otros dos para poder ser incluidos en la versión final. Se obtuvo una versión ajustada a nueve reactivos, como lo propusieron los expertos del panel *Delphi*, dándose por finalizada esta fase pues se consideró que los ítems eran adecuados para ser sometidos a estudio.

El análisis de fiabilidad por medio del coeficiente *Alpha de Cronbach* fue de .880 con los nueve ítems iniciales. El análisis del ajuste de este coeficiente, considerando la posibilidad de eliminación de ítems, no presenta variaciones representativas por lo que no se eliminaron ítems en esta etapa del análisis.

En cuanto a las características demográficas de los participantes, la mayoría (51.5%) fluctúa entre los 24 a los 40 años. El 50.2% son mujeres y el 49.8% son hombres. En cuanto al estado civil: el 31.1% son casados, el 31.1% solteros, 16.9% vive en unión libre, 7.1% son divorciados y el 13.8% no lo especificó.

ARTÍCULO EN EDICIÓN – ARTICLE IN PRESS

El 44.0% de los colaboradores tiene estudios de nivel medio superior, el 33.8% estudios profesionales y el 22.2% estudios de secundaria o inferiores.

En cuanto al puesto ocupado, el 26.7% fueron mandos medios, 37.8% personal administrativo y el 35.6% operarios. Respecto a la antigüedad, el 50.2% tiene menos de un año en el empleo actual, mientras que el 32.5% oscila entre uno y seis años y, el 17.3% más de seis años.

Análisis factorial exploratorio

El AFE se realizó con solución inicial, matriz de correlaciones anti-imagen y, coeficiente KMO y prueba de esfericidad de *Bartlett*. Extracción por método de análisis de máxima verosimilitud, con solución factorial sin rotar.

La rotación *varimax* se realizó con un número máximo de iteraciones para convergencia de 250. Se excluyeron casos según lista, se suprimieron los pequeños coeficientes cuyos valores fueron menores de .40 como sugieren López-Aguado y Gutiérrez-Provecho (2019).

El estadístico de *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO) fue de .874, valor muy cercano a la unidad, lo que indica una adecuación buena de los datos al modelo de análisis factorial.

La prueba de esfericidad de *Bartlett* presenta una chi-cuadrada aproximada de 508.894 con un nivel de significancia de $p=.004$ con 36 grados de libertad. Lo que indica que hay una relación entre los ítems, por tanto, tiene sentido el análisis factorial.

La significancia estadística ($p<.001$) permitió la aplicación de la correlación de ítems con el Coeficiente de *Spearman*. Los resultados permiten apreciar una correlación significativa entre los ítems (tabla 2). El análisis de la correlación de los ítems respecto de las características sociodemográficas de los sujetos de edad, sexo, nivel de estudios, estado civil,

ARTÍCULO EN EDICIÓN – ARTICLE IN PRESS

antigüedad y puesto en la empresa, no presentó relaciones significativas con valores $p < .005$ por lo que no se consideró necesario incluirlas como se muestra en la tabla 2.

Tabla 2

Correlaciones de Spearman rho de la escala de autopercepción de éxito

	Ítem01	Ítem02	Ítem03	Ítem04	Ítem05	Ítem06	Ítem07	Ítem08	Ítem09
Ítem01	1.00	.19**	.36**	.46**	.31**	.43**	.21**	.29**	.20**
Ítem02		1.00	.25**	.23**	.33**	.19**	.23**	.23**	.06
Ítem03			1.00	.43**	.37**	.52**	.27**	.35**	.27**
Ítem04				1.00	.44**	.53**	.35**	.36**	.28**
Ítem05					1.00	.49**	.39**	.40**	.24**
Ítem06						1.00	.34**	.40**	.29**
Ítem07							1.00	.35**	.27**
Ítem08								1.00	.25**
Ítem09									1.00

Notas: La correlación es significativa con un nivel de ** $p < .01$, dos colas.

Las variaciones comunes mediante el método de máxima verosimilitud, permitió obtener valores de extracción cuya calidad de representación de las variables se puede calificar como regular (tabla 3), por lo tanto, el resultado de la solución debe ser interpretado con precaución.

Tabla 3

Variaciones comunes^a

	Inicial	Extracción
Ítem01	.301	.366
Ítem02	.152	.187
Ítem03	.356	.417
Ítem04	.466	.573
Ítem05	.373	.506
Ítem06	.482	.580
Ítem07	.239	.334
Ítem08	.281	.344
Ítem09	.141	.156

Notas:^a Método de extracción: máxima verosimilitud.

La variación total explicada indica que hay dos factores latentes con autovalores iniciales iguales o mayores que uno que explican el 51.98% de la varianza total acumulada, aunque

ARTÍCULO EN EDICIÓN – ARTICLE IN PRESS

en las sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción alcanzan el valor del % acumulado es del 38.47% (tabla 4).

Tabla 4.

Variación total explicada

Factor	Autovalores iniciales			Sumas de extracción de las cargas al cuadrado		
	Total	% de Varianza	% Acumulado	Total	% de Varianza	% Acumulado
1	3.67	40.87	40.87	3.11	34.57	34.57
2	1.00	11.11	51.98	.35	3.89	38.47
3	.85	9.49	61.47			
4	.77	8.63	70.11			
5	.67	7.49	77.61			
6	.62	6.96	84.57			
7	.55	6.18	90.76			
8	.43	4.88	95.64			
9	.39	4.35	100.00			

El análisis de la matriz de factores rotados con el método de extracción de máxima verosimilitud, método de rotación *varimax* con normalización *Kaiser*. La rotación *varimax*, de tipo ortogonal pretende obtener los ítems con saturaciones altas del factor de tal forma que se aceptan aquellos que presentan una correlación fuerte entre sí.

De esta forma, se identificaron los ítems correspondientes a los dos factores resultantes (tabla 5) que abarcan aspectos relacionados con lo laboral en el primero y personal en el segundo. Los datos sugieren la eliminación del ítem nueve que no presenta una identificación con ninguno de los factores.

Los pesos factoriales ítem-factor fueron significativos ($p < .001$), la variación osciló entre .57 y .68 para el primer factor y, entre .41 y .61 para el segundo factor. El contenido de los ítems sugiere la posibilidad de denominar al primero como éxito laboral y al segundo como éxito personal como componentes de la autopercepción de éxito, lo cual se debe confirmar mediante el AFC.

ARTÍCULO EN EDICIÓN – ARTICLE IN PRESS

Tabla 5
Matriz factorial^a

Ítem	Componente	
	1	2
4. He logrado las metas que me he planteado en mi trabajo	.68	
6. Estoy satisfecho con las oportunidades de trabajo que he tenido	.67	
3. He crecido mucho en mi trabajo	.59	
1. Lo que he logrado en mi trabajo me tiene satisfecho	.57	
5. He alcanzado mi máximo potencial		.61
7. Con frecuencia recibo reconocimiento de otras personas por mi trabajo		.53
8. He equilibrado el tiempo y dedicación a mi trabajo, familia y a mí mismo		.46
2. Hago solo lo que quiero hacer en la vida y en el trabajo.		.41

Notas: Método de extracción: Máxima verosimilitud. ^a Dos componentes extraídos.

Los elementos de la diagonal en la matriz de correlación *anti-image* son similares al estadístico KMO para cada par de ítems, se acercan a la unidad lo que se puede considerar como bueno (tabla 6).

Tabla 6
Correlación Anti-image

	Ítem01	Ítem02	Ítem03	Ítem04	Ítem05	Ítem06	Ítem07	Ítem08	Ítem09
Ítem01	.88 ^a								
Ítem02		.81 ^a							
Ítem03			.87 ^a						
Ítem04				.86 ^a					
Ítem05					.87 ^a				
Ítem06						.85 ^a			
Ítem07							.88 ^a		
Ítem08								.91 ^a	
Ítem09									.92 ^a

Notas: ^a Medidas de adecuación del muestreo (MSA) (del inglés *Measures of Sampling Adequacy*).

En cuanto a la matriz de correlaciones producidas en la que se observa que el 66% de los errores son mayores que 0.05, lo que indica que la bondad de ajuste del modelo es coherente (tabla 7).

ARTÍCULO EN EDICIÓN – ARTICLE IN PRESS

Tabla 7

Correlaciones reproducidas

		Ítem01	Ítem02	Ítem03	Ítem04	Ítem05	Ítem06	Ítem07	Ítem08	Ítem09
Correlaciones reproducidas	Ítem01	.36 ^a	.15	.39	.45	.32	.45	.22	.29	.23
	Ítem02	.15	.18 ^a	.18	.22	.30	.23	.25	.24	.12
	Ítem03	.39	.18	.42 ^a	.49	.37	.49	.27	.33	.25
	Ítem04	.45	.22	.49	.57 ^a	.45	.57	.32	.39	.30
	Ítem05	.32	.29	.37	.44	.50 ^a	.46	.41	.41	.24
	Ítem06	.45	.23	.49	.57	.46	.58 ^a	.34	.40	.30
	Ítem07	.22	.25	.27	.32	.40	.34	.33 ^a	.32	.18
	Ítem08	.29	.23	.33	.39	.41	.40	.32	.34 ^a	.21
	Ítem09	.23	.12	.25	.29	.24	.30	.18	.21	.15 ^a
Residuales ^b	Ítem01		.06	-.01	.04	-.02	-.03	-.01	-.01	.01
	Ítem02	.06		.06	-.02	.03	-.05	-.01	-.01	-.03
	Ítem03	-.01	.06		-.03	-.01	.04	-.04	.01	.01
	Ítem04	.04	-.02	-.03		.01	-.01	.03	-.01	.01
	Ítem05	-.02	.03	-.01	.01		.02	-.01	-.02	-.02
	Ítem06	-.03	-.05	.04	-.01	.02		-.01	.01	-.03
	Ítem07	-.01	-.01	-.04	.03	-.01	-.01		.03	.03
	Ítem08	-.01	-.01	.01	-.01	-.02	.01	.03		.03
	Ítem09	.01	-.03	.01	.01	-.02	-.03	.03	.03	

Notas: Método de Extracción: Máxima verosimilitud. ^a Comunalidades reproducidas. ^b Los residuos se calculan entre las correlaciones observadas y reproducidas. Hay 3 (8.0%) residuales no redundantes con valores absolutos mayores que .05.

Análisis factorial confirmatorio

Para realizar el AFC se consideró la muestra de 225 sujetos, 8 ítems resultantes del AFE y la interpretación de sus resultados desde la propuesta de Escobedo, Hernández, Estebané y Martínez (2016).

El modelo de coeficiente de discrepancia mínimo (CMIN) realizado con el software *AMOS*, presentó un índice de bondad de ajuste chi-cuadrado significativo $\chi^2=19.167$, $p=.074$ para un CMIN=19.167. Arbuckle (2014) sugiere que el CMIN dividido entre los Grados de Libertad (DF), debe ser un índice menor a 5; el modelo obtuvo un índice CMIN/DF de 1.009, por lo tanto es adecuado.

ARTÍCULO EN EDICIÓN – ARTICLE IN PRESS

El modelo de comparaciones de referencia muestra un índice de ajuste normalizado (NFI) de .92, índice de ajuste relativo (RFI) de .94, índice de ajuste incremental (IFI) de .910, índice *Tucker-Lewis* (TLI) de .96 e índice de bondad de ajuste comparativo (CFI) de .97, los cuales, al estar por encima de .90 y cercanos a uno permiten considerar un ajuste muy bueno si se considera la interpretación propuesta por Marsh, Lüdtke, Muthén, Asparouhov, Morin, Trautwein y Nagengast (2010) (tabla 8).

El valor del residuo cuadrático promedio de aproximación (RMSEA) fue de .044, es adecuado al ser menor que .05, sobre todo si se considera el nivel de CFI obtenido. En este caso el p-valor al ser mayor que .01 indica que no es significativo, lo cual se puede considerar adecuado para el AFC.

El modelo presenta un índice de ajuste normado de parsimonia (PNFI) de .652, lo cual indica que existe una relación aceptable entre los constructos y la teoría que los sustenta.

Tabla 8
Resultados del análisis factorial confirmatorio.

Modelo	CMIN	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/D F
Modelo predeterminado		28	19.167	19	.074	1.009
Modelo PNFI		PRATIO	PNFI	PCFI		
Modelo predeterminado		.679	.652	.678		
Modelo de comparaciones referencia		NFI	RFI	IFI	TLI	CFI
Modelo predeterminado		.928	.942	.978	.968	.977
Modelo RMSEA		RMSEA	LO 90	HI 90		
Modelo predeterminado		.044	.000	.073		

El AFC permite observar valores significativos ($p < .05$) entre los ocho componentes manifiestos (figura 1). Los pesos estimados de regresión estandarizados indican que entre los ítems y el factor autopercepción de éxito, existen niveles moderados en los ítems con valores entre .40 y .77 (figura 1). Se observa que los ítems se relacionan positivamente entre sí en cada factor.

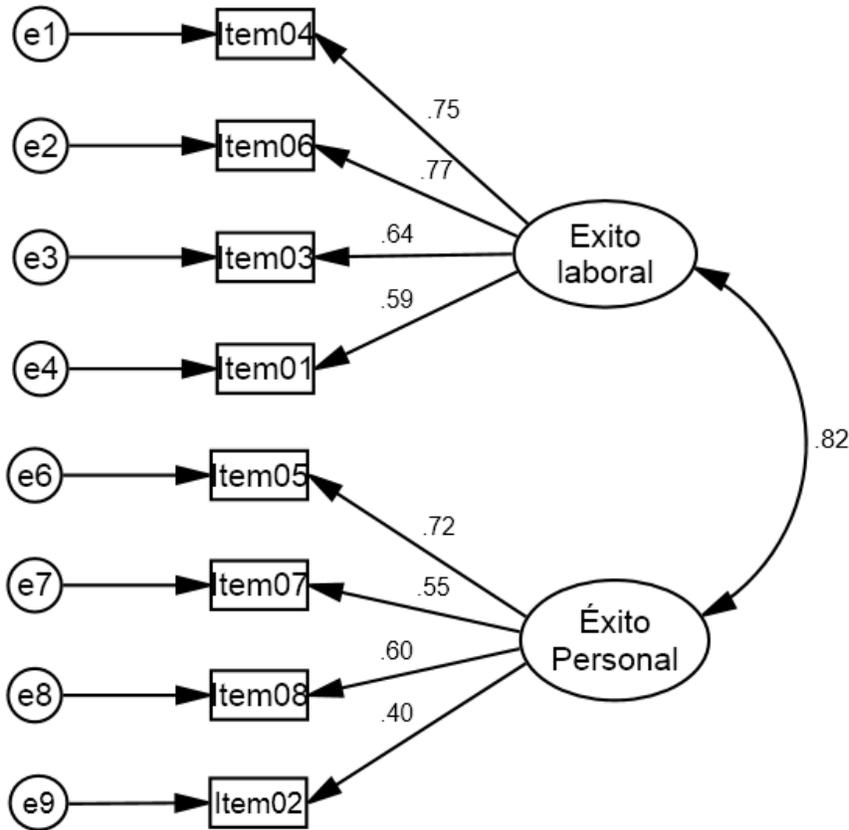


Figura 1. Diagrama del modelo con la estimación de los parámetros estandarizados.

Las cargas factoriales más altas corresponden a los ítems seis (.77), cuatro (.75) y cinco (.72). Las medias más altas corresponden de los ítems uno ($M=4.12$; $DE=1.06$), cuatro ($M=3.98$; $DE=1.01$) y seis ($M=3.86$; $DE=1.03$), las medias calculadas los factores se pueden considerar como buenas; sin embargo, la desviación estándar de los ítems dos, cinco y siete al ser elevada representa diferencias en la percepción de los sujetos estudiados (tabla 9).

Tabla 9

Cargas factoriales y descriptivos por ítem del cuestionario de Autopercepción de éxito.

		Carga Estimada	<i>M</i>	<i>DE</i>
Ítem04	<--- Éxito laboral	.75	3.98	1.01
Ítem06	<--- Éxito laboral	.77	3.86	1.03
Ítem03	<--- Éxito laboral	.64	3.75	1.17
Ítem01	<--- Éxito laboral	.58	4.12	1.06
Ítem05	<--- Éxito personal	.72	3.32	1.25
Ítem07	<--- Éxito personal	.54	3.34	1.25

ARTÍCULO EN EDICIÓN – ARTICLE IN PRESS

Ítem08	<--- Éxito personal	.60	3.73	1.03
Ítem09	<--- Éxito personal	.40	3.07	1.25

Notas: *M* = Media. *DE* = Desviación estándar.

Se realizó el análisis de confiabilidad con el propósito de extraer la consistencia interna del instrumento por medio del Coeficiente de *Pearson* (CP), se obtuvieron veintiocho correlaciones con un nivel de significancia $p < .01$ (tabla 10); las correlaciones en su mayoría son regulares, las tres más altas fueron entre los ítems uno y cuatro (.50), tres y seis (.53) y cuatro y seis (.56). Finalmente, el valor α de *Cronbach* obtenido en la escala final fue aceptable ($\alpha = .805$).

Tabla 10
Correlación de Pearson entre ítems.

	Ítem01	Ítem02	Ítem03	Ítem04	Ítem05	Ítem06	Ítem07	Ítem08
Ítem01	1	.20**	.37**	.50**	.30**	.42**	.22**	.28**
Ítem02		1	.24**	.19**	.32**	.18**	.23**	.23**
Ítem03			1	.45**	.36**	.53**	.23**	.33**
Ítem04				1	.45**	.56**	.35**	.38**
Ítem05					1	.48**	.39**	.39**
Ítem06						1	.32**	.42**
Ítem07							1	.35**
Ítem08								1

Notas: **. Correlaciones significativas al nivel $p < .01$, dos colas.

Discusiones y conclusión

Los resultados permiten confirmar que el instrumento diseñado, mide la autopercepción de éxito en colaboradores de empresas medianas. Si bien, el instrumento se adecuó a organizaciones de un solo sector o población, se puede decir que la medición cumple con criterios de confiabilidad, validez y estructura factorial adecuada para su aplicación en empresa medianas en México.

La consistencia interna de la escala diseñada se considera buena (Coeficiente *Alpha* de *Cronbach* de .805); sin embargo, es inferior en comparación con el nivel de fiabilidad

ARTÍCULO EN EDICIÓN – ARTICLE IN PRESS

alcanzada por la escala *POSQ* aplicada por Granero-Gallegos, Baena-Extremera, Gomez-Lopez y Abrales (2014), Martínez, Alonso y Moreno (2006) y Treasure y Roberts (1994).

Cabe señalar que, la escala *POSQ* ha sido aplicada en otros contextos y sujetos que difieren en perfil al de los trabajadores que participaron en este estudio, como lo son los adolescentes y los deportistas, sin que se haya encontrado hasta el momento algún otro estudio que sugiera la estandarización de una escala similar a la propuesta en población mexicana.

Contrastando los resultados obtenidos de la correlación de variables demográficas respecto de los componentes de la autopercepción del éxito, se identificó que a diferencia de los aportes de Ruiz-Juan, Zarauz y Flores-Allende (2015), respecto de la existencia de una relación respecto del sexo; así como la presencia de rasgos específicos en mujeres reportada por Riquelme, Rivera, Ortega y Hernández (2013), en este trabajo, no se encontraron relaciones significativas entre el sexo y los ítems de la autopercepción del éxito, ni posibles diferencias en mujeres.

Este trabajo aportó evidencia de autopercepción del éxito desde una perspectiva subjetiva, se omitieron indicadores específicos como el nivel salarial o el crecimiento en posición jerárquica como propone Dann (1995) o el nivel de vida señalado por Gómez (1996). En coincidencia con Wood y Vilkinas (2007) tampoco se llegó a identificar el porcentaje de la muestra que se autoperciben como exitosos.

El análisis factorial realizado -tanto exploratorio como confirmatorio-, indicaron la necesidad de omitir el ítem que valoraba la atención al cuidado de la familia y el trabajo doméstico como representaciones de éxito que propusieron Idrovo y Leyva (2014).

ARTÍCULO EN EDICIÓN – ARTICLE IN PRESS

El análisis factorial con rotación *varimax* indicó que la estructura de la versión de la escala desarrollada en este trabajo, es mejor que la reportada en los estudios referentes al enfoque de contraste de aspiracional laboral de Fisher, Maritz y Lobo (2014) y Weber y Geneste (2014); a los aportes sobre el enfoque de la percepción del éxito desde el estilo de vida y trabajo por Robles y Marcelino (2013) y Visagie y Koekemoer (2014) y, de forma similar, respecto a los avances en el enfoque afectivo familiar realizado por Padilla y Serarols (2006).

La versión final quedó formada por ocho ítems integrados en dos factores encontrados en el análisis factorial exploratorio, los cuales se soportan de acuerdo con lo obtenido en el análisis factorial confirmatorio.

En conclusión, el instrumento para medir la autopercepción de éxito se puede considerar un instrumento adecuado para la medición y contraste con otras variables en población mexicana que se desempeñe en empresas medianas, el resultado es trascendente cuando se considera que si un colaborador que se percibe exitoso es proclive a percibirse como más competente, y por lo tanto, con más confianza en sí mismo para enfrentar nuevos retos; por el contrario, cuando se percibe no exitoso o fracasado mostrará una actitud menos proactiva, por lo que la medición a nivel individual permitirá implementar mecanismos de apoyo al trabajador.

Como consecuencia de las limitaciones identificadas en este estudio, como el análisis en una población específica de trabajadores, los niveles de formación académica, puesto ocupado y la escasa antigüedad de los sujetos de la muestra, hacen necesario hacer más investigación para confirmar la estructura factorial en muestras con diferentes

ARTÍCULO EN EDICIÓN – ARTICLE IN PRESS

características, en la mejora de la estructura del instrumento de medición a fin elevar su nivel de confiabilidad.

La futura investigación con la escala de autopercepción de éxito también debe incluir la extensión del tamaño muestral, grupos más variados de trabajadores, empresas de tamaños pequeños y grandes, el levantamiento de datos en diferentes áreas geográficas y la posible relación con indicadores de desempeño laboral. Es necesario también examinar el desarrollo de la autopercepción de éxito como de sus implicaciones en los comportamientos deseables en los colaboradores de las empresas y en las aspiraciones personales a futuro.

Referencias

- Arbuckle, J. (2014). *IBM® SPSS® Amos™ 23 User's Guide*. IBM. Recuperado de ftp://public.dhe.ibm.com/software/analytics/spss/documentation/amos/23.0/en/Manuals/IBM_SPSS_Amos_User_Guide.pdf
- Conde, J. (2018). Adaptación de la Escala de Valoración de la Conducta Violenta y Riesgo de Reincidencia (EVCV-RR) en una muestra penitenciaria peruana. *Revista de Psicología*, 36(2), 427–464. doi: [10.18800/psico.201802.002](https://doi.org/10.18800/psico.201802.002)
- Dann, S. (1995). Gender differences in self perceived success. *Women in Management Review*, 10(8), 11–18. doi: [10.1108/09649429510102116](https://doi.org/10.1108/09649429510102116)
- Escobedo, M., Hernández, J., Estebané, V., & Martínez, G. (2016). Modelos de ecuaciones estructurales: Características, fases, construcción, aplicación y resultados. *Ciencia y Trabajo*, 18(55), 16–22. doi: [10.4067/s0718-24492016000100004](https://doi.org/10.4067/s0718-24492016000100004)
- Fisher, R., Maritz, A. & Lobo, A. (2014). Evaluating entrepreneurs' perception of success: Development of a measurement scale. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour y Research*, 20(5), 478 – 492. doi: [10.1108/IJEBR-10-2013-0157](https://doi.org/10.1108/IJEBR-10-2013-0157).

ARTÍCULO EN EDICIÓN – ARTICLE IN PRESS

Gómez C. (1996). El género y el prestigio Profesional. *Reis*. 75, 215-233. Recuperado de

http://www.ugr.es/~cgomez/documentos/REIS_075_10.pdf

Granero-Gallegos, A., Baena-Extremera, A., Gomez-Lopez, M. & Abraldes, A. (2014)

Estudio Psicométrico y Predicción de la Importancia de la Educación Física a Partir de las Orientaciones de Meta (“Perception of Success Questionnaire - POSQ”).

Psychology/Psicologia Refl exão e Crítica, 27(3), 443-451. doi: [10.1590/1678-7153.201427304](https://doi.org/10.1590/1678-7153.201427304)

Hormiga, E. & Bautista, R. (2009). The Importance of the Entrepreneur’s Perception of “Success”. *Review of International Comparative Management*, 10(5), 990-1010.

Recuperado

de

<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.861.8978&rep=rep1&type=pdf>

Idrovo, S. & Leyva, P (2014). Éxito y satisfacción laboral y personal: cómo lo perciben mujeres que trabajan en Bogotá (Colombia). *Pensamiento y gestión*, (36), 153-181.

Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/pege/n36/n36a06.pdf>

Inamori, T., Analoui F. & Kakabadse, N. (2011). Can perceptual differences account for managerial success? *Management Research Review*, 35(1), 32–51. doi:

[10.1108/01409171211190797](https://doi.org/10.1108/01409171211190797)

Karabanova, O. & Bukhalenkova, D. (2016). Perception of Success in Adolescents. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 233, 13–17. doi: [10.1016/j.sbspro.2016.10.116](https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.10.116)

López-Aguado, M., & Gutiérrez-Provecho, L. (2019). Cómo realizar e interpretar un análisis factorial exploratorio utilizando SPSS. *REIRE Revista d Innovació i Recerca En Educació*, 12(2), 1–14. Recuperado de <https://doi.org/10.1344/reire2019.12.227057>

ARTÍCULO EN EDICIÓN – ARTICLE IN PRESS

- Marsh, H., Lüdtke, O., Muthén, B., Asparouhov, T., Morin, A., Trautwein, U., & Nagengast, B. (2010). A new look at the big five factor structure through exploratory structural equation modeling. *Psychological Assessment*, 22(3), 471–491. doi: [10.1037/a0019227](https://doi.org/10.1037/a0019227)
- Martínez, C., Alonso, N. & Moreno, J. A. (2006). Análisis factorial confirmatorio del “Cuestionario de Percepción de Éxito (POSQ)” en alumnos adolescentes de Educación Física. En M. A. González, J. A. Sánchez y A. Areces (Eds.), IV Congreso de la Asociación Española de Ciencias del Deporte (pp. 757-761). Recuperado de <https://docplayer.es/27307160-Analisis-factorial-confirmatorio-del-cuestionario-de-percepcion-de-exito-posq-en-alumnos-adolescentes-de-educacion-fisica.html>
- Padilla, A. & Serarols, C. (2006). Las características del empresario y el éxito de las empresas puramente digitales. *Tribuna de Economía*, 833, 155-174. Recuperado de <http://www.revistasice.com/index.php/ICE/article/view/1002>
- Reijonen, H & Komppula, R. (2007). Perception of success and its Effect on small firm performance. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 14(4), 689–701. doi: [10.1108/14626000710832776](https://doi.org/10.1108/14626000710832776)
- Ribeiro, L. (2000). *El éxito no llega por casualidad*. Barcelona: Ediciones Urano.
- Ribeiro, L. (2004). *Genera el éxito financiero*. España: Editorial Planeta.
- Riquelme, A., Rivera, S., Ortega, P. & Hernández, J. (2013). Construcción y Validación de un Instrumento para Evaluar la Actitud Hacia una Mujer con Éxito. *Acta de Investigación Psicológica*, 3(1), 1041–1062. doi: [10.1016/S2007-4719\(13\)70951-7](https://doi.org/10.1016/S2007-4719(13)70951-7)

ARTÍCULO EN EDICIÓN – ARTICLE IN PRESS

Robles, C. & Marcelino, M. (2013). *Empresas familiares ¿Competitivas o exitosas?* México: Secretaría de Educación Pública.

Ruiz-Juan, F. Zarauz, A. & Flores-Allende, G. (2015). Percepción del éxito en corredores de fondo en ruta en función de variables socio-demográficas. *Retos*, 27, 136-139. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/3457/345738764026.pdf>

Ruiz-Juan, F. & Zarauz, A. (2013). Ansiedad, satisfacción, percepción y creencias sobre las causas del éxito en atletas veteranos españoles. *Ansiedad y Estrés*, 19(1), 83-93. doi: [10.20882/adicciones.12](https://doi.org/10.20882/adicciones.12)

Silvestri, K., Silvestri, C., Hernández, R. & Añex, S. (2009). Pensamiento estratégico y éxito gerencial en organizaciones empresariales, *Revista de Artes y Humanidades UNICA*, 10(2), 187-208. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/1701/170118863010.pdf>

Treasure, D. & Roberts, G. (1994). Perception of success questionnaire: preliminary validation in an adolescent population. *Perceptual and Motor Skills*, 79, 607-610. doi: [10.2466/pms.1994.79.1.607](https://doi.org/10.2466/pms.1994.79.1.607)

Visagie, S. & Koekemoer, E. (2014). What it means to succeed: Personal perceptions of career success held by senior managers. *South African Journal of Business Management*, 45(1), 43-54. doi: [10.4102/sajbm.v45i1.116](https://doi.org/10.4102/sajbm.v45i1.116)

Weber, P. & Geneste, L. (2014). Exploring gender-related perceptions of SME success. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 6(1), 15–27. doi: [10.1108/IJGE-04-2013-0038](https://doi.org/10.1108/IJGE-04-2013-0038)

ARTÍCULO EN EDICIÓN – ARTICLE IN PRESS

Wood, J. & Vilkinas, T. (2007). Characteristics associated with CEO success: perceptions of CEOs and their staff. *Journal of Management Development*, 26(3), 213–227. doi: [10.1108/02621710710732128](https://doi.org/10.1108/02621710710732128)

Zimmerman, A. & Manh, H. (2013). Motivation, Success, and Problems of Entrepreneurs in Venezuela. *Journal of Management Policy and Practice*, 14(2), 76-90. Recuperado de http://www.na-businesspress.com/JMPP/ZimmermanMA_Web14_2_.pdf