

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

FACULTAD DE PSICOLOGÍA
Departamento de Psicología Diferencial y del Trabajo



PERFIL PSICOLÓGICO DEL AUTOEMPLEADO

**MEMORIA PRESENTADA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR
POR M^a Luisa Sánchez Almagro**

Bajo la dirección de la Doctora:
Silvia A. Sánchez Herrero Arbide
Madrid, 2003

ISBN: 84-669-2386-1



UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

FACULTAD DE PSICOLOGÍA

DEPARTAMENTO DE PSICOLOGÍA DIFERENCIAL Y DEL TRABAJO

PERFIL PSICOLÓGICO DEL AUTOEMPLEADO

TESIS DOCTORAL

M^a Luisa Sánchez Almagro

Dirección: Dra. Silvia A. Sánchez-Herrero Arbide

2003

AGRADECIMIENTOS

A mi paciente familia.

A mi directora Silvia A. Sánchez-Herrero, por su asesoramiento.

A la Asociación de Jóvenes Empresarios de Pontevedra que me autorizó participar en el IV Congreso Nacional de Jóvenes Empresarios.

Al Instituto Universitario de Administración de Empresas de la Universidad Autónoma de Madrid, al Departamento de Psicología de las Organizaciones de la Universidad Nacional de Educación a Distancia, al Departamento de Teoría e Historia de la Universidad Complutense de Madrid, a Euroforum-Escorial, a la Universidad ESTE de San Sebastián, al Instituto Colombiano de Estudios Superiores de Incolda, al Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey de México, a la Universidad de Laval de Canadá, a la Cámara de Comercio de Madrid y al IMADE que me han apoyado en la elaboración de esta tesis.

A todos los que han contestado el cuestionario y los que han colaborado desinteresadamente.

Al Ministerio de Educación, Cultura y Deporte por la concesión de un año de licencia por estudios.

ÍNDICE ANALÍTICO

INTRODUCCIÓN.....	1
PRIMERA PARTE	
ACERCAMIENTO PSICOLÓGICO A LA FIGURA DEL AUTOEMPLEADO	
CAPÍTULO I.- EL AUTOEMPLEO Y EL EMPRENDEDOR.....	9
1.1.- Delimitando el concepto de emprendedor.....	12
1.2.- Otros actores del marco empresarial.....	19
1.3.- Imagen de los emprendedores.....	29
1.4.- La perspectiva psicológica del emprendedor: Definición, características y tipología.....	37
1.4.1.- Evolución histórica.....	37
1.4.2.- Definición del emprendedor en esta investigación.....	49
1.4.3.- Tipología de emprendedores.....	50
CAPÍTULO II.- MODELO DE LA CAPACIDAD EMPRENDEDORA.....	57
2.1.- Modelo teórico utilizado en esta investigación.....	58
2.2.- Espacio familiar: Variables demográficas y familiares.....	61
2.2.1.- La edad.....	61
2.2.2.- El sexo.....	63
2.2.3.- El orden de nacimiento.....	64
2.2.4.- La situación familiar.....	65
2.3.- Espacio laboral: Variables situacionales.....	67
2.3.1.- Factores desencadenantes.....	67
2.3.2.- La educación.....	72
2.4.- Espacio personal: Variables psicológicas.....	76
2.4.1.- Necesidad de logro.....	89
2.4.2.- Necesidad de poder.....	106
2.4.3.- Necesidad de afiliación.....	109

2.4.4.- Locus de control.....	109
2.4.5.- Perseverancia.....	117
2.4.6.- Percepción del riesgo.....	120
2.4.7.- La innovación.....	128
2.4.8.- Críticas a los rasgos de personalidad.....	133
2.5.- La capacidad emprendedora.....	135

SEGUNDA PARTE

INVESTIGACIÓN DE LAS DIMENSIONES PSICOLÓGICAS BÁSICAS DE LA FIGURA DEL AUTOEMPLEADO

CAPÍTULO III.- DESCRIPCIÓN DEL ESTUDIO.....	139
3.1.- Objetivos e hipótesis.....	141
3.2.- Método y diseño.....	142
3.3.- Muestra.....	143
3.3.1.- La edad.....	146
3.3.2.- El sexo.....	147
3.3.8.- Nivel de formación.....	148
3.4.- Variables e instrumentos.....	149
3.5.- Procedimiento.....	154
CAPÍTULO IV.- RESULTADOS	155
4.1.- Objetivo 1º. Instrumentos de medida.....	155
4.1.1.- Fiabilidad.....	155
4.1.2.- Validez discriminante.....	157
4.1.3.- Validez convergente.....	160
4.2.- Objetivo 2º. Puntos coincidentes de autoempleados emprendedores.....	161
4.2.1.- Características de emprendedores frente no emprendedores	162
4.2.2.- Características de los empresarios frente a los creadores de empresa.....	174

4.2.3.- Características de los creadores de empresa frente a los opositores.....	189
4.3.- Objetivo 2º. Predicción.....	197
4.3.1.- Análisis discriminante.....	197
4.3.2.- Regresión logística.....	206
4.3.3.- Árboles de decisión.....	209
4.3.4.- Análisis factorial.....	215
4.4.- Objetivo 3º. Diferencia entre sexos.....	218
CAPÍTULO V.-CONCLUSIONES.....	224
5.1.- Conclusiones sobre los instrumentos de medida.....	224
5.2.- Perfil del autoempleado emprendedor frente al no emprendedor.....	226
5.3.- Perfil del empresario frente al creador de empresa.....	233
5.4.- Perfil del creador de empresa frente al opositor	235
5.5.- Perfil de la mujer autoempleada frente al autoempleado emprendedor.....	238
DISCUSIÓN.....	240
ANEXOS.....	244
ANEXO I. Batería de actitudes. ¿Nos ayudas a emprender?.....	245
ANEXO II. Carta solicitud a las instituciones o entidades para aplicar la prueba.....	263
ANEXO III. Tabla resumen de devolución de los resultados a los participantes.....	265
BIBLIOGRAFÍA.....	267

INTRODUCCIÓN

Todo lo que rodea al mundo del trabajo está en permanente transformación. En nuestras sociedades urbanas occidentales actuales, la persona tiene serias dificultades para incorporarse a un puesto de trabajo fijo, pero estamos asistiendo a la consolidación de una nueva generación de trabajadores que, para salir del paro, independizarse económicamente y autorrealizarse, crean su propia empresa, a pesar de un entorno hostil, con escasos recursos financieros y a menudo sin ningún tipo de apoyo. Estas personas que denominaremos autoempleados emprendedores son aquellas que han decidido ser dueños de su propio destino.

Las empresas de los autoempleados emprendedores están erigiéndose en modelos alternativos a la saturación actual del mercado laboral asalariado en los países occidentales, pues los cambios en el entorno social, en el mercado laboral y en el campo de la formación están posibilitando que tanto las mujeres como los hombres se incorporen al mismo tiempo en el mundo empresarial.

La Comisión Europea sobre el empleo recomienda en el Libro Blanco sobre Crecimiento, Competitividad y Empleo¹ el apoyo a las pequeñas y medianas empresas (Pymes) como medida importante para avanzar en una economía más competitiva, aprovechar al máximo las posibilidades del mercado interior y del gran mercado, como medio para la creación de empleo.

La persona, que se autoemplea, genera su propia ocupación y parece que este camino le sirve para formar parte del mercado laboral e impulsar con sus

¹ El Consejo Europeo en Copenhague, del mes de julio de 1992, pidió a la Comisión Europea la elaboración de un Libro Blanco sobre la estrategia a medio plazo para el crecimiento, la competitividad y el empleo. En 1993, la Comisión de las Comunidades Europeas edita en su boletín el Libro Blanco sobre "Crecimiento, competitividad y empleo. Retos y pistas para entrar en el siglo XXI".

proyectos la economía local, tanto urbana como rural. Las personas emprendedoras manifiestan en las encuestas que una de las motivaciones es el deseo de autorrealización, que parte de la necesidad de autovalorarse y de conseguir reconocimiento social.

Para crear una empresa es fundamental la decisión, la determinación y pasar de la ilusión, de la idea, del plan a la búsqueda de los medios económicos para hacerla realidad y finalmente, registrarla. La misma actividad empresarial y el logro de pequeños objetivos, unido a la experiencia que proporciona la propia gestión, hace que las personas se sientan cada día más seguras y confiadas, aumentando de este modo su autonomía y su capacidad de decisión.

Pocas tareas exigen tantos recursos y habilidades diferentes como emprender un negocio: planificar, organizar, administrar, vender, negociar, relacionarse con gente muy diversa, como banqueros, trabajadores, profesionales, empresarios, etc. y, sobre todo, tomar decisiones constantemente, a veces sin tener la certidumbre de que la opción elegida sea la correcta.

A lo largo de esta investigación se tomará contacto con un mundo donde la energía, el dinamismo y la iniciativa deben de prevalecer todos los días para salir adelante. Pero sin olvidar que emprender es algo más que una moda; es un estilo de vida y un conjunto de valores que permiten a una persona:

- Asumir riesgos, para crear un negocio y para crear empleos.
- Poner en marcha sus proyectos sociales y comunitarios, donde su liderazgo le permitiría desarrollar su entorno.
- Mejorar y lanzar a la empresa que le contratase a través del intraemprendizaje.
- Mejorar sus objetivos personales a través del trabajo autónomo.

Por otro lado, se desmitificará la noción de emprendedor, analizando los puntos fuertes y débiles que los distintos autores han concluido en sus

investigaciones. Además se analizarán las características emprendedoras y se explorará el perfil psicológico del autoempleado emprendedor español o el creador de empresas frente al funcionario u opositor español. Para ello partiremos de la clasificación del estudio de Kolvereid (1996), que nos indica las diferentes razones para preferir la situación del estado del empleo, ya sea por cuenta ajena o por cuenta propia, denominándose éste último autoempleo.

Estas razones se pueden clasificar en los siguientes grupos:

- Seguridad: el riesgo, la estabilidad, el ingreso fijo.
- Oportunidad económica: el aumento del sueldo, el potencial de desarrollo, el sueldo en relación directa con los resultados.
- Autoridad: el control, la dirección y la responsabilidad.
- Ambiente social: el ambiente socioeconómico, el número de miembros, los compañeros.
- Cantidad de trabajo: las horas de trabajo fijas, la pereza, el estrés, la complejidad de la tarea.
- Desafío: la motivación, el nivel de inspiración.
- Necesidad de logro: la motivación de logro, la necesidad de innovar o de crear algo.
- Participación a lo largo de todo el proceso: supervisión de la actividad desde la "a" a la "z".
- Responsabilidad: la evitación o compromiso con la tarea.
- Carrera: la promoción o la oportunidad dentro de su actividad laboral.

La presente investigación se encuentra dividida en dos grandes partes.

❖ **El objetivo de la primera parte presenta un acercamiento psicológico de la figura del empresario emprendedor.** El proceso metodológico seguido fue deductivo, el punto de partida general consistió en la recopilación de información global para relacionarla con el autoempleado y posteriormente centrarme en el emprendedor.

El primer paso comprendió el establecimiento de fuentes primarias y secundarias de información. Las primeras apuntaban a la realización de trabajos sobre memorias acerca de la vida de emprendedores o comentarios de los propios emprendedores, para ello asistí al Congreso de Jóvenes Emprendedores de Pontevedra, a la Feria de Emprendedores de Zaragoza, a la Feria de Emprendedores de Valencia, a Barcelona Activa, a la Feria de Emprendedores de Avilés, la Feria de la Mujer Emprendedora y la Feria del Empleo del Grupo Araña. Las fuentes secundarias se orientaron hacia el rastreo bibliográfico en entidades como Universidad Complutense a través del sistema AVI, la Facultad de Económicas de la Universidad Autónoma de Madrid y la Universidad Complutense, Universidad de Deusto, Universidad de Barcelona, Instituto Colombiano de Estudios Superiores de Incolta (ICESI), Universidad de Babson, Consultores, Asociación de Jóvenes Empresarios, Asociación de Autónomos de España e Internet.

Posteriormente, se localizó la información (impresa o en línea) a través de las entidades anteriores. Una vez analizado el material se clasificó en los siguientes capítulos relacionados con la parte teórica.

El capítulo primero está destinado al "*autoempleo y el emprendedor*" en él se recoge la necesidad de analizar esta tendencia de trabajo, con sus ventajas e inconvenientes; además se analiza cómo los autoempleados, a través de sus pequeñas y medianas empresas (PYMES), influyen sobre los aspectos económicos convirtiendo al emprendedor en una figura clave social. Posteriormente, se diferencia entre trabajadores por cuenta ajena (directores, líderes e intraemprendedores), trabajadores por cuenta propia (autónomos, empresarios en general, inversionista) y el inventor. Una vez identificado al autoempleado se analiza la imagen que ellos poseen y la evolución de la definición, las características y tipología que han permitido clasificar al autoempleado emprendedor por décadas desde una perspectiva psicológica

El capítulo segundo recoge el "*Modelo de la capacidad emprendedora*", en él se sintetizan algunos modelos que explican el proceso emprendedor para la creación de la empresa. En este apartado para organizar la investigación se utiliza como base el modelo teórico, modificando el espacio personal, de Desarrollo de la Carrera planteado por Sonnenfelt et Kotter (1982). Este modelo aborda los espacios: familiar, laboral y personal.

En el espacio familiar se sintetizan los estudios sobre edad, sexo, orden de nacimiento y la situación familiar (la ocupación de los padres, de la pareja, de los familiares y de las amistades); el estado civil y la descendencia.

En el espacio laboral abordan los estudios sobre las variables situacionales y económicas. En las variables situacionales se abordan los factores desencadenantes y la educación. En el primer bloque de factores se analizan las variables que suscitan la creación, las personas que influyen y mantienen la creación. Dentro del segundo bloque el nivel formativo y la formación socio-empresarial son los aspectos abordados.

Respecto a las variables económicas se han analizado el sector laboral, el tiempo de maduración del proyecto y el tipo de empresa.

En el espacio personal se estudian las variables psicológicas desde el punto de vista conductual (necesidad de logro, poder y afiliación) y cognitivo (locus de control, autoconfianza, perseverancia, percepción del riesgo, innovación).

❖ **El objetivo de la segunda parte de la investigación se centra en detectar dimensiones psicológicas básicas de la figura del autoempleado emprendedor en España.** El abordaje en este apartado es empírico. Por esto se establecerán los grupos que nos permitan comparar características entre emprendedores y no emprendedores; entre empresarios (80) y creadores de empresa (86); y entre funcionarios (104) y opositores (183). Al preguntarnos por

las peculiaridades del autoempleado emprendedor, lo hacemos con la finalidad de tener unos criterios claros de cara a una formación y una orientación laboral.

El capítulo tercero aborda la "*Descripción del estudio*" a través del origen, objetivos del estudio, hipótesis, metodología, variables, los sujetos, procedimientos y los instrumentos utilizados en la investigación.

Muñoz (1997) defiende que todas las personas poseen la capacidad emprendedora en algún grado. Atendiendo a este criterio, la muestra de esta investigación está formada por una muestra que teóricamente estaría dentro de este continuo de creación de empresa. En primer lugar los emprendedores (80 personas), los que están creando su empresa (86 personas), los opositores (183 personas) y por último, los funcionarios (104 personas).

La batería aplicada se denomina "*¿Nos ayudas a emprender?*". Está formada por siete pruebas. En el cuadro 0.1 aparecen las pruebas aplicadas y los espacios analizados para el modelo de "*Desarrollo de Carrera*".

PRUEBAS	ESPACIOS				
	Familiar	Laboral	Personal		
			Motivaciones	Rasgos personalidad	Competencias
Cuestionario A	*	*			
Escala de Orientación de Actitud Emprendedora (EAO) de Robinson et al (1991).			*	*	*
Escala de Locus de Control (LCIE) de Rotter (1971)				*	
Inventario de Estilos de Personalidad (MIPS) de Millon (1997)			*	*	*
Motivaciones (MLPA) de Steers et Braunstein (1976)			*		
Test de Autoevaluación (APE) del Emprendedor de Sánchez Quiles (1994)				*	
Actitud frente a la Asunción del Riesgo (AR) de Eguía (1994)				*	

Cuadro 0.1: Relación de pruebas aplicadas y los espacios analizados para el Desarrollo de Carrera.

Esta investigación es de tipo exploratorio y descriptivo, ya que muestra un diagnóstico en un periodo de tiempo específico. No es un estudio bibliográfico.

El capítulo cuarto está destinado a los "*Resultados*" donde se recogen los datos en función de los objetivos planteados en el estudio. El primero de ellos se centraba en "comprobar la fiabilidad y validez de los instrumentos recogidos y empleados en el análisis de esta investigación". El segundo se centra "lograr el elenco, desde un múltiple punto de vista, demográfico, socioeconómico, de personalidad, motivacional, comportamental y cognitivo frente al éxito profesional, que determine los puntos coincidentes de los autoempleados". Y el tercero en "extraer los perfiles consecuentes al dividir la muestra de emprendedores en función del sexo".

Respecto al primer objetivo, la consistencia interna se averigua con el α de Cronback, la validez discriminante se calcula por medio del λ Lambda de Wilks y la validez convergente mediante la matriz de correlaciones multi-método/multi-rasgo.

Respecto al segundo objetivo se analizan las características del emprendedor. Se utiliza el estadístico χ^2 en las variables cualitativas y diferencias de medias en las cuantitativas. Además, en este segundo objetivo se completó con un "*análisis multivariado*" que permitiera combinar los datos de las diferentes dimensiones evaluadoras. Se han utilizado el análisis discriminante, que clasificará a los sujetos; la regresión logística, que proporcionará la función lineal de las variables independientes; y el análisis en cluster de árboles de decisión a través del programa "Answer Tree". Este último programa organizará los datos formando un árbol de decisión, que nos permitió observar las variables del estudio de forma escalonada. Finalizamos con el análisis factorial que analizó las similitudes entre los sujetos de la muestra respecto a su comportamiento en el conjunto de las variables relacionadas con el "comportamiento hacia el trabajo".

En el capítulo de las "*Conclusiones*" se incluyen las conclusiones del instrumento de media, el perfil gráfico del emprendedor frente al no emprendedor; del empresario frente al creador de empresa; del creador de empresa frente al opositor y de la emprendedora frente al emprendedor.

Finaliza con los capítulos de "*Discusión*", "*Anexos*" ("*Batería de Actitudes*", "*carta de solicitud*" y "*extracto de devolución*") y la *Bibliografía*.

CAPÍTULO I. EL AUTOEMPLEO Y EL EMPRENDEDOR

Desde Revolución Industrial, las actitudes de la población y los valores de la sociedad han sido modelados, básicamente, por la capacidad de las sociedades para producir empleos. Pero las dificultades asociadas con el empleo han sido permanentes, y los gobiernos asumieron no sólo el papel de medir los índices de desempleo, sino en muchos casos el papel de solucionadores del problema, creando trabajo.

Desde finales del siglo XX se ha observado como los Estados no pueden asumir individualmente la responsabilidad del pleno empleo y, además, se observa la tendencia de privatización de empresas estatales. Así, los Estados y sus sociedades han llegado al convencimiento de que deben estimular cada día más la iniciativa privada, y que todos aquellos que tengan capacidad de defenderse por sí mismos deben ser animados, incentivados y apoyados para que lo hagan. En España, la creación de la ventanilla única, es un ejemplo de esta línea de actuación.

Por lo tanto, estas nuevas tendencias, económica y cultural, están provocando una evolución desde una sociedad de empleados a una sociedad de autoempleados. Las grandes empresas incentivan a sus empleados para que dejen el mundo corporativo y creen sus propias empresas. Además, personas que trabajaban en grandes empresas se han visto frustradas en su progreso profesional debido a la competencia para alcanzar un mejor puesto en la organización, por un lado, y a que las posibilidades de alcanzar la cima son cada vez más pequeñas, por otro. Estos elementos, unidos al factor de que muchas grandes empresas han despedido a mandos intermedios, han provocado un gran número de gente frustrada y experimentada que buscan una mejor opción, la del autoempleo.

Éste es uno de los cambios sociales más radicales que se han producido recientemente al que Drucker (1990) ha denominado la mayor revolución laboral del siglo XX.

El resultado final de todas estas fuerzas ha sido el renacimiento del sector de la Pequeña y Mediana Empresa (PYME)². Así, en los países desarrollados un gran número de personas han dado la espalda a empleos y posiciones en las grandes empresas y crean las suyas. También, en los países en vías de desarrollo se ha vivido también este fenómeno, reforzándose con otros aspectos adicionales; las economías informales o de rebusque. Este tipo de economía indica claramente cómo se han dedicado las personas al establecimiento de su propio negocio. En España Bermejo, Rubio & Vega (1996) analizan la información recogida por la tesorería de la Seguridad Social y deducen que más del 92% de las empresas que forman parte de nuestro tejido empresarial pertenecen a la categoría de la pequeña y mediana empresa.

Estas nuevas empresas son el producto de la acción de nuevos empresarios, que consideran que la idea de vida y de trabajo debe ser un ejercicio de autorrealización, pues como señalan Timmons, Smollen & Dingee (1985) ya no se puede creer que el empleo en las grandes corporaciones sea el "Nirvana". Ésta es una generación ambiciosa, activa, que cree en su propio talento y busca un tipo de ambiente distinto. Estos nuevos empresarios han tratado de edificar organizaciones radicalmente distintas de las tradicionales y han trasladado conceptos muy especiales como horarios flexibles para satisfacer las demandas personales de sus empleados, informalidad, organizaciones sencillas; han introducido en sus

² Bermejo, Rubio & Vega. (1996) señalan que para definir el término PYME, las empresas auditoras en España y la IV Directiva de Sociedades de la Unión Europea consideran el criterio del número de trabajadores :

- Pequeñas empresas: entre 1 y 50 trabajadores.
- Medianas empresas: entre 50 y 250 trabajadores.
- Grandes empresas: más de 250 trabajadores.

empresas valores humanos que hacen anacrónicos los sindicatos y los conflictos laborales tradicionales.

La Décimotercera Conferencia Internacional de la Organización Internacional del Trabajo (O.I.T.) (1991), en su informe sobre la Promoción del Empleo por cuenta propia, considera que este sector está integrado por todos aquellos que trabajan en unidades económicas de su propiedad y que dirigen ellos mismos. Dentro de este sector de autoempleo³ se engloba a los autónomos, a los trabajadores por cuenta propia que son empleadores, a los miembros de cooperativas de producción y a las ayudas familiares no remuneradas.

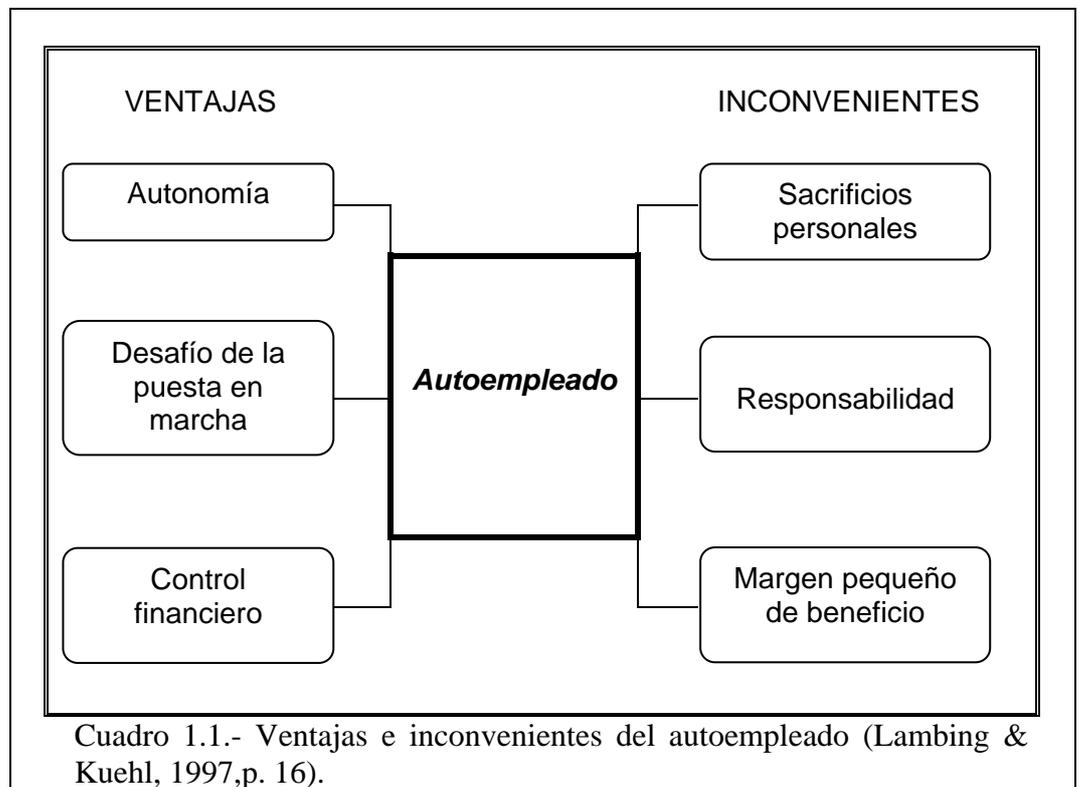
La principal característica del trabajo por cuenta propia es que el autoempleado tiene el control total de la empresa. Por lo tanto, la sociedad espera de él que ejecute un proyecto personal que traiga aparejado la expectativa de ganancia económica, de poder, de prestigio social, etc., todo ello como consecuencia de que la orientación de su proyecto esté siempre dirigido a satisfacer necesidades de una audiencia o público.

En un estudio sobre las ventajas e inconvenientes del autoempleado, Lambing & Kuehl (1997) consideran que todo autoempleado debe ser consciente de estos elementos antes de iniciar un negocio (Cuadro 1.1).

El emprendedor será un gestor de su propio destino, de manera que deberá priorizar en su estilo de vida, la organización y la responsabilidad. Pero con la diferencia de que será un líder preocupado por lo demás, consciente de la problemática social, con una clara sensibilidad del medio que le rodea y con una capacidad sin límites para aplicar sus conocimientos, pues tendrá que comunicarse bien con los clientes y los empleados. Mirará la forma más efectiva y eficaz de resolver las situaciones problemáticas que se le presenten con una directriz marcada desde sus comienzos. Se sentirá

³ Término que se venía utilizando desde 1982 en la mayoría de los países.

a gusto con un cierto grado de inseguridad financiera y estará involucrado apasionadamente con su trabajo.



1.1.- Delimitando el concepto de emprendedor.

La persona emprendedora es "la que tiene iniciativas y decisión para emprender negocios o acometer empresas" (Moliner, 1975, p. 279). En el diccionario se define emprender, en su primera acepción, como: "acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño o empresa. Se usa más comúnmente hablando de los negocios que encierran dificultad o peligro" (Real Academia Española de la Lengua Española, 1992, p. 571). Al emprendedor se le define como: "cualquiera que dirija un equipo de personas para alcanzar unos fines, que no tienen por que ser exclusivamente materiales, mediante la aplicación de unos recursos económicos" (Garrido, 1993, p. 5).

Además, se establece como sinónimos del término emprender: "acometer, intentar, comprometerse, abordar y comenzar" (Corripio, 1992, p. 154).

De una forma coloquial se utiliza el término para denominar a aquella persona que desarrolla un proyecto económico; pues se habla sobre la creación de una empresa, la comercialización un producto, un servicio o procedimientos nuevos y mejorados, la conquista de mercados, iniciativas, actividades.

Andrés Ciurana & Montesa Andrés (1994) relacionan términos utilizados en los idiomas francés, inglés y español, aparecen en el Cuadro 1.2, proponiendo un esquema que disminuya la ambigüedad y centre la terminología.

FRANCÉS	INGLÉS	ESPAÑOL
<i>Entrepreneur</i>	<i>Entrepreneur</i> Person who sets up business deals in order to make a profit.	<i>Emprendedor</i>
<i>Employeur</i> <i>Patron</i>	<i>Employer</i> <i>Owner</i>	<i>Patrón</i> <i>Empleador</i> Persona que tiene obreros trabajando a su cuenta.
<i>Entreprenant</i>	<i>Enterprising/</i> <i>Entrepreneurial</i> Someone who shows the ability to do and has an eagerness to do them (Sinónimo de Entrepreneur).	<i>Emprendedor</i> Se aplica a la persona que tiene iniciativa y decisión para emprender negocios o acometer empresas.
<i>Entreprise</i>	<i>Company / Enterprise</i> A business organization that exists in order to make money by selling goods or services.	<i>Empresa</i> Cosa que se emprende o acción en la que hay trabajo o implica dificultades. Organización mercantil o industrial que se dedica a la explotación que se expresa.

Cuadro 1.2.- Acepciones idiomática del término emprendedor (Andrés Ciurana & Montesa Andrés, 1994, p. 23).

El cuadro refleja las traducciones de los términos del francés al inglés y de éste al español. Como se observa la traducción directa de la palabra francesa *entrepreneur* al castellano es emprendedor, palabra que en inglés hace referencia a toda aquella persona que pone en marcha un negocio con la finalidad de obtener un beneficio.

Además, señalan que en francés los vocablos presentan cierta analogía semántica con el castellano, de hecho "la definición del vocablo *entrepreneur* y el adjetivo *entreprenant* a él asociado proporcionado por el diccionario Larousse nos indica que es "una persona plena de vivacidad y de garra que da pruebas de iniciativas para emprender audazmente" (Andrés Ciurana & Montesa Andrés, 1994, p. 22).

Sin embargo, en España empresario es sinónimo de patrón, empleador o autónomo, mientras que el término *persona emprendedora* se reserva para aquellas personas que tienen iniciativa y decisión para crear negocios o acometer empresas.

La traducción de la palabra castellana emprendedor al inglés es *entrepreneurial*, cuyo significado es el de alguien que demuestra tener la habilidad de pensar en cosas nuevas y tiene el impulso y necesidad de realizarlas. Traduciéndose al francés como *entreprenant*.

Por lo tanto, el adjetivo emprendedor se utilizará de forma sustantivada en esta investigación, al seguir la recomendación de Andrés Ciurana y la literatura empleada por distintos autores relacionados con el mundo empresarial.

Una de las preguntas básicas, pero difícil de contestar es ¿qué es un emprendedor? En las revisiones del término, se observa que no existe acuerdo acerca de la definición. Así varias investigaciones (Palmer, 1971; Druker, 1986; Ginsberg & Buchholtz, 1989; Chell, Haworth & Brearley, 1991) no han encontrado una respuesta aceptable a esta pregunta. El único aspecto en el que están de acuerdo, es que desde el momento que alguien

decide hacerse emprendedor, tiene que poner en juego la imaginación, el esfuerzo para descubrir una oportunidad y transformarla en negocio.

Parte del problema de captar la esencia de la carrera emprendedora se debe a la naturaleza multifacética del papel emprendedor. Garrido (1993) indica que el término persona emprendedora se utiliza para denominar al que desarrolla un proyecto organizacional, ya sea económico, educativo, profesional, de consultoría, de servicio de salud, de cátedra universitaria, de institución artística, cultural, etc.

El espíritu emprendedor se traduce en una voluntad constante de iniciar y de organizar teniendo en cuenta los recursos disponibles para atender a los resultados concretos independientemente de la actividad donde se desarrolla.

La relación emprendedora, *entrepreneurship*, es "la apropiación y la gestión de recursos humanos y materiales con el objeto de inventar, de desarrollar y de implantar soluciones que permitan responder a las necesidades individuales" (Gasse, 1982b, p. 3).

La relación emprendedora puede ser individual o colectiva. En el caso de que sea individual, es importante que la persona tenga las cualidades básicas, la experiencia necesaria y los conocimientos mínimos para sacar adelante su plan empresarial. Por el contrario, en el caso de que sea colectiva, las deficiencias individuales pueden ser compensadas por el resto de los miembros del grupo, aunque deben coordinarse los objetivos y los valores personales.

La palabra *entrepreneur* aparece originalmente, según Saporosi (1991), en la lengua francesa a principios del siglo XVI para designar a las personas comprometidas en la conducción de hombres relacionados con las expediciones militares. A partir de esta definición su uso se hizo más extensivo, llegando a ampliarse a todo tipo de aventureros.

Cochran (1985) señala que a finales del siglo XVII y principios del siglo XVIII el término "entrepreneur" fue utilizado por los franceses, quienes extienden el significado para referirse a contratistas de rutas y constructores de caminos, puertos y arquitectos. Estos proyectos de construcción eran principalmente de tipo militar o religioso.

A lo largo de la historia este concepto ha cambiado de significado y de alcance, ha llegado a desaparecer de la terminología del desarrollo socioeconómico, por razones sociales, culturales e intelectuales; al ignorarse el beneficio económico y social que aportan a su comunidad.

Vesper (1982) clasifica las definiciones de emprender bajo perspectivas diferentes y observa que:

Para un economista un emprendedor es aquel que transforma recursos, trabajo, materiales y otros bienes en combinaciones que aumentan su valor y también el que introduce cambios, innovaciones y un nuevo orden. Para un psicólogo tal persona se conduce por la fuerza de la necesidad para obtener o alcanzar algo, para experimentar, para ejecutar o quizá para escapar de la autoridad de los demás. Para un hombre de negocios, un emprendedor aparece como una amenaza, como un competidor agresivo, mientras para otro hombre de negocios el mismo emprendedor puede ser un aliado, una fuente de provisiones, un cliente o alguien bueno con quien invertir. La misma persona es vista por un filósofo capitalista como alguien que crea riqueza para los demás, así como quien encuentra mejores vías para utilizar los recursos, reducir los gastos y quien genera trabajos que otros necesitan" (Vesper, 1982, p. 2).

Todos los estudios realizados hasta el momento pueden dividirse en tres categorías: "aquellos que estudian qué pasa cuando el emprendedor actúa, aquellos que analizan el porqué actúan y, por último, los que se preocupan por estudiar cómo actúan (Stevenson & Jarrillo, 1990, p. 18).

Cada autor señala su definición según las características de la época y el país donde se desarrolla. Estas definiciones se pueden agrupar en diferentes perspectivas: la económica, la sociológica y la psicológica. Las dos primeras sólo se esbozarán; la tercera, la psicológica, constituirá la base teórica.

Durante mucho tiempo la iniciativa emprendedora sólo se estudió desde la perspectiva económica. Sin embargo, al analizar las teorías más importantes, dentro de esta perspectiva, se pone en manifiesto la existencia de una realidad humana más compleja que recoge elementos de otras perspectivas, sin las cuales no se comprendería el fenómeno emprendedor.

En un principio, la tendencia que han seguido los expertos en los modelos económicos queda reflejada en la afirmación de Baumol (1968) cuando señala que la visión económica se basa en cálculos matemáticos para obtener la maximización de los beneficios, y de ahí que el emprendedor no quepa en ninguno de ellos, debido a que la iniciativa no es una variable que se pueda medir. Baumol, critica esta concepción, pues considera un nuevo emprendedor, pues considera que la verdadera esencia del emprendedor debe explicarse a partir de factores tales como las motivaciones, aptitudes y cultura del mismo, ya que se trata de una persona y no se puede seguir asumiendo que sólo responde a una fuerza del mercado.

Hérbert & Link (1988) en sus estudios sobre el término emprendedor concluyen la existencia de dos concepciones, una estática y otra dinámica.

La concepción estática hace referencia a la perspectiva que tienen aquellos economistas que consideraban que la principal función del empresario era la aportación de capital, acompañada de un papel de supervisor, dejando relegadas a un segundo plano las funciones de organización, control y aceptación del riesgo que conlleva la creación de una empresa. Esta concepción está relacionada con los aspectos gerenciales.

Veciana (1989) indica que, atendiendo a esta visión estática, se podría pensar que las empresas funcionan por sí solas, ya que la única función del empresario⁴ se reduciría a aportar el capital; anticipando a los trabajadores materias primas, herramientas y salarios y recibir sus anticipos más unos beneficios al final del período de producción, como compensación a esa aportación de capital.

Algunos consideran que estas teorías de la concepción estática no son capaces de explicar que existiendo un vacío en el mercado, no todas las personas deciden convertirse en empresarios, abandonando un trabajo seguro o una situación de desempleo. Es más, empresarios de culturas diferentes actúan de distinta forma, y estas diferencias no pueden ser siempre atribuidas a factores económicos tales como recursos naturales, capital monetario, etc., pues estos elementos son idénticos para todos ellos. Para entender estas diferencias en el comportamiento empresarial, Palmer (1987) cree que deben examinarse factores como la ideología social, normas y recompensas por el comportamiento, aspiraciones nacionales e individuales, doctrinas religiosas, etc.

Por otro lado, las definiciones de la perspectiva estática consideran a un empresario por algo que ya ha hecho. Estas posturas nos plantean problemas en el sentido que no nos permite conocer los factores que motivan su aparición y por tanto, actuar en favor de la aparición de nuevos empresarios. Por ello, Palmer (1987) nos indica que son necesarias medidas (test-retest) que nos permitan identificar a futuros empresarios e influir positivamente en la creación de empresas ya sea a corto plazo, mediante el entrenamiento y asesoramiento de empresarios; ya sea a largo plazo, donde se examinarán las fuentes del "entrepreneurship".

Stevenson & Sahlman (1989) afirman que tratar de definir al emprendedor y distinguirlo del resto de empresarios, analizando sólo

⁴ Se utiliza el término empresario refiriéndose al emprendedor que ha creado una empresa.

aquellas funciones que tienen un carácter económico de los que no lo tienen, parece más un ejercicio de semántica que un ejercicio práctico y en consecuencia, carece de interés para los propósitos de esta investigación.

La concepción dinámica va a tener en cuenta las características demográficas, psicológicas y sociológicas de los mismos, ante el dilema de la puesta en marcha de la empresa.

Los bloques de esta visión son los que corresponden con aspectos motivacionales, características comportamentales, físicas e intelectuales con la finalidad de introducir aspectos psicológicos.

El primer autor no económico que analizó al emprendedor fue el sociólogo Max Weber (1864-1920). Weber⁵ (1904 [1995]) relaciona el espíritu del emprendedor con factores religiosos. Su tesis se centra en la influencia del protestantismo en el espíritu del capitalismo. Considera que la influencia del contexto social, y más concretamente de los valores sociales imperantes, forman el espíritu emprendedor.

1.2.- Otros actores del marco empresarial.

Muñoz (1997) nos indica que la dificultad para definir al emprendedor radica en separar lo que es propio, de lo que le da entidad y lo que le distingue del que no lo es.

Una forma de comprender las características del emprendedor es comparándolo con otros actores relacionados con el mundo de la empresa pues la literatura empresarial y económica diferencian entre trabajadores por cuenta ajena y trabajadores por cuenta propia. Del primer grupo destacan el directivo, técnico e intraemprendedor; y del segundo destacan el inversionista, el autónomo, el empresario y el emprendedor.

⁵ Una mayor profundización en el concepto de emprendedor de Weber puede verse en A. Rodríguez & José M. López (1999): "Pasado, presente y futuro del emprendedor. La racionalidad en la actividad emprendedora" en D. Melé (eds.) *Ética, iniciativa emprendedora y empresa familiar*. Eunsa.

Otra imagen del emprendedor se identifica con el inventor.

Gerber (1997) propone el "mito del emprendedor" que consiste en creer que detrás de la puesta en marcha de cualquier negocio está una persona emprendedora, cuando realmente el emprendedor tan sólo existe durante un breve lapso de tiempo. Según este autor, la mayoría de las personas que se plantean crear su propia empresa se siente súbitamente poseídos por un impulso emprendedor, sin embargo, esto no quiere decir que sean realmente personas emprendedoras. No obstante, este autor no niega que existan emprendedores, pero considera que la mayoría de las personas que montan un negocio no lo son, aunque sienten ese impulso emprendedor que les estimula a crear su propia empresa, sin embargo, posteriormente cuando la empresa ha alcanzado cierto desarrollo este impulso, normalmente, desaparece.

Comparando al emprendedor con los trabajadores por cuenta ajena (directivo y técnico), según Gerber (1997) se podrían apreciar estas diferencias básicas (Cuadro 1.3) :

Rol profesional	ORIENTACIÓN	NECESIDAD	DESEO
Directivo	Pasado	Orden	Estabilidad
Técnico	Presente	Trabajo	Control del flujo de su propio trabajo
Emprendedor	Futuro	Control	Cambio

Cuadro 1.3.- Diferencias entre los roles profesionales (Gerber,1997).

El emprendedor orienta su pensamiento hacia el futuro, ya que es capaz de imaginar si una determinada oportunidad o idea se convertirá en un negocio de éxito. La necesidad de control surge de esta misma

orientación hacia el futuro, ya que requiere el control de los recursos, tanto materiales como humanos, para convertir su visión o sueño en realidad.

Por otra parte, el emprendedor no se resiste al cambio, sino, por el contrario, el mismo es un catalizador del cambio. Como señalaba Schumpeter (1951) el emprendedor actúa para distorsionar una situación de equilibrio existente. El emprendedor se ubica como iniciador del cambio y generador de nuevas oportunidades. El emprendedor se presenta en el mercado como una fuerza desequilibradora, aunque cada actividad emprendedora genere una nueva situación de equilibrio.

El directivo, gestor o gerente se caracteriza por su pragmatismo. Su conducta se centra en la planificación, el orden y la predictibilidad. Su orientación temporal se enmarca en el pasado porque el trabajo del directivo se dirige a mantener la estabilidad de la empresa, suele ser más reactivo que proactivo. No desea cambiar las cosas, sino gestionar de forma eficaz la empresa para lograr el máximo beneficio. Por tanto, sin el emprendedor no existiría innovación, mientras que sin el directivo no existiría negocio.

El técnico se centra en realizar al trabajo concreto, por ello, su orientación temporal es el presente. Para él las grandes ideas deben quedar reducidas a metodología para que tenga un verdadero valor. El deseo del técnico es centrarse en su propio trabajo y poder controlar como hacerlo. La frase preferida del técnico sería "si quieres que algo se haga, hazlo tu mismo". Moriano, Palací & Trejo (2001) recogen, con mayor profundidad (Cuadro 1.4), las diferencias entre el emprendedor y el técnico, siguiendo las directrices de Gerber.

	EMPRENDEDOR	TÉCNICO
Pregunta	¿Cómo debe funcionar la empresa?.	¿Qué trabajo debe realizarse?.
Concepto de negocio	Un sistema para producir resultados relevantes que se traducirán en beneficios.	Un lugar donde las personas trabajan para producir resultados internos en forma de ingresos.
Punto de partida	Una imagen del futuro, para luego volver al presente con la intención de cambiarlo para adaptarlo a su visión. El mundo actual se modela en función de su visión.	Se centra en el presente y mira a continuación hacia un incierto futuro con la esperanza de mantenerlo a imagen y semejanza del presente. El futuro se modela según el mismo mundo de hoy.
Visión	Integrada.	Fragmentada.
Escala	Amplia y expansiva.	Escala estrecha, inhibida y confinada al trabajo a hacer.
Modelo	La forma del negocio.	Lo que se hace en el negocio.
Producto	El negocio.	Lo que se entrega al comprador.
Cliente	Oportunidad.	Problema.

Cuadro 1.4.- Diferencias entre la perspectiva técnica y emprendedora de Gerber (Moriano, Palací & Trejo, 2001, p. 238).

Según Gerber (1997), todo empresario tiene algo de emprendedor, directivo y técnico. Si estas partes están perfectamente equilibradas, estaríamos ante una persona competente que llevaría su empresa a lo más alto. No obstante, este autor afirma que el "típico propietario de un pequeño negocio tiene tan sólo un 10% de emprendedor, un 20% de directivo y un 70% de técnico". (Gerber, 1997, p.38).

Centrándose en los trabajadores por cuenta propia, Gasse & D'Amours (1993) analizan las principales semejanzas y diferencias del trabajador autónomo⁶ con el emprendedor (Cuadro 1.5).

⁶ El trabajador autónomo se identificaba con los maestros artesanos y los profesionales liberales, actualmente se encuentra en otros sectores.

Trabajador autónomo frente a emprendedor	
Semejanzas	Diferencias
- Son personas autoempleadas y constituyen su propio patrón.	- Los emprendedores tienen una necesidad de autonomía más marcada.
- Ejercen una actividad según sus competencias, sus habilidades o experiencias personales.	- El emprendedor necesita establecer una distinción entre él y la empresa que tiene su propia identidad y dinamismo.
- Poseen y dirigen una PYME.	- El emprendedor además de crear una PYME, pone una fuerte voluntad para que crezca.
- Emplea o no mano de obra remunerada.	
- No establece ningún vínculo de subordinación por rapport para sí, sus empleados y clientes.	- El emprendedor establece un clima que facilita el liderazgo y la aceptación de grandes riesgos.
- Decide los contratos que quiere coger y asumir las consecuencias.	- Al emprendedor no le importa estresarse si consigue que su empresa crezca y ambiciona entrar en nuevos mercados.
- Asume personalmente su seguridad social y financiera.	- El emprendedor compite con los que le rodea, no sólo desea asegurarse un salario.

Cuadro 1.5.- Síntesis de las semejanzas y diferencias entre el autónomo y el emprendedor (Gasse & D'Amours, 1993, pp. 105-111).

El británico Marshall (1842-1924), recogido en Chell, Haworth & Brearley (1991), identifica dos tipos de dueños comerciales:

Por un lado, aquéllos que abren un nuevo negocio y mejoran los métodos de negocio siendo incapaces de evitar tomar riesgos; y por otro aquellos que siguen los pasos de siempre y se dedican a la gestión[...] En el primer caso deben tener un poder de previsión[...] Para descubrir cual es la oportunidad que puede proporcionar un nuevo artículo en función de una necesidad real, o mejorar el plan de producción de un artículo ya existente. Debe juzgar cautamente y arriesgarse atendiendo a los materiales y maquinarias utilizadas por su comercio. Además debe ser un líder natural. (Chell, Haworth & Brearley, 1991, p. 13).

Se está pasando de un empresario-gerente que daba órdenes hacia un empresario-líder (emprendedor) que actúa como maestro, facilitador o entrenador. Zaleznik (1977) planteó las grandes diferencias entre estas dos

personas, explicando, por un lado el porqué la persona con atributos y características empresariales se ve en la necesidad de salir de lo que pudiéramos llamar un estilo gerencial clásico; y, por otro, el porqué la gestión gerencial de un verdadero empresario es normalmente muy distinta a la de un verdadero gerente, en el sentido convencional de la palabra. De este modo, la idea básica se centra en que para el emprendedor, (empresario-líder), proporciona cantidades de ánimo y de retroalimentación, con el convencimiento de que la gente hará el resto, pues su principal reto será entusiasmar al empleado a ser más empresarial, a autodirigirse y a orientarse hacia una vida larga de aprendizaje. La idea es que aprenda a aprender y mantener a la gente satisfecha .

El trabajo de Carland, Boulton & Carland (1984) compara al emprendedor en su aventura emprendedora, al que denomina "venture entrepreneurial", con el dueño-gerente de un pequeño comercio, al que denomina "small business venture", en su aventura de creación, como se recoge en el Cuadro 1.6.

Emprendedor	Dueño-gerente de pequeño comercio
<ul style="list-style-type: none"> - Su "aventura emprendedora" se compromete con alguna de las categorías conductuales de Schumpeter: - Es una persona que establece un negocio con las principales metas: crecimiento y rentabilidad. - Se caracteriza por su conducta innovadora. - Emplea una dirección estratégica⁷ práctica en su negocio. 	<ul style="list-style-type: none"> - Es una persona que crea un negocio para que sea su fuente primaria de ingresos, para que satisfaga sus necesidades inmediatas y las de su familia. - Su actividad suele ser una extensión de su personalidad pero no son innovadores, ni están interesados en el crecimiento en si de su negocio. - Trabajan la mayoría de su tiempo en ella e invierten sus recursos.

Cuadro 1.6.- Resumen de las diferencias entre el emprendedor y el dueño-gerente de un pequeño negocio (Carland, Boulton & Carland, 1984).

⁷ La dirección estratégica es definida por Ripollés (1994) como "el estilo administrativo para conseguir las metas".

Las características del dueño-gerente de pequeño negocio han sido estudiadas por otros autores (p. e. Bechhofer & Elliot, 1986; Chell & Haworth, 1986).

La obra de Chell, Haworth & Brearley (1991) analiza las afirmaciones de Carland et al. (1984) y señala que esta clasificación tiene cuatro errores:

- Los emprendedores y los dueños gerentes son los fundadores.
- La idea motivacional, por la cual pusieron en marcha su negocio, no se realizó con una entrevista en profundidad.
- Los emprendedores pueden conseguir con su empresa sus metas personales, siendo entonces una extensión de su personalidad.
- El negocio es la principal fuente de ingreso y ocupa gran parte de su tiempo para el dueño-gerente, pero también para el emprendedor.

Bagdy, Leslie & Stetz (1996) utilizaron una muestra de 752 dueños comerciales, observando que había varios tipos de dueños. Así, los más emprendedores percibían los aspectos positivos más que las debilidades de su empresa, encontraban más oportunidades que amenazas y tenían un potencial de futuro mayor que los dueños. Además se proponían metas relacionadas con la creación de empleo para su comunidad.

Los estudios de Soriano (1994), Kets de Vries (1996b), Masiferm (1996), Mitton (1997) y Flores (1997) señalan que en la vida real se necesitan las cualidades del emprendedor y del empresario unidas; pues, un director sin capacidad de liderazgo será un mero burócrata; mientras que un hombre de gran visión, pero que no sabe cómo llevarla a la práctica, llevará por camino equivocado a la empresa.

Blanco (1998) señala que un emprendedor es quien descubre una oportunidad y la transforma en negocio, aunque generalmente tiene que

pasar grandes apuros financieros y emocionales para pasar su idea empresarial a una empresa real.

Ante estos problemas aparece una nueva figura el intraempendedor. Este término fue introducido por Macrae (1976), definiéndolo como un emprendedor dentro de una organización existente. Teóricamente, lo tendría más fácil, pues encuentra los recursos, que necesita para lanzar la nueva actividad, en el seno de su propia empresa.

Este grupo de personas⁸, según Pinchot III (1985), son personas imaginativas que, a partir de problemas relacionados con su trabajo o con la vida diaria, idean fórmulas nuevas para satisfacer necesidades susceptibles de ser cubiertas por la empresa en que trabajan, mediante la ampliación de servicios o la creación de nuevos productos. Crea un negocio nuevo dentro de su empresa; es un emprendedor colectivo; esto permite al intraempendedor formar parte de una organización. Las características diferenciales entre los gerentes tradicionales, los emprendedores e intraempendedores quedan recogidas en los Cuadros 1.7a y 1.7b.

El inversionista según señala Egaña & Escobar (1994) es otra figura del mundo empresarial. Estos autores consideran que el inversionista, normalmente, sólo pone en riesgo su dinero, no participa en el diseño, ni en el montaje, ni en la operación del negocio; no le interesa que el negocio sea nuevo o viejo, ni que haya o no innovación; no espera trabajar en el interior del negocio, sólo busca rendimientos económicos.

⁸ Pinchot III recoge el caso del trabajador de la empresa 3M como ejemplo de intraempendedor. Esta compañía fomenta los trabajos creativos y las ideas entre sus empleados. A uno de ellos se le ocurrió la idea de crear las pegatinas adhesivas, Post-it, que son utilizadas para insertar notas en escritos, libros, etc.

Características	GERENTES TRADICIONALES	EMPRENDEDORES	INTRAEMPRENDEDORES
Motivos primarios	Promoción y otras recompensas tradicionales, tales como despachos, personal a su cargo y poder.	Independencia, oportunidades creatividad y dinero.	Independencia y capacidad de destacar dentro del colectivo y posibilidad de recompensa.
Orientación temporal	Reuniones, cuotas, presupuestos, y planificaciones semanales, mensuales, quincenales y anuales.	Supervivencia y conseguir el crecimiento del negocio entre 5 a 10 años.	Entre empresariado y directivos tradicionales (3 - 15 años) dependiendo de la urgencia a tener horarios autoimpuestos o del colectivo.
Status	Se preocupa por los símbolos que demuestran su prestigio.	Se siente feliz si el trabajo sale adelante. No se preocupa por los símbolos de prestigio.	Considera los símbolos de prestigio de forma tradicional, pero prefiere la independencia.
Atención	Están preocupados por los eventos dentro de la compañía.	Priorizan la tecnología y el marketing.	Se preocupa por las necesidades de la empresa y el mercado pero también por las necesidades de los clientes.
Riesgo	Cuidadoso.	Prefiere un riesgo moderado. Cuando invierte espera tener éxito.	Prefiere un riesgo moderado. Generalmente no le asusta estar en el punto de mira, así se enfrenta a un pequeño riesgo personal.
Estudio de mercado	Hace estudios para descubrir necesidades y encamina la conceptualización del producto.	Crea necesidades. Sus productos normalmente no pueden probarse en un estudio de potenciales clientes.	Realiza investigaciones de mercado pero evalúa de forma intuitiva ese mercado al igual que el emprendedor.
Actividad	Delega y supervisar más que involucrarse directamente.	Tiene que hacerlo personalmente. Puede incluso inmiscuirse en el trabajo de sus empleados.	Tiene que hacerlo personalmente. Puede saber como delegar, pero cuando es necesario sabe lo que debe hacerse.
Habilidades	Es una director profesional. Suele formarse en una escuela de negocio. Domina la analítica abstracta, la dirección de personal y hábil negociador.	Conoce perfectamente su negocio. Más intuitivo comercial que directivo o hábil negociador. A menudo se encuentra preparado técnicamente. Puede haber tenido alguna responsabilidad en una compañía anterior.	Igual que el emprendedor, pero la situación exige una mayor habilidad para ascender dentro de la compañía.

Cuadro 1.7a.- Gerentes, emprendedores e intraemprendedores. (Pinchot III, 1985, pp. 54-56).

Características	GERENTES TRADICIONALES	EMPRENDEDORES	INTRAEMPRENDEDORES
Valor y destino	Ve a otros ocupando su cargo o destino. Puede ser poderoso o ambicioso, pero puede temer las habilidades de los demás.	Seguro, optimista y valeroso.	Seguro y valeroso. Muchos suelen ser cínicos sobre el sistema, pero son optimistas sobre su habilidad de burlarlo.
Fracasos y errores	Trata evitar errores y sorpresas. Si los hay, trata de posponerlas antes de reconocerlas.	Utiliza los errores y los fracasos como parte de su aprendizaje experiencial.	Se esfuerza en ocultar los proyectos arriesgados hasta que no está preparado.
Decisiones	Se encuentra de acuerdo con los directivos que están cerca de él.	Sigue su visión particular.	Capaz de involucrar a otros para que le ayuden a conseguir sus sueños. Es algo más paciente que la visión del empresario.
Actitud hacia el sistema	Ve al sistema como nutriente y protector. Busca posicionarse dentro de él.	Puede adelantarse al sistema, es cuando se frustra y lo rechaza.	Detesta el sistema pero lo manipula.
Estilo de resolución de problemas	Trabaja los problemas fuera de la organización.	Evita los grandes problemas, sólo se centra en lo que le permite avanzar a su negocio.	Trabaja los problemas que le surgen dentro del sistema o analiza las desviaciones fuera de la organización.
Antecedentes familiares	Los familiares trabajaron en organizaciones grandes.	Negocios familiares, profesionales o antecedentes rurales.	Negocios familiares, profesionales o antecedentes rurales.
Para quien trabaja	Para los demás.	Para él mismo y para sus clientes.	Para él mismo, para sus clientes y para sus patrocinadores.
Relaciones con los demás	Jerarquía como base de la relación.	El trato personal es su relación básica. Transacción y acuerdo como base de sus relaciones.	Transacciones dentro de la jerarquía.
Relaciones familiares	Independiente de la madre, buenas relaciones con el padre pero ligeramente dependientes.	Padre ausente o relaciones pobres con él.	Mejores relaciones con el padre, aunque tormentosas.
Nivel formativo	Muy formado.	Niveles básicos, algunos como titulados medios.	Bien formado principalmente en campos técnicos.
Nivel socio-económico	Clase media.	En los primeros estudios se relacionaba con la clase baja, actualmente con la clase media.	Clase media.

Cuadro 1.7b.- Gerentes, emprendedores e intraemprendedores (Pinchot III, 1985, pp. 54-56).

Por último, entre el inventor y el emprendedor se producen confusiones. Este aspecto se debe a la figura de Benjamín Franklin (1706-1790), quien a los treinta años, hizo fortuna como impresor, papelerero y editor. Según señala Sprague de Campo (1967), Franklin además de abolicionista fue un atleta, escritor, líder cívico, tipógrafo, diplomático, economista, bombero, bromista, periodista, terrateniente, legislador, bibliotecario, lingüista, masón, músico, nudista, fabricante de papel, político, administrador de correos, empresario, editor, científico, soldado, reformador de la ortografía, estadista, tendero, excelente camarada y encontró tiempo para ser el inventor americano más activo de su época. Franklin fue una excepción. La principal diferencia entre la capacidad innovadora del emprendedor y la del inventor, según los estudios de Brockhaus & Horwitz (1986) y Timmons (1989), se centra en que los emprendedores crean ideas y las convierten en un producto definido comercializándolo en el mercado y los inventores crean la idea, pero no son capaces de llevar su invento adelante con un proyecto empresarial. Hasta que el invento no es comercializado eficazmente, no se produce la innovación.

La invención es una mezcla especial de investigación y creatividad, y suele ser el resultado de lo que en nuestros días conocemos como Investigación y Desarrollo: I+D. Pero para que un invento sea rentable, debe producirse la innovación, definida como el resultado del Espíritu Emprendedor aplicado a sacarle partido a un invento, mediante su aplicación en los procesos productivos o en su comercialización en el mercado.

1.3.- Imagen de los emprendedores.

Las personas siempre han intentado conceptualizar el mundo de manera que puedan entenderlo. Morgan (1986) presta una especial atención a la relación entre una metáfora y el entorno de la investigación social en el que está incluido y lo define como: "las palabras, la ciencia, el arte y el mito son todas las formas en la que nosotros intentamos estructurar nuestro mundo" (Morgan, 1986, p. 605). Por eso las personas transmiten estereotipos de

determinados grupos, reduciendo de esta forma el conocimiento sobre ellos. Estos estereotipos se transmiten en el caso de los empresarios a través de falsos tópicos, o bien a través de metáforas ocasionando barreras en el proceso emprendedor.

a.- Antología de los falsos tópicos del empresario en su proceso emprendedor.

El ejercicio de la profesión empresarial en el proceso de creación de empresas es, según Drucker (1986), una práctica como la medicina o la ingeniería, y ello exige conocimientos, habilidades, actitudes, aptitudes, atributos, etc., pero sobre todo trabajo, para lograr la formación y el desarrollo que el proceso exige. Sin embargo, al igual que en cualquier otro campo de la acción humana existen una serie de falsos tópicos sobre la figura del empresario que se han convertido en barreras para emprender. Han investigado este tema Ronstadt (1984), Lee-Gosselin & Grisé (1987), Gasse & D' Amours (1993), Ripollés (1994) y Nueno (1997), Varela (1998) y Colomer et al. (2000). Resumiendo las obras de estos autores obtenemos las siguientes barreras principales, psicológicas y culturales:

BARRERAS PRINCIPALES

- **Falta una idea de negocio.**
 - Falso tópico 1. "Todo lo que se necesita es suerte".
 - Falso tópico 2. "Los empresarios de éxito tuvieron la fortuna de toparse con una gran idea".
 - Falso tópico 3. "Hay que esperar hasta que se presente una buena oportunidad".

Para estar en el lugar apropiado, en el momento oportuno y captar la oportunidad se necesita un proceso de análisis de factores, de apreciación de eventos y de tendencias, de disposición a actuar; de aprovechar y maximizar la épocas buenas y minimizar el impacto de las épocas malas, en resumen, se necesita espíritu empresarial y no suerte.

- **Falta de dinero.**

- Falso tópico 4. "Todo lo que se necesita es dinero".
- Falso tópico 5. "Sin dinero no se puede crear una empresa".
- Falso tópico 6. "No se puede conseguir dinero prestado si no se pueden ofrecer a cambio garantías patrimoniales".

Ésta es la disculpa más frecuente, porque en la sociedad actual una de las habilidades empresariales es la de identificar y conseguir recursos. Se ha demostrado en investigaciones a nivel mundial que, en general la mayoría de los empresarios requieren muy poco dinero en sus inicios y proviene de ahorros y de recursos familiares y de amigos.

- **Relacionado con la formación.**

- Falso tópico 7. "El empresario no tiene preparación".
- Falso tópico 8. "Los empresarios son los fracasados".
- Falso tópico 9. "Para formar empresas hay que ser inventor o trabajar en tecnología avanzada".
- Falso tópico 10. "Hay que estudiar varios años en la Universidad para poder comprender como funciona una empresa".

El emprendedor del futuro tiene que ser un empresario formado, de forma generalista porque si no sus posibilidades de éxito y/o crecimiento son mínimas.

- **Desconocimiento del sector.**

- Falso tópico 11. "Sólo los experimentados pueden ser empresarios".
- Falso tópico 12. "Primero hay que trabajar por cuenta ajena, conocer un negocio y entonces crear tu propia empresa a partir de tus conocimientos en esa área".

En las revistas del ámbito (Ideas y Negocios, Emprendedores...), existen múltiples evidencias de emprendedores sin experiencia; donde aparece la gente joven, incluso sin haber estado empleadas, siendo estudiantes de universidad o de colegio. De hecho la Asociación de Jóvenes

Empresarios cada día tiene más miembros con estas características. Se observa que existen ciertas conveniencias de iniciar un proceso empresarial cuando se es joven, y hay evidencias de que muy poca gente empieza negocios después de los 50 años.

- **Prejuicios.**

- Falso tópico 13. "Mi estatus profesional se rebaja por ser empresario".
- Falso tópico 14. "El emprendedor es un rebelde".

Existen muchos emprendedores con éxito que antes de crear su propia empresa fueron buenos empleados en otras más grandes. Por lo tanto, habría que preguntarse si estas empresas no debían haber creado en su seno las condiciones para retener a los emprendedores más agresivos y beneficiarse de su capacidad creadora.

- **Desconfianza del entorno próximo. Falta de apoyo por parte de familiares, amigos, Administración Pública, bancos, etc.**

- Falso tópico 15. "Es imposible convertirse en empresario sin contar con la comprensión y el apoyo de los que te rodean".
- Falso tópico 16. "La situación del país no permite crear empresas".

El fenómeno es al contrario, sólo en la medida en que creemos empresas, trabajo y riqueza mejorarán las condiciones ambientales para reforzar el proceso emprendedor.

BARRERAS PSICOLÓGICAS

- **Falta de carácter.**

- Falso tópico 17. "Los empresarios nacen y no se hacen".
- Falso tópico 18. "El empresario puro son gente hecha de una pasta especial. O se tiene, o no se tiene".

El ser empresario implica unos atributos y unos conocimientos que son características adquiridas y comportamientos aprendidos. En la sociedad actual existen planes estatales, autonómicos y municipales que forman para la creación de empresa.

- **La dureza de los comienzos.**

- Falso tópico 19. "Durante los primeros meses de su nuevo negocio sólo tendrá pérdidas".
- Falso tópico 20. "La mayoría de los negocios fracasan rápidamente".

La realidad es que toda inversión tiene riesgos, y que actos seguros no existen en el mundo financiero.

- **Mujer, juventud, desempleado.**

- Falso tópico 21. "La creación de empresa es una cuestión de hombres".

La mujer emprendedora tiene los mismos problemas que si ambos trabajasen por cuenta ajena. Las motivaciones positivas para que la mujer emprenda, independientemente de los del hombre, son: tener un trabajo a su medida, hacer realidad un sueño y mejorar su autoestima.

BARRERAS CULTURALES

- **Riesgo.**

- Falso tópico 22. "Los empresarios no analizan sino que van haciendo cosas".
- Falso tópico 23. "Crear una empresa es como jugar a la lotería, no sabes si va a funcionar hasta que no la pones en marcha".
- Falso tópico 24. "El empleo es seguro y los negocios no lo son".
- Falso tópico 25. "Crear una empresa es mucho más arriesgado que trabajar como empleado".

La verdad es distinta, los empresarios que han triunfado durante un período relativamente largo, analizan muy bien la oportunidad, la miran por todos lados, la evalúan con un software mental que ya tienen estructurado y que recibe datos por todos los sentidos, calculan cuidadosamente sus movimientos antes de actuar, comparan los resultados previstos con sus objetivos y una vez están claros actúan.

- **Capitalismo/Anti-Capitalismo.**

- Falso tópico 26. "Con el primer negocio me enriquezco".
- Falso tópico 27. "El empresario no es ético".

El proceso empresarial es continuado, en el cual se están estableciendo permanentes oportunidades de negocio, por lo cual lo importante es iniciar el camino, aunque de pronto las primeras acciones no sean tan rentables, pues ellas aportan formación y acceso a negocios posteriores. Este principio, denominado por Ronstadt (1984) "el Principio del Corredor", es el que nos impresiona de algunos empresarios veteranos, a quienes con gran frecuencia aparecen en las revistas de profesionales y que nos hacen preguntarnos: ¿cómo lo hacen?, ¿de dónde sacan tantas ideas?. La respuesta está en que cada negocio genera múltiples opciones y eso facilita al emprendedor su expansión.

Ronstadt (1984) afirma que los empresarios con éxito durante un largo plazo son por un lado, excelentes en su labor; por el otro, son éticos. Sin estos dos atributos no hay posibilidad de sobrevivir a largo plazo. La mayoría de los empresarios saben que su capacidad empresarial es tan fuerte como sea su reputación y que la pérdida de la misma le lleva a la caída de otros factores, especialmente a la pérdida de nuevos negocios. Se necesita que la gente crea en uno, pues este apoyo es la piedra fundamental de todas las relaciones empresariales: clientes, proveedores, socios, banqueros, gobierno, comunidad, etc.

- **Complicación.**

- Falso tópico 28. "Mi profesión no es para formar empresas".
- Falso tópico 29. "Una empresa es algo muy complejo".

La noción de dependencia nos ha llevado a creer que las profesiones son para ocupar cargos o empleos. Se las ha venido mirando con una óptica muy estrecha; pues toda persona, y más el profesional, tiene la posibilidad de múltiples caminos de acción y de identificar entre ellos el que sea más satisfactorio para él. Toda profesión tiene la opción de ser creadora de empresas y al diseñar los perfiles de las profesiones se debe tener en cuenta este concepto básico de formación.

b.- Metáforas sobre emprendedores.

Las metáforas son descriptores de juegos conductuales, que pueden utilizarse mejor que las expresiones literales para revelarnos lo que las personas piensan sobre la relación empresarial y sobre los emprendedores.

Por otro lado, las personas utilizan expresiones metafóricas para dar énfasis a los conceptos cotidianos de una forma creativa.⁹

Así, Koironen (1995) estudió en Finlandia las expresiones usadas por las personas para identificar a un emprendedor. Las clasificó en siete grupos:

- Es un trabajador creativo: capitán de una nave, hombre hecho a sí mismo, un artista, un líder, un marinero, un fabricante de dinero...
- Es un rasgo especial: un adelantado, un solitario, un indefenso, independiente, manipulador, un ambicioso, una persona orientada...
- Es una máquina: una máquina humana, una batería Duracell, un PC, un generador, un transbordador, un motor, una locomotora...

⁹ Las metáforas podrían servir para realizar estudios transculturales, de manera que nos permitieran conocer que se entiende por emprendedor en las distintas culturas (anglosajona, europea, latina, japonesa...).

- Es un jugador o deportista: un equilibrista, un piloto, un superhombre, un corredor de fondo, un capitán de equipo...
- Es de una naturaleza especial: un castor ávido, un zorro, un león, un camaleón, un gato de siete vidas, un pulpo, un cuco, una piedra rodante, un torbellino...
- Es un aventurero, guerrero o batallador: un aventurero, un superhombre, Colón, un guerrillero duro, un luchador...
- Es una miscelánea: un monstruo, un pilar de la sociedad, el soporte de la sociedad...

c.- Los emprendedores vistos por sí mismos.

En el estudio cualitativo de 1992 realizado por el Centro Europeo de Empresas e Innovación de Aragón (CEEIARAGON), sobre los emprendedores industriales de esta Comunidad, destacaba que se definían con las siguientes características:

- Ser capaces de arriesgarse, luchadores, constantes y formales.
- Estar al día en las innovaciones y en continua formación.
- Tener ideas claras.
- Contar con iniciativa, inquietudes y vocación empresarial.
- Conocer en profundidad la actividad y la gestión de la empresa.

Estas características coinciden con las apuntadas por los universitarios y por las personas que pueden considerarse potencialmente emprendedores, según la investigación realizada por Muñoz (1997). El perfil dado por estos colectivos indican como rasgos destacados del emprendedor el ser una persona constante, segura, trabajadora, inconformista, creativa, enérgica, comunicadora y con gran capacidad de aprendizaje.

Ariza & Molina (1999) concluyen en su estudio que los presidentes de asociaciones de empresarios destacan la capacidad de asumir riesgos, la creatividad, la innovación, el liderazgo, la capacidad de comunicación, el

sacrificio, la intuición y la capacidad de trabajo en equipo como los rasgos esenciales.

1.4.- La perspectiva psicológica del emprendedor: Definición, características y tipología.

El trato que recibía el empresario desde la perspectiva económica, con una visión estática, era superficial, pues se consideraba que sólo debía dar respuestas de orden macroeconómico; es decir, aportar capital sin tener en cuenta cuestiones de funcionamiento interno de la empresa, ni el papel configurador que ejerce el empresario dentro de ésta.

Esta visión estática del emprendedor ha cambiado por una dinámica que es recogida por las perspectivas sociológica y psicológica.

La perspectiva sociológica se centra en la naturaleza y los factores que condicionan la actividad emprendedora en la interacción entre individuos y entre individuos y medio.

1.4.1.- Evolución histórica.

Desde mediados del siglo XX, con el norteamericano McClelland, la psicología se ha interesado por el emprendedor. A esta perspectiva psicológica pertenece la línea central de esta investigación. Los factores psicológicos, más estudiados, que empujan a emprender son, entre otros, la necesidad de logro, el locus de control interno, la aceptación de la incertidumbre y la tolerancia hacia la ambigüedad.

En la década de los sesenta se entendía que la persona emprendedora buscaba, principalmente, su beneficio económico. Para lograrlo tendría que comportarse como un líder, poseer una fuerte capacidad de persuasión y ser quien tomase la iniciativa en la empresa aprovechándose de las oportunidades que le apareciesen. Se le reconocía como características diferenciadoras su creatividad, imaginación y capacidad para innovar.

Durante estos años, con las aportaciones de McClelland (1961, 1962, 1965 a, b), con el análisis de la motivación de logro, las preferencias por el desafío y la innovación, las de Collins & Moore (1964) y las de Smith (1967) permiten configurar el comienzo de una teoría del emprendedor. Otros autores de esta época con aportaciones interesantes son Drucker (1984), Draheim, Howell & Shapero (1966) y Baumol (1968).

Durante la década de los setenta, los estudios compararon las características de los emprendedores con respecto a los gerentes o a la población en general. Y al igual que la década anterior, se sigue considerando que el emprendedor es el líder de un grupo con una fuerte capacidad de persuasión. Para sacar adelante a su empresa debe conocer el negocio y la manera de obtener recursos, pero sin correr grandes riesgos o bien que éstos sean moderados. Collins & Moore (1970), Hornaday & Aboud (1971), Shapero (1975) y Claver & Gómez (1979) son algunos de los autores que realizaron aportaciones en esta década.

Shapero (1975) en su base teórica no analiza al empresario en si mismo, pues considera que es un proceso interrelacionado. Investiga sobre el sistema, que él denomina, el evento empresarial, haciendo del emprendedor la variable dependiente y dejando como independiente el individuo o grupo empresarial, los factores sociales, económicos, políticos, culturales y situacionales que afectan el proceso de formación de una empresa. Por eso, aunque se incida activamente en una o dos variables no se promueve el proceso empresarial.

Al analizar los diversos grupos empresariales en el mundo, identifica cuatro variables¹⁰ centrales en la acción del emprendedor:

- Variable psico-sociológica. Es la probabilidad que el emprendedor tiene de iniciar la creación de la empresa y el deseo de verse realmente involucrado en ella. Esta probabilidad en la acción se adquiere

¹⁰ El desarrollo de este apartado se realizará en el capítulo segundo de esta investigación.

básicamente por el análisis de ejemplos de personas similares al empresario, con las que se puede identificar y que fueron capaces de salir adelante. Aquí los modelos juegan un papel básico y las características educacionales (familia, medio ambiente, compañeros de trabajo, grupo social, etc.) afectan sustancialmente esta acción de probabilidad. Otros son los aspectos personales relacionados con el orden de nacimiento y la edad. Es decir, se centra en su espacio familiar.

- Variable situacional. Es el conjunto de fuerzas desencadenantes, que determinan al empresario para crear su empresa. Entre ellos se encuentran la decisión de cambiar su trayectoria de vida, su carrera, su forma de producir un ingreso, los estudios que debe realizar, la experiencia que debe adquirir, etc.
- Variable económica. Es la disponibilidad de medios económicos. Indudablemente el proceso emprendedor requiere de recursos y el futuro emprendedor tiene que encontrar y acumular los medios físicos, humanos, financieros y tecnológicos necesarios para llevar a cabo el evento empresarial. La habilidad para identificar y conseguirlos es vital para el éxito, por eso necesita la presencia de un mentor o el establecimiento de relaciones y redes que saquen adelante la empresa. Las variables situacional y económica se centran en su espacio laboral.
- Variable psicológica. Es la característica o conjunto de características que tienen las personas y que les predisponen a actuar, es decir, se centra en su espacio personal. Por eso, las personas sienten las fuerzas producidas por los desencadenantes, pero no a todos les impulsan a cambiar su trayectoria de vida; sólo un pequeño grupo de personas reacciona positivamente al desencadenante y toma la iniciativa con respecto a su futuro, produciendo los ajustes que sean necesarios.

Esta toma de iniciativa o disposición a actuar está directamente relacionada con la percepción y el convencimiento de que existe la

posibilidad para la persona de modificar y de afectar sobre los eventos y sobre el mundo que le rodea. En este sentido Shapero indica que los individuos pueden ser diferenciados en términos del cómo ellos perciben el control de sus vidas.

Las conductas de las personas están asociadas a sus valores culturales, lo cual plantea de nuevo la importancia que éstos ejercen sobre el emprendedor.

En la década de los ochenta aumenta el número de estudios sobre el tema emprendedor, describiendo el perfil del que emprende de forma más amplia y completa. El emprendedor se define como alguien que sigue motivado por la percepción de beneficios económicos con una elevada motivación de logro. Se verifica que el comportamiento del emprendedor corresponde al de un líder con una gran capacidad de persuasión que toma la iniciativa para sacar adelante su idea centrada en una oportunidad, en una necesidad o en un hueco en el mercado. Pone en marcha una empresa sin tener recursos propios, pues tiene la capacidad de demostrar a los demás que su idea es viable. Le atraen los retos, pero no le gusta correr riesgos innecesarios, sino moderados y calculados, para evitar sus posibles fracasos. Mantiene muy altos, su autoconfianza y su autocontrol; es decir, su autoestima se encuentra en un nivel óptimo. En su trabajo precisa de la creatividad, de la imaginación y de la innovación para encontrarse entre los primeros de su actividad o sector.

Si analizamos, las definiciones de esta década, se observa que Harwood (1982), Hisrich & Bruch (1986), Hérbert & Link (1988) y Hisrich & Perters (1989) definen al emprendedor en función de su relación empresarial destacando los aspectos relacionados con la administración y la superintendencia. Nelson & Neck (1981), Ronen (1982), Casson (1982), Meredith, Nelson & Neck (1982), Timmons et al. (1985), Stevenson (1983), Jarillo (1986), Greffe (1988) y Hofer (1988) destacan del emprendedor su habilidad para ver y analizar oportunidades, su habilidad durante la toma de

decisiones y la habilidad para buscar los recursos necesarios para crear una empresa. Gibbs & Ritchie (1982), Welsh & White (1983), Veciana (1989), Hawkins & Turla (1987), Patel (1989) y Gasse (1989, 1995a) se centran en los atributos empresariales, por ejemplo: los valores, las habilidades y las motivaciones de los emprendedores. García-Egocheaga (1984) y Drucker (1986) se fijan en el emprendedor, definido según el proceso schumpeteriano, que está dominado por la inversión y el empresario innovador. Rondstadt (1984) define el concepto del emprendedor desde la perspectiva del riesgo.

En la década de los noventa destaca el concepto de la personalidad emprendedora, con un análisis más integral de la figura del emprendedor. En esta década, los estudios se dirigen hacia un enfoque multidimensional, donde se pone de manifiesto la interacción compleja entre el individuo, las funciones sociales y económicas que influyen en la conducta de la empresa, siguiendo el esbozo de la década anterior. Por esta razón se tiene en cuenta, el nivel de competencias (técnicas y personales), los comportamientos, los aspectos socioambientales, etc. Se busca la naturaleza de una persona que piensa que la innovación es posible, que se siente motivada para realizar ese trabajo, que procesa la información ambiental y que toma la opción de fundar su empresa en relación con las circunstancias económicas, las redes sociales (equipos empresariales y mercado) y el aspecto financiero. Es decir, la perspectiva psicológica tiene que incorporar además de las variables personales, las circunstanciales.

Esta década ponen el énfasis en la innovación y en el cambio, debiendo transformar la sociedad y la empresa. El emprendedor no debe aceptar las circunstancias según le vienen sino que debe luchar contra la inercia y el estancamiento. Robinson, Stimpson, Huefner & Hunt. (1991), Cossette (1992) y Fortin (1992) se centran en la organización de recursos que facilitan la fabricación de un bien, la instauración de un servicio totalmente nuevo o la utilización de un producto ya en el mercado que

responda a las necesidades. Brown & Rose (1993) estudian la toma de decisiones, debiendo anticiparse a los futuros cambios en el mercado. Espasandín (1996) señala que la figura del emprendedor es determinante como coordinador y animador de los recursos de la empresa

Le Bras (1995) define los siguientes rasgos de carácter recomendables para tener éxito como autoempleado, independientemente de las cualidades particulares, aunque no recoge la motivación de logro, la innovación y la aceptación de riesgos moderados:

- La autodisciplina, fijándose unos objetivos y manteniéndolos. Además, imponerse un ritmo de trabajo en función del volumen de sus actividades y negarse a dejar que le distraigan durante los horarios que se ha fijado.
- La autonomía, soportando la absoluta falta de directrices y puntos de orientación. Además de disponer libremente de su tiempo sin que le obliguen a ello órdenes exteriores.
- La exactitud, cumpliendo los plazos que ha dado a sus clientes, aun en las circunstancias más difíciles. Además respetar las fechas de envío de los documentos administrativos, contables y fiscales.
- La perseverancia, aceptando los contratiempos y sacar de ellos lecciones positivas. Dar pruebas de tenacidad frente a una soledad desalentadora.
- El rigor, siendo exacto y preciso en el establecimiento de sus presupuestos y en la ejecución de sus trabajo.
- La independencia, contando sólo consigo mismo. Además de reafirmar su personalidad pese a todos y a todo.
- La eficacia, obteniendo la mayor rentabilidad en el menor tiempo. Además satisfacer la demanda de sus clientes, indicándoles una solución alternativa si no puede satisfacerla en los plazos requeridos.
- La ambición, deseando progresar, pues una actividad a domicilio que no evoluciona está en peligro. Además debe servir para hacer

continuas prospecciones dirigidas a asegurar la renovación de su clientela.

- El espíritu práctico, resolviendo rápidamente los problemas clásicos de lo cotidiano, para consagrarse por entero a su trabajo. Además de adaptarse constantemente a la evolución de su sector de actividad.
- El dinamismo, pues debe dar pruebas de vitalidad e imaginación cada día, sin que nadie le obligue a ello. Además permanecer atento a la competencia, que puede convertirse en una amenaza.
- La confianza en uno mismo, no dudando nunca de su capacidad ante la menor crítica que pueda recibir. Además no cuestionarse su proyecto cada semana, siempre que lo haya estudiado y establecido correctamente.
- La resistencia física, teniendo una salud lo bastante sólida como para asumir trabajos a veces pesados: jornadas largas, carencias de fines de semana, vacaciones cortas o inexistentes.

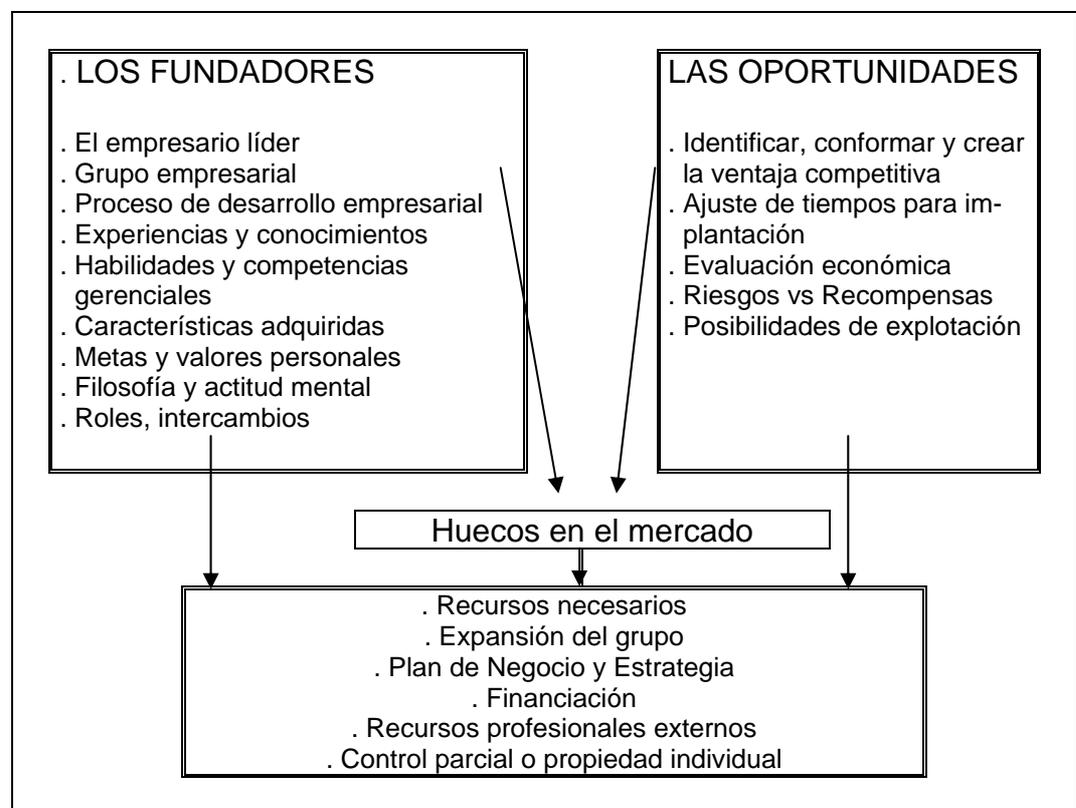
Además de los modelos presentados, existen varios modelos de desarrollo de espíritu y cultura empresarial que por su extensión no pueden ser presentados en esta investigación¹¹, pero es de justicia mencionar las importantes contribuciones de los norteamericanos Karl Vespers, Joseph Mancuso, Gordon Baty, Jerry Welsh, Jim White, Schumpeter, Peter Drucker, H.H. Stevenson, John Hornaday, Allan Gibb, Malcom Harper, ITDG, Birla Institut of Technology, East-West Center, University of Phillipines, Robert Brockhaus, Robert D. Hisrich; del canadiense francófono Yvon Gasse*; de los hispanoamericanos, colombianos Rodrigo Varela*, Olga L. Beyoda*, Aracelly Salas*; chilenos Fernando Vigorena* y Sandra Guzman*; mejicano Salo Grabinsky*; del asiático hindú, Patel. Europeas de los ingleses Allan Gibbs, Chells. Y en el ámbito español las de Guillermo Arenas Selley, Joan Manuel Soler*, Rafael Sánchez Quiles*, Fernando Casani*, Alfredo Muñoz* y

¹¹ Las personas detalladas con un "*" han mantenido contacto con la investigadora, ya sea a través de entrevista personal o telefónica, correspondencia postal y/o correo electrónico.

Pedro Bueno,... Todos estos autores han contribuido o están contribuyendo significativamente en el campo del conocimiento del emprendedor.

Varela (1998, 86) resume, en la Figura 1.1, las características del desarrollo del espíritu emprendedor (fundadores) y la cultura empresarial (oportunidades y huecos en el mercado).

Figura 1.1.- El espíritu emprendedor y la cultura empresarial. (Varela, 1998, p. 86).



En el emprendedor del siglo XXI se incorpora otros elementos esenciales además de la personalidad, como son el entorno y sus funciones dentro de la empresa. Por esto se habla de:

- Entorno: hay que tener en cuenta el sistema religioso, los valores y actitudes culturales, la organización social que existe en esa nación, la tecnología y cultura material que puede manejar, el medio escolar, el régimen político y el contexto legal.

- Características personales: hay que tener en consideración la motivación y la energía, la autoconfianza, el compromiso a largo plazo, la constancia en la solución de problemas, el conocimiento de los resultados, la iniciativa y creatividad, la tolerancia de la ambigüedad y ser competitivo consigo mismo.
- Funciones del emprendedor: hay que pensar en la innovación, la búsqueda de posibilidades, el desarrollo potencial, la preocupación por la eficacia y el planteamiento de estrategias como necesarias para que su negocio sea competitivo.

March (1998) define al emprendedor como la persona que acomete una aventura empresarial en campos de actividad con un alto componente de novedad, en relación con las actividades habituales en su entorno. Considera al emprendedor-innovador como un tipo específico de emprendedor pero no el único, pues utiliza este término para cualquier persona que establece una nueva empresa, aunque no necesariamente con espíritu innovador.

En las conclusiones de su estudio sobre el perfil del emprendedor innovador óptimo, realizado sobre 18 emprendedores en el entorno del Silicon Valley y en la sociedad de capital del riesgo Hummer-Winblad, determina que los emprendedores que tienen mejores expectativas de triunfar en la gestión de sus empresas innovadoras o de tecnología punta reúnen las siguientes características endógenas o explicativas:

- Buscar una oportunidad de mercado, como primera razón para emprender.
- Poseer una formación académica de carácter técnico.
- Preferir un trabajo como gestor más que como técnico, pese a poseer una formación eminentemente técnica.
- Poseer una experiencia positiva previa como emprendedor. Este aspecto resulta de gran ayuda en la gestión de proyectos empresariales con una elevada complejidad técnica.

Lucas (1998a) presenta al emprendedor como la persona que tiene una empresa y está orientado a la realización de proyectos originales, buscando oportunidades y sopesando las amenazas; desplegando todo el talento y la intuición para conseguir que su empresa avance.

Grabinsky (1999) indica que un emprendedor es alguien que toma riesgos calculados, crea estructuras de todo tipo, está a la búsqueda de oportunidades sin tener en cuenta los recursos necesarios para llevarlas a cabo. Entre sus características hay que destacar que es una persona inconforme, obsesiva, intuitivo, organizado, líder con aptitud positiva y optimista (el buen humor ayuda). Entre sus hábitos es una persona observadora, curiosa, que experimenta, flexible y adaptable a los cambios.

Todo esto da lugar a que se busque un modelo general que permita entender la dinámica de la carrera empresarial, (Cuadro 1.8a,1.8b).

Hasta finales del año 1995	DÉCADA			
	60	70	80	90
FACTORES MOTIVACIONALES				
. Necesidad de logro	*		*	*
. Necesidad de aprobación				
. Necesidad de desarrollo personal				
. Percepción del beneficio económico	*		*	
. Baja necesidad de poder y status				
. Necesidad de independencia				
. Necesidad de cumplimiento				
. Necesidad de escape				
CARACTERÍSTICAS PERSONALES				
. Ingenioso				
. Toma de iniciativa	*		*	*
. Capacidad de decisión				*
. Acepta riesgos moderados	*	*	*	*
. Orientado hacia la oportunidad		*	*	*
. Estabilidad emocional/autocontrol			*	
. Orientación hacia metas específicas			*	*
. Locus de control interno/autoconfianza			*	*
. Tolera ambigüedad/presión/incertidumbre			*	
. Receptivos en sus relaciones sociales				*
. Sentido de urgencia /Tiempo valioso				
. Honestidad/Integridad y confianza				
. Perseverancia/Compromiso total				*
. Responsabilidad personal.				*
. Individualista				
. Optimistas				
CARACTERÍSTICAS FÍSICAS.				
. Energía				*
. Trabajan duro				
CARACTERÍSTICAS INTELECTUALES				
. Versatilidad/Flexibilidad				*
. Creatividad/Imaginación/Innovación	*		*	*
. Búsqueda de la verdad e información				
. Planifican, hacen seguimiento sistemático				*
. Capac. de analizar el ambiente/reflexión				
. Visión comprensiva de los problemas				
. Capacidad de solución de problemas				
. Planifican con límites de tiempo				*
COMPETENCIAS				
. Liderazgo	*	*	*	*
. Conocimiento del negocio				*
. Capacidad de conseguir recursos		*	*	*
. Gerente/administrador de recursos			*	*
. Patrón de factores de producción		*	*	
. Exige eficiencia y calidad.				
. Dueño de la empresa.				*
. Redes de contacto				
. Comunicador				*

Cuadro 1.8a: Características de los emprendedores.

Década	1996	1998		1999		
Autor	Masifern	Lucas	Grabinsky	Varela	Vigorena	Baron & Markman
FACTORES MOTIVACIONALES						
. Necesidad de logro	*	*	*	*	*	
. Necesidad de aprobación		*			*	
. Necesidad de desarrollo personal	*				*	
. Percepción del beneficio económico					*	
. Baja necesidad de poder y status					*	
. Necesidad de independencia	*	*		*	*	
. Necesidad de cumplimiento						
. Necesidad de escape					*	
CARACTERÍSTICAS PERSONALES						
. Ingenioso						
. Toma de iniciativa				*		
. Capacidad de decisión	*			*	*	
. Acepta riesgos moderados	*		*	*		*
. Orientado hacia la oportunidad	*	*	*	*	*	
. Estabilidad emocional/autocontrol	*				*	
. Orientación hacia metas específicas					*	
. Locus de control interno/autoconfianza		*	*	*	*	*
. Tolera ambigüedad/presión/incertidumbre		*	*	*	*	*
. Receptivos en sus relaciones sociales	*		*		*	
. Sentido de urgencia /Tiempo valioso				*		
. Honestidad/Integridad y confianza					*	
. Perseverancia/Compromiso total	*			*	*	
. Responsabilidad personal.					*	
. Individualista						
. Autoeficacia						*
CARACTERÍSTICAS FÍSICAS.						
. Energía			*	*	*	
. Trabajan duro			*	*	*	
CARACTERÍSTICAS INTELECTUALES						
. Versatilidad/Flexibilidad	*	*			*	*
. Creatividad/Imaginación/Innovación	*		*	*	*	*
. Búsqueda de la verdad e información	*					
. Planifican, hacen seguimiento sistemático	*					
. Capac. de analizar el ambiente/reflexión	*			*	*	
. Visión comprensiva de los problemas				*		
. Capacidad de solución de problemas			*	*	*	
. Planifican con límites de tiempo	*					
COMPETENCIAS						
. Liderazgo		*	*	*		
. Conocimiento del negocio				*		
. Capacidad de conseguir recursos	*		*	*		
. Gerente/administrador de recursos					*	
. Patrón de factores de producción					*	
. Exige eficiencia y calidad.				*		
. Dueño de la empresa.				*		

. Redes de contacto	*		*			
. Comunicador						

Cuadro 1.8b: Características de los emprendedores.

1.4.2.- Definición del emprendedor para esta investigación.

La definición ecléctica de Varela (1998) está en consonancia con estos hechos centrales y servirá de referencia en esta investigación. Señala que:

El emprendedor es la persona o conjunto de personas que es capaz de percibir una oportunidad de producción o de servicio, y ante ella formula libre e independientemente una decisión de consecución y asignación de los recursos naturales, financieros, tecnológicos y humanos necesarios para poder poner en marcha el negocio, que además de crear valor adicional para la economía, genera trabajo para él y muchas veces para otros. En este proceso de liderazgo creativo, el emprendedor invierte dinero, tiempo y conocimientos y participa en el montaje y operación del negocio, arriesgando sus recursos y su prestigio personal pero buscando recompensas monetarias y personales. (Varela, 1998, p. 63).

Varela indica que el proceso emprendedor o espíritu emprendedor es un proceso humano profundo y permanente, que rejuvenece y da un nuevo vigor a la sociedad que lo posea. Provee a la comunidad con una posibilidad real de desarrollo, pues le da a la cultura en la que se mueve energía, dinamismo, orientación al trabajo, variedad, elasticidad, acción, innovación, creatividad; y estos son los componentes principales de los valores culturales que han caracterizado los grupos, las regiones y los países que han logrado el desarrollo.

El espíritu emprendedor, señala Varela, ofrece, además, beneficios de desarrollo para el individuo, la empresa y la comunidad como un todo.

Entre estos beneficios destacan:

- Para el individuo ofrece independencia, control sobre la propia vida, creatividad, expresión personal, salud, confianza en sí mismo. Cada emprendedor cree firmemente que él puede manipular los eventos a través de sus conocimientos, inteligencia, creatividad, dedicación y persistencia. El nuevo negocio es, para él, una expresión creativa; el producto que fabrica y vende es sólo un medio para un fin. También es optimista y tiene fe en el futuro, siendo capaz de manejar situaciones ambiguas en forma excelente.
- Para las empresas producirá un incremento en la creatividad y en la toma de iniciativa generando dinamismo y una alta motivación.
- Para la comunidad ese espíritu empresarial implica un impulso a los procesos de invención e innovación, que le dan fortaleza adicional para enfrentarse a los eventos que el futuro depara. La idea básica es que alcanzando un gran número de respuestas independientes y diferentes a los cambios ambientales, y manteniendo un proceso dinámico se logra un mejor nivel de supervivencia y crecimiento; generando, además, un buen nivel de vida frente a las acciones negativas del futuro.

1.4.3.- Tipología de emprendedores.

Los autores han clasificado a los emprendedores atendiendo a diferentes criterios.

Collins, Moore & Unwalla (1964) utiliza el grado de innovación para clasificarlos en dos categorías:

- Innovador: quien desarrolla o mejora un producto, proceso o sistema. Su educación y experiencia se centran en aspectos técnicos.
- Administrador: se caracteriza por ser el dueño de una gran empresa. Smith (1967) utiliza el nivel formativo para identificar dos categorías:
- Artesanos: caracterizado por una educación limitada, una formación y experiencia técnica. Es poco sociable. No planifica a largo tiempo. Trabaja duro. Es propietario de una pequeña empresa.

- **Oportunista:** se encuentra más escolarizado. Es activo socialmente. Delega mucho. Cambia la rutina. Tiene habilidades de comunicación. Planifica a largo plazo. Sus empleados se convierten en colaboradores. Se encuentra orientado a crear una gran empresa.

Knight (1983) combina el nivel formativo y sus características de innovación para clasificarlos en tres categorías:

- **Artesano inventor:** tiene las mismas características que el emprendedor innovador de Collins, Moore & Unwalla (1964).
- **Promotor:** se concentra en los apartados del marketing y las ventas. Gerente-general: ejerce un rol de coordinador.
- **Domina el mercado exterior.** Ofrece lo que le interesa al público.

Singer (1990) utiliza los rasgos de personalidad presentando cuatro categorías, que se recogen en el Cuadro 1.9.

		Innovación		
		Si existe		No existe
Producto Servicio Proceso	Uno	Descubridores Crean nuevas ideas	Generadores Promueven nuevo uso	Reproductores Ofrecen lo que ya existe
	Varios	Sintetizadores Agrupan varias ideas		

Cuadro 1.9.- Clasificación del emprendedor (Singer, 1990).

En cuanto al proceso de decisión por el cual se produce una disonancia interna o externa de la persona. Vesper (1990) utiliza la descripción "pull" y "push"¹². Los desencadenantes originan dos tipos de emprendedores:

¹² Garmendia & Echevarría (1996) definieron el *pull*: como el factor de atracción, determinado por las características del entorno. Y el *push* como el factor de impulsión, determinado por las características del emprendedor, por las características del proceso de creación y por las características de la nueva empresa. Solymossy (1997) definió el *pull* como los factores desencadenantes positivos: una alta motivación de logro, locus de control interno, intencionalidad manifiesta hacia una idea, aceptación de riesgo, capacidad para rediseñar una tarea. Definió el *push* como los factores desencadenantes negativos: el iniciar una empresa por haber dejado su puesto anterior debido a un conflicto, a una pérdida del puesto de trabajo en su empresa o un bloqueo en carrera profesional.

- Emprendedor **vocacional** es aquella persona que crea su propia empresa debido a factores desencadenantes internos. Tendrán una alta motivación de logro, asume riesgos moderados y presenta un locus de control interno.
- Emprendedor **situacional** es aquella persona que crea su empresa al producirse un desencadenante externo.

Mundet (1991) utiliza la procedencia inicial, independientemente del tipo de emprendedor, como se refleja en el Cuadro 1.10.

		<i>Emprendedores</i>		
		Creadores	Organizadores	Otros
<i>Vocacionales</i>	Menos	Independiente	Accidental	Familiar
	Más	Especulador	Gran proyecto	

Cuadro 1.10.- Clasificación del emprendedor (Mundet, 1991).

Gray & Cyr (1993) tienen en cuenta la forma de trabajar, sólo o con socios, la motivación y su grado de implicación, recogido en el Cuadro 1.11.

		Motiva- ción	<i>Emprendedor</i>	
			Creador	Organizador
<i>Individual</i>	No económica	- Iniciador empedernido (negociador) - Adquirientes - Inventor - investigador - Alta Tecnología	- Unipersonal solista - Profesional	
	Económica	- Multiplicador - Especulador - Artista de la rehabilitación - Manipulador de valores - Tomador de capital	- Empresario de imagen - Manager comprometido	
<i>Equipo</i>	No económica	- Empresa familiar (matriarcado / patriarcado)	- Socios clave - Miembro de un grupo - Constructor de equipos	
	Económica	- Creador de conglomerados o grupos		

Cuadro 1.11.- Clasificación del emprendedor (Gray & Cyr, 1993).

Miner (1996a, 1997) combina la personalidad del emprendedor, centrado en la motivación hacia la tarea y su influencia sobre el resultado de crecimiento de su empresa para categorizarlos. Miner (1986, 1996b) y Miner, Bracker & Smith (1989) consideran cinco roles de comportamiento para cinco arquetipos de motivaciones, señalados en el Cuadro 1.12.

Rol	Base motivacional
a) <i>Logro individual:</i>	- a.- El deseo de lograr por sus propios esfuerzos una meta o bien la atribución de su éxito al esfuerzo personal.
b) <i>Información sobre resultados:</i>	- b.- El deseo de tener un índice claro sobre el nivel de resultados.
c) <i>Aceptador de riesgos:</i>	- c.- El deseo de aceptar aquellos riesgos que pueden controlarse con un esfuerzo propio.
d) <i>Innovación personal:</i>	- d.- El deseo de introducir novedades, soluciones innovadoras o creativas.
e) <i>Planificación para el futuro:</i>	- e.- El deseo de pensar sobre el futuro y anticiparse a las posibilidades que nos ofrece.

Cuadro 1.12.- Clasificación del emprendedor Miner (1996b).

Miner considera que el emprendedor debe conjugar varias de las dimensiones de su capacidad organizativa (ejecutiva, estratégica, liderazgo e innovación) con las motivaciones que le mueven a la creación (logro, poder, afiliación), recogido en el Cuadro 1.13. La combinación de los roles y bases motivaciones se traduce en cuatro categorías de emprendedores que posibilitará su éxito o su fracaso en la creación de la empresa:

- **Conquistadores:** son personas con una alta necesidad de logro, planean y se fijan metas por iniciativa personal, adquieren un fuerte compromiso con su organización y consideran que la estrategia de la compañía debe guiarse en función de las metas personales y no por las metas que sugieran los demás.
- **Comerciantes:** son personas que tienen una capacidad para entender y hacerse comprender por los demás, desean ayudar a los demás, están convencidos de que los procesos sociales son muy importantes,

mantienen relaciones positivas con los otros y basan la estrategia de la compañía en la fuerza de las ventas.

- Gerentes reales: son personas que desean ser un líder corporativo, mantienen una relación positiva con la autoridad y consideran que la estrategia de la compañía debe guiarse mediante un fuerte deseo por competir y de destacar sobre los demás.
- Innovadores: son personas que exhiben un fuerte deseo de innovación, aceptan riesgos moderados para compensar el entusiasmo de sus ideas y consideran que la estrategia de la compañía se basa en el desarrollo de un nuevo producto.

		<i>Capacidad Organizativa</i>			
		Ejecutiva	Estratégica	Liderazgo	Innovación
<i>Motivación</i>	Logro			Conquistador personal (enérgicos, flexibles, plantea metas)	Innovador (evita tomar riesgos)
	Poder	Gerente real (desea destacar, competir)			
	Afiliación		Comerciante (empatía, relaciones)		

Cuadro 1.13.- Categorías de emprendedores (Miner, 1996b)¹³.

Husenman & Ettinger (1996) clasifica según sus motivaciones. Conjugan la faceta de la búsqueda de la independencia frente al poder, con la necesidad de creación de logro, según se recoge en Cuadro 1.14.

¹³ En la tipología de emprendedores se ha traducido *Personal Achiever Type* por Conquistador personal, *Real Manager Type* por Gerente real, *Expert Idea Generator Type* por Innovador y *Empathic Supersalesperson Type* por Comerciante.

Motivaciones		Predominio de la autonomía	Predominio del poder
Necesidad de creación	Débil	Profesionales liberales	Mandos de empresa
		Creador de un negocio	Ejecutivos
	Alta	Emprendedores	Empresarios (creadores de estructuras)
		Buscadores de oportunidades	

Cuadro 1.14.- Clasificación del emprendedor (Husenman & Ettinger, 1996, p. 51).

Lambing & Kuehl (1997) combinan la existencia o no de una idea nueva, con la existencia o no de un negocio nuevo para analizar las distintas posibilidades de una persona en crear una empresa. Para estos autores todo empresario es emprendedor, según se aprecia en el Cuadro 1.15.

		<i>Idea</i>	
		No existe	Existe
<i>Negocio</i>	No existe	Empresario (<i>no existe creatividad, ni innovación</i>)	
	Existe	Franquiciador (<i>poca creatividad e innovación</i>)	Emprendedor (<i>máxima creatividad e innovación</i>)

Cuadro 1.15.- Clasificación del emprendedor (Lambing & Kuehl, 1997).

Lee & Chan (1998)¹⁴ utiliza las motivaciones y las características que los identifican para clasificar a los emprendedores, recogido en Cuadro 1.16.

¹⁴ En la tipología de emprendedores se ha traducido *Achiever* por Conquistador, *Hardworker* por Gran trabajador y *Networker* por Comerciante. El grupo de emprendedores chinos se estudió con el método, desarrollado por McBer, denominado *Behavioral Event Interview* (BEI), que contiene una jerarquía de detalle para las entrevistas semiestructuradas en profundidad. Para profundizar en este tipo de entrevista se puede consultar Tagg (1985).

Tipología	<i>Motivaciones para emprender un negocio</i>	<i>Características personales</i>
Conquistador	Desea autonomía e independencia	<ul style="list-style-type: none"> - Investiga el ambiente - Es ambicioso - Se involucra en su trabajo - Planifica sistemáticamente - Descubre oportunidades e innova - Acepta riesgos calculados - Toma la iniciativa
Comerciante	Antecedentes familiares relacionados con el comercio	<ul style="list-style-type: none"> - Orientado hacia el cliente - Demuestra habilidades interpersonales - Es flexible y adaptable
Gran trabajador	Desencadenantes negativos	<ul style="list-style-type: none"> - Trabaja duro - Es optimista - Persistente

Cuadro 1.16.- Clasificación del emprendedor (Lee & Chan, 1998, p. 135).

CAPÍTULO II. MODELO DE LA CAPACIDAD EMPRENDEDORA

El estudio del emprendedor del siglo XXI se aborda partiendo de un enfoque multidimensional. Kao (1989) afirma que los rasgos del perfil emprendedor no pueden ser aislados de su entorno más inmediato, sino que se deben tener en consideración factores adicionales como la disponibilidad de capital, recursos humanos, universidades y otras instituciones generadoras de ideas. Como ejemplo, Dyer (1994) propone un modelo teórico que muestra la interacción compleja entre el individuo y los factores sociales. Esta interacción influye en el desarrollo de la empresa.

Hay diferentes modelos explicativos de la capacidad emprendedora:

- El modelo de Desarrollo de Carrera Emprendedora siguiendo la estructura de Sonnenfelt & Kotter (1982). Hall (1976) definió el desarrollo de carrera como la forma en que un individuo percibe sus actitudes y sus conductas asociadas al trabajo.
- El modelo Cognoscitivo Psicosocial propuesto por Katz (1992) es un modelo psicosocial en la medida que utiliza la psicología de un individuo teniendo en cuenta sus valores, los procesos de la toma de decisiones y aspectos sociales. Entre estos últimos aspectos se tendrán en cuenta la historia personal y el contexto social. Este modelo se encuentra inserto dentro del marco de la Teoría Social Cognitiva, iniciada por Bandura (1991) y aplicada a múltiples investigaciones del campo de la psicología social relacionados con los emprendedores (p. e. Chen, Green & Crick, 1998; Baron, 1999; De Noble, Dong & Sanford, 1999; Baron & Markman, 1999).

- El modelo de Red propuesto por Fortin (1992) se centra en las relaciones de interdependencia que el emprendedor tendrá que crear y conseguir para que su empresa funcione adecuadamente.
- El modelo Multidimensional propuesto por Herron & Robinson (1993) aborda el estudio a través de la relación entre las motivaciones, los rasgos de personalidad, las competencias y los comportamientos.
- El modelo de las Competencias Emprendedoras de Soler (1998) aborda el estudio a través de las competencias técnicas, conceptuales e interpersonales. Bueno & Morcillo (1997), Morcillo (1997), Morcillo & Cubeiro (1998), Soler (1998), Trejo (1998) y Trejo, Palací, Moriano & Sánchez (2002) consideran que el papel de las competencias es muy importante, pues, además de influir sobre el nivel de intensidad de las motivaciones, influye de forma directa sobre los comportamientos que adoptará el emprendedor.
- El modelo Homeostático propuesto por Mateu (1999) explica la actuación del emprendedor entre las relaciones existentes entre el plano mental (idea, motivaciones, personalidad) y el plano real (circunstancias, decisión, empresa).

2.1.- Modelo teórico utilizado en esta investigación.

La línea de investigación que está adquiriendo una mayor importancia dentro del ámbito del estudio de la conducta emprendedora es el estudio de la intención hacia el autoempleo (Shapero, 1982; Bird, 1989, Robinson et al., 1991; Krueger & Carsud, 1993, Davidsson, 1995; Helsinky et al. 1997). Este enfoque se basa en el análisis de la elección de carrera, es decir, el porqué algunas personas deciden desarrollar su carrera profesional a través de la fórmula del autoempleo.

La estructura del desarrollo de la carrera empresarial de Sonnenfelt & Kotter (1982), se utilizará como base para el desarrollo teórico de esta

investigación. Estos autores son recogidos, en ciertos aspectos, por los modelos de estudio del desarrollo personal desde el punto de vista Cognoscitivo Psicosocial propuesto por Katz (1992), Competencias de Soler (1998) y Homeostático de Mateu (1999).

Con un propósito metodológico se pueden identificar dos componentes en el éxito del proyecto emprendedor: los procesos subjetivos y los procesos objetivos. El modelo Cognoscitivo Psicosocial explicaría los procesos subjetivos; el modelo de Competencia explicaría los procesos objetivos y el modelo homeostático recoge los dos componentes, uno a través del plano real (objetivo) y el otro a través del plano mental (subjetivo); aunque no considera el proceso como un periodo de cambio y de desarrollo.

A través de la historia personal, tal como la experiencia vicaria, las características personales (motivaciones, rasgos de personalidad, actitudes, valores,...) y habilidades personales pueden predisponer a los individuos hacia intenciones emprendedoras. Igualmente, el contexto social (apoyo social, normas subjetivas, percepción de oportunidades, recursos,...) pueden también contribuir en la formación de las intenciones emprendedoras. El modelo de Desarrollo de la Carrera Empresarial de Sonnenfelt & Kotter (1982), permite analizar la relación que se establece entre las experiencias y las actividades durante una época concreta de la vida del emprendedor. Este modelo ha sido modificado teniendo en consideración las variables definidas por Shapero & Sokol (1982), Gil Estallo (1996), Masifern (1996) y Soler (1998); y se describe en el Cuadro 2.1.

Esta investigación se dirigirá hacia el análisis de los espacio familiar, laboral y personal de los emprendedores, tratando de conocer:

- La influencia relativa de los antecedentes.
- Los factores individuales y/o sociales que han tenido más impacto.
- Los factores que se interrelacionan psicológicamente y los que motivan a los emprendedores para crear una empresa.



¹⁵ La historia del desarrollo del adulto no se aborda en esta investigación.

¹⁶ Estos aspectos gerenciales no se trabajarán pues fueron estudiados en la tesis de Ripollés (1994): *Pymes, entrepreneur y dirección estratégica. Un estudio de la importancia de la dirección estratégica para el crecimiento empresarial*. Universidad de Valencia.

2.2.- Espacio familiar. Variables demográficas y familiares.

Los perfiles demográfico y familiar son los más estudiados, debido a que estas características biográficas están fácilmente disponibles para los investigadores. Los aspectos más importantes para la determinación del perfil del emprendedor, dentro de este espacio, se centran en la ocupación de sus grupos de pertenencia, de referencia y los aspectos demográficos.

2.2.1.- La edad.

Entrialgo (2000) considera que la edad afecta al desempeño de la función emprendedora, ya que:

- Algunas aptitudes que son necesarias para analizar y comprender las situaciones en introducir mejoras, parecen disminuir con la edad (capacidad de aprender, capacidad de análisis y memoria).
- Las personas jóvenes han recibido su formación más recientemente que las mayores y, por tanto, su conocimiento se supone superior y actualizado, por lo que es más fácil que puedan detectar oportunidades de abrir nuevos negocios.
- Los jóvenes son más propensos a la asunción de riesgos que los de mayor edad.

Shapero & Sokol (1982) señalan que el emprendedor suele expresarse en los siguientes términos: "me di cuenta de que tendría 40 años en unos meses; debería ser ahora o nunca" (Shapero & Sokol, 1982, p.81).

Ronstadt (1983, 1984) ha investigado cuidadosamente la importancia de la edad y concluye que no existe una edad ideal para empezar la carrera emprendedora, aunque dada una preparación y un entrenamiento adecuado es preferible comenzar temprano. La razón puede deberse a que si se emprende a una edad temprana es más fácil dejar un puesto de trabajo y crear una empresa, pues las cargas familiares pueden afrontarse mejor que cuando hay hijos y las necesidades financieras son más elevadas. Además,

hay una relación inversa entre edad y cambio o rotación de empleo. A mayor edad, la posición o el estatus alcanzado desalientan a una persona a correr el riesgo de iniciar una nueva actividad laboral.

Por tanto, los hombres emprendedores suelen comenzar su primera aventura a comienzo de los 30 años y las mujeres a mediados de esa década (Shapero, 1982; Ronstadt, 1983, 1984; Ruíz & Kagami, 1993; Egaña & Escobar, 1994).

En el Cuadro 2.2. se recogen estudios que apoyan la hipótesis de que los emprendedores crean entre los 30 y 40 años.

ESTUDIO	PAÍS	PORCENTAJE	EDAD
Varela & Jimenez (1986)	Colombia	40%	< 30
Romero López (1986)	España *		30 - 48
Carvajal, Fiedler & González (1989)	México	92,6%	< 40
Valladares (1989)	México	38%	25 - 30
		35%	31 - 40
Castillo & Salinas (1994)	Colombia	60%	30 - 40
Mercadé (1998)	España *	47%	33 - 47

* En estos estudios sólo participaron emprendedoras.

Cuadro 2.2.- Porcentajes de emprendedores y/o emprendedoras en relación con la edad en la que se convierten en autoempleados.

En España, los datos son bastante similares. Andreu Pinillos (1998) considera que la edad del emprendedor oscila entre 30 y 40 años, aunque en la mayoría de los casos antes de los 20 años ya han realizado alguna actividad paraempresarial (rifas, organizar excursiones, etcétera).

Dentro de los emprendedores de alta tecnología, Doutriaux (1984) halló que tenían de media 35 años cuando formaron su empresa, Cooper (1986) señala un promedio de 37 años y Utterback et al. (1988) y Smilor et al. (1989) alrededor de los 34 años. En España, las investigaciones sobre los emprendedores de alta tecnología siguen la misma tendencia (p.e. Martínez, 1997; March, 1998).

2.2.2.- El sexo

Las empresas de mujeres con respecto a la de los hombres tienen un crecimiento más lento, contratan a menos empleados, deciden mantener pequeños sus negocios y la inversión económica es menor (Wojahn, 1986; Capowski, 1992; Marsh, 1992; Zellner et al., 1994).

El tipo de empresa femenino se organiza en un sentido horizontal, intentando hacer partícipes a los trabajadores, por lo que establecen una nueva filosofía de estilo de dirección que pone el énfasis en los empleados y en la comunidad (Capowski, 1992). El estudio de la Asociación para el Desarrollo de Iniciativas Económicas para las Mujeres (ADIEF)¹⁷ concluye que las mujeres se sienten más asociativas, más cooperativistas, y prefieren que las relaciones personales sean directas y la vida tenga mucha calidad en la empresa. Para lograrlo la mujer dirige a partir del centro de una red y no desde arriba.

En la investigación de Romano (1994), realizado para la National Foundation for Women Business Owners, concluye que las emprendedoras definen el éxito de forma diferente que los emprendedores. Ellas lo definen como el poder para controlar su propio destino a través de las relaciones con sus clientes y por el deber cumplido, mientras que los hombres lo definieron en términos de metas.

Mercadé (1998) ha comprobado que a la mujer emprendedora le interesa que:

La información circule por su empresa y ofrece a sus trabajadores la posibilidad de formarse y promocionarse profesionalmente. La implicación de los trabajadores en la empresa, su grado de participación y responsabilidad deben ser reconocidos y remunerados

¹⁷ ADIEF realizó este estudio a petición de La Unité dels Chances de la Comisión Europea, en el que se deseaba conocer los resultados del programa para las Iniciativas Locales de Empleo para la Mujer (ILE), que surgió en 1987 y formó parte del Tercer Programa de Acción para la Igualdad de Oportunidades de la Comisión Europea. En España el programa se desarrolló entre 1991 y 1995.

convenientemente. Es importante que todos sientan que, desde su puesto de trabajo, están interviniendo en el desarrollo de la empresa. Hay que valorar y escuchar las aportaciones de todos. (Mercadé, 1998, p. 67).

En el Cuadro 2.3 se recogen estudios que analizan las diferencias significativas y las semejanzas entre las emprendedoras y los emprendedores aparecen

ESTUDIO		Diferencias a favor de las mujeres	Semejanzas entre sexos
Kalleberg & Leicht	(1991)		+ Probabilidad de supervivencia de la empresa. + Capac. de innovación. + Habilidad comercial
Brodsky	(1993)	+ Mayor autonomía. + Utilización óptima sus capacidades + Más flexibles. + Mayor capacidad de autogestión	
Hisrich, Koiranen & Hyrsky	(1996)	+ Puntúan más bajo en variables egoístas (insolencia, egoísmo y dureza). + Puntúan más alto en el compromiso de trabajo y energía, en los valores económicos y en la detección de oportunidades e innovaciones.	+ Deseo por alcanzar el éxito. + Empatía. + Deseo de trabajar.
Schiller & Crewson	(1997)	+ Es menor el nivel de formación, la experiencia, capital humano con lo cual la perspectiva de éxito disminuye respecto al hombre.	+ El locus de control
Castillo & Salinas	(1994)	+ El modelo de relación empresarial. + Motivación y expresión oral. + Nivel de satisfacción respecto al trabajo.	+ Edad, estado civil. + Formación. + Motivación de logro. + Acceso a la tecnología + N° de empleados

Cuadro 2.3.- Diferencias y semejanzas entre emprendedoras y/o emprendedores .

2.2.3.- El orden de nacimiento.

Si tenemos en cuenta la posición del emprendedor entre sus hermanos, Lees (1952) sugiere que el primogénito tiende más a la innovación y al carácter emprendedor, que el resto de sus hermanos, pero desde que Henning & Jardim (1977) hallaron que las mujeres ejecutivas suelen ser las mayores, el impacto del orden del nacimiento ha tenido resultados contradictorios. De hecho, se sugiere que los hijos mayores,

debido a la responsabilidad que se les impone a una edad temprana, tienden a mostrar una mayor iniciativa empresarial que los hermanos más jóvenes.

En esta dirección se mueve Sarachek (1978), para quien la posición de hermano mayor tiene más posibilidades de ser un emprendedor.

Petrof (1980) y Kierulff (1983) también encuentran una fuerte correlación entre ser el mayor o hijo único con la decisión de convertirse en emprendedor, pues hay una tendencia a darle un cuidado especial y, por esta razón, desarrollar más su autoconfianza. Hisrich & Brusch (1984), demostraron que las empresarias eran la hija mayor de una familia de clase social media-alta que mantenían buenas relaciones con su padre. Sin embargo, Brown & Hisrich (1986) no encontraron significativo el factor "nacido primero" en sus estudios de empresarios y empresarias.

2.2.4.- La situación familiar.

Numerosos autores señalan que desenvolverse en un entorno relacionado con el autoempleo puede inspirar a las personas a convertirse en emprendedores. Por ejemplo, si el padre o la madre proporcionan un modelo que estimula la conducta emprendedora del hijo, éste optará con mayor probabilidad en convertirse emprendedor (Collins et al., 1964; Roberts & Wainer, 1968; Collins & Moore, 1970; Zaleznik & Kets de Vries, 1975; Kets de Vries; 1977, 1996b; Scherer, Adams & Wiebe, 1989). Martínez (1997) afirma que las conversaciones en el seno familiar durante su infancia suponen para esta persona una formación en temas empresariales que condicionan la mayor probabilidad de que se convierta en empresario. Por lo tanto, hay bastantes estudios que demuestran que, el hecho de provenir de un núcleo familiar con vinculación empresarial hace que el niño se introduzca poco a poco en el mundo formal de la empresa.

Hirisch & Bruch (1986) y Brockhaus (1982) concluyen que los emprendedores suelen tener padres autónomos o empresarios. El hijo de un profesional liberal después de observar el ejemplo de su padre o de su

madre tiende a encontrar más atractiva una ocupación con un grado elevado de independencia y flexibilidad. Este hecho, a veces, está más reforzado por la presencia de una madre empresaria.

Silva (1991) realizó una entrevista a un empresario con éxito. Ante la pregunta de cuál fue su primera percepción en la actitud de establecerse por su cuenta, el emprendedor señaló que, en su casa, encontrar trabajo consistía en preguntarse "¿qué vamos a fabricar?". En esta misma línea se encuentran los estudios de Egaña & Escobar (1995) realizados en Chile.

Los porcentajes de los estudios del Cuadro 2.4 apoyan la hipótesis de que los emprendedores tienen padres y/o madres autoempleados.

ESTUDIO	PAÍS	PORCENTAJE
Sexton & Kent (1981)	Estados Unidos	40% padres - 13% madres
Jacobowitz & Vilder (1982)	Estados Unidos	72%
Shapero & Sokol (1982)	Estados Unidos	50-58%
Mescon & Stevens (1982)	Estados Unidos	53%
Hisrich & Bruschi (1983)		36% padres - 11% madres
Waddell (1983)		63,8%padres-31,9% madres
Watkins & Watkins (1983)	Reino Unido	37% padres - 16% madres
Cooper & Dunkelberg (1984)		47,5%
Ray & Turpin (1987)	Japón	52,63%
Utterback et al. (1988)	Suecia	45,28%
Valladares (1989)	México	77,9%
Andreu Pinillos (1998)	España	60%

Cuadro 2.4.- Porcentaje de emprendedores y/o emprendedoras cuyos padres y/o madres son autoempleados.

Sin embargo, también hay datos contradictorios. Por ejemplo, Collins & Moore (1964) y Kets de Vries (1977) hallaron que algunos emprendedores había crecido en un ambiente de abandono paterno, de pobreza, deserción y muerte, y Brockhaus & Nord (1979) no encontraron resultados significativos en la variable del grupo de pertenencia (padres emprendedores).

Otros miembros de la familia también parecen tener importancia. Los emprendedores dependen de la familia, ya sea, como fuente de trabajo, por el capital que puedan aportar o por la motivación que han recibido de ella

(Watkins & Watkins, 1983; Gasse, 1985; Carvajal et al., 1989; Castillo & Salinas, 1994). Además, de los padres y madres, adquiere mucha importancia el papel del cónyuge. Hisrich & Brush (1984, 1985) y Hisrich & O'Kinneich (1986) encontraron un menor porcentaje de mujeres empresarias casadas, y las que lo estaban solían tener un marido también emprendedor. Dyer (1993) señala que si un emprendedor no recibe apoyo del cónyuge para resolver el dilema de las demandas del trabajo y de la familia, pondrá en duda la continuidad de la empresa. Por lo tanto, en los emprendedores casados, el cónyuge cumple un papel fundamental, ya que proporciona la estima, la seguridad financiera y la estabilidad necesarias para equilibrar el estrés de su vida empresarial.

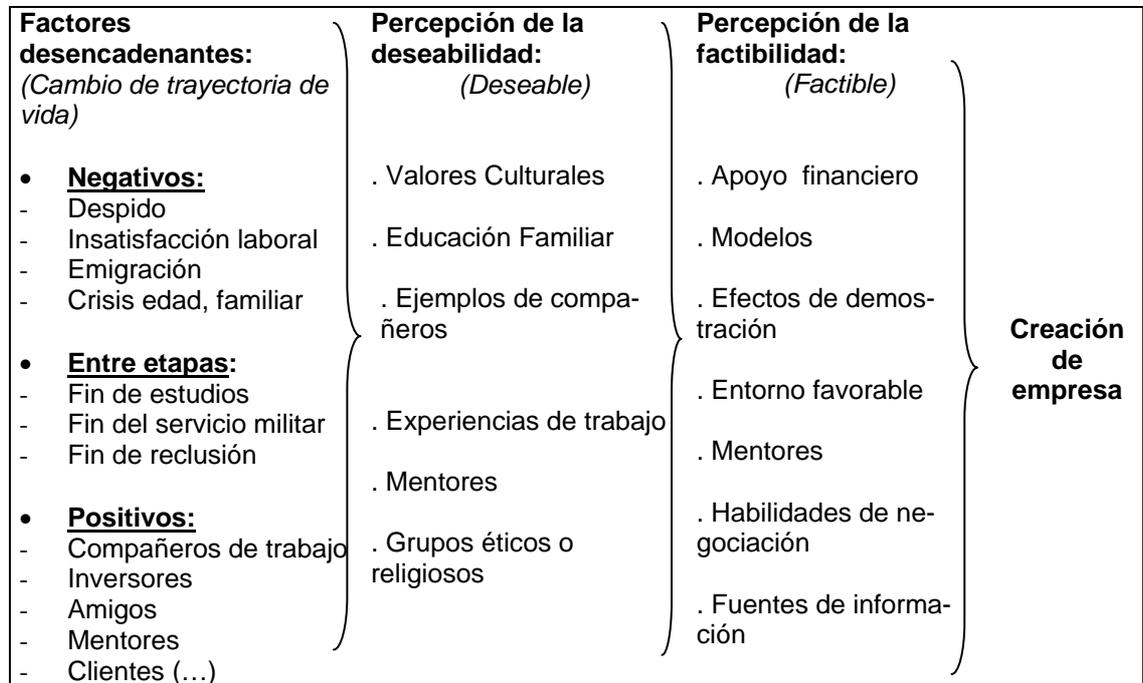
2.3.- Espacio laboral. Variables situacionales.

¿Por qué una persona cambia su forma de vida actual para convertirse en emprendedor? La decisión para dejar su actual perspectiva y su forma de vida no resulta fácil. Cambiar y crear algo nuevo necesita una gran cantidad de energía y es necesario que se encuentren interrelacionados dos elementos básicos: el emprendedor y los factores situacionales que condicionan la decisión de crear una empresa.

2.3.1.- Factores desencadenantes.

Shapero & Sokol (1982) analizan el proceso de cambio en la vida de una persona en términos de vectores o de fuerzas determinadas que le dirigen el comportamiento en un momento y en una dirección. Estos vectores se encuentran sintetizados en la Figura 2.1.

Figura 2.1.- Vectores básicos del proceso empresarial (Shapero & Sokol, 1982)



Los vectores básicos del proceso empresarial quedarían determinados por los factores desencadenantes que provocan el cambio en la trayectoria de vida, por la percepción de deseabilidad o de conveniencia que resulta sinónimo de valores individuales, de convicciones y de creencias, y por la percepción de factibilidad que es una medida del proyecto en sí, es una evaluación de necesidades y del potencial del negocio.

El componente de los factores desencadenantes es el más ambiental, pues depende de variables situacionales¹⁸, que son el producto de condicionamientos intensos durante el proceso formativo de la persona. Estos autores, del mismo modo que Scheinberg & McMillan (1988), señalan que normalmente estas fuerzas suelen provenir de distintos ámbitos como son el trabajo, la situación familiar, la ideología, etc. pudiéndose agrupar en tres bloques de factores: los negativos, los positivos y los que impulsan al individuo como se encuentra en distintas etapas de su vida.

¹⁸ Collins & Moore (1970) señalan que los temas de enfermedad, separación o muerte de algún miembro de la familia surgen durante las entrevistas que mantuvieron con los emprendedores empresarios.

Los factores negativos actúan como desencadenantes, en la medida en que el individuo se encuentra en una situación de deterioro de su rol. Este deterioro puede deberse por encontrarse en una situación de marginación social (Collins et al., 1964; Collins & Moore, 1964; Scasse & Goffee, 1980; Storer & Fry, 1982, Tena, 1982), por encontrarse en una situación de insatisfacción con su anterior trabajo o por estar desempleado (Hornaday & Vesper, 1982; Veit, 1992, Hisrich, Koiranen & Hyrsky, 1996), en estos casos las personas deciden independizarse y crear su propia empresa. A los emprendedores con estas características se les denomina emprendedores por necesidad.

La necesidad económica se la denomina necesidad de escape. Katona (1965).concluye que salir del paro, evitar las condiciones de trabajo no seguras o poco higiénicas, o liberarse de un jefe intransigente, son causas suficiente para autoemplearse.

Collins et al. (1964), Cooper & Komives (1970), Shapero (1975), Shapero (1982) y Knight (1983), observan en sus investigaciones que los empresarios expulsados de un nido familiar confortable sienten la necesidad de dar un giro en sus vidas. Este tema fue retomado por Knight (1983) donde él los califica de "refugiados empresariales".

Estudios han resaltado como cualidad del emprendedor la dificultad para someterse a la autoridad, necesita ser su propio patrón, es decir, su necesidad de independencia.

Collins & Moore (1970), Hornaday & About (1971), Veciana (1989), Jennings, Cox & Cooper (1994) y Ripollés (1994) consideran que, en un principio, la dificultad para someterse a una autoridad, el rechazo al poder de sus jefes, necesidad de ser su propio patrón, puede ser la causa que impulse a los emprendedores para crear su empresa, de manera que ésta les proporcione independencia y constituya el factor que les permite lograr sus metas y alcanzar sus sueños.

Jacobowitz & Vilder (1982) deducen que además de la independencia, hay otros aspectos dominantes en el emprendedor:

- Una fuerte creencia de tener capacidad para controlar su vida.
- Una responsabilidad personal importante en la toma de decisiones.

Hornaday & Knutzen (1986) añaden el inconformismo a propuesta anterior.

Otros estudios relacionados con los aspectos positivos y negativos que se derivan de la necesidad de independencia se recogen en el Cuadro 2.5.

Independencia	
Aspectos positivos	Aspectos negativos
<ul style="list-style-type: none"> - Son individuos motivados, eficaces y se actualizan más (Hersch & Schiebe, 1967) - El emprendedor experimenta una fuerte necesidad de realización, de autonomía y de liderazgo (Kent, 1982; Richman, 1982; Castillo & Salinas, 1994). - Los emprendedores permiten que ese deseo de independencia se transforme en un deseo de poder con ciertas inhibiciones sociales, favoreciendo así un comportamiento en la dirección de una empresa más formalizado que le facilita el éxito y el crecimiento de la mismas. Richman (1982). 	<ul style="list-style-type: none"> - Fenómeno de la soledad producido por la interconexión entre los factores objetivos o del entorno y las presiones internas o subjetivas. Gumpert & Boyd (1984). - Correlación positiva entre soledad y el stress. Éste último aspecto influye negativamente en la toma de decisiones. Gumpert & Boyd, (1984).

Cuadro 2.5.- Aspectos positivos y negativos derivados del deseo de independencia.

Otro de los factores desencadenantes puede deberse a cambios de situaciones personales dentro de su vida; por ejemplo, el ama de casa que se queda sin obligaciones debido a que sus hijos ya se han emancipado, personas que terminan sus estudios o el servicio militar, personas que no se les promociona después de terminar un master, etc. En esta línea, Bowen & Hisrich (1986) y Hills (1988) concluyen que se facilitaría la creación de empresas si las universidades, escuelas graduadas y educación de adultos impartieran un buen programa de emprendedores.

A través del estudio indirecto realizado por Russel (1984) se observa como impactan los modelos, como son los amigos, empleados que presentados como supuestos teóricos-prácticos a la hora de la creación, convirtiéndose estos factores en desencadenantes positivos. A estos emprendedores se les conoce como emprendedores vocacionales. Crean su empresa en el mismo sector donde se encontraban trabajando anteriormente (Stoner & Fry, 1982) o bien en entornos potencialmente atractivos para la creación (Dubine, 1988).

Los componentes "percepción de deseabilidad" y "percepción de factibilidad" son componentes formables y educables.

La "percepción de deseabilidad" es una expresión de valores culturales y a través de procesos educativos, formales e informales, se pueden reforzar o negar ciertos valores y actitudes. El emprendedor está influido por su origen social, comparte creencias comunes actuando dentro de unas normas de comportamiento, de un sistema legal de organización empresarial y de una comunidad local (Hisrich, 1986, Brown & Rose, 1993). En esta misma línea, Bull & Winter (1991) concluyen que la creación de empresas es un objetivo perseguido por la mayoría de los ciudadanos de la comunidad a la que pertenece el emprendedor.

La "percepción de factibilidad" es más educativo, está relacionado con el análisis, la formulación y la evaluación de un plan de negocio (Sexton & Bowman-Upton, 1991); y el apoyo financiero y el entorno favorable (Brusch, 1986). Otros elementos facilitadores se relacionan con los *spin-offs*¹⁹ o con las incubadoras de empresas²⁰.

¹⁹ Los *Spin-offs* son departamentos cuyos objetivos se centran en el desarrollo de proyectos que favorezcan la creación de nuevas empresas.

²⁰ Allen (1977) y Cooper (1981) definen las incubadoras de empresas como entornos fomentados para establecer empresas. El papel de las incubadoras en el proceso de creación va más allá de ofrecer contactos, ya que también puede influir en la localización geográfica de la nueva empresa, en la naturaleza de las habilidades y conocimientos adquiridos, e incluso en la motivación de empezar con o sin la organización.

En el estudio de Roberts (1991), realizado en el área de Boston, se observa que el 81% de las nuevas empresas independientes surgen de los *spin-offs*, de los cuales el 40% procedían de la industria electrónica de carácter privado, y el 56% procedía de la Universidad.

Las incubadoras de empresas se encuentran cerca de centros de formación ayudan al nacimiento de nuevas empresas. Por ejemplo, en Estados Unidos el Instituto de Massachusetts y Harvard están situados cerca de Route 128; la Universidad de Carolina del Norte, entre el Estado de Carolina y la Universidad de Texas, facilitando la actividad en el área de Dallas-Fort Worth. En España tenemos la Universidad Autónoma de Madrid cerca del Centro Tecnológico de Tres Cantos. Todos estos elementos se presentan como la situaciones posibles para fundar empresas.

2.3.2.- La educación.

La cuestión de la educación formal entre los emprendedores, es un tema controvertido pues en los estudios empíricos realizados en los años 50 y 60 mostraban que la mayoría de los emprendedores no tenía estudios superiores; sin embargo, Carvajal et al. (1989) señalan que, en la actualidad, la tendencia sugiere que el emprendedor joven se encuentra mejor capacitado respecto a la educación formal, pues niveles altos de formación se pueden asociar con una alta capacidad para procesar la información y con la habilidad para discriminar entre una gran variedad de estímulos. Además, será más probable que los individuos con formación toleren la ambigüedad y se muestren más hábiles en situaciones complejas (Brockhaus & Horwitz, 1986; Roberts, 1991, Egaña & Escobar, 1994). Los estudios dentro de España siguen la misma tendencia, pues ponen de manifiesto el incremento de la formación de los empresarios de las PYMES (CEEIARAGON, 1992; Andreu Pinillos, 1998; Entrialgo, 2000).

Las investigaciones sobre los estudios emprendedores realizado por Bowen & Hisrich (1986), en Estados Unidos, se recogen de forma resumida y comentada en el Cuadro 2.6.

Domínguez & Hernández (1992, 1994) y Ruíz & Kagami (1993) señalan como la educación formal de los emprendedores no contribuye de manera significativa al incremento de la productividad de su empresa, sino a la mejora de las capacidades administrativas. Además, en estos estudios, se concluye que las habilidades tecnológicas provenían del autoaprendizaje y del trabajo anterior a la creación de su empresa.

Estudios	Resultados	Comentarios
Empresarios en general		
Brockhaus (1982)	Examinando 4 estudios concluye que los emprendedores tienen una mejor formación que el resto de la población, pero menor que los directivos.	Todas las muestras fueron pequeñas y se limitaron a un área geográfica o industrial.
Cooper & Dunkelberg (1984)	Analizaron la formación de 1.805 propietarios de pequeños negocios y concluyeron que los emprendedores principiantes o compradores de empresas ($\approx 36\%$) tenían un título universitario comparándolos con aquellos que habían heredado el negocio (57%).	
Gasse (1982a)	Realizan cuatro estudios, en los cuales los emprendedores tienen mejor formación que el público en general.	El nivel de formación varía con el tipo de industria .
Jacobowitz & Vidler (1982)	Recogen los resultados de entrevistas con 430 emprendedores y muestran que un 30% dejaron la escuela al terminar la segunda enseñanza. Solamente un 11% eran graduados de carreras de 4 años.	La muestra se hizo con emprendedores de Pensilvania y Nueva Jersey. Un 11% eran mujeres.
Empresarios vs empresarias		
De Carlo & Lyons (1979)	Las emprendedoras tienen mejor formación que el promedio de mujeres adultas. Las emprendedoras de las no minorías tienen mejor formación que las emprendedoras de las minorías.	122 mujeres empresarias elegidas al azar en los Estados sur-atlánticos.
Humpreys & McClung (1981)	El 54,8% de las emprendedoras eran graduadas. Este porcentaje sobrepasa al de hombres y mujeres en general y para hombres directivos y administrativos.	Muestra de 86 mujeres de todo el Estado de Oklahoma.
Charboneau (1981)	Cita el estudio de la Oficina del Censo de 1977 que muestra que la mitad de emprendedoras tienen título universitario.	
Sexton & Kent (1981)	Las emprendedoras estaban ligeramente por debajo de las mujeres ejecutivas en lo que respecta a formación (44% y 51% con título universitario, respectivamente). En cambio las emprendedoras más jóvenes tenían mejor formación que las ejecutivas.	Entrevistas en Texas a 93 mujeres (48 de ellas emprendedoras).
Mescon & Stevens (1982)	Dos terceras partes habían asistido al Instituto, 15% había logrado graduarse.	Muestra de 108 mujeres propietarias de agencias inmobiliarias en Arizona.
Hirsrich & Brush(1983)	Esta encuesta nacional sobre 468 mujeres emprendedoras mostró que el 68% tienen al menos estudios de grado medio.	

Cuadro 2.6.- Resultados de los empresarios y empresarias respecto a la educación recibida (Bowen & Hisrich, 1986, p. 397).

Casson (1993) se centra en el grado de importancia que tiene la formación recibida en el hecho de emprender. Así, afirma que la educación básica puede fomentar el espíritu emprendedor, mientras que la educación superior tiene un efecto ambiguo. Pues, por un lado, anima todavía más el espíritu emprendedor, al esperar mayores recompensas de esta iniciativa; y, por otro, ofrece nuevas opciones científicas o artísticas que se alejan del mundo de los negocios.

Dunkelberg & Cooper (1982) analizando las características personales de los emprendedores observan que el nivel de educación está relacionado con el tipo de empresa que fundan, de hecho en los emprendedores de alta tecnología se encuentra que los empresarios suelen tener el grado de doctor (Corman, Perles & Vancini, 1988; Smilor et al., 1989; March, 1998).

Fundar una empresa, sin tener un conocimiento práctico especializado dentro de esa rama industrial es muy arriesgado, por eso necesita de una formación socio-empresarial o una experiencia personal previa.

Esta formación dependerá de la etapa en la que se encuentre la creación de empresa: anterior o posterior.

Durante la etapa anterior a la creación Cooper (1970) y Chambers, Hart & Denison (1988) consideran el entrenamiento y la realización de cursos especializados para crear una empresa como formación necesaria, pues éstos proporcionan la confianza que precisan para crear su empresa.

Bruno & Tyebjee (1982) y Castillo & Salinas (1994) en esta misma línea, afirman que los emprendedores suelen estar preparados en tareas relacionadas con las ventas, la producción y las finanzas, en este orden. En España, Martínez (1997) señala que ha aumentado el porcentaje de ingenieros y científicos emprendedores que poseen un título de MBA²¹, o de capacitación empresarial. Si los emprendedores no tienen esta formación

²¹ MBA: Masters en Administración de Empresas.

compensan este desequilibrio uniéndose a otros socios que si las poseen (Cooper, 1986; Feeser & Willard, 1989).

Durante la etapa posterior a la creación el rol del emprendedor cambia. Kazanjian (1988) y McCarthy, Krueger & Schoenecker (1990) observan que cuando el negocio de un emprendedor crece realiza tareas más administrativas; por ejemplo, planificar la dirección estratégica o resolver los problemas de los empleados. Este cambio de actividad hacia una línea más gerencial lo vivencian a través de un aumento de tensión y peso de responsabilidad. Viven con cierto sentido de responsabilidad, como indica Gumpert & Boyd (1984), quienes notaron que el 54% de los emprendedores explicaban su situación bajo una soledad profunda.

Para solucionar este problema algunos emprendedores deciden contratar a gerentes profesionales para que dirijan sus negocios. Dyer (1989) señala que los emprendedores tienen grandes dilemas a la hora contratar a un gerente, para que lleve la dirección de su empresa hacia el éxito, según su estilo personal. Otro dilema se centra, según Grabinsky (1994), en contratar a miembros de su familia para que le ayuden o no en la empresa.

El nivel formativo socio-empresarial puede adquirirse también, a través de la experiencia previa. Ésta puede ser deberse a la educación familiar o a la experiencia laboral.

Collins & Moore (1964) y Kets de Vries (1977) observaron en sus estudios que a largo de la niñez los emprendedores mantienen conductas de tipo empresarial. Así, la educación tiene un factor positivo para identificar emprendedores como observó Kourilsky (1980), pues durante la infancia se presentan actuaciones de pseudo-empresas, por ejemplo: venden productos, papeletas, imprimen su dinero, su bandera,... Estas actuaciones fueron denominadas por Kourilsky como experiencias pseudo-empresariales y también han sido observadas por otros investigadores

(p.e. Dalton & Holdaway, 1989, Ohé & Ohé, 1996). Sin embargo, esta conducta desaparece casi totalmente en la edad adulta.

Ray & Turpin (1987), Valladares (1989) y Entrialgo (2000) recogieron que los emprendedores tenían experiencia en el mundo industrial y sus funciones estaban relacionadas con actividades de responsabilidad, habían trabajado con cierto nivel de independencia o precedían de PYMES.

La medida de las variables de los espacios familiar y laboral se encuentran recogidos en el Cuadro 2.7.

Nombre del cuestionario	Localizado
- Autoevaluación de los proyectos de las nuevas empresas.	<i>Ludevid & Ollé (1993)</i>
- Test personal para conocer tu capacidad emprendedora	<i>Asociación de Jóvenes Empresarios de Zaragoza (AJEZ)²²</i>

Cuadro 2.7.- Cuestionarios de las variables de los espacios familiar y laboral en los emprendedores.

2.4.- Espacio personal. Variables psicológicas.

Una problemática inicial en la investigación sobre los emprendedores consistió en dilucidar si los rasgos emprendedores eran innatos o adquiridos. Hoy se reconoce otro tercer factor: la situación. En otras palabras, la personalidad emprendedora, al igual que la personalidad de un adulto, es el resultado de los factores hereditarios y ambientales, moderada por las condiciones situacionales.

Weaver (1996) examinó la influencia biológica en personalidad para determinar la existencia o no una relación entre la propensión de los sujetos para comportarse como emprendedores y su composición genética. Dicho estudio contó con una muestra final de 875 casos de emprendedores y

²² Documento recogido, en mano, durante la Primera Feria de Emprendedores en Zaragoza (1998).

concluyó que no existía ninguna evidencia que indicase que los emprendedores nacen siéndolo.

Una segunda cuestión se refiere a la estabilidad de la personalidad en el tiempo. Tanto Child (1968) como Epstein & O'Brien (1985) sugieren que la personalidad emprendedora es un atributo estable en el individuo. La personalidad cambia con el ambiente y las personas actúan de manera diferente en momentos diferentes, aunque algunas siempre se comportan igual dondequiera que se encuentren. De hecho, esta variabilidad de la estabilidad es un aspecto de la personalidad.

Mischel (1968, 1973) realizó uno de los primeros estudios sobre los rasgos de personalidad relacionados con el emprendedor como una característica estable. Este autor parte de la Teoría Social Cognitiva y considera que es un marco suficientemente integrador que permite comprender la manera en que los procesos cognitivos y afectivos inciden en como las personas reaccionan ante diferentes situaciones. Esta aproximación demuestra que tanto las experiencias formadas en los contextos socioculturales y socioeconómicos por los que atraviesa un individuo, como sus creencias y actitudes, influyen decididamente en la conducta a través de los mecanismos mediadores cognitivos y afectivos (Mischel & Shoda, 1998). En estas investigaciones se observa que los individuos se comportan de forma semejante ante unas determinadas situaciones.

Argyle & Little (1972), Endler & Magnusson (1976) y Magnusson (1981), por el contrario, han seguido una teoría interaccionista. Han trabajado en esta línea y sus investigaciones se centran en demostrar que la conducta emprendedora se forma por la personalidad, la situación y su interacción. Esta teoría plantea ciertos problemas, principalmente al tener que identificar la medida de los efectos de la interacción.

Robinson et al. (1991) concluyen que una vez que surge la conducta emprendedora se mantiene en todos los órdenes de la vida de la persona.

Los primeros trabajos sobre la estructura de la personalidad emprendedora giraban alrededor de los intentos de identificar las características duraderas que describían el comportamiento emprendedor.

Varela (1998) encuadra la personalidad emprendedora recurriendo a los modelos psicológicos de Allport, Rogers y Maslow que aparecen en el Cuadro 2.8.

Gordon Allport (Madurez)	Carl Rogers (Persona de funcionamiento cabal)	Abraham Maslow (Persona autoactualizada)
<ul style="list-style-type: none"> - Auto-objetivación - Aceptación de sí mismo - Comprensión de uno mismo - Ampliación del Yo (participación activa) - Filosofía unificadora de la vida (objetivos y valores orientadores) - Percepciones conforme a la realidad (conocimiento correcto de la gente y las cosas) - Seguridad emocional 	<ul style="list-style-type: none"> - Creativo y aceptación de sí mismo - Se determina a sí mismo - Espontáneo y abierto a los demás - Dispuesto a una vida como proceso - Se mueve hacia la dirección de sí mismo - Autonomía/Independencia 	<ul style="list-style-type: none"> - Percepción eficiente de la realidad y las relaciones más fáciles con ella - Aceptación del Yo, de los demás y de la naturaleza - Espontaneidad y naturalidad - Actitud centrada en los problemas (orientación de solución de problemas) - Autodeterminado - Independiente - Autonomía (autosuficiencia) - Sentimiento de comunidad y relaciones interpersonales firmes - Creatividad - Integridad de la personalidad

Cuadro 2.8.- Modelos psicológicos de Allport, Rogers y Maslow (Varela, 1998).

Allport en sus observaciones sobre la personalidad define el concepto de *madurez*, como el mejor desarrollo y funcionamiento de un individuo dentro de las circunstancias de su vida, siendo una cualidad sobresaliente la capacidad de proponerse objetivos y esforzarse continuamente por su consecución, lo cual es posible a través de un aprendizaje intelectual.

Por su parte, Rogers considera esencial dentro del desarrollo de la personalidad el descubrimiento del yo real, es decir, el conocimiento de sí mismo basado en la razón, que le lleva a orientarse hacia el futuro, logrando su *funcionamiento cabal*. Esta persona es auténtica, asume la dirección de su vida, acepta su experiencia, busca satisfacer sus necesidades, es flexible y abierta, actúa espontáneamente, es creativa, franca y libre. Tiene un sentimiento de autodeterminación y de dirección de su desarrollo.

Finalmente, Maslow concibe el desarrollo pleno de la personalidad como aquel en el cual la persona ha logrado su *autoactualización* plena, que implica el pleno uso de talentos, capacidades y posibilidades. La persona autoactualizada se acepta a sí misma, a los demás y a la naturaleza, percibe más eficientemente la realidad, es espontánea, autónoma, creativa y establece amistades firmes.

Varela (1998) tiene en consideración estos tres conceptos: *madurez*, *persona de funcionamiento cabal* y *autoactualización plena*. Conceptos que al profundizar encontramos que comprenden cualidades y características de las personas que se denominan emprendedoras.

En este sentido, es necesario analizar la importancia de los siguientes factores en la personalidad emprendedora:

- Los objetivos y valores orientadores posibilitan una guía en el desarrollo personal, que influye en la creación de niveles de autoexigencia personal y en la búsqueda activa de medios para lograr las metas propuestas.
- La creatividad permite a la persona ser flexible, cambiar con la experiencia, ser espontánea, buscar nuevas experiencias superando dificultades y manejar las presiones del ambiente.
- La seguridad emocional lleva a que la persona controle y maneje adecuadamente la frustración, asuma la responsabilidad de su comportamiento, sea consciente de sus alcances, y en consecuencia

pueda enfrentarse a obstáculos y controlar emociones sin demasiadas restricciones. Además, le permite establecer y mantener relaciones interpersonales viables, porque tiene percepciones realistas de sí misma y de los demás.

- La autonomía e independencia proporcionan una gran satisfacción a quienes las logran, porque le responsabiliza sobre la dirección de sus vidas. Construyen valores, comportamientos y objetivos propios teniendo como parámetro los definidos socialmente, lo que les lleva a vivir más plenamente.

En el Cuadro 2.9 se recoge el esquema de la investigación de Varela donde compara los elementos teóricos de la personalidad con los rasgos de los emprendedores.

Elementos teóricos de la personalidad.	Rasgos de los emprendedores.
- Creatividad	- Capacidad para resolver problemas - Flexibilidad - Capacidad de investigación permanente
- Conciencia, comprensión y aceptación de sí mismo	- Búsqueda y uso de retroalimentación - Confianza en sí mismo - Capacidad de trabajo y aprovechar los fallos - Concepto positivo de sí mismo
- Espontaneidad y apertura hacia los de más	- Capacidad para conformar grupos - Liderazgo
- Autonomía e independencia	- Independencia - Iniciativa - Creencia fuerte en la capacidad personal de forjarse un destino - Compromiso total, determinación y perseverancia
- Percepciones conforme a la realidad.	- Realismo - Atracción por el reto, no por el riesgo
- Filosofía unificadora de la vida (objetivos y valores ordenadores)	- Necesidad de logro - Orientación hacia metas específicas - Visión comprensiva - Compromiso a largo plazo
- Seguridad emocional	- Tolerancia a la ambigüedad, la presión - Enfoque objetivo en las relaciones interpersonales - Constancia en la solución de problemas - Optimismo frente al futuro - Gran estabilidad emocional - Responsabilidad personal

Cuadro 2.9.- Elementos teóricos de la personalidad y los rasgos de los emprendedores (Varela , 1998).

El punto de vista psicológico asume que existen personas cuyas características les hacen más proclives a emprender, sean cuales fueran los elementos ambientales en los que viven.

Muñoz (1997) indica que, desde una perspectiva psicológica moderna, no podemos hablar en sentido estricto de personas con espíritu emprendedor frente a personas que no lo poseen. Esto es, categorizar un concepto que es asumido de forma unidimensional. Los datos recogidos en su investigación le permiten afirmar que el espíritu emprendedor se comporta realmente como un rasgo de personalidad; interpretando que el rasgo, en este caso, viene a ser sinónimo de factor o de dimensión.

Este espíritu hay que entenderlo, al igual que cualquier otra característica psicológica (inteligencia, sociabilidad, creatividad, sensibilidad,...), más como dimensión que como categoría. Esto es, todo el mundo lo posee en algún grado. Así, cuando hablemos de personas con espíritu emprendedor nos referimos a las personas que se caracterizan por poseerlo en alto grado, lo mismo que cuando nos referimos a las personas sin espíritu emprendedor, nos estamos refiriendo a las que lo poseen en escaso grado.

Algunos autores consideran que son muchos los aspectos que podemos considerar a la hora de analizar el espíritu emprendedor de una persona (p.e. Collins et al., 1964; Miner, 1990; Camisón, 1999). No obstante, el espacio personal se centrará dentro de esta investigación en el *comportamiento y en las acciones del sujeto emprendedor* (McClelland, 1961[1968]; Miner, 1980; Veciana, 1980, 1989; Steiner, Miner & Gray, 1986; Begley & Boyd, 1986; Szyperski & Klandt, 1988; Timmons, 1990b; Sexton & Bowman-Upton, 1991; Ripollés, 1994, 1995). Ello implica, por tanto, poder establecer que características de comportamiento y fortalezas actitudinales son pertinentes del emprendedor.

a.- Aspectos básicos de las características del comportamiento y actitudinales.

La mayoría de los autores coinciden en centrar el análisis del comportamiento del emprendedor en el estudio de su motivación.

Genesca (1977) observa que los motivos activos de una persona y sus respectivas intensidades determinan su motivación.

Cheing & Megginson (1981) indican que la motivación deriva, por un lado, de la voluntad de un individuo hasta conseguir un objetivo y; por otro lado, de una estrategia determinada, a partir de la percepción del medio ambiente respecto a si mismo. Por lo tanto, la motivación es definida, por estos autores, como un estado psicológico o interno del individuo que proporciona la energía que activa, orienta y mantiene un comportamiento hacia el logro de un objetivo.

Sin embargo, Young (1983) y Levy-Leboyer (1984) consideran la motivación como el proceso que suscita e inicia una conducta, que sostiene una actividad que progresa y canaliza la actividad de un curso dado.

Ambas definiciones hacen referencia a la intención de un comportamiento, de tal manera que se manifestará en forma de un esfuerzo. Esfuerzo entendido como la energía que el individuo despliega durante su acción para realizar la estrategia escogida.

Cuando un emprendedor crea una empresa tiene una doble necesidad, por un lado, debe crearla y por el otro, debe conseguir que ésta sobreviva.

Andrés Ciurana & Montesa Andrés (1994) nos indican que el emprendedor, además de la doble necesidad citada, debe contener otros dos elementos que le dirijan en la creación de una empresa: el deseo y el motivo.

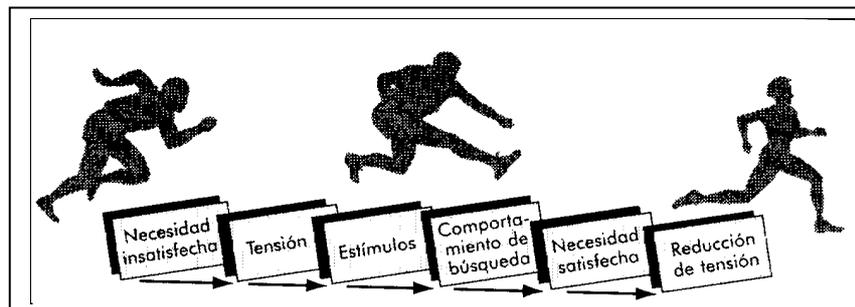
- El deseo de emprender consiste en una tensión mental que le llevará, si se dan las condiciones, a la creación de la empresa.
- El motivo es la explicación inmediata del deseo, la razón concreta que explica la conducta externa del emprendedor: trabajo, dinero,...

Así, Robbins (1996) define la motivación como:

La voluntad de ejercer altos niveles de esfuerzo para alcanzar las metas organizacionales, voluntad que está condicionada por la capacidad que tiene ese esfuerzo para satisfacer alguna necesidad individual" (Robbins, 1996, p. 213).

El proceso de la motivación se recoge en la Figura 2.2.

Figura 2.2.- El proceso de la motivación (Robbins, 1996, p.213).



Por lo tanto, los tres elementos clave de esta definición son: el esfuerzo, las metas organizacionales y las necesidades.

El elemento esfuerzo es una medida de intensidad que aumentará según su nivel de motivación. No es probable que los altos niveles de esfuerzo conduzcan a resultados favorables en el desempeño del puesto, a menos que éste se canalice en una dirección ventajosa para la empresa. Por tanto, se debe tener en cuenta la calidad del esfuerzo al mismo tiempo que la intensidad.

El esfuerzo, debe ir dirigido hacia las metas organizacionales: la creación, el mantenimiento, la expansión; siendo consistente con ellas y diferente según la meta a buscar.

La necesidad es el mar de fondo en donde se desenvuelve habitualmente la vida afectiva, los temores y las aspiraciones del emprendedor, sus ansias más profundas y objetivos vitales que deben ser satisfechos, so pena de provocar daños de consideración en su estructura física o psíquica, lo cual explica que éste ponga en juego sus mayores energías y medios.

b.- Perspectivas teóricas de la capacidad para emprender.

La capacidad para emprender es un concepto poco utilizado en la literatura psicológica sobre motivación. Sin embargo, conceptos con un significado similar o algunas dimensiones relacionadas con la capacidad de emprender, se encuentran en las primeras teorías del instinto de motivación de la década de los cincuenta.

Las teorías del instinto fueron recogidas y estudiadas por Atkinson (1964). Este autor señala que W. James en 1890 definió el instinto como la facultad de actuar de manera que se produzcan unos fines seguros, ciertos y sin educación previa a la realización. Entre los instintos estaban la emulación o la rivalidad; la belicosidad, referida tanto al enojo como al resentimiento; la simpatía; la capacidad para mejorar o desarrollar algo; el juego y la curiosidad.

McDougall en 1923 definió el instinto como:

Una disposición innata que determina al organismo para percibir cualquier objeto de una clase, para experimentar en su presencia cierta excitación emocional y un impulso a la acción, que se expresa en un modo específico de conducta respecto a ese objeto. (Robbins, 1996, p. 213).

Uno de los instintos citados por McDougall era la capacidad para mejorar o desarrollar algo. Este autor definió en tres pasos la conducta instintiva: la percepción de un fenómeno, excitación emocional e impulso a la acción apropiada.

Murray en 1938, recogido en Robbins (1996), fue el primero que utilizó esta línea teórica de investigación. En ella describe la necesidad como un constructo, ya sea una ficción práctica o un concepto hipotético, que representa una fuerza, cuya naturaleza físico-química pertenece a una región desconocida del cerebro. Esta fuerza organiza la percepción, la apercepción intelectual, cognición y la acción de tal manera que evoluciona en una determinada dirección mientras existe una situación de insatisfacción personal. Esta teoría de necesidades cumple los requisitos siguientes: posibilita el estudio de las diferencias entre los individuos o el estudiar al mismo sujeto pasado un tiempo, a través de un test-retest. McClelland y Atkinson establecen el modelo de investigación tradicional como ejemplo de teoría psicológica con una investigación empírica dirigida a la verificación de los constructos.

En 1953 McClelland, Atkinson, Clark y Lowel, recogido en McClelland (1961 [1968]) y Atkinson (1964), defienden el modelo de Murray señalando que los estados causales suponen el principio de la acción. McClelland creyó que los motivos interactúan con variables del ambiente para incrementar los estados afectivos; por ejemplo, orgullo y vergüenza elicitaban el modelo instrumental de la conducta de evitación. Estos estados motivacionales, que causan el éxito de la ejecución o causan la evitación del fracaso, formaban los constructos centrales de la teoría.

Maslow en 1954 aborda "la motivación por la satisfacción de cinco necesidades fundamentales (fisiológicas, de seguridad, sociales, de estima y de autorrealización). "Entre ellas existe una jerarquía, de manera que las necesidades de orden superior pueden afectar al comportamiento sólo

cuando las necesidades de orden inferior están satisfechas" (Robbins, 1996, p. 214).

La investigación McClelland (1961 [1968]) ha sido la mayor contribución en el área de la psicología del empresario, ofreciendo una forma diferente de concebir las motivaciones o las necesidades. Sus investigaciones, en lugar de organizar las necesidades por orden jerárquico, buscaban la explicación de la fuerza que tienen algunas personas por destacar. Indica que las diferencias individuales constituyen un factor importante para medir la motivación. Hace hincapié en la medición de las motivaciones a través de la técnica freudiana del pensamiento asociativo. Para ello analizaron las historias, cuentos y fantasías de los distintos pueblos. Encontraron cuarenta necesidades diferentes, que quedaron reducidas por McClelland & Winter (1969) a tres: logro, poder y afiliación.

En el caso de los emprendedores la principal necesidad se centra en la motivación de autorrealización, denominada motivación de logro (nAch²³), aunque las otras necesidades son difíciles de explicar en relación a la creación de una empresa.

La nAch es una de las formas que adopta la motivación intrínseca a lo largo del desarrollo. Un sujeto se halla motivado para el logro cuando ejecuta actividades que le proporcionan éxito, en estas personas emprendedoras su

²³ La nAch corresponde a la abreviatura de las palabras inglesas "Need of Achievement" (necesidad de realización, necesidad de logro o motivación de logro). Según McClelland, los individuos están motivados por el logro, poder o afiliación. Este autor las consideraba como variables independientes.

actitud²⁴ es la de alguien que busca el beneficio máximo inmediato. McClelland (1961 [1968]) observa que esta actitud es característica en la mentalidad del comerciante, donde la acumulación a corto plazo de activos altamente líquidos domina toda la actividad económica. Su mentalidad es racional, dada una perspectiva cronológica corta, pues no está dispuesto a esperar. No obstante, es improbable que esta perspectiva en el tiempo sea conducente a la planificación de largo alcance y a la asunción prolongada de riesgos necesarios para el desarrollo económico.

²⁴ Para esta investigación, dentro del contexto de la psicología social, se utilizará la definición de las actitudes según Breckler (1984) y Ajzen (1989).

Las actitudes son tendencias a reaccionar de una determinada manera (a favor, en contra,...) ante un determinado estímulo (personas, grupos, ideas, ...). Las actitudes son fundamentalmente valorativas. Se consideran compuestas de tres elementos:

- Afectivo: sentimientos, gustos,...
- Cognoscitivo: ideas, conocimientos, datos,...
- Conductual: conductas, o al menos tendencia a comportarse de una determinada manera (votar, comprar, afiliarse, hacer,...).

Las actitudes verbalizadas constituyen las opiniones y una actitud especialmente importante o central constituirá un valor.

Características de las actitudes:

- Valencias (positivas o negativas).
- Intensidad (mayor o menor; suele manifestarse frecuentemente a través del elemento afectivo).
- Centralidad (pueden ser "centrales", importantes en la estructura personal del sujeto, generadoras de otras actitudes, ... , o "periféricas").
- Simplicidad ("complejas": con muchos datos, ideas, etc.; "simples": con pocos datos; la simplicidad-complejidad depende de la magnitud del componente cognoscitivo).
- Resistencia al cambio (pueden cambiar, pero en principio son "resistentes", tienden a ser estables).
- Agrupamiento (no suelen ir solas; tienden a agruparse en "constelaciones").

Se forman a través de:

- Contacto con personas significativas (familia, profesores, etc.).
- Experiencias personales.
- Aprendizaje cultural a través de los valores.
- Grupos de referencia (grupos con los que nos indentificamos).
- Medios de comunicación social, etc.

Influyen en:

- Aprendizaje: dirección (qué queremos aprender), intensidad, eficacia (aprendemos mejor lo que nos gusta); motivación.
- Sistemas de valores que vamos haciendo nuestros.
- Relaciones interpersonales ("con quién vamos", grupos a los que nos asociamos,...).
- Solución de problemas (posturas y decisiones ante problemas de la vida).
- Orientación hacia intereses y ocupaciones (profesionales y no profesionales).

c.- Variables del espacio personal.

Las variables del espacio personal se clasificarán en aspectos conductuales y cognitivo.

* VARIABLES PSICOLÓGICAS CONDUCTUALES.

Se analizarán considerando, por un lado, las motivaciones aprendidas por los individuos que le ayudan a satisfacer una serie de necesidades personales (nAch, poder, afiliación) y por otro, las motivaciones bajo la perspectiva de las respuestas suministradas por los mismos empresarios (independencia, escape, cumplimiento).

- La necesidad de logro (nAch). McClelland (1961[1968]) considera que los individuos fuertemente motivados por el deseo del triunfo muestran mayor desenvolvimiento e iniciativa que los otros. Ellos buscan continuamente en su medio las ocasiones de llevar a cabo desafíos interesantes y de probarse a sí mismos que ellos podrán triunfar. Los emprendedores son personas con un elevado "nAch", suelen estar fuertemente motivados por el deseo de llevar a cabo una idea o de probarse a ellos mismos que son capaces de crear una nueva empresa y tener éxito. En esta línea se encuentran diversas investigaciones (p. e. McClelland & Winter, 1969; Hornaday & Aboud, 1971; Atkinson & Birch, 1979; Di Carlo & Lyons, 1979; Feather, 1986; Weiner, 1986; Gasse, 1987; Francès, 1987; Bruns & Kippenberg, 1988; Gatewood, Shaver & Gartner, 1995).
- Necesidad de poder. Collins et al. (1964), Roberts (1968) y Waive & Rubin (1969), concluyen que el emprendedor presenta una baja necesidad de poder y este cuando se presenta aparece mediante una actitud de líder, en el sentido de movilizar los recursos y conducirlos hacia el logro de oportunidades.

- Necesidad de afiliación. Collins & Moore (1970) la observan como una capacidad que no posee.

* VARIABLES PSICOLÓGICAS COGNITIVAS

Ortiz (2002) concluye que las investigaciones de Bandura han permitido comprender cómo el emprendedor desempeña *mecanismos reguladores* de sus motivaciones y acciones (comportamientos) basados en la definición de sus propios objetivos y la percepción de su capacidad para conseguirlo.

- El locus de control (sitio de mando). Rotter (1966, 1987) concluye que los emprendedores tienen la fuerte creencia de que ellos pueden controlar el resultado de sus acciones, y que éste no será producto del azar. Se encuentran relacionados con esta variable: la autoconfianza, la audacia, autodeterminación (Kets de Vries & Miller, 1985; Ward, 1993; Kets de Vries, 1995) y la satisfacción (Steiner & Truxillo, 1989; Thompson, Kopelman & Schriesheim, 1992; Katz, 1993).
- La perseverancia. Entendida como tenacidad (Gasse & D'Amours, 1993) o por energía. (Eden, 1973, 1975; Gasse, 1987; Hammermesh, 1990; Chay, 1993).
- La percepción de riesgos. Palmer (1971) considera que el emprendedor es consciente de la aventura que conlleva el crear una empresa, pues debe considerar la situación inicial y la probabilidad de poder ponerla en funcionamiento.
- La creatividad, como sinónimo de innovación e iniciativa (Veciana, 1989; Saleme, 1992; Hernández, 1993; Beyoda & Rivera, 1997).

2.4.1.- Necesidad de logro.

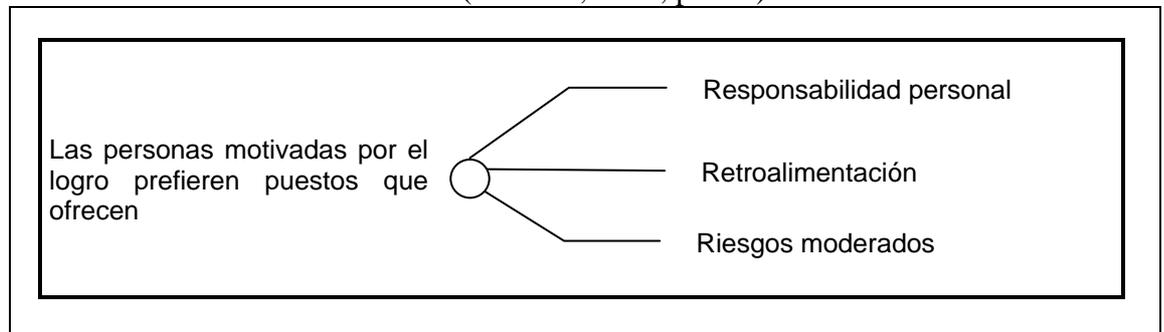
La necesidad o motivación de logro (nAch) se define como el deseo que tienen ciertas personas por mejorar los resultados de su acción y de

sentirse responsables de los mismos, se relaciona con la capacidad empresarial de McClelland (1961 [1968]). Con este deseo se produce una competición personal con algún nivel de excelencia. Es el impulso por sobresalir, por luchar para tener éxito más que por las recompensas del éxito en sí. La nAch se manifestaba en administradores de los países industrializados diferenciándose de otras personas por su deseo de hacer mejor las cosas. Una persona con una elevada nAch pasa mucho tiempo considerando cómo hacer mejor su trabajo o cómo lograr algo importante para él.

McClelland estudió la nAch, principalmente, a través de una larga serie de investigaciones acerca de cómo estaba compuesta y cómo se relacionaba con la conducta. Se apoyó en el Test de Apercepción Temática (T.A.T) de Murray, elaborando una técnica para medir la puntuación de "n" logro. Por diferentes investigaciones se ha demostrado que los sujetos con alta o baja "n" nAch muestran planteamientos diferentes en relación a la creación de una empresa. Así, considera que los individuos fuertemente motivados por el deseo del triunfo muestran mayor desenvolvimiento e iniciativa que los otros. Las personas con una fuerte motivación buscan, continuamente, en su medio las ocasiones de llevar a cabo desafíos interesantes y de probarse a sí mismo que podrán triunfar.

De este modo, McClelland, según recoge Robbins (1996, p. 221), concluye que los emprendedores tienen una gran necesidad de realización, prefieren situaciones de trabajo con gran responsabilidad, retroalimentación y un grado intermedio de riesgo. Figura 2.3.

Figura 2.3.- Ajuste entre puestos y realizadores, según McClelland.
(Robbins, 1996, p. 221).



Por lo tanto, el emprendedor es un realizador que busca:

- Ser consciente de la responsabilidad sobre el resultado final. El sujeto busca situaciones en las que puede tener la responsabilidad personal de dar soluciones a los problemas.
- Tener una retroalimentación (feed-back) rápida sobre su desempeño que le permita saber con facilidad si está mejorando o no; es decir, necesita un conocimiento explícito sobre los resultados, pues el individuo debe conocer en todo momento si ha tenido éxito o ha fracasado, con la finalidad de tratar hacerlo mejor constantemente.
- Sentirse atraído por tareas moderadamente retadoras. Cuando se fija metas tiene probabilidades de que sean exitosas, no busca situaciones cuyo resultado depende del azar.

Por otro lado, McClelland (1961 [1968]), McClelland & Winter (1969) estudian las conductas que definen el rol empresarial derivadas de las personas con un alto grado de nAch. Éstas son:

- Mayor interés en alcanzar el éxito en lugar de evitar el fracaso. No seleccionan estrategias defensivas. Seleccionan tareas de desafío, en mayor medida, que el resto de la población. Para encontrar la solución de los diversos problemas, muestran un alto nivel de determinación, de constancia y de superación de las dificultades. Les gusta sobreponerse

a ellas y no se dejan intimidar por la complejidad de las situaciones, pues éstas son las que les producen satisfacción una vez superadas.

Sin embargo, la investigación de McClelland & Winter (1969) no demostró que los individuos que se impulsan por un motivo de evitación de fracaso presenten baja ejecución o riesgo.

- Planificación de metas ligeramente difíciles para así aumentar al máximo la probabilidad de nAch, pues desean vencer los obstáculos y sentir que su éxito o fracaso se ha obtenido gracias a sus propias acciones. Es decir, se establecen metas y logros moderados y toman riesgos calculados.
- Autoconfianza que les permite tomar para sí la responsabilidad y piensan que las cosas se pueden hacer en la medida en que toman esa responsabilidad.
- Actividad instrumental enérgica y original que les permite mantener un ritmo acelerado de trabajo durante periodos relativamente largos.
- Responsabilidad individual que les obliga a perseverar en sus acciones.
- Retroinformación que emplean en mejorar la imagen del beneficio, por eso necesitan el conocimiento de los resultados sobre las decisiones tomadas. Como medida del resultado utilizan el dinero que obtienen.
- Perspectiva superior del futuro, pues anticipan sus posibilidades futuras. Están más dispuestos a posponer recompensas inmediatas en favor de mayores recompensas de futuro. Se preocupan más del porvenir, especialmente a medio y largo plazo.
- Aptitudes de organización que les caracterizan por presentar en sus formas de pensar una secuencia lógica para lograr que las cosas se hagan. Secuencia que se inicia con la definición del problema, deseo

de resolverlo, identificación de medios para resolverlo, comprensión de las dificultades para solucionarlo, visualización de las personas que puedan ayudar y finalmente anticipación de lo que ocurrirá si triunfa o fracasa. Cuando prevalece esta secuencia los altos realizadores se encuentran fuertemente motivados.

Hines (1973), Steiner, Miner & Gray (1986), Kao (1989) y Taylor & Banks (1992) comparan las motivaciones del empresario vinculadas al logro con las de otros grupos. Encuentran en sus estudios que el nivel de estas motivaciones, es significativamente más elevado en los empresarios, siendo el nAch una fuente mayor de satisfacción.

Brockhaus (1982) investigó la relación causal entre la propiedad de un pequeño negocio y una alta nAch concluyendo que esta relación no había suficientemente probado. Esta investigación puede ser criticada en el sentido de que este autor no incluyó dos variables importantes relacionadas con la percepción del riesgo, como son la probabilidad percibida de fracaso y las consecuencias de su actuación.

Timmons (1990a) comenta que nAch podría explicarse como una lucha continua entre una persona y unos niveles que ella misma se ha fijado.

Johnson (1990), en la revisión de nAch de emprendedores, encontró que 20 de los 23 estudios analizados poseían una relación entre nAch y la relación empresarial. Cita las siguientes actitudes de las personas con un alto grado de nAch, en relación a las percepciones de las personas con un grado medio:

- Son más capaces de recordar sus fracasos y las tareas que no fueron terminadas. Además, si pueden y hay probabilidad de éxito, es más probable que vuelvan a estas tareas.

- Tienen mayor probabilidad de aplicar una percepción rápida, razonamiento práctico y penetración para llegar a soluciones nuevas y creativas a los problemas.
- Hacen juicios basados en su propia experiencia y normas, en vez de ser abrumados por el ambiente o las opiniones y presiones de otras personas.

O sea, que conceden una atención cuidadosa y exacta a su situación. No ignoran sus fracasos, lo que les permite percibir las situaciones y sus posibilidades de manera que den gran racionalidad a su acción.

Las investigaciones de Low, Murray & MacMillan (1988), Gartnez (1989), Johnson (1990), Shaver & Scott (1991), Gasse & D'Amours (1993) y Stimson, Narayanan & Shanthakumar (1993), destacan las siguientes características del emprendedor en relación con la nAch:

- La búsqueda de la excelencia.
 - Procurar que lo que esté hecho esté bien realizado.
 - Tener sus estándares personales de excelencia.
 - Ser un gran trabajador.
 - Demostrar determinación y persistencia.
- Sentimiento de progresión.
 - Estar automotivado.
 - Explotar todo su potencial.
 - Conocer sus déficits, tener audacia.
 - Querer hacer las cosas de forma novedosa o quererlas hacer de forma diferente.

- Querer aprender constantemente.
- Tener sus propios objetivos y hacer el esfuerzo necesario para conseguirlos.
- Considerar que los métodos no importan, sino su eficacia.
- Competición.
 - Preocuparse por superarse a sí mismo.
 - Querer ser mejor que el primero y mejorar su rendimiento.
 - Buscar el éxito en todo lo que emprende.
 - Planificar estrategias para prevenir las dificultades.
- Feed-back.
 - Conocer lo antes posible los efectos de su competencia.
 - Conocer los resultados de su acción y tener una medida concreta.
 - Tener la propiedad de los resultados.

a.- Resumen de los estudios sobre la nAch en empresarios.

McClelland realizó varios estudios para comprobar su hipótesis de que aquellas personas con un elevado nivel de nAch tienen una mayor probabilidad de convertirse en emprendedores. En su investigaciones observó que los coeficientes de nAch cambian por países, profesiones, razas, sistemas educativos y nivel económico.

Primer estudio.

Investigó la relación existente entre el nivel de nAch de alumnos de diversos países occidentales, con la posibilidad de convertirse en emprendedores. El proceso que siguió fue el siguiente:

- La nAch se estimula en un grupo de sujetos, evitando el error de asumir a priori que la intensidad de nAch puede inferirse de una manera simple y directa de algún tipo de conducta.
- Para detectar la presencia de nAch se utilizan los pensamientos espontáneos de una persona sometida a presiones externas mínimas, aplicándole los tests proyectivos.
- Estimula la nAch elaborando unas instrucciones que ponen de relieve el hecho de que se va a valorar al individuo, con arreglo a unos estándares definidos por McClelland en 1963²⁵.

Segundo estudio.

Demostró su hipótesis, comparando a un colectivo de ejecutivos de grandes empresas con otro de emprendedores que se habían graduado hacía siete años. Este estudio se recoge en Brockhaus (1982).

- Los emprendedores y los gerentes con éxito tienen niveles más altos de nAch que otras profesiones. Los gerentes más exitosos tienden a tener niveles más altos que los menos exitosos. En empresas pequeñas el presidente tiene más alto nivel de logro que sus asociados. En las grandes empresas la gente de nivel bajo tiene menor nivel de nAch, pero los del nivel medio presentan un nivel de nAch más alto que los del nivel superior; posiblemente porque estos últimos ya alcanzaron el nivel deseado y por lo tanto sus expectativas son menores.

Babb & Babb (1992), en la investigación realizada en Nueva Inglaterra y Florida, compararon una muestra de emprendedores fundadores rurales respecto a emprendedores no fundadores y observaron que un rasgo distintivo era la nAch.

²⁵ McClelland mide estos aspectos a través un cuestionario de 50 ítems. En él se evaluaron las motivaciones y las actitudes para un estudio intercultural de hombres de negocios y profesionales.

Tercer estudio.

Se preocupó en analizar si existía alguna relación entre el crecimiento económico de las naciones o regiones y el número de individuos con elevados índices de la nAch industrial. Se preguntaba ¿por qué se creaban más empresas de éxito en Estados Unidos que en ciertos países de África? Su hipótesis fue que los individuos con una nAch elevada serían más propensos a crear su propia empresa, y esto repercutiría en el crecimiento económico de su país.

Furnham (1990) investigó esta hipótesis relacionando la nAch con el promedio de consumo por cápita del contador eléctrico, como una medida de crecimiento económico, llegó a la conclusión de que existía mayor consumo en una sociedad económicamente en alza. Este autor se apoya en la teoría de Weber (1904 [1995]) que relaciona el crecimiento económico y la nAch mediante la relación de los valores ideológicos de la cultura protestante con el comportamiento empresario.

En contra de esta línea, Beit-Hallahmi (1980) no apoyan la idea de que la nAch proceda del crecimiento económico.

Blais & Toulouse (1990) consideran que no podemos admitir la existencia de un simple modelo de motivación como el sugerido por McClelland. Por el contrario, demuestran que las motivaciones para crear una empresa no están delimitadas por las fronteras del país. Dicho de otra manera, el dinamismo y la receptividad del ambiente local intervienen mucho más en la decisión de crear una empresa, que la cultura propiamente dicha.

Varela (1991) retoma esta línea, sobre la nAch, para explicar las diferencias respecto al éxito del desarrollo económico que se produce en países como Canadá, Australia y Estados Unidos, frente a los países de América Latina.

Varela concluyó que:

- La población de los primeros provino de grupos sociales y de países caracterizados por alta nAch, mientras que la población que llegó a América Latina correspondió a grupos sociales y a países bajos en nAch.
- Los inmigrantes que llegaron a los países de colonización anglosajona eran en su mayoría minorías religiosas perseguidas, con una nAch muy alta; mientras que muchos de los inmigrantes latinoamericanos eran bandidos, sin motivación alguna.
- Australia, Canadá y Estados Unidos no brindaron tantas oportunidades de riqueza rápida como las brindó Latino América. Esto originó que los inmigrantes de los primeros países se dedicaran a trabajar y a establecer una estructura productiva que los sostuviera a largo plazo. En Latino América los conquistadores se dedicaron a recoger la riqueza y a embarcarla, y no crearon estructuras productivas, ni una cultura de trabajo y de logro, pues se dedicaron a buscar "El Dorado".
- Otro aspecto es el papel del fenómeno religioso, Weber (1904 [1995]) en su estudio relacionó el desarrollo de estos países con la ética calvinista, o con la ideología del protestantismo en general. Sin embargo, los principios morales de base, en término de libros sagrados, son iguales; el espíritu empresarial y la nAch existen antes de la Reforma Luterana, además hay muchos grupos católicos altamente emprendedores, etc. La explicación viene dada porque los grupos protestantes, con una gran nAch para conseguir su ideal religioso, trabajaron intensamente con una orientación de realización, que produce como consecuencia el desarrollo económico.

Chell et al. (1991) critican este estudio de McClelland ya que las características de la sociedad en la que se desenvuelve el individuo van a influir también en su propensión hacia la creación de empresas y, por tanto, en el crecimiento económico de la zona. Por ejemplo, históricamente la

cultura británica se ha caracterizado por tener personas con índices elevados de nAch, en cambio, la creación de empresas no ha estado bien considerada hasta la recesión económica de los setenta.

Carney (1995) reparó que parte del éxito de los proyectos de desarrollo económicos dentro de una ciudad o en los Países del Tercer Mundo ha podido deberse a que en su cultura ya se encontraba la nAch como valor esencial.

Cuarto estudio.

Analizó si la nAch era un motivo innato o si, por el contrario, podía aprenderse. McClelland & Winter (1969) concluyeron que ni los genes, ni los factores ambientales podían ser responsables de la elevada o baja nAch de los individuos, sino que dependía de ambos factores, pues los cambios producidos en los niveles de nAch tienen lugar con demasiada rapidez para que puedan atribuirse a cambios de uno de estos factores.

Además, encontraron correlación con los niveles de logro y el carácter de los progenitores. La imposición de restricciones, por parte de los padres, parece ir generalmente unida a la baja nAch y, por el contrario, la confianza de la madre en el niño, con la alta nAch. Ahora bien, esperar que un niño tome decisiones por sí solo en una edad temprana, puede demostrar un cierto interés en que adquiera confianza en sí mismo o ser parte de un impulso general que le conduzca a cuidarse de sí mismo, para no constituir así una carga o una molestia para sus padres. Cuando ocurre esto último, el niño no desarrolla una alta nAch.

En cambio, cuando se espera que el niño tome decisiones se le está orientando hacia una nAch alta. Esto se produce si se presentan tres factores. Primero, que los padres tengan un alto estándar de logro; segundo, que le den cariño, generación de entusiasmo y de coraje; y por último, que los padres no sean dominantes, ni autoritarios. Otros estudios indican que los padres deben ser respetados por sus hijos, pero cuando los hijos son

capaces de lograr algo por sí mismos sus padres deben de evitar el seguir dirigiendo sus pasos, si se quiere que los hijos desarrollen una nAch alta.

A los aspectos reseñados hay que añadir que la diferencia cultural entre los distintos países puede hacer que los niños obtengan la nAch a partir de comportamientos muy distintos a los de sus padres. McClelland (1961[1968]) ha observado que en los países más orientados hacia la nAch en su literatura popular, poseen más a menudo estas características.

Quinto estudio.

En él incluye la idea de que la nAch puede aprenderse a través de una preparación adecuada. McClelland propone unos cursos con el propósito de que las actividades suministren a los sujetos experiencias de acción para conducirse de una manera específica y además, proporcionen un efecto positivo de rendimiento eficaz, que por definición constituye la base sobre la que se construye la nAch.

Los cursos son diseñados para conseguir esta alta nAch a través de tres objetivos:

- Enseñar a los participantes a aprender a pensar y a hablar como las personas con una elevada nAch.
- Aprender a actuar como personas con un alto nAch mediante la participación en diversas actividades. En estas actividades, realizadas a través de juegos de simulación empresarial, debían fijarse objetivos de producción y ganar o perder dinero, en función de que hubiera alcanzado o no los objetivos. Los participantes aprendieron a plantearse objetivos concretos para sus actividades económicas, tan específicamente que durante los siguientes meses podrían ir comprobando el grado en que estaban lográndolos. Estos objetivos eran revisados con entrevistas cada seis meses.

- Acomodar el valor de ser más emprendedor dentro de su red de valores de ayuda, estando relacionados con los objetivos de vida y sus normas de cultura.

McClelland (1987) señala que de esta manera se enseñaba a cada persona a conocerse, creándose un grupo de personas que aprendían sobre sentimientos, éxitos y fracasos suyos y de los demás, a través de una experiencia emotiva conjunta. Para ello, los participantes se vieron sometidos a modelos atrayentes de conducta emprendedora eficaz, recibiendo la visita de un emprendedor que había tenido éxito en los negocios y que exponía al grupo acerca de lo que había hecho.

El adiestramiento en nAch resultó eficaz en el incremento del nivel de la actividad económica, pero este incremento fue más amplio en quienes tuvieron la oportunidad de cambiar su conducta.

No obstante, Brockhaus (1982) criticó la eficacia de estos cursos, aunque sería conveniente seguir comprobando si permiten desarrollar personas con alta nAch en las zonas más desfavorecidas económicamente y, por tanto, mejorar la situación de las mismas.

b.- Críticas a la nAch.

La teoría de McClelland de nAch ha sido criticada principalmente por su metodología:

- Por la utilización de una prueba proyectiva como es el "Test de Apercepción Temática". Pues medir las necesidades mediante instrumentos proyectivos es muy pesado y el sustento de la teoría es inconsistente. La prueba "Miner Sentence Completion Scale From-T" determina el patrón motivacional de las personas y utilizada como instrumento de medida en la teoría de la motivación de la tarea, resuelve la crítica que se le ha hecho a la teoría de la nAch.

Miner (1990), utilizando la prueba "Miner Sentence Completion Scale From-T", observa que los emprendedores tienen puntuaciones más altas que los ejecutivos de las grandes empresas en lo que se refiere a la motivación total. Sin embargo Smith & Miner (1985) y Bellu (1988) en el análisis de las subsescalas (logro, aversión al riesgo, feedback de los resultados, innovación personal y planificación del futuro) se observa que la diferencia entre emprendedores y ejecutivos no es tan fuerte.

- Maehr (1984) le critica por sus tendencias etnocéntricas, es decir, la tendencia a construir la personalidad como una variable crucial. Además en algunas situaciones, no tener en cuenta el aumento de la ejecución en los individuos con baja nAch. Sin embargo, el modelo ha sido muy importante para comprender la motivación y muchos de los descubrimientos que sobre este tema están aún vigentes en los modelos contemporáneos.
- Scheinberg & MacMillan (1988) concentran sus investigaciones en los factores medioambientales y en las ayudas obtenidas, considerando que estos elementos son una mezcla de desencadenantes negativos y desencadenantes positivos que determinan el camino de la carrera del individuo y que pueden asociarse o no con el nivel de su nAch. Por ejemplo, en el estudio de Dess, Lumpkin & Covin (1997) se encontraron relaciones positivas entre la estrategia de la empresa y la actuación de dos variables: las condiciones medioambientales apropiadas y las estrategias de costo bajas.
- En contraste con los hallazgos anteriores hay investigaciones que no demuestran ninguna correlación entre la nAch y la actividad empresarial. En la revisión de Low et al. (1988) no encuentran que la nAch sea un factor diferenciador entre empresarios y no empresarios. Chell et al. (1991) mantienen que la razón por la cual en el Reino Unido las personas con un nivel alto de nAch no se encuentran en el mundo

empresarial, se debe a que en esta sociedad las posiciones gubernamentales han tenido culturalmente mayor prestigio.

- Otras críticas se dirigen a que algunos estudios sí han encontrado la nAch como característica importante para ser emprendedores, pero no han utilizado una muestra de no empresarios en esa misma investigación. Por ejemplo, Jacobson (1993) estudió cualitativamente a 6 emprendedoras que habían dejado sus trabajos como trabajadoras por cuenta ajena y que habían creado una empresa: en la investigación aparecía una fuerte relación entre éxito y la nAch. En esta misma línea, en el estudio de Wells (1994), realizado con 18 mujeres empresarias.

c.- Motivación de la tarea.

La teoría de la motivación de la tarea es sinónima a la teoría de nAch de McClelland. Smith & Miner (1984, 1985), Smith, Bracker & Miner (1987), Bellu (1988, 1992, 1993), Miner, Bracker & Smith (1989, 1992a, 1994), Miner (1990) y Bellu & Sherman (1993, 1995) detallan una serie de requerimientos informales que se deducen de un rol específico y de esos roles se derivan una serie de patrones de motivos que aseguran el cumplimiento de los mismos.

Miner²⁶ clasifica a los emprendedores en relación al tipo de motivación que le ha llevado a crear una empresa y a su capacidad organizativa. Este autor, considera que no existe una personalidad emprendedora única sino que existe un modelo múltiple, a diferencia Bellu.

Ripollés (1994) desglosa la teoría de Miner, Bracker & Smith explicando lo que está detrás de la relación rol-base motivacional, a través de cinco puntos:

- 1.- Que los individuos sean continuamente empujados hacia una tarea, para que eviten cualquier presión que les envuelva y les aparte del

²⁶ La clasificación de los emprendedores en relación al tipo de motivación se ha detallado en la página 65.

entorno de trabajo. La mayor fuente de este motivo es un deseo intrínseco de logro.

2.- Una aceptación limitada del riesgo, puesto que si aceptase un riesgo muy alto o muy bajo, no sentiría que ese logro era resultado de su propio esfuerzo.

3.- Establecer medidas para evaluar su actividad, lo cual es necesario para atribuir cierto nivel o grado de éxito y/o fracaso a su propio esfuerzo.

4.- Siendo un sistema de tarea los factores "pull" de logro individual que actúan solamente en la medida que el individuo pueda establecer una correlación personal. Las aproximaciones creativas y originales tienen una cualidad distintiva que hace más fácil identificarlas como propias y obtener un reconocimiento propio de ellas.

5.- Debe haber un deseo por planificar, por establecer objetivos personales que puedan significar logro, y establecer los medios de lograr esos objetivos. Ripollés (1994, pp.102-103).

d.- La necesidad de cumplimiento.

La necesidad de cumplimiento tal y como sostenía McClelland (1961) McClelland & Winter (1969) y por Gasse (1982a) es una forma de necesidad de nAch.

Una variante de esta tesis es la teoría del *valor de la esperanza* o *teoría de las expectativas* desarrollada por Vroom (1967), según la cual la motivación es principalmente un resultado de las creencias de los individuos sobre los resultados probables de sus acciones y del valor del incentivo que ellos ponen en estos resultados.

Por lo tanto, la fórmula que propone en su modelo es la siguiente:

$$M = R \times V$$

Las variables enunciadas se definen:

- R: Posibilidad de una cierta acción que conduce al resultado.
- V: Valor del resultado

Las personas se motivarán para comprometerse en aquellas tareas sobre las que valoran el resultado esperado; y estarán menos predispuestas para realizar las tareas cuyo resultados no valoran. El valor de la esperanza se basa en los propios juicios de la competencia para la acción y un rol interactivo con los resultados estimados; determinado, de esta manera, las tareas en que los individuos se comprometen a hacer; lo que Bandura (1986) señaló como: "las expectativas del resultado influyen en la motivación y predicen la conducta".

Tal y como señala Adler (1986) la posibilidad de (R) va a variar según los países, pues el grado de dominio que tienen los empresarios sobre su medio depende muchos de los valores culturales y de las condiciones socio-económicas locales o regionales.

Gasse (1982b) estudió la necesidad del cumplimiento bajo la necesidad de realización personal y concluyó que el excesivo celo de independencia, escape y cumplimiento desemboca en la soledad empresarial.

Ripollés (1994) indica que los elementos que influyen en la soledad empresarial son:

- La ausencia de compañeros en los que confiar.
- El deseo del emprendedor de proyectar una imagen de dureza.

- Valores conflictivos entre los emprendedores y sus familiares, y amigos.
- La necesidad de proyectar el logro individual.

d.- Pruebas que miden motivación

Los cuestionarios utilizados para medirla se recogen en el Cuadro 2.10.

Cuestionario	Localizado
Argyle et Robinson need-achievement questionnaire	Argyle & Robinson (1962)
Edwards Personal Preference Schedule (EPPS) de Edwards	Shaver & Scott (1991)
Lynn Achievement Motivation Questionnaire (LAMQ) de Lynn	Lynn (1969)
Mehrabian Achievement Scale (MAS) de Mehrabian	Shaver & Scott (1991)
Miner Sentence Completion Scale Form-T (MSCS Form-T)	Miner (1997)
Personality Research, Form-E (PRF-E) de Jackson	Shaver & Scott (1991)
Sentence Completion Test (SCT) de Mukjerhee	Shaver & Scott (1991)
Motivación (logro, poder y afiliación) de Steers et Braunstein	Robbins (1996)
Measure of Achievement Motivation Thematic Apperception Test-TAT	Smith (1973) ó en T.E.A.
Work and Family Orientation Inventory (WOFO) de Spence & Helmerich	Shaver & Scott (1991)

Cuadro 2.10.- Cuestionarios de motivación utilizado para emprendedores

2.4.2.- Necesidad de poder

McClelland (1965a) al estudiar a los emprendedores concluyó que la necesidad de poder es más moderada que la nAch en los empresarios. Estos buscan sobre todo la autonomía y el poder de decisión que acompaña a sus actuaciones. El que emprende no tolera la autoridad que podría ejercerse sobre él. La mayoría decidieron crear su empresa para convertirse en su propio patrón. Además, algunos comentan que suelen ganarse la adhesión de sus empleados en lugar de su sumisión.

Roberts (1968) y Waine & Rubin (1969) encuentran que los emprendedores tienen una nAch alta y una necesidad de poder moderada.

Brodsky (1993) concluye, al comparar la personalidad de los emprendedores y los gerentes de empresa medianas, que los primeros son

menos confiados y presentan un nivel superior de control sobre sus subordinados.

Gasse & D'Amours (1993) analizan la necesidad de poder en los emprendedores a través de las siguientes características:

- Control.
 - Movilizar y apropiarse de los recursos.
 - Organizar y coordinar las acciones.
 - Perseguir los objetivos que se ha propuesto.
 - Ser persuasivo y tener influencias.
- Protagonista.
 - Querer sorprender, asombrar.
 - Suscitar admiración, adulación.
- Estatus.
 - Asegurarse con una reputación de persona competente.
 - Mejorar su posición profesional.
 - Buscar la adquisición de un status social.
 - Desear que se le encuadre con símbolos que causan admiración.
- Competición.
 - Preocuparse por sus relaciones con los otros.
 - Triunfar sobre sus competidores y ganar sobre la marcha.
 - Jugar las reglas del juego de la competición.

Dyer (1993) explica esta necesidad de poder moderada. Por lo general, en cada etapa de la carrera los emprendedores se ven en la necesidad de depender de los conocimientos, recursos o experiencias de otros. A principio de su carrera emprendedora, tienen que formar redes de recursos, consultar a los familiares sobre las exigencias del trabajo y la familia, y desarrollar una buena relación laboral con los socios u otros inversionistas. Con el tiempo, el emprendedor tendrá que ser más hábil para formar un equipo que dirija las

diversas facetas de su negocio y crear foros como juntas administrativas, consejos familiares, y comités de administración que solucionen los dilemas. Para poder lograrlo, debe pedir colaboración. Esto no significa que deba permitir a todos los empleados o familiares participar en la toma de decisiones, ni que deba ceder el control. Lo que se quiere decir es que los emprendedores deben tener la capacidad de reconocer en qué momento necesitan ayuda, emplear su influencia y contactos para obtener esa ayuda, y aprovechar la alternativa de formar un grupo para ayudar a resolver parte de sus dilemas.

Además, indica que existen dos clases de emprendedores teniendo en consideración el tipo de poder, ya sea personal o social:

- El poder personal. Aquellos que lo poseen disfrutan del hecho de ejercer el poder para beneficio propio, a menudo a expensas de los demás. Los emprendedores autoritarios presentan una necesidad continua de supervisar y parecen disfrutar de este tipo de poder, lo que provoca resultados negativos en las personas que los rodean.

McKenna (1996), opina que los resultados obtenidos por este tipo de personas pueden tener dos sentidos dentro una misma dirección por un lado, debilitan la confianza y autoestima de los que están a su alrededor volviéndolos desconfiados y recelosos, y otro lado, pueden sacar adelante la empresa en momentos de crisis.

- El poder social. Aunque quienes lo poseen disfrutan al ejercer el poder, lo hacen para beneficio de quienes les rodean, es decir, de su familia y de su organización. Se observa que este tipo de emprendedores preparan sus empresas para la sucesión, pues comparten la información, planifican y preparan a sus sucesores, convirtiéndose en sus tutores.

2.4.3.- Necesidad de afiliación.

Se entiende por afiliación el deseo de tener relaciones interpersonales amistosas y cercanas, en el caso de los emprendedores la necesidad de afiliación es baja. Gasse & D'Amours (1993) concluyen no debe confundirse con la capacidad de comunicación que les convierte en personas generalmente hábiles para integrarse en los grupos, unirse a los socios eventuales o encontrar relaciones útiles para su red.

Peterson & Ronsttat (1990) sintetizan necesidad de afiliación en los emprendedores, en las siguientes características:

- Pertenencia.
 - Tener una débil necesidad de afiliación.
 - Querer conservar una autonomía de acción.
 - Ser un gran comunicador.
 - Incorporarse a los acontecimientos sociales.
- Aprobación, apoyo.
 - No ser conformista.
 - Manifestar una gran independencia espiritual.
 - Buscar el apoyo de algunos asociados o de un consejero.
 - Buscar las ventajas de las organizaciones de emprendedores.
 - Tener ayudas de reserva.

2.4.4.- Locus de control

Heider en 1958 fue el primero que describió los procesos de atribución para explicar la actuación de los emprendedores, ejerciendo una gran influencia en investigaciones posteriores.

Rotter (1966) propone este concepto para hacer referencia al grado en que un individuo percibe el éxito y/o fracaso de su conducta como

dependiente de sí mismo (locus de control interno) o del contexto (locus de control externo).

Las personas con locus de control interno sienten que ellas controlan su vida y se creen dueños de su propio destino. Sin embargo, con locus de control externo piensan que otros controlan su vida y, por lo tanto, se ven a sí mismas como peones del destino y creen que lo que les sucede en la vida es producto del azar.

Katowsky, Crandall & Good (1967) sugieren que el locus de control empezaba a estabilizarse alrededor de los ocho años y que se estabilizaba entre la de edad de los ocho a quince años. Furnham (1990) encuentra que la nAch y el locus de control se conserva durante la edad adulta, pero aumenta en el mismo sentido con la edad.

Lefcourt & Steffv (1970) y Shapero (1975) concluyeron que el locus de control es una características estable que influye en la conducta.

Hersch & Shiebe (1967); Spector (1982) y Spector & Blau (1987) en sus investigaciones comparan las personas que "internalizan" con las que "externalizan". Han demostrado que los individuos que califican alto la exteriorización están menos satisfechos con su trabajo, tienen porcentajes de absentismo más altos, están más alejados del medio de trabajo y están menos involucrados con su trabajo que los internos.

Rotter (1987) señaló la hipótesis de que la diferencia entre el locus de control interno y externo en los individuos era explicable mediante factores culturales .

Furnham (1987) relaciona el locus de control interno con el trabajo según la ética protestante. Furham (1990) señala otras características de las personas, que "internalizan" o "externalizan" que encuentran resumidas en el Cuadro 2.11.

& D' Amours (1993) señala las siguientes características para analizar el locus de control en los emprendedores:

- Un locus de control interno.
 - Capacidad para detectar la realidad.
 - Fe en sí mismo²⁷.
- El esforzarse forja el porvenir, pues con la persistencia se consiguen resultados.

Personas con	
Locus de control interno	Locus de control externo
- Buscan información de forma más activa antes de decidir; están más motivados para lograr sus objetivos; y realizan más intentos por controlar su ambiente.	Son más complacientes. Están más dispuestos a seguir instrucciones.
- Se actualizan más en su actividad.	
- Desempeñan bien tareas complicadas, que incluyen los puestos administrativos y profesionales, que requieren del procesamiento y aprendizaje de información compleja.	
- Son más aptos para puestos que requieren iniciativa, independencia de acción, autonomía y liderazgo.	Desempeñan bien puestos que están estructurados y rutinarios, y donde el éxito depende del cumplimiento de las instrucciones guiadas por otras personas

Cuadro 2.11.- Características de las personas según su locus de control (Furham, 1990).

²⁷ Una mayor profundización en el concepto de fe en sí mismo puede consultarse en Ward (1993): "Motivación of expansion plans of entrepreneurs and small business managers" en *Journal of Small Business Managemet*. January. 31 (1), 32-38.

El Cuadro 2.12 recoge estudios que apoyan la hipótesis de que los emprendedores suelen explicar el éxito, de su empresa, a través de sus formas de actuación y se atribuyen sus logros (locus de control interno).

ESTUDIO	PAÍS	PORCENTAJE
Levenson (1973)		Los emprendedores presenta un locus interno mientras que la población general exhibe una orientación de control externa.
Hornaday & Knutzen (1986)		
Brockhaus & Horwitz (1986)		
Timmons (1978)		Han verificado la internalidad de los emprendedores frente a otros grupos sociales.
Cromie & Johns (1983)		
Venkatapathy (1984)		
Ahmed (1985)		
Gartner (1985)		
Perry (1990)		
Shaver & Scott (1991)		
Stipek, Weiner & Li (1989)		Los emprendedores chinos puntúan con mayor los de control interno que otros profesionales chinos.
Bonnet & Furnham (1991)		Los jóvenes que deseaban ser empresarios tenían un locus más interno y una creencia más fuerte de que tenían que trabajar duro que los que no lo deseaban.
Gartner & Shaver (1991)		El 100% de los franquiciadores asistentes a una feria explican la decisión de la creación del negocio en términos de atribución interna.
Kaufmann, Welsh & Bushmarin (1995)		Los emprendedores rusos mantienen una mayor internalidad que la población general.
Gatewood et al. (1995)		Los emprendedores presentan internalidad. Las mujeres emprendedoras presenta una atribución interna superior a los hombres
Kimmel & Shaver (1998)		
Engle, Mah & Sadri (1996)		El locus de control interno de los emprendedores es superior al de los empleados.

Cuadro 2.12.- Investigaciones que verifican el locus de control interno de los emprendedores y/o emprendedoras.

a.- Relación del locus de control con otras variables.

- La relación del locus de control y la nAch

Rotter (1966) concluye que estas dos características se relacionasen positivamente, en sentido de que las personas que tienen una nAch alta confían en sus propias habilidades para controlar el resultado de sus esfuerzos.

El Cuadro 2.13 recoge, de forma resumida, investigaciones que relacionan el locus de control y nAch.

LOCUS CONTROL - MOTIVACIÓN DE LOGRO	
A FAVOR	EN CONTRA
- Borland (1975), sugiere que el locus de control era un mejor predictor para las intenciones de creación de una empresa que la nAch.	- Hull, Bosley & Udell. (1980) discrepan de Borland, señalando que no encontraron ninguna relación entre el locus de control y la decisión final de montar una empresa, aunque si coincidían en que el nAch no es la variable más importante.
- Pandey & Tewary (1979) concluyen que las personas con una fuerte nAch tienen índices de control interno elevados.	
- Brockhaus (1980 b) encontró que el locus de control de los fundadores exitosos, mínimo de tres años con su empresa, era más interno que en los empresarios infructuosos.	
- Sexton & Bowman (1984b) consideran que el locus de control y la nAch son características generales de éxito, es decir, que no son exclusivas del empresario.	- Jourdan (1987) encontró una relación significativa entre el éxito empresarial y el locus de control, pero no con la nAch.
- Chay (1993) encontró, al estudiar empleados autoempleados individuales y autoempleados de pequeñas sociedades, que las personas que reciben apoyo social puntúan más elevado en nAch, presentan un locus de control interno mayor y puntúan alto en extraversión.	

Cuadro 2.13.- Investigaciones a favor y en contra de la relación entre locus de control y nAch.

En esta misma línea Weiner (1974, 1986) concluye que aunque las personas tienden a atribuir los éxitos que obtienen a su propia habilidad, la atribución de sus fracasos cambia según nivel de nAch que tengan las personas. Los que poseen una nAch más elevada tienden a atribuir los fracasos a falta de esfuerzo, es decir, a causas internas (variable controlable). Mientras que las personas con una nAch baja tienden a atribuir dicho resultado a la falta de habilidad o, eventualmente, a causas externas (variable no controlable).

- La relación entre el locus de control y autoconfianza.

La autoconfianza que tienen sobre ellos y sobre sus capacidades es uno de los pocos puntos en común, en el que están de acuerdo los investigadores.

El logro de sus deseos afecta sobre sus propios objetivos, que son unos motores inagotables de autorrealización. Un optimismo constante guía al emprendedor sobre el curso de sus aprendizajes, en los cuales él se empeña en progresar y superarse, esperando hacerlo cada vez mejor. Una gran voluntad de logro alimenta también la autoconfianza del emprendedor. Esta les otorga la fuerza necesaria para recuperarse cuando sufren una seria derrota o una decepción.

Pero esta aparente confianza puede ser engañosa, pues su conducta tal vez se deba a una reacción de un desencadenante negativo y no necesariamente a la seguridad sobre sí mismos.

Gasse (1982b) nos indica que para "el típico emprendedor, los eventos de la vida cotidiana que le proporcionan confianza están en gran medida determinados por la acción de los propios individuos" (Gasse, 1982b, p. 4). La persona está centrada en la creencia de que ella puede controlar su vida.

Además, su autoestima aparece muy desarrollada, tienen consciencia de su valor personal y están convencidos de poder conseguir el éxito con su esfuerzo personal. Esta gran seguridad la van adquiriendo a medida que van teniendo éxito, al hilo de lo cual el emprendedor va comprobando su eficacia.

Kets de Vries & Miller (1985) y Kets de Vries (1995) observaron que algunos emprendedores neutralizan sus sentimientos de baja autoestima, inferioridad e impotencia a través de un control excesivo y energía. Los creadores de empresa parece que no pueden trabajar en situaciones estructuradas. Su autoestima podría ser una disposición narcisista reactiva, en la cual se busca continuamente un público que le asegure su frágil ego.

Singh (1991) concluye que los emprendedores indios con industrias pequeñas tienen una alta autoestima, un buen estado emocional y una mejor educación que sus congéneres. Además son despiertos, puntuales y competitivos.

- Relación con otras variables

Weiner, Russell & Lerman (1978) analizaron las posibles causas de fracaso de los emprendedores que podrían estar relacionadas con la falta de habilidad, con el esfuerzo realizado, con la dificultad de la tarea, con la mala suerte y con otros impedimentos. Los resultados concluyen que las causas del fracaso o del éxito, siguiendo estas líneas, pueden agruparse en tres dimensiones teóricas:

- Estabilidad: estable frente a inestable.
- Lugar de la causa: interna frente a externa.
- Intencionalidad: la persona se involucra para influir en el proceso, el resultado, o la combinación de ambas.

Churchill (1991) afirma que el locus de control interno hace que el emprendedor organice su empresa de una manera centralizada, lo que le permite operar efectivamente y crecer en su etapa inicial. Sin embargo, cuando la empresa ya está creada y comienza a crecer, ese alto nivel de centralización se convierte en un obstáculo, disminuyendo sus posibilidades de éxito.

b.- Críticas al locus de control en relación con los emprendedores.

- Begley & Boyd (1986) consideran que el control interno, tal como lo definió Rotter, no es una condición exclusiva de los emprendedores. Pues los ejecutivos, que plantean su dirección de forma estratégica, tienen en cuenta que pueden modelar su futuro. Los resultados concluyen que entre emprendedores y los directivos de grandes empresas no se observan diferencias significativas en el locus de control.

- Chell et al. (1991) indica que no puede generalizarse el locus de control de los emprendedores, pues hay que tener en cuenta el ámbito comercial en el que se mueven. Por un lado, algunos ambientes son más competitivos que otros; por otro, existen fluctuaciones de carácter temporal dentro del proceso empresarial. Por lo tanto, el emprendedor tendrá que tener en cuenta este elemento. Es más, el locus de control está relacionado con las conductas comerciales como son la confianza, la resolución, la calidad de la toma de decisiones y el éxito comercial. Sin embargo, esta información no puede recogerse por medio de escalas de personalidad.
- Furnhan (1986) indicó que el carácter unidimensional del cuestionario de locus de control desarrollado por Rotter (1966) constituía una debilidad, porque parece que los emprendedores, principalmente, observan la oportunidad. En estudios posteriores Furnham desarrolló su escala de locus de control multidimensional, con las dimensiones de internalidad, oportunidad, externalidad y rechazo. Encontró diferencias significativas utilizando las variables demográficas de sexo, edad, educación y conducta de las personas con derecho a voto. En esta misma línea, Strickland (1989) considera que la prueba de internalidad-externalidad no puede realizar predicciones válidas en relación a la creación de empresas por parte de un emprendedor.
- El mismo Rotter (1990) consideró que su prueba de locus de control no era adecuada, porque trataron de estudiar con ella una sola conducta en una gran variedad de situaciones, pues sólo se tenía en consideración la situación en la que se analizaba un logro escolar o un logro político.

c.- Pruebas que miden el locus de control.

El cuadro 2.14 recoge cuestionarios que miden el locus de control en emprendedores.

Nombre del cuestionario	Localizado	
- External Control and Internal Control de Rotter		<i>Rotter (1966) en Psychology today</i>
- Levenson Internal-External Instrument: P(Powerful Others) Scale		<i>Levenson (1973)</i>
- Levenson Internal-External Instrument: C(Chance) Scale		
- Levenson Internal-External Instrument: I (Internal) Scale		<i>Levenson (1973)</i>
- Paulhus Spheres of Control (SOC)		<i>Paulhus (1983)</i>

Cuadro 2.14.- Cuestionarios que miden el locus de control en emprendedores.

2.4.5.- Perseverancia.

La perseverancia consiste en la firme persecución de un objetivo. La resolución positiva está renovada en cada nueva etapa. Es un trabajador que no se deja abatir fácilmente. La persistencia constante será el más fuerte predictor del éxito en su faceta emprendedora. Se manifestará por una voluntad constante de buscar los enfoques diferentes y métodos nuevos en la resolución de problemas, pues tiene la firme determinación de lograr el objetivo a pesar del sacrificio personal. Esta cualidad es denominada por Gasee & D'Amours (1993) bajo el termino tenacidad.

La perseverancia se ha investigado a través de analizar el tiempo que los empresarios se encuentran involucrados en su lugar de trabajo.

Hornaday & Aboud (1971), analiza la perseverancia, a través de la energía contabilizada a través del horario aplicado a la jornada laboral. Estos autores concluyeron que más larga que la de los asalariados y mucho más al comienzo del negocio. Su jornada correspondía a 69 horas/semana. Sus sensaciones se centraban en que su labor empresarial no interfería con su vida familiar, y que no eran unas personas modificadoras.

Eden (1973, 1975) concluye que los emprendedores son capaces de soportar un ritmo acelerado durante periodos relativamente largos en mayor

medida que los empleados por cuenta ajena. Los emprendedores demuestran una capacidad de trabajo fuera de lo común pues tienen semanas laborales de 60 horas o más, duermen menos de lo normal, raramente tienen vacaciones durante los primeros años en el que han puesto en funcionamiento su empresa y realizan más desplazamientos. A pesar de ello, perciben mayores oportunidades para desarrollar sus habilidades especiales, informan que tienen mayor libertad y autonomía. Respecto al absentismo que ocasionan las enfermedades comunes se observa que se ausentan menos del trabajo y la razón es que se sienten imprescindibles. Estas mismas conclusiones las ha obtenido Gasse (1985).

En esta misma línea, Hammermesh (1990) y Chay (1993) observaron que existía una diferencia de 17 horas y media adicionales por semana trabajadas por los emprendedores, con respecto de los trabajadores por cuenta ajena.

Chay (1993) no encontró ninguna diferencia respecto a la salud psíquica entre emprendedores y autoempleados. Eden (1975) concluyó que debido a la mayor inversión de energía física y psicológica, los emprendedores "no podían cercenar los resultados psicológicos más positivos de su actividad" (Eden, 1975, p. 92).

La perseverancia se encuentra matizada por la teoría de las expectativas de Vroom (1967). Fishbein & Ajzen (1975), Feather (1982, 1986) y Francès (1987) concluyen que la perseverancia, es decir el esfuerzo o la motivación por una acción o una estrategia determinada, estará simultáneamente influenciado por un lado, por la importancia que el individuo otorga al objetivo y sus consecuencias, y por otro lado, por la posibilidad percibida de que ese comportamiento contribuirá efectivamente al logro del objetivo planteado.

Cromie (1987) analiza los motivos que los emprendedores señalan para la creación de sus negocios. Estos son en orden descendente:

surgimiento del deseo de autonomía, logro personal, descontento con el trabajo actual, deseo de ganar dinero o infelicidad en su carrera personal. Por lo tanto, la teoría de las expectativas pone de manifiesto que los objetivos que se marca este individuo cuando fija una tarea, tienen que ser posibles, accesibles y entendibles desde el punto de vista real. Si éstos no están a su alcance, pierde interés y abandona el proyecto.

Domínguez & Hernández (1994) analizaron la personalidad de 72 emprendedores mejicanos. Ésta fue medida sólo a través de 6 de los 16 factores de la escala de personalidad de Cattell. Los factores elegidos fueron: la fuerza del yo, dominancia, sutileza, impulsividad, lealtad grupal e inteligencia. Los emprendedores puntuaron por encima de la media en todos los factores, excepto en sutileza que puntuaron por debajo de la media.

Schein (1994) observa que los nuevos creadores de empresa poseen una indeleble autoconfianza, una energía inagotable, gran asertividad, una perseverancia a toda prueba y demuestran una rara tolerancia al estrés.

Filella (1997) concluye que a pesar de ser distinta la cultura americana de la hispana existe una semejanza en relación al perfil de los emprendedores, e identifica al emprendedor con el adjetivo inglés "*resourceful*" equivalente a los dichos castellanos: *sacar fuerzas de flaqueza o hacer de tripas corazón*. Datos similares han sido obtenidos por Ariza & Molina (1999). En este mismo estudio Filella (1997) replicando el estudio de Reynierse (1997) con emprendedores y directores españoles, obtiene los mismos resultados. concluyó que el emprendedor español puntúa alto en Extroversión, Intuición, Pensamiento y Percepción. Por el contrario, los directores tenían un perfil caracterizado por la Introversión, la Sensorialidad, el Pensamiento y el Juicio. Sin embargo, el factor que distinguió los dos tipos de personalidad emprendedora fue la polaridad "Juicio-Percepción".

2.4.6.- Percepción del riesgo ²⁸.

Knight en 1921, según se recoge en Álvarez (1992), resalta la idea de que lo que caracteriza la actividad empresarial es la incertidumbre. La actitud positiva hacia la toma de riesgos está relacionada con la nAch y ésta se ha considerado tradicionalmente como una característica de los emprendedores.

McClelland (1961[1968]) encontró que las personas con nAch alto tienen a su vez una propensión moderada de riesgos. El individuo al llevar a cabo proyectos que le hagan sentirse realizado toma decisiones frente a situaciones moderadas de riesgo. Además, considera que:

La adopción de decisiones en ambiente de incertidumbre es uno de los aspectos que definen el rol empresarial, ya que si no existe una incertidumbre significativa, si la actuación adecuada al caso implica la aplicación de un procedimiento conocido, por muy complicado que sea, en orden a producir un resultado conocido y predecible, no puede decirse que ello lleve implícito un espíritu empresarial" (McClelland, 1961[1968], p. 401).

Palmer (1971, 1987), Brockhaus (1982), Brockhaus & Horwitz (1986), Mancuso (1987), Bird (1989) y Scherer, Adams & Wiebe (1989) indican que el emprendedor busca el desafío, calcula metas alcanzables, tolera la ambigüedad, acepta el riesgo calculado (el riesgo que se administra) y estos aspectos son los que realmente le permiten seguir adelante. La aceptación del riesgo es percibida como necesaria para la consecución de los objetivos propuestos pues antes de poner en marcha una empresa considera su situación actual y la posibilidad de sacar adelante su aventura.

Ray (1986), Baumbach & Mancuso (1987), Corman et al. (1988) y Cooper, Woo & Dunkelberg (1988) observan que una vez que los

²⁸ Jiménez (1988) y Yates & Stone (1992) coinciden en definir el riesgo como el grado de disposición que tienen las personas para asumir situaciones en las cuales su resultado es incierto.

emprendedores cuando han tomado la decisión no perciben el elevado riesgo que supone la creación de una empresa. Además, los últimos investigadores observaron que el emprendedor es optimista por naturaleza puesto que exageraba las consecuencias positivas de las mismas, e incluso percibía que las posibilidades de éxito de su empresa eran superiores al resto de empresas de su mismo sector, pero se muestra prudente frente al riesgo.

El emprendedor es percibido por los demás como una persona que acepta un alto riesgo. Bermejo, Rubio & Vega (1996) señalan que esta percepción puede deberse a que las personas se fijan en que el emprendedor arriesga sus relaciones personales, relaciones de confianza que pueden verse dañadas en el supuesto del fracaso, ya que su propio prestigio personal y profesional está en juego, sin hablar de su patrimonio personal y del de sus socios.

Liles (1974) centra los riesgos en los siguientes aspectos:

- Riesgo de capital financiero.
- Riesgo de sus oportunidades de promoción y de hacer su carrera por cuenta ajena.
- Riesgo de sus relaciones familiares.

Veciana (1989) añade un cuarto elemento, al que denomina, el riesgo de su bienestar psíquico.

Brockhaus (1980c) y Yates & Stone (1992) identifican en la estructura de la percepción del riesgo, independientemente del tipo que sea, tres elementos: las pérdidas potenciales, la importancia de esas pérdidas y la incertidumbre de esas pérdidas.

Gasse & D' Amours (1993) analizan el riesgo en los emprendedores a través de las siguientes características:

- La percepción del riesgo.

- La aceptación del riesgo personal (psicológico y social).
- El riesgo calculado y que se administra prudentemente.
- La contrapartida de satisfacciones y éxitos previstos.

Parker (1997), en sus investigaciones sobre el autoempleo, destaca como variables importantes para la creación de empresa: los riesgos y los ingresos que se obtienen. Concluye que los gobiernos deberían tener en cuenta estas variables dentro de su política económica para favorecer la actividad emprendedora pues el grado de riesgo aceptado por los emprendedores se justifica por la importancia de las ventajas obtenidas.

Los Cuadro 2.15a y 2.15b recogen estudios que apoyan la hipótesis de que los emprendedores suelen explicar el éxito, de su empresa, a través de su percepción del riesgo.

Autores	Estudios	Observaciones
Brockhaus (1980a)	Administró la encuesta de la selección de dilemas desarrollado por Kogan & Wallach (1964). No encontró ninguna diferencia entre los gerentes y los emprendedores en cuanto diferencias en la aceptación del riesgo.	El hecho de que no se pueda discriminar entre estos dos grupos no está en contradicción con la aceptación de un riesgo moderado.
Brockhaus (1980b)	Replicó su estudio, pero esta vez entre emprendedores que habían mantenido su empresa durante tres años, al menos, y emprendedores que habían cerrado antes de cumplir tres años. El resultado que obtuvo fue el mismo, es decir, que no encontró diferencias significativas entre ambos grupos.	La aceptación del riesgo no debe de relacionarse con la decisión de crear una empresa o con el éxito de la misma.
Meredith, Nelson & Neck. (1982)	Han defendido que cualquier tarea comercial está relacionada con el riesgo, por lo tanto el emprendedor es el que acepta riesgos calculados. Pues, ellos disfrutaban con la excitación que les provoca un desafío.	
Stevenson (1983)	Define la relación empresarial como la persecución de una oportunidad sin tener en cuenta recursos actualmente controlados. Los gerentes no la ven.	Los emprendedores persiguen oportunidades de negocio que otros ven como algo arriesgado.

Cuadro 2.15a.- Estudios sobre la percepción del riesgo.

Autores	Estudios	Observaciones
---------	----------	---------------

Timmons, Smollen & Dingee (1985)	No observó diferencias significativas entre la conducta que se manifestaba entre los empresarios y los directores, ante una situación de incertidumbre.	Ambos aceptan riesgos calculados pues desean desafíos viables.
Palom Izquierdo (1987)	El emprendedor no está polarizado hacia los riesgos, sino hacia la oportunidad.	
Corman, Perles & Vancini (1988)	Observaron que 213 emprendedores de alta tecnología no percibían estar haciendo algo arriesgado en sus actuaciones.	En lugar de analizar la asunción del riesgo, se podría estudiar los procesos cognoscitivos involucrados como por ejemplo autoeficacia
Scott (1996)	Se utilizó la prueba de Dilemas de Kogan & Wallach. Obtuvo que los varones que se consideraron emprendedores seleccionaban más alternativas arriesgadas en relación al riesgo empresarial que en relación al riesgo personal	A nivel conceptual hay que plantear las instrucciones a nivel personal o a nivel de personalidad empresarial, pues no aparecen las mismas conclusiones.
Shapira (1995)	Observó que los emprendedores cuando empiezan un negocio no suelen tener inversores, ni empleados; el riesgo que corren sólo les afecta a ellos. En cambio los gerentes ven involucrada su carrera futura, pues dependen de la aprobación de un superior y sus errores comprometen a otras personas.	
Lumpkin & Dess (1996)	Defendieron, que en la actualidad, una dirección cuidadosa y prudente del riesgo puede ser vital para el éxito de empresas establecidas en un mercado rápidamente cambiante.	
Mullins & Forlani (1998)	Señalaron, en su estudio de 100 empresarios y 25 gerentes, que las percepciones de riesgo y la conducta arriesgada de los empresarios no difiere de aquellos gerentes de empresas establecidas. Los empresarios, sin embargo, son más circunspectos en sus valoraciones de potencial.	Este estudio recoge otros factores contextuales (incentivos, procesos de decisión de grupo) que influyen en la conducta de riesgo.

Cuadro 2.15b.- Estudios sobre la percepción del riesgo.

b.- Relación del locus de control con otras variables.

- Relación entre riesgo y nAch.

Miner, Smith & Bracker (1994) estudiaron a 118 emprendedores y 41 gerentes científicos concluyendo que el crecimiento de su empresa correlacionaba la nAch con la aceptación moderada de riesgos del emprendedor.

- Relación entre riesgo y locus de control interno.

Los estudios de Lefcourt & Steffy (1970), Shapero (1975), Pandey & Tewary (1979), Brockhaus (1980c) y Miller, Kets de Vries & Toulouse (1982) centran sus investigaciones en que los emprendedores son personas que poseen un locus de control interno alto y aceptan riesgos moderados. En esta misma línea se encuentran las investigaciones de Krasner (1986). Este último autor señala que los emprendedores no se arriesgan si creen que las causas que producen el éxito o fracaso no depende de ellos; por el contrario, si creen que su influencia determina el resultado de su acción, asumirán más riesgos.

Varela & Jiménez (1986) estudiaron a 100 autoempleados y 100 autoempleadas, concluyendo sobre la percepción del riesgo que el 72% de los hombres y el 71% de las mujeres señalaron que no habían sentido la posibilidad de arriesgarse ante la creación. Además observaron que el 86% de las autoempleadas frente al 61% de los empresarios tenían mucha confianza en el éxito del negocio y no se preocuparon por el problema del sostenimiento de la familia. Estos autores aconsejan que se debe motivar a los jóvenes pues al no tener responsabilidades económicas ni familiares, la percepción del riesgo es menor.

b.- Críticas a la evaluación de la percepción del riesgo.

Casi todos los autores reconocen que la creación de nuevas empresas involucra el riesgo, pero dirigen sus crítica hacia la metodología utilizada en las investigaciones.

En la mayoría de las investigaciones realizadas sobre la propensión del riesgo del emprendedor, recopiladas por Brockhaus (1980a) y por Brockhaus & Horwitz (1986), se observa que la prueba empleada ha sido alguna versión de la Encuesta de Dilemas (CDQ) de Kogan & Wallach (1964). Esta prueba consiste en la presentación de doce viñetas. En cada una de ellas se presenta una acción con un protagonista que intenta decidir sobre la

situación más adecuada en cada momento. Las respuestas vienen promediadas en función de las probabilidades requeridas para el éxito y se interpretan como la propensión a la aceptación del riesgo.

Entre las críticas que se presentan al CDQ tenemos:

- Los juicios emitidos se refieren a la supuesta opinión de otra persona, pero se interpretan incorrectamente como las opiniones de la persona que realiza la elección. En la variable dependiente puede tener peso el planteamiento de la pregunta ¿que haría la mayoría de la gente ante...?, la respuesta se asocia con las propias tendencias del individuo, pero no se tiene en cuenta la deseabilidad social.
- Se utiliza una prueba para medir aspectos para los que no fue diseñada, pues en un primer momento Kogan & Wallach utilizaron el CDQ como vehículo para medir el cambio en el riesgo producido por efecto de una discusión.
- Cada viñeta puede tener múltiples argumentos. Por lo tanto, en función de cada argumento, puede producirse una actitud hacia el riesgo o hacia el aspecto conservador. Es más, Burnstein & Vinokur (1977) demostraron que un participante podía cambiar la dirección, arriesgada o conservadora, dependiendo de la relación entre su argumento y el argumento que le asignaba el grupo a esa viñeta.

c.- Pruebas utilizadas para medir la percepción del riesgo.

Las pruebas utilizadas para evaluar la percepción del riesgo en los emprendedores se recogen en el cuadro 2.16.

Nombre del cuestionario	Localizado
- Choice Dilemmas Questionnaire (CDQ)	Kogan & Wallach Frontiers of Entrepreneurship
- Escala de actitud sobre asunción del riesgo	<i>Eguía Fernández</i> (1994)
- The Herrmann Brain Dominance Inventory (HBDI)	http://www.internet\ftp\public_html\herrmann.html http://www.hhbi.com

Cuadro 2.16.- Cuestionarios de percepción del riesgo utilizado con emprendedores.

d.- Teoría de Atkinson sobre las expectativas y la aceptación moderada de riesgos.

En el modelo de Atkinson (1964) se observan tres determinantes principales de la orientación de la conducta hacia el logro:

- Motivo de logro.
- Expectativa o probabilidad de éxito.
- Valor del incentivo de éxito.

Si en la teoría de McClelland se observa que las personas con un nAch alto tienen una propensión moderada de riesgos, en este modelo se desarrolla con una mayor precisión matemática. Atkinson & Birch (1979) presenta un modelo formal que explica la predicción de la preferencia por un riesgo moderado. Así supuso que:

La intensidad de la tendencia de logro en una tarea, o la intensidad de preferencia por diversas tareas, es una función conjunta del motivo de logro, la expectativa o probabilidad de éxito y el valor del incentivo del éxito. Es decir, suponía que el valor del éxito es directamente proporcional a su dificultad (Atkinson & Birch, 1979, p. 64).

Por lo tanto, la fórmula que propone en su modelo es la siguiente:

$$T_s = M_s \times P_s \times I_s$$

Las variables enunciadas se definen:

- T_s : tendencia para lograr el éxito a través de la realización de una actividad.
- M_s : la nAch es una característica estable de cada persona y la posee en todo momento.

- P_s : probabilidad de lograr el éxito cuando se realiza una tarea. Puede tomar los valores entre 0.0 y 1.0.
- I_s : valor del incentivo, es decir, el valor de la parte de éxito que una persona puede atribuir a su actuación.

Entre las variables I_s y P_s existe una relación de dependencia, pues el valor de incentivo (I_s) depende del grado de dificultad de la tarea (P_s); de manera que $I_s = 1 - P_s$, cuanto más baja sea la probabilidad de lograr el éxito, más alto es el valor del incentivo. Por lo tanto, se puede afirmar que cuanto más difícil sea realizar una tarea, mayor será el grado de satisfacción personal que obtenga.

El valor máximo se alcanzará cuando $P_s = 0.50$

Otra fórmula que propone en su modelo es la tendencia a evitar el fracaso a través de la realización de una actividad y es definida de manera similar.

Siendo su fórmula

$$T_f = M_f \times P_f \times I_f$$

Las variables enunciadas se definen:

- T_f : tendencia para evitar el fracaso a través de la realización de una actividad.
- M_f : el motivo para evitar el fracaso.
- P_f : probabilidad de fracasar cuando se realiza una tarea. Puede tomar los valores entre 0.0 y 1.0.
- I_f : valor de la parte de fracaso que una persona puede atribuir a su actuación.

Esto significa que el fracaso en una tarea fácil, con una alta probabilidad de éxito, es más "embarazoso" que el fracaso en una tarea difícil.

El valor máximo se alcanzará cuando $P_r = 0.50$.

Si $T_s > T_f$ entonces el individuo realizará la tarea.

Atkinson & Birch (1979) y Bruns & Kippenberg (1988) utilizan el modelo de la Teoría de Atkinson para analizar en los emprendedores la aceptación de riesgo, concluyendo que se verifica la fórmula al producirse una aceptación moderada de riesgos en la actividad empresarial.

Olson (1987) y Baumbach & Mancuso (1987) comparan la propensión hacia el riesgo de los directivos de empresas, frente a los emprendedores. Concluyen que los últimos prefieren un nivel de riesgo moderado.

2.4.7.- La innovación

Servan-Schreiber (1969, 1991) señala que una de las principales fuentes de riqueza y beneficios de la empresa moderna, es la innovación y que el creador de un procedimiento nuevo se encuentra en una situación de fuerza en relación con sus competidores.

Esta línea emprendedora de innovación fue desarrollada por primera vez por el economista francés Baudeau (1730-1792) que proyectó el sentido del empresario innovador. Su idea, desarrollada en Chell et al. (1991), consistía en que el autoempleado era una persona que inventa y aplica nuevas técnicas para reducir sus costos y por eso mejora sus ganancias. Esta idea es la que define el movimiento de los fisiócratas²⁹. Para conseguir estos aspectos identificó ciertas habilidades e inteligencia. A través de tales habilidades, el empresario puede ejercer un grado de mando por encima de algunos sucesos económicos.

²⁹ Fisiócratas: Son los partidarios del sistema económico que atribuía exclusivamente a la naturaleza el origen de la riqueza. Dividen la sociedad en tres clases: agricultores, propietarios y clase estéril.

Solamente los agricultores incrementan la riqueza de la sociedad, debido a que sólo ellos le dan un producto neto año tras año. La clase estéril son los que producen artículos elaborados o semi-elaborados, los que transportan esos artículos, los que los venden y todos los prestadores de servicios. Los propietarios son hombres privilegiados que forman una clase aparte de todos los demás.

Schumpeter entre 1923 y 1929, recogido por Nueno (1994), posteriormente, desarrolla la teoría del "empresario-innovador" introduciendo, a la corriente económica, elementos psicológicos como la innovación en el estudio del campo empresarial.

Schumpeter (1934 [1978]) señala que la innovación debe ser permanente. Si un emprendedor es la persona que hace nuevas combinaciones, en el momento que vuelve a utilizar una combinación por segunda vez deja de mantener su actitud emprendedora. Por lo tanto, si un empresario quiere mantener su identidad emprendedora, deberá usar los beneficios de anteriores innovaciones para innovar en nuevos productos. En esta línea se afirma que se pierde el carácter emprendedor en cuanto se siguen rutinas de comportamiento y el individuo se dedica a actuar como los demás. Esta teoría es rebatida por Corley (1993) y Lumpkin & Dess (1996).

Estas estrategias creativas son estilos y no capacidades; por ello, no se habla de capacidad creativa, sino de estilo creativo.

Kogan & Wallach (1964) y Messick (1976), por ejemplo, afirman que el nivel de ejecución no se puede juzgar como valor alto y correcto o valor bajo e incorrecto; pues los valores se diferencian bastante dependiendo de la forma como la mente opera, la cual depende del modo que los individuos adquieren, acumulan y transforman la información. Por otro lado, están las características de personalidad y la experiencia propia.

Messick (1976) también asume que los diferentes estilos creativos están basados en las preferencias individuales y en la manera de organizar y procesar la información, estableciendo diferencias individuales y desarrollando estilos alrededor de los rasgos de personalidad.

Barreyre (1978) define la innovación como:

La puesta en aplicación original y con éxito de un concepto, de un descubrimiento o de una invención portadora de progreso. Así pues la

innovación consiste en un proceso cuyo final se ha representado por una realización original que implica unos atributos creadores de valor: un producto nuevo, un procedimiento inédito o un sistema original revisten una utilidad social cuando dan lugar a mayor comodidad, confort, seguridad, energía, calidad, estética, etc (Barreyre, 1978;p. 11).

García-Egocheaga (1984) indica que el proceso schumpeteriano está dominado por la innovación y por el emprendedor, cuando afirma:

Depende, en primer lugar, de que se produzcan innovaciones básicas de gran potencial que siempre estarían ligadas a tecnologías y conocimientos científicos de gran impacto tales como la electricidad, el motor de explosión o la microelectrónica, por ejemplo. Estas innovaciones básicas en su primera etapa habrán de producir - y así ha sucedido históricamente -, cientos o miles de innovaciones secundarias para que el proceso continúe, si bien con una distribución desigual entre empresas, sectores y países (García-Egocheaga, 1984, p. 6).

Hernández (1993) nos define la creatividad como:

Una facultad que posee el ser humano al igual que el pensamiento o el sentimiento. Esta facultad le posibilita ejercer la habilidad y tener la facilidad para producir o expresar algo que, al menos en parte, se origina en él mismo (Hernández, 1993, p. 122).

Frese (1995) reafirma que la iniciativa es un aspecto de la persona emprendedora. Los emprendedores demuestran una gran curiosidad por los nuevos productos, nuevos procedimientos. Están pendientes de las ocasiones y procuran responder a las necesidades o cómo conservar las ventajas que ofrecían cuando pusieron en marcha su negocio. Tienen un espíritu creativo con afán de descubrimiento continuado para poner en marcha sus innovaciones. Combinan diferentes recursos, transfieren los procedimientos de otras áreas, adaptan equipos, implantan tecnologías,

realizan aplicaciones originales (...)El contacto que mantiene el emprendedor con el riesgo se hace patente cuando hablamos de innovación.

El cuestionario más utilizado para medir la innovación en los emprendedores es KAI (Kirton Adaptation-Innovation Inventory) de Kirton(1994)³⁰. Utilizando esta prueba se concluye que el emprendedor es más innovador (Dewan (1982) ;Van Daalen (1989); Goldsmith,&t Kerr (1991); Rosenfeld et al (1993); Shaver, Gartner & Gatewood (1996); Beyoda & Rivera (1997).

En el Cuadro 2.17 se recogen varios estudios sobre la innovación.

ESTUDIO		Conclusiones
Aznar	(1974)	- Las ideas del proceso creativo pasan por un tamiz empresarial antes de ser aplicadas.
LaFuente Salas & Yagüe	(1983)	- La supervivencia de las PYMES depende de su proceso de innovación.
Sweeney	(1986)	
Prat Ballester	(1986)	
Veciana	(1989)	- Es una persona imaginativa, intuitiva, creadora y eficaz.
Hawkings & Turla	(1987)	- El emprendedor es creativo, con gran energía, motivado a crear algo nuevo, adaptable y con capacidad para encontrar múltiples soluciones a un problema.
Robinson et al.	(1991)	- Los empresarios muy innovadores tienen una red más amplia.
Shaver, Gartner & Gatewood	(1996)	- Los emprendedores puntúan más en originalidad que la población en las dos 2 escalas de Kirton (completa, abreviada)
Lumpkin & Dess	(1996)	- La innovación del emprendedor depende de la marcha de la empresa.
Muñoz	(1997)	- El emprendedor puntúa por encima de la media en imaginación, iniciativa, competencia, astucia y desde el punto de vista social es más cordial. Puntúa por debajo en los factores orientado por sus propias necesidades y tendencia a la inestabilidad emocional.

Cuadro 2.17.- Estudios sobre innovación, iniciativa y creatividad en emprendedores .

³⁰ El correo electrónico de Kirton es m.j.kirton@herts.ac.uk

El planteamiento básico de la Teoría de Adptación-Innovación según Michael Kirton, es que el estilo de solucionar el problema funciona como una dimensión de la personalidad. Sigue la línea del indicador de estilo de Myers-Briggs.

a.- Relación de la creatividad con otras variables.

Estudiando creatividad y locus de control Shaver, Willians & Scott (1990) observan que al analizar las habilidades empresariales bajo la creencia de ser o no ser candidatos emprendedores, en una feria de franquicias, concluyen que cuando las personas se creían candidatas manifestaban habilidades más creativas y presentaban una mayor nAch.

Fasiska (1992) consideró las cualidades del emprendedor como las de una persona extrovertida, muy flexible, innovadora, arriesgada, y con capacidad de liderazgo. Además se encuentra siempre abierto a nuevas opciones y tiene una capacidad excepcional para encontrar los recursos necesarios para sus proyectos. Aunque algunos aspectos de su carácter no dejan de ser desconcertantes porque a menudo el emprendedor es una persona poco disciplinada, poco hábil en el control de su tiempo y poco rigurosa en hacer planes o en su ejecución.

Las investigaciones en las que se estudia la creatividad y el riesgo, se encuentran recogidas en el cuadro 2.18.

ESTUDIO		Conclusiones
Budner	(1962)	- El empresario no teme entornos cambiantes, busca la ambigüedad
García Ferrando	(1979)	- El gusto por el cambio (conducta innovadora) , y la inclinación a correr riesgos moderados.
Hisrich	(1990)	
Mitton	(1997)	
Hull et al.	(1980)	- El estudio se centró en 307 estudiantes de la escuela de negocios de Oregón donde se analizaban las características de arranque de una empresa.El riesgo y la creatividad eran los mejores indicadores de la probabilidad de éxito de que la empresa se creara.
Sexton & Bowman	(1983a)	- No encontraron diferencias entre el riesgo asumido por estudiantes en general y creadores de empresa. Aunque los creadores puntuaron más alto en las variables de innovación, autonomía, autoestima, cambio dominación y paciencia.
Prat Ballester	(1986)	- Es una persona imaginativa, intuitiva, creadora y eficaz.
Veciana	(1989)	
Slater	(1991)	- Innovar en el empresario, conlleva mejorar los productos y pensar en el futuro. Correlaciona con asunción de riesgos moderados.
Winslow & Solomon	(1993)	- El emprendedor detecta oportunidades y las transmite a los demás.
Brush & Bird	(1996)	- En las emprendedoras el factor Innovación realista flexibilidad, acción dirigida hacia una meta, visión futura y aceptación riesgo.

Cuadro 2.18.- Estudios de innovación e iniciativa relacionado con riesgo.

Egaña & Escobar (1994) investigaron a 121 personas, de las cuales 58 eran emprendedores y 63 ejecutivos de grandes empresas. En sus conclusiones destacan como rasgos de los emprendedores: el entusiasmo de emprender, dominio de sí mismo, compromiso con objetivos empresariales, la búsqueda de nuevas ideas, los proyectos, cambios y ser racional dentro de su carácter innovador.

2.4.8.- Críticas a los rasgos de personalidad.

Chell (1985) y Robinson et al. (1991) critican la aproximación a la conducta emprendedora desde la perspectiva de los rasgos de personalidad, señalando que:

1. Los rasgos de personalidad tienen un poder explicativo limitado sobre el carácter emprendedor.
2. No se han desarrollado metodologías específicas para medir a los emprendedores.
3. Las puntuaciones obtenidas por los diferentes instrumentos que tratan de medir el mismo concepto correlacionan débilmente.
4. Las teorías de la personalidad tratan de ser aplicables a situaciones de amplio espectro, tratan de medir tendencias generales. Las medidas de personalidad entonces fallan al ser aplicadas en ámbitos tan específicos como el de los emprendedores.
5. El énfasis reciente en la investigación interactiva de la conducta humana, subraya la necesidad de tener en cuenta la influencia del ambiente y de la interacción.

Por estas razones, Robinson et al. (1991) proponen un cambio en la aproximación al estudio de la conducta emprendedora centrándose en el estudio de actitudes, ya que:

- Las actitudes son menos estables que los rasgos de personalidad, cambiando a través del tiempo y las situaciones según procesos interactivos con el entorno. Por lo tanto, se adaptan mejor al estudio de un fenómeno dinámicamente interactivo como es la creación de una nueva empresa.
- El estudio de las actitudes presenta la ventaja metodológica sobre el modelo de personalidad de ser más específico de dominio, por esta razón reduce la varianza no explicada e incrementa la correlación con la conducta.

En este contexto, Robinson et al. (1991) han desarrollado y validado el *Entrepreneurial Attitude Orientation* (EAO), cuestionario que mide actitudes sobre cuatro ámbitos estrechamente relacionados con los emprendedores: logro en los negocios, innovación en los negocios, locus de control personal percibido de los resultados de los negocios y autoconfianza en sus actividades relacionadas con el negocio.

Moriano (2001) ya establece que el estudio de los rasgos de personalidad y las actitudes no son aproximaciones contrapuestas en la exploración de la conducta emprendedora, sino que son complementarias. Mientras el estudio de los rasgos de personalidad del emprendedor representa un acercamiento más general, que nos permite predecir la conducta normal del sujeto ante un amplio abanico de situaciones y de forma estable en el tiempo, el análisis de las actitudes emprendedoras va a matizar la conducta específica hacia un determinado objeto en un determinado momento y situación.

2.5.- La capacidad emprendedora.

Bygrave (1989b) considera que fundar una organización es un cambio discontinuo y que la creación es el evento singular.

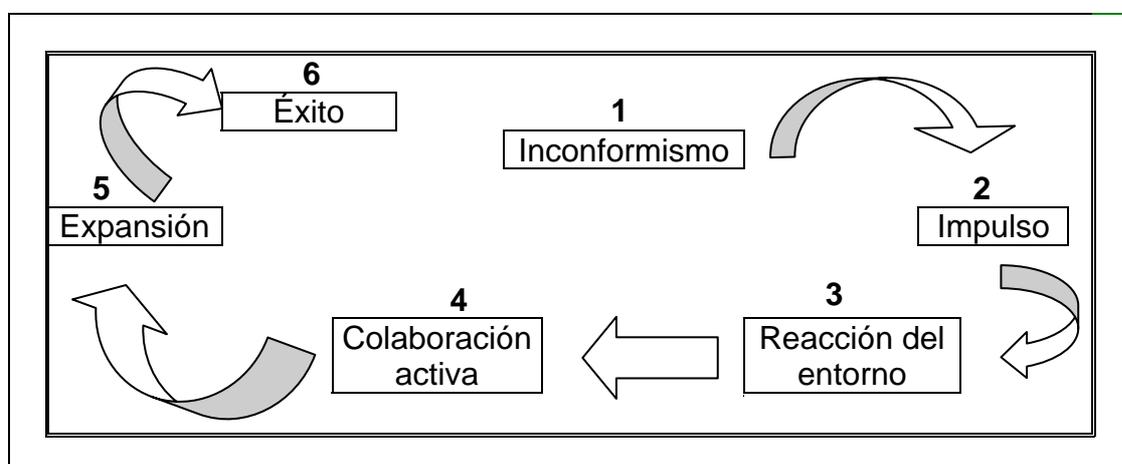
Shaver & Scott (1991) están de acuerdo con la primera afirmación de Bygrave, cambio discontinuo; con respecto a la segunda, consideran que existe una serie de eventos discontinuos anteriores a la creación que pueden ser considerados por los resultados que producen. Por ejemplo: el hueco del mercado, el diseño del producto o la necesidad identificada.

El emprendedor ante los aspectos reseñados y con las características; estudiadas hasta este momento, debe encontrarse motivado para cambiar su situación actual por la situación de autoempleo.

Para ello Perls, recogido en Ettiger, Gaspard & Pourtois (1997), nos señalan las etapas psicológicas del emprendedor para la puesta en marcha de un negocio, recogidas en la figura 2.4

Estas etapas de cambio están determinadas por una sucesión de diversos elementos de motivación, que se producen antes de la puesta en marcha de la creación de la empresa.

Figura 2.4.- Etapas psicológicas del emprendedor para la puesta en marcha de un negocio de Perls (Ettiger, Gaspard & Pourtois, 1997, p. 95).



Estas etapas son:

- Inconformismo. El emprendedor, ante un desencadenante positivo o negativo, se encuentra con una tensión interna que le proporciona una energía necesaria para la etapas siguientes.
- Impulso. Durante esta etapa el emprendedor contactará con personas de confianza para exponerles su idea.

El desarrollo del proyecto le llevará bastante tiempo, durante el cual perfilará sus idea, investigará sobre el mercado e irá adquiriendo las competencias que utilizará más adelante.

Esta fase será de máxima apertura y es esencial dentro del proceso.

- Reacción del entorno. El proyecto irá adquiriendo cuerpo. En esta etapa, pueden aparecer los detractores de la idea, surgirán las complicaciones administrativas, las dificultades de financiación, los obstáculos imprevistos.

En este momento, serán las características del emprendedor lo que le ayude a salir adelante o a dejar definitivamente su proyecto.

- Colaboración activa. El emprendedor será en esta etapa el máximo responsable de las actuaciones que se lleven a cabo. En ella desarrolla sus competencias, busca los colaboradores apropiados y debe convencer sobre la viabilidad de su proyecto.

Mitton (1997)³¹ observa que los emprendedores cuando visualizan una oportunidad establecen contactos y conexiones estratégicas, de manera que saben a quién llamar, a quién ver y cómo negociar.

³¹ Young (1998) define red como la reunión interconexionada de individuos dentro de un cierto tipo de relación en un contexto social y específico.

Aldrich, Rosen & Woodward (1986) y Aldrich & Zimmer (1986) fueron los primeros que sostuvieron la perspectiva teórica de resaltar la importancia de la estructura social en el proceso de creación de empresa. En esta línea, Aldrich & Waldinger (1990) explican el porqué del mayor porcentaje de emprendedores asiáticos que africanos en Estados Unidos, indicando que esta diferencia puede atribuirse a las redes sociales y al apoyo que las distintas comunidades ejercen sobre los emprendedores locales.

Johannisson (1996) defiende que el emprendedor confía en su red personal para lanzar una empresa, considerándolo como el recurso más importante durante su fase inicial. Las investigaciones de Ostgaard & Birley (1996), Planellas, (1997), Amatucci & Young (1998) también se encuentran en esta línea y sugieren que las redes personales juegan un papel vital en el nuevo desarrollo emprendedor.

- Expansión. Cuando su visión interna y los factores exteriores se encuentren equilibrados se producirá la decisión de iniciar la puesta en marcha de la empresa.
- Éxito. Durante esta etapa el emprendedor experimenta un sentimiento de seguridad que le facilita la puesta en marcha su objetivo. Y con el convencimiento de que es el momento adecuado para iniciar un nuevo ciclo en su carrera.

En el cuadro 2.19 recogen los cuestionarios que han evaluado la capacidad emprendedora.

CAPACIDAD EMPRENDEDORA	
Nombre de la escala	Localizado
Entrepreneur self-Assessment test	http://www.cana-networks.com/sbmi/test.htm
Évaluation de mes caractéristiques entrepreneuriales(ECE)	http://www.entrepreneurship.qc.ca
Évaluation du potentiel entrepreneurial	<i>Les éditions Transcontinentales</i>
Entrepreneurial Attitude Orientation scale (EAO)	Robinson et al.
Capacidad Emprendedora	<i>DEMAC (1991) (Desarrollo empresarial de Monterrey, A.C.)</i>
Career Anchors de Schein	books@mit.edu
Compruebe sus dotes de emprendedor	<i>Hawkins & Turla (1987)</i>
¿Cómo evaluar su potencial emprendedor?	<i>Gray & Cyr</i>
Innonet: Are you the entrepreneurial type?	http://www.innonet.ch/pages/sp_e/service/dokumente/entre_Unternehmertest.html
Inventaire des caractéristiques entrepreneuriales (ICE)	http://www.entrepreneurship.qc.ca
Instrument de sensibilisation sur vos caractéristiques entrepreneuriales (ISCE)	http://www.entrepreneurship.qc.ca
Inventario psicológico de California (CPI)	<i>TEA</i>
Personal Concept Test -DISC de Marstons's four factor theory	<i>Jack Mohler Associates, Garwood, NJ.</i>
Potencial Empresarial	<i>Castillo & Salinas (1994)</i>
Sigmund Potencial	<i>Soler (1998) Instituto de Organización Empresarial (IOE)</i>
Test tendencia emprendedora	<i>General Enterprising Tendency Test (Durham University business School, Abril 1988 (1994)</i>
Test autoevaluación del emprendedor de Sánchez Quiles	<i>CEPYMEV</i>

Cuadro 2.19.- Escalas de capacidad emprendedora. .

CAPÍTULO III. DESCRIPCIÓN DEL ESTUDIO

Esta investigación surge al final del curso 1994-95, en las reuniones de la *Comisión de Coordinación Pedagógica*³² del área de Formación Ocupacional del Centro de Adultos de Villaverde perteneciente de la Comunidad de Madrid. Una de las preocupaciones manifestadas en dicha Comisión hacía referencia al cambio en la línea formativa que se estaba produciendo en los últimos años, donde se demandaba formación empresarial y hasta ese momento sólo se había preparado a los alumnos, sobre todo a las mujeres, para que trabajasen por cuenta ajena.

A partir de 1995-96 se cambia la orientación de los programas de formación ocupacional, preparatorios para trabajar por cuenta ajena, por cursos operativos que preparasen para la formación y posterior creación de su propia empresa. Para ello, se recopiló información y los nuevos contenidos se adaptaron al perfil de los alumnos que acudían al Centro³³.

Por ello, se propuso el diseño de cursos encaminados a la formación empresarial: talleres operativos de Restauración de Muebles y Cerámica.

³² La Comisión de Coordinación Pedagógica es un órgano del Centro de Educación de Personas Adultas en Villaverde integrado por representantes del profesorado de todas las áreas: formación artesanal, formación básica y animación sociocultural, cuya finalidad es el seguimiento del proceso de enseñanza aprendizaje. Durante dicho curso fue coordinada por la autora de esta

³³ Las personas que se matriculan en el Centro, en su mayoría, poseen una dilatada experiencia profesional, pero presentan déficits en relación a su formación académica.

En 1996 se presentaron estos talleres operativos a la Comunidad de Madrid, quien los canalizó al Fondo Social Europeo. Los proyectos son aprobados y cofinanciados por ambas entidades desde el curso 1997-98³⁴, incluyéndose los materiales de las Sesiones *Gamma*³⁵.

Al finalizar el curso apenas se produjeron modificaciones en el estilo personal de afrontar situaciones en la búsqueda de un empleo, aunque se había trabajado la búsqueda por cuenta propia. Algunos fracasos empresariales no radicaban en la indisponibilidad de recursos, sino en la carencia de características de personalidad que le permitan al emprendedor adecuarse al medio económico y social en que va a desarrollar su empresa.

Nos enfrentamos con el problema de buscar aquello que constituye lo esencial del autoempleado emprendedor; para descubrir cuales son las peculiaridades que le permiten lanzarse hacia el trabajo por cuenta propia.

Partiendo de los autores consultados y expuestas sus investigaciones en la Primera Parte de esta investigación, se han aislado varias preguntas sobre el autoempleado emprendedor: ¿cuáles son sus características genéricas?, ¿cuáles son los elementos estructurales del entorno que determinan la creación de una empresa?, ¿qué hace el que crea una empresa? y ¿cuáles son los factores que determinan la creación de una empresa?. Estas preguntas convergen en una multiplicidad de variables y factores de influencia de orden demográficos, familiar, situacionales, sociales, económico y psicológicos.

La presente investigación trata de describir la naturaleza del autoempleado emprendedor objeto de análisis, en términos de conocer los

³⁴ Los talleres operativos, rompían la estructura regular de impartición de las actividades formativas de los centros educativos pues comienzan en febrero y terminan en diciembre del año en curso, este aspecto influía en la planificación anual. Desde el curso 2000-01 los cursos se imparten dentro del periodo escolar septiembre - junio.

³⁵ Los materiales de las Sesiones Gamma, sirven de soporte al programa Emprendedoras que se desarrolla en el marco de la iniciativa NOW, realizado por el INEM de Barcelona - capital y los Centros NOW de la provincia de Barcelona. Estos materiales se encuentran revisado por el Instituto de la Mujer.

requerimientos mínimos que una persona presenta para decantarse por el trabajo por cuenta propia.

El modelo teórico de esta investigación se basa en la estructura del Desarrollo de Carrera Empresarial de Sonnenfelt & Kotter (1982)³⁶.

Este estudio persigue conseguir la información explicativa del mínimo de rasgos básicos de personalidad que exigen a una persona para que sea autoempleada emprendedora.

Se entiende la personalidad en un sentido amplio, incluyendo las variables de los espacios familiar y laboral; y del espacio personal como integración dinámica de los distintos espacios estructurales de la persona.

3.1.- Objetivos e hipótesis.

Desde el punto de vista metodológico se señala el objetivo:

- Comprobar la fiabilidad y validez de los instrumentos recogidos y empleados en el análisis de esta investigación.

Los objetivos de esta investigación se pueden desglosar:

- Lograr el elenco, desde un múltiple punto de vista, demográfico, socioeconómico, de personalidad, motivacional, comportamental y de actitud frente al éxito profesional, que determine los puntos coincidentes de los autoempleados emprendedores.
- Extraer los perfiles consecuentes al dividir la muestra de emprendedores en función del sexo.

Las hipótesis que se proponen son:

³⁶ Este aspecto se puede aclarar en la página 72 de esta investigación. Las pautas generales de dicha estructura han servido de línea maestra para este estudio, pero ha sufrido modificaciones, para adecuar la estructura a la realidad del emprendedor.

1. Las personas que se encuentran desempleadas, se vinculan con un grupos de pertenencia o de referencia empresariales y se encuentran con una edad centrada en la década de los 30 existe mayor probabilidad de que la persona emprenda un negocio.
2. Las personas utilizarán la creación de una empresa para salir de una situación laboral desfavorable.
3. Las razones por las que se crea un negocio son distintas de las que lo mantienen.
4. Las personas que puntúan alto en nAch, en locus de control interno, en autoconfianza, y en innovación presentan conductas y actitudes laborales tendentes a la creación de un negocio.
5. Las personas que presentan puntuaciones medias en asunción del riesgo presentan conductas y actitudes laborales tendentes a la creación de un negocio.
6. Las personas emprendedoras presentan unas metas motivacionales, unos modos cognitivos y mantienen relaciones interpersonales distintas a los no emprendedores.
7. Las personas que presentan puntuaciones altas en motivación de poder y en afiliación, presentan conductas y actitudes laborales tendentes a trabajar como trabajadores por cuenta ajena.

3.2.- Método y diseño.

Esta investigación se encuadra en el método comparativo transversal. Se aplicará como técnica de recogida de datos un cuestionario formado por diferentes escalas y tests psicológicos.

La primera parte de la investigación será un diseño estrictamente comparativo.

Las variables de comparación para la población general son los términos: emprender y sexo. Dentro del grupo emprendedor: tiempo de creación de su empresa.

Para las variables cualitativas se utilizará la prueba no paramétrica de chi cuadrado para analizar la composición de los grupos (χ^2) y para las variables cuantitativas se justificará con un análisis de datos univariados de diferencia de medias entre los grupos (t).

En un segundo momento, se planteará un diseño correlacional predictivo, donde:

- La variable criterio será emprender (tanto si se ha emprendido como si se quiere emprender).
- Las variables predictoras: variables demográficas, familiares, situacionales, psicológicas.

Posteriormente, las técnica del análisis de datos será multivariado, a través del análisis discriminante (variables cualitativas) y por medio de regresión logística (variables cualitativas y cuantitativas).

Se completará con el análisis factorial y la clasificación de la variables a través del árbol de decisión.

En todos los casos se establecerán las relaciones entre emprendedores y no emprendedores; entre autoempleados/empresarios y creadores de empresa; y entre creadores de empresa y opositores.

3.3.- Muestra.

Tal y como define Muñoz (1997), emprender se encuentra dentro de un continuo; de ahí que sea necesario para la realización de esta investigación analizar a diferentes grupos de personas con mayor o menor predisposición emprendedora.

El estudio se ha realizado con sujetos entre 18 y 55 años, en los campos de trabajo por cuenta propia y por cuenta ajena.

En el trabajo por cuenta propia se han tenido en cuenta personas que han emprendido o que se están formando para crear una empresa. Los primeros se encuentran catalogados en diversas formas de organización: empresarios individuales o colectivos (éstos últimos a través de sociedades de cualquier tipo). El segundo son alumnos y alumnas que asistían a cursos de formación para emprendedores organizados por Instituciones Públicas de carácter gratuito. Estas Instituciones, además, analizan la viabilidad de su proyecto de empresa. Todos pertenecen a diversos sectores económicos.

En el trabajo por cuenta ajena se han investigado a los trabajadores pertenecientes a diferentes administraciones. En este grupo se ha considerado a funcionarios y a opositores, pertenecientes a los ámbitos de enseñanza, sanidad y justicia; y a las distintas entidades, local, autonómica y estatal. La mayoría de los funcionarios estudiados trabajan en la enseñanza aunque ninguno pertenecía al cuerpo de profesores de la Universidad.

En consecuencia, se clasificó la muestra de la investigación en cuatro grupos diferenciados, señalados en el Cuadro 3.1.

		EMPRENDER	
		SÍ	NO
FORMARSE	SÍ	FUTUROS CREADORES	OPOSITORES
	NO	AUTOEMPLEADOS ³⁷	FUNCIONARIOS

Cuadro 3.1.- Grupos diferenciados de la muestra .

Siguiendo el criterio de McGuigan (1980) la muestra de 453 encuestados se ha constituido por una selección al azar entre todas las

³⁷ A partir de ahora se empleará el sinónimo empresario, en lugar de autoempleado.

CC.AA. de España, aunque sólo se ha recibido contestación de 8: Andalucía, Aragón, Castilla-La Mancha, Castilla-León, Cataluña, Galicia y País Vasco. Se repartieron 1.400 cuestionarios y el porcentaje de devolución fue del 32,26%. Las tasas de devolución en cada uno de los cuatro grupos fue: opositores un 52,29%, funcionarios un 29,71%, personas que van a crear una empresa 24,75% y empresarios 22,86%. (Tabla 3.1)

Características de los sujetos de cada grupo de la muestra final son:

1. Los empresarios que tienen su empresa dada de alta durante al menos 3 años, tienen empresas emprendedoras y su empresa no es una franquicia. Los encuestados de este grupo son 80. Pertenecen a la Asociación de Jóvenes Empresarios de Alicante, Burgos, Córdoba, Guadalajara, Pontevedra, Sevilla, Valencia y Zaragoza; empresarios de Aguilar de Campóo en Palencia, Asociación de Mujeres Empresarias y Profesionales (ARAME) y colectivo de comerciantes del mercado de Villaverde Alto en Madrid; Consulting Enginyers de Barcelona; Federación de Empresarios de La Rioja y Confederación Empresarial de la provincia de Alicante (COEPA).
2. Los futuros creadores de empresa son personas que asisten a cursos de formación que quieren se les facilite el proceso de creación su empresa o bien, que ya se encuentran en alguna de las fases de la puesta en marcha de la misma. Este grupo está formado por 86 personas. Pertenecen a los Centros Europeos de Empresas e Innovación (CEEI) de España, Instituto Aragonés de Fomento (IAF), Instituto Gallego de Promoción Empresarial (IGAPE) y Instituto Madrileño de Desarrollo (IMADE).
3. Los funcionarios son trabajadores con más de tres años de experiencia. Pertenecen los Ministerio de Educación y Cultura, Sanidad y Consumo, Trabajo y Asuntos Sociales; y Justicia. Son 104 sujetos

residen en las comunidades autónomas de Andalucía, Aragón, Castilla-La Mancha, Castilla-León, Cataluña, Galicia, Madrid y País Vasco.

4. Por último, los opositores que se preparan para trabajar en alguna Administración pública son 183. Los cuestionarios han sido contestados en el Instituto Aragonés de Fomento (IAF); Fundación Asistencial Mujeres, Asociación de Mujeres Opañel, Centro de la Mujer de Fuenlabrada, Centros de Educación de Personas Adultas de Pan Bedito, de Villaverde, de Vista Alegre en Madrid; Centros de Formación del Instituto Gallego de Promoción Empresarial (IGAPE) y Centros de Educación de Personas Adultas de Andalucía.

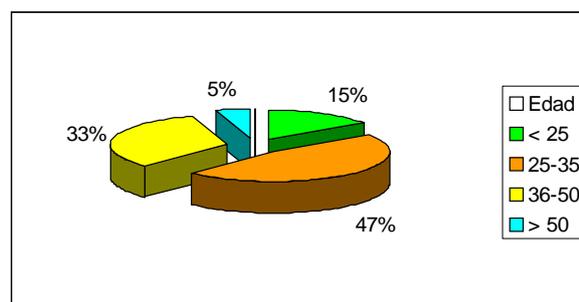
Tabla 3.1. Distribución geográfica de la muestra.

Comunidad Autónoma	Emprender				Total	
	SÍ		NO		Nº	%
	Empresarios	Creador	Funcionario	Opositor		
Andalucía	4	26	1	16	47	10,4%
Aragón	2	3	5	2	12	2,7%
Castilla La Mancha	2	-	-	-	2	0,4%
Castilla - León	24	2	5	1	32	7,0%
Cataluña	-	3	-	4	7	1,6%
Galicia	8	6	4	7	25	5,6%
Madrid	38	46	88	153	325	71,7%
País Vasco	2	-	1	-	3	0,6%
	80	86	104	183	453	100%

3.3.1.- La edad

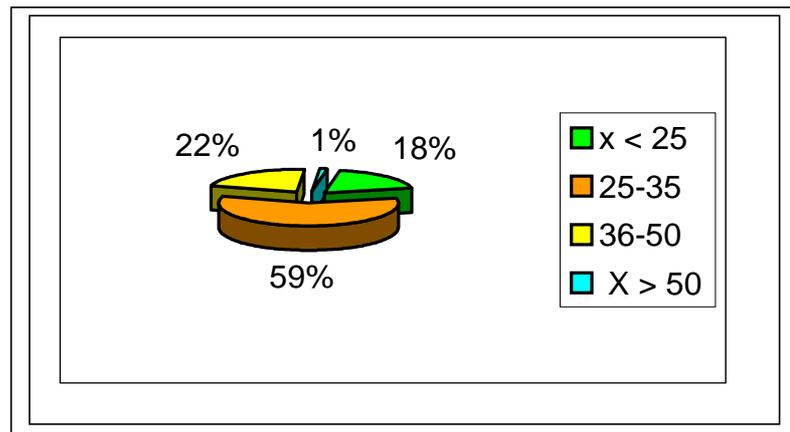
El rango de edad de los 453 encuestados se distribuye con un 15% dentro del grupo menores de los 25 años, con un 47% en el rango de 25 y 35 años, con un 33% entre la edad de 36 y 50 años y un 5% mayores de 50 años. (Figura 3.1).

Figura 3.1.- Porcentaje de los encuestados según su rango de edad.



El rango de edad de los emprendedores (empresarios y creadores), cuyo total asciende a 166, se encuentra con un 18% dentro del grupo menores de los 25 años, con un 59% en el rango de 25 y 35 años, con un 22% entre los 36 y 50 años y un 1% mayores de 50 años. (Figura 3.2).

Figura 3.2.- Porcentaje de los emprendedores según su rango de edad.



3.3.2.- El sexo

En la investigación han participado el 72,9% de mujeres y al 27,1% de hombres, como se recoge en la figura 3.3.

En la muestra el porcentaje mujeres trabajadoras por cuenta propia o por cuenta ajena es superior a los índices que aparecen en las encuestas de población activa. En el caso de las funcionarias encuestadas se han recogido 71%³⁸. En el caso de las empresarias se han recogido con un 55%³⁹. Este dato habrá que tenerlo en cuenta puesto que la población se encuentra sesgado hacia las emprendedoras.

Las encuestadas creadoras de empleo se han recogido el 59%, pero este dato coincide con el incremento de la participación femenina en los centros de formación de emprendedores, donde las mujeres están

³⁸ En 1980 las mujeres asalariadas dentro del sector público ocupaban el 28,94% y en 1997, el 45,39%, según se recoge en la Encuesta de la Población Activa del Instituto Nacional de Empleo (I.N.E.) de 1997.

³⁹ Chinchilla et al. (1999) concluyen que durante los últimos doce años, el número de mujeres empresarias en España se ha duplicado, y ya constituyen el 18% de todo el empresariado español. Las empresarias españolas, a finales de los 90, son más de 600.000.

presentando mayor cantidad de proyectos que los hombres para crear una empresa. Las opositoras que han contestado se sitúan en el 85%.

Los datos de los participantes relativos al sexo se recogen las figuras 3.3 y 3.4.

Figura 3.3.- Porcentaje de los encuestados según el sexo.

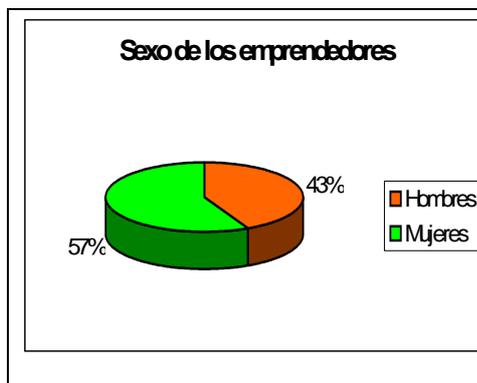
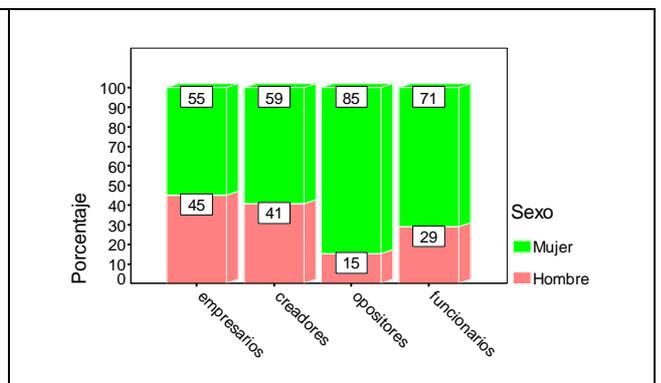


Figura 3.4.- Porcentaje de los encuestados atendiendo al sexo por grupos.



El crecimiento de la mujer dentro del sector público puede que se deba a que es un tipo de empleo que permite compatibilizar el trabajo remunerado con la familia y, además, ofrece una seguridad. Por otra parte, el acceso a los puestos laborales se realiza mediante pruebas objetivas, lo que sin duda constituye una menor barrera a franquear para muchas mujeres.

3.3.3.- Nivel de formación ⁴⁰.

La muestra posee estudios universitarios en un 51%, secundaria en un 28%, básica en un 13%, doctorado o master en un 6% y otros estudios sin determinar en un 2%.

⁴⁰ En la enseñanza básica se agrupan los apartados de autodidacta, personas con estudios primarios y estudios de EGB; en la enseñanza secundaria las que han cursado FPI, FPII, ciclos formativos de grado medio, ciclos formativos de grado superior o bachillerato; en los estudios universitarios las que han cursado diplomaturas o licenciaturas.

3.4.- Variables e instrumentos.

En función de la parte teórica se ha establecido las variables más adecuadas para los objetivos señalados.

- Variable dependiente:

Emprender, en el sentido de que ha creado una empresa o la está creando en estos momentos.

- Variables independientes:

Éstas van serán evaluadas clasificándolas en tres grupos diferenciados.

En primer lugar, se encuentran las variables del **espacio familiar** (demográficas, familiares): edad, sexo, orden de nacimiento, situación familiar.

En segundo lugar, se encuentran las variables del **espacio laboral** (situacionales y socioeconómicas): factores desencadenantes, educación, sector laboral, tiempo de maduración del proyecto, tipo de empresa.

En tercer lugar, las variables **espacio personal** (psicológicas - conductuales y cognitivas): nAch, necesidad de poder, afiliación, metas motivacionales, relaciones interpersonales, locus de control, autoconfianza, innovación, asunción del riesgo, modos cognitivos y otras variables de personalidad.

La selección de los instrumentos de medida para evaluar estas variables presentaba los siguientes problemas:

- Existen pocos instrumentos desarrollados específicamente para el estudio de los empresarios. En su mayor parte, se han utilizado cuestionarios de otros ámbitos y sin ningún proceso de adaptación.

- Hay instrumentos y tests que dicen medir un mismo constructo cuando en realidad miden variables diferentes, lo que supone que una validez convergente muy baja. Por ejemplo, Yamauchi & Doi (1977) estudiaron 11 escalas que, supuestamente, medían la nAch. Estas escalas saturaban en 4 factores diferentes, y el TAT era el único test que saturaba en tres. Aunque Graham (1994) señala que el TAT puede ser un test adecuado para evaluar la nAch, no será utilizado en esta investigación por requerir una aplicación individual.
- Fishbein & Ajzen (1975) indican que la difusión de los instrumentos de medida reduce su eficacia en un contexto específico. Esto se debe a la suma de error asociada a todas las situaciones en las que el instrumento pudo ser utilizado y no encontrarse asociado con el concepto específico para el que fue diseñado. Un ejemplo, son las pruebas de innovación en los negocios con escalas de creatividad, donde se incluyen cualidades artísticas como representación espacial que no corresponde con un concepto de capacidad empresarial. En esta misma línea, Epstein & O'Brien (1985) consideran que los tests miden un amplio abanico de situaciones en relación a una teoría general de la personalidad y los resultados pierden eficacia cuando se aplica en un campo específico como es la relación empresarial.

Por lo tanto, habrá que buscar escalas que midan de forma específica la predisposición emprendedora. En el caso de que no se utilicen escalas específicas para analizarla, los resultados que se obtengan no podrán generalizarse más allá del contexto donde hayan sido aplicadas.

De esta forma, se han elegido los siguientes:

1. Cuestionario "A" recoge variables demográficas, familiares, situacionales. Consta de 29 items.
2. Escala de Actitud Emprendedora (EAO) (Robinson, Stimpson, Huefner & Hunt, 1991). Ésta mide la capacidad emprendedora de forma

multidimensional. Formada por cuatro subescalas que analizan la motivación empresarial del empresario: nAch, innovación, locus de control y autoconfianza. Cada una de estas subescalas se estudia a través de los tres componentes de la actitud: cognición, afecto y conducta. Consta de 75 items.

3. Escala de Locus de control de Rotter (LCIE) (Rotter, 1971). Este test evalúa el locus de control de forma unidimensional. Consta de 10 items.
4. Inventario de Estilos de Personalidad de Millón (1997) (MIPS). El objetivo de aplicar este test es la evaluación de la personalidad de los emprendedores. Se halla formado por 24 escalas (12 bipolares) reunidas en tres ejes: las metas motivacionales, los modos cognitivos y las conductas interpersonales. Consta de 180 items.

Las metas motivacionales se miden a través de la apertura, preservación, modificación, acomodación, individualismo, protección.

Los modos cognitivos evalúan, por un lado las estrategias empleadas para recolectar la información (extraversión/introversión y sensación/intuición), y por otro, los estilos de procesamiento de la información (reflexión/afectividad y sistematización/innovación).

El resto de los pares evalúan las conductas interpersonales, es decir, en qué medida el estilo de relacionarse con los demás tiene que ver con: retraimiento/comunicatividad, vacilación/firmeza, discrepancia/conformismo, sometimiento/control, insatisfacción/concordancia.

5. Motivación de logro, poder y afiliación (MLPA) (Steers & Braunstein, 1976). Este instrumento mide los tres tipos de motivación que McClelland investigó como características de los emprendedores. Consta de 15 items.

6. Test de Autoevaluación del emprendedor (APE) (Sánchez Quiles, 1994). Se ha escogido esta prueba porque evalúa factores motivacionales, características del comportamiento y características intelectuales. Además, es la única que mide características físicas como la energía. Este autor identifica al emprendedor a través de 12 estructuras que forman parte de su perfil: energía, autocontrol, autonomía, agresividad, ansiedad, habilidades sociales, convencionalismo, autosuficiencia, capacidad para soportar tensión, entusiasmo, sensatez y actividad. Consta de 60 items.
7. Test de Actitud frente a la Asunción del Riesgo (AR) (Eguía Fernández, 1994). El objetivo es medir la capacidad de tomar decisiones y está compuesta por cinco subescalas: capacidad para asumir riesgos, la motivación de logro-locus interno-autoconfianza, la capacidad de decisión, existencia de metas claras y perseveración. Consta de 12 items.

Se ha empleado el cuestionario como técnica de recogida de datos para estudiar el perfil del autoempleado emprendedor. La batería final "*¿Nos ayudas a emprender? Batería de actitudes*", que ha sido elaborada específicamente para esta investigación, (Anexo I) pretende recoger información relativa a las variables incluidas en el diseño teórico, tanto del espacio familiar, laboral como personal.

Su estructura interna y la relación entre variables estudiadas e instrumentos específicos para evaluarlas aparecen en el Cuadro 3.2.

La Batería original fue sometida a la consulta de expertos⁴¹ y ensayadas en el estudio piloto⁴². Para este estudio se elaboró uno, cuya cumplimentación resultara lo más sencilla posible, pues iba a ser

⁴¹ El cuadernillo de preguntas y las hojas de respuesta, en un primer momento, se encontraban separados. Se unificaron por la recomendaciones del Consultor Sr. Soler.

⁴² Las 35 personas del estudio piloto participaban en los cursos de preparación para pruebas libres de FP-I de las ramas de Auxiliar Administrativo, Auxiliar de Jardín de Infancia y Auxiliar de Clínica en el CEAS de Villaverde; de las cuales 15 tenían Graduado Escolar, 5 FP-I, 6 BUP, 7 COU y 2 Estudios Universitarios de grado medio.

administrado por personas que no habían participado en su elaboración y el tiempo dedicado a su cumplimentación era largo.

BLOQUES	VARIABLES EVALUADAS	INSTRUMENTOS EMPLEADOS	BATERÍA
Espacio Familiar y Laboral.	Características demográficas, familiares, factores desencadenantes, educación y económicas	Cuestionario de datos A.	Cuestionario A (páginas 3-5) 29 items
Espacio Personal	nAch, innovación, locus control, autoconfianza	Escala de Orientación de Actitud Emprendedora	EAO (páginas 6 - 10) 75 items
	Locus de control	Escala de Locus de Control	LCIE (página 10) 10 items
	Apertura, preservación, modificación, acomodación, individualismo, protección, extraversión, introversión, sensación, intuición, reflexión, afectividad, sistematización, innovación, retraimiento, comunicatividad, vacilación, firmeza, discrepancia, conformismo, sometimiento, control, insatisfacción, concordancia.	Inventario de Estilos de Personalidad	MIPS (páginas 11 - 15) 180 items
	nAch, poder, afiliación	Motivación logro, poder afiliación	MLPA (páginas 16) 15 items
	Energía, autocontrol, autonomía, agresividad, ansiedad, habilidades sociales, convencionalismo, autosuficiencia, soportar tensión.	Test de Autoevaluación del Emprendedor	APE (páginas 17 - 18) 60 items
	Cap. asumir riesgos, nach-locus interno-autoconfianza, decisión, metas claras, perseveración	Test de Actitud frente a la Asunción de Riesgo	APE (páginas 18) 12 items

Cuadro 3.2.- Estructura interna del cuestionario ¿Nos ayudas a emprender? Batería de Actitudes.

Después del estudio piloto destacan las siguientes observaciones:

- El número de identificación se sustituyó por el número de clave, pues se interpretaba que se solicitaba el Documento Nacional de Identidad.
- En el estudio piloto, la cumplimentación del cuestionario se desarrolló en dos situaciones diferentes: una en casa y otra en el centro de formación, durante el periodo lectivo. Las 15 personas que lo contestaron en casa lo

terminaron. De las 20 personas que lo cumplimentaron en el Centro sólo terminaron 12, las otras ocho decidieron no acabarlo por cansancio. Este aspecto influyó sobre el proceso de aplicación y posterior recogida del instrumento.

Así, la investigadora, en un primer momento presentaba el cuadernillo explicando para qué servía, cómo se cumplimentaba y dando instrucciones sobre su forma de recogida. El cuestionario no se contestaba en ese momento.

3.5.- Procedimiento.

La fase de recogida de datos que ha permitido conocer el estudio del perfil psicológico del emprendedor ha durado un año y se llevó a cabo en el curso 1997-98.

Para contactar con los lugares donde se podría aplicar la prueba se realizó un "*mailing*" a través del correo electrónico y fax a centros públicos autonómicos, asociaciones de empresarios y entidades que se dedicasen a la formación de personas adultas. El mensaje preliminar que se enviaba queda recogido en el Anexo II.

Una vez aceptada la aplicación de la prueba, el cuestionario era enviado a la persona o a los miembros del colectivo. Si la aplicación era colectiva la investigadora entregaba y explicaba el cuestionario. En ese momento se resolvían las dudas, utilizando como modelo la primera página.

La recogida de los cuestionario dependía de como se hubiese repartido, si se entregaba individualmente, la investigadora lo recibía a través de correo electrónico, en mano, por correo postal o por fax; si se entregaba colectivamente. se llegaba a un acuerdo con la entidad, institución u organismo.

Aquellas personas que deseaban que se les devolvieran los datos, se hacía a través de un esquema resumen recogido en el Anexo III.

CAPÍTULO IV.- RESULTADOS

4.1.- Objetivo 1º Instrumentos de medida.

Este objetivo se refería a: "Comprobar la fiabilidad y validez de los instrumentos recogidos y empleados en el análisis de esta investigación".

Para investigar este objetivo se han utilizado la misma muestra, formada por empresarios y funcionarios.

4.1.1.- Fiabilidad.

Todos los análisis de la fiabilidad de los instrumentos de medida se han realizado mediante el α de Cronbach de consistencia interna. Los resultados de los índices de fiabilidad de las distintas pruebas aparecen en la Tabla 4.1. Para interpretar mejor los resultados hay que tener en cuenta que:

- Siguiendo a Nunally (1967) un alfa superior a 0,70 se considera aceptable y éste será el valor que se tomará para estimar si una escala es fiable o no.
- La fiabilidad mediante el α de Cronbach. Se basa en la longitud de la escala; por lo tanto a mayor longitud, mayor índice de consistencia interna.
- Los resultados de fiabilidad obtenidos en esta investigación se basan en las respuestas dadas por los empresarios (N=80) y los funcionarios

(N=103). Se han elegido estos dos grupos pues presentan dos elecciones laborales muy distintas.

- Todos los resultados se han obtenido de forma conjunta con mujeres y hombres, pues las investigaciones analizadas no hacen pensar que existan diferencias entre mujeres y hombres.
- La fiabilidad en castellano de esta prueba se encuentran demostradas en el cuestionario MIPS (2001). Respecto a la fiabilidad indican:
 - + Los datos del coeficiente alfa promedio en los datos españoles adultos en 1999 fue de 0,72 y en 2001 fue de 0,73.
 - + Por el sistema de las dos mitades los valores de fiabilidad son superiores en todos los casos, oscilando entre 0,77 y 0,82

Tabla 4.1. Fiabilidad del instrumento.

TEST O ESCALA	SUBESCALAS O COMPONENTES	ITEMS	α en esta investigación
Escala de orientación de Actitud Emprendedora (EAO)	Total	75	0,92
	nAch	23	0,85
	Innovación	26	0,84
	Locus de control	12	0,75
	Autoconfianza	14	0,70
Escala de Locus de Control (LCIE)		10	0,76
Motivación de logro, poder y afiliación (MLPA)	nAch	5	0,79
	Motivación de poder	5	0,75
	Mot. de afiliación	5	0,81
Test autoevaluación Emprendedor (APE)		60	0,53
Test de Actitud frente a la Asunción del Riesgo (AR)	Total	12	0,72
	Riesgo calculado	4	0,83
	Logro-locus interno-autoconfianza	2	0,82
	Decisión	2	0,76
	Metas claras	3	0,80
	Perseverancia	1	No procede

En el resto de las pruebas los datos son también similares a los índices de α de Cronbach de las pruebas originales.

Las pruebas que presentan fiabilidad en todos sus componentes corresponden a la escala de orientación de actitud emprendedora (EAO) en sus cuatro variables nAch, innovación locus de control y autoconfianza, locus de control (LCIE), de motivación de logro, poder y afiliación (MLPA) y la escala de actitud frente a la asunción de riesgo (AR). No se presenta fiabilidad en el test de autoevaluación emprendedor (APE) pues sólo obtiene un $\alpha=0,53$.

4.1.2.- Validez discriminante.

La validez se refiere a la capacidad que tiene un test para discriminar entre diferentes grupos de personas, en este caso se comparan los datos, de los empresarios (N=80) y de los funcionarios (N=103). Para ello se han utilizado dos pruebas estadísticas: la diferencia de medias (Tabla 4.2) y el análisis discriminante que utilizará el Lambda (Λ) de Wilks (Tabla 4.3).

Las diferencias de medias entre los empresarios y los funcionarios parecen en la escala de orientación de actitud emprendedora (EAO), la escala de locus de control (LCIE) y la escala de motivación de logro, poder y afiliación (MLPA). En todas las escalas y sus componentes aparecen puntuaciones en los empresarios puntuaciones más altas que en los funcionarios.

La validez medida a través de diferencia de medias no aparece en el test de autoevaluación emprendedor (APE) ni en la escala de actitud frente a la asunción de riesgo (AR).

El análisis discriminante permite encontrar el valor predictivo de las pruebas. Se ha utilizado el Lambda de Wilks para predecir a los empresarios respecto de los funcionarios. En la Tabla 4.3 se presenta el resumen, los

coeficientes de función de clasificación y el porcentaje de predicción adecuada dentro de un grupo.

Tabla 4.2. Validez por diferencia de medias.

TEST O ESCALA	SUBESCALAS O COMPONENTES	MEDIAS		F	df	Sig.	
		E	NoE				
Escala de Orientación de Actitud Emprendedora (EAO)	nAch	6,20	5,79	8,26	1	0,0045	****
	Innovación	6,09	5,74	7,29	1	0,0077	***
	Locus de control	5,99	5,16	29,18	1	0,0000	*****
	Autoconfianza	6,43	6,05	9,65	1	0,0022	****
Escala de Locus de Control (LCIE)		6,88	6,08	7,26	1	0,0077	***
Motivación de logro, poder y afiliación (MLPA)	nAch	18,65	18,13	1,18	1	0,0277	*
	Mot. de poder	21,22	20,16	6,78	1	0,0100	*
	Mot. de afiliación	17,82	16,56	3,97	1	0,0470	*
Test de autoevaluación del Emprendedor (APE)	Energía	4,75	4,41	5,91	1	0,1820	
	Autocontrol	5,78	6,32	2,91	1	0,0892	
	Autonomía	3,00	2,72	3,51	1	0,3830	
	Agresividad	6,78	7,21	2,04	1	0,1547	
	Ansiedad	6,08	6,43	1,32	1	0,2515	
	Habilidades sociales	4,92	4,58	1,48	1	0,2303	
	Convencionalismo	6,22	6,35	0,77	1	0,6252	
	Autosuficiencia	4,62	4,81	1,67	1	0,7081	
	Soportar tensión	5,55	4,68	3,13	1	0,0784	
	Entusiasmo	7,08	5,61	21,56	1	0,0001	*****
	Sensatez	7,55	7,53	0,00	1	0,9678	
Actividad	5,30	4,98	2,03	1	0,1555		
Test de Actitud frente a la Asunción del Riesgo (AR)	Total	47,17	45,83	1,66	1	0,1980	
	Riesgo calculado	16,23	15,56	2,91	1	0,0890	
	nAch-locusinterno-self	8,25	7,83	2,62	1	0,1060	
	Decisión	7,25	7,39	0,280	1	0,5960	
	Metas claras	11,60	11,27	0,621	1	0,4310	
	Perseverancia	3,83	3,75	0,221	1	0,6460	

La escala de orientación de actitud emprendedora (EAO) presenta un $\Lambda=0,837$ ($p<=0,0001$). Todas las subescalas contribuyen significativamente. El nivel de predicción que usa los coeficientes en función de su clasificación tiene un valor de 65,57%.

Tabla 4.3.- Validez a través del análisis discriminante medido por Λ de Wilks, a través de la clasificación de la función de los coeficientes de empresarios y no empresarios.

TEST O ESCALA	SUBESCALAS O COMPONENTES	Clasificación		F	(Λ)	Sig.		Valor predicción
		E	NoE					
Escala de Orientación de Actitud Emprendedora (EAO)	Total				0,837	0,0001	*****	65,57%
	1° Locus de control	1,956	0,984	29,18	0,861	0,0001	*****	
	2° Autoconfianza	7,049	6,593	9,65	0,949	0,005	***	
	3° nAch	1,071	1,311	2,26	0,956	0,005	***	
	4° Innovación	2,621	2,889	7,29	0,961	0,01	**	
	(Constante)	-40,547	-35,297					
Escala de Locus de Control (LCIE)	Total	2,013	1,788	18,09	0,960	0,0000	*****	59,02%
	(Constante)	-7,863	-6,350					
Motivación de logro, poder y afiliación (MLPA)	Total				0,959	0,05	*	61,20%
	1° Poder	2,671	2,557	6,71	0,963	0,01	**	
	2° Afiliación	-0,112	-0,139	3,97	0,978	0,05	*	
	(Constante)	-42,358	-38,965					
Test de Autoevaluación Emprendedor (APE)	Total				0,895	0,0005	*****	67,75%
	Entusiasmo	1,064	0,689	21,19	0,895	0,0000	*****	
	(Constante)	-37,951	-36,237					
Asunción de riesgos (AR)	Total				0,990	0,198		57,05%
	(Constante)	-23,546	-22,267					

La escala de locus de control (LCIE) presenta un $\Lambda=0,960$ ($p\leq 0,0001$). El nivel de predicción que usa los coeficientes en función de su clasificación tiene un valor de 59,02%.

La escala de motivación de logro, poder y afiliación (MLPA) presenta un $\Lambda=0,959$ ($p\leq 0,05$). Las escalas que discriminan significativamente corresponden a la motivación de poder ($p\leq 0,01$) y motivación de afiliación ($p\leq 0,05$). El nivel de predicción que usa los coeficientes en función de su clasificación tiene un valor de 61,20%.

El test de autoevaluación del emprendedor (APE) presenta un $\Lambda=0,895$ ($p\leq 0,0005$). La escala que discrimina significativamente corresponde al

entusiasmo ($p \leq 0,0001$). El nivel de predicción que usa los coeficientes en función de su clasificación tiene un valor de 67,76%.

El test de actitud frente a la asunción del riesgo (AR) presenta un $\Lambda = 0,990$ ($p \leq 0,2$) lo que implica que no presenta validez. Ninguna escala discrimina. El nivel de predicción que usa los coeficientes en función de su clasificación tiene un valor de 57,05%, lo que nos indica que se acerca a una clasificación aleatoria.

Respecto a la validez del MIPS, Sánchez-López & Aparicio (1998b) nos indican que el análisis de validez y de las correlaciones en las escalas aporta resultados similares en muestras utilizadas, así como semejantes a los resultados obtenidos por Millon (Millon, 1994). Las escalas del MIPS se superponen e intercorrelacionan de diversos modos; en general se desprende un patrón de relaciones convergentes y divergentes entre las escalas que concuerda ampliamente con las expectativas basadas en la naturaleza de los constructos que se miden" (Sánchez-López & Aparicio, 1998b, p. 110).

4.1.3.- Validez Convergente.

La validez convergente hace referencia a las correlaciones entre medidas del mismo constructo usando diferentes métodos.

Para analizar dicha validez se llevó a cabo una matriz multirrasgo-multimétodo, según los pasos propuestos por Martínez (1996). En la Tabla 4.4 se presentan las correlaciones entre siete rasgos, cada uno medido por dos métodos diferentes. Los coeficientes heterorrasgo-monométodo están dentro de los triángulos con líneas sólidas y de color amarillo. Los coeficientes de validez convergente, que son las correlaciones de las puntuaciones del mismo rasgo, medido con diferentes métodos están destacadas en negrilla.

En esta prueba las correlaciones de los triángulos heterorrasgo-heterométodo. Estas correlaciones se refieren a las variables que no tienen

nada en común. En estas subescalas las correlaciones no son mayores. Tampoco son mayores que las correlaciones de los triángulos heterorrasgo/monométrodo.

Por lo tanto no existe convergencia entre métodos, lo que nos indica que hay demasiada varianza específica ligada al método o que los métodos no están midiendo los mismos constructos.

Tabla 4.4.- Matriz de correlaciones multi-método/multi-rasgo.

		EAO				LCIE	MLPA			MIPS					
		logro	innov	locus	auto	locus	logro	poder	afiliacion	individua lismo	protecc ión	innovac ión	firmeza	con- trol	concord ancia
EAO	Logro	-													
	Innova- ción	0,72 ****	-												
	Locus control	0,69 ****	0,67 ****	-											
	Autocon- fianza	0,56 ****	0,55 ****	0,39 ****	-										
LCIE	locus	0,11 ***	0,18 ***	0,15 ****	0,15 ***	-									
MLPA	Logro	0,18 ****	0,15 ***	0,14 **	0,05	0,06	-								
	Poder	0,14 ***	0,13 **	0,09 #	0,11 *	0,03	0,05 #	-							
	Afiliacion	0,18 ****	0,33 ****	0,22 ****	0,14 **	0,17 ****	0,13 **	0,10 #	-						
MIPS	Individuali- simo	0,09 #	0,21 ****	0,13 **	0,17 ****	0,01	-0,07	0,05	0,34 ****	-					
	Protec- ción	0,08 #	-0,03	0,04	-0,07	0,04	0,23 ****	0,03	-0,06	-0,51 ****	-				
	Innova- ción	0,08 #	0,14 **	0,02	0,00	-0,09 #	0,18 ****	-0,04	0,18	0,28 ****	-0,09 #	-			
	Firmeza	0,23 ****	0,32 ****	0,25 ****	0,29 ****	0,34 ****	0,15 **	0,10 #	0,46 ****	0,42 ****	-0,08 **	0,09 #	-		
	Control	0,16 ****	0,28 ****	0,21 ****	0,23 ****	0,19 ****	-0,05	0,11 *	0,46 ****	0,68 ****	-0,28 ****	0,21 ****	0,69 ****	-	
	Concor- dancia	-0,07	-0,27 ****	-0,13 **	-0,17 ****	-0,01	0,09 #	-0,02	-0,36 ****	-0,70 ****	0,65 ****	-0,23 ****	-0,45 ****	-0,70 ****	-

4.2.- Objetivo segundo. Puntos coincidentes de los autoempleados emprendedores.

Este objetivo hace referencia a "lograr el elenco, desde un múltiple punto de vista, demográfico, socioeconómico, de personalidad, motivacional, comportamental, y cognitivo frente al éxito profesional, que determine los puntos coincidentes de los autoempleados emprendedores. Se han estudiado los grupos emprendedor y no emprendedor; empresario y creador de empresa; y por último creador de empresa y opositor.

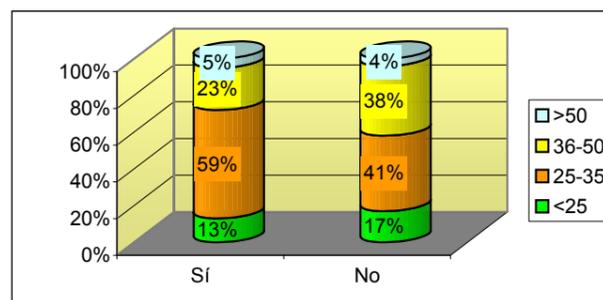
4.2.1.- Características de los emprendedores frente a los no emprendedores.

a.- Variables demográficas y familiares

- Edad.

En relación a la edad entre los grupos de personas emprendedoras y no emprendedoras sí existen diferencias significativas ($\chi^2 = 14,73$, $p < 0,005$) pues han contestado hasta 25 años el 13% de emprendedores frente al 17% de no emprendedores; entre los 25-35 años el 59% frente al 41%; entre los 36-50 años el 23% frente al 38%; y mayores de 50 años el 5% frente al 4%. (Figura 4.1, Tabla 4.5)

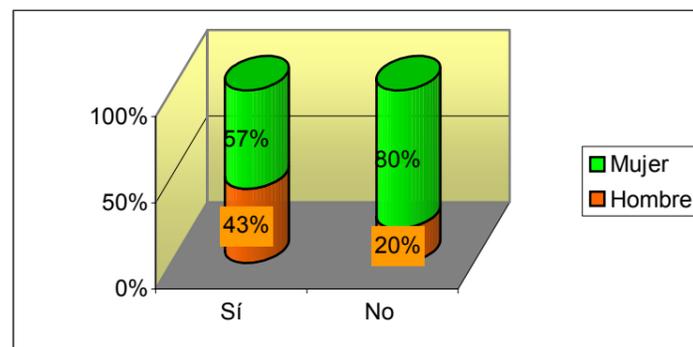
Figura 4.1. Porcentaje en relación la edad entre los emprendedores y no emprendedores.



- Sexo.

En relación al sexo entre los grupos de personas emprendedoras y no emprendedoras sí existen diferencias significativas ($\chi^2 = 84,61$, $p < 0,0000$) pues en relación a las mujeres han contestado el 57% de emprendedoras frente al 80% de no emprendedoras; y en relación a los hombres el 43% de emprendedores frente al 20% de no emprendedores. (Figura 4.2, Tabla 4.5).

Figura 4.2. Porcentaje en relación al sexo entre los emprendedores y no emprendedores



- Situación familiar y allegados.

- + Ocupación de los padres.

Los datos sobre la profesión materna no son destacables debido a que la mayoría de los encuestados señalan el apartado de "otros".

En relación a la profesión paterna entre los grupos de personas emprendedoras y no emprendedoras sí existen diferencias significativas ($\chi^2 = 13,77$, $p < 0,05$) pues han contestado que sus padres trabajaban como agricultores o ganaderos el 8% de los emprendedores frente al 11% de los no emprendedores; como obreros, empleados o funcionarios el 51% frente al 51%; como técnicos y directivos el 6% frente al 5% y como artesanos, empresarios o

profesionales liberales el 30% de los emprendedores frente al 19% de los no emprendedores (Tabla 4.5).

+ Ocupación de la pareja.

En relación a la profesión paterna entre los grupos de personas emprendedoras y no emprendedoras sí existen diferencias significativas ($\chi^2=40,84$, $p<=0,000$) pues han contestado que sus parejas trabajaban obreros, empleados o funcionarios el 30% de los emprendedores frente al 58% de los no emprendedores; como técnicos y directivos el 14% de emprendedores frente al 17% de no emprendedores y como artesanos, empresarios o profesionales liberales el 31% de los emprendedores frente al 13% de los no emprendedores (Tabla 4.5).

+ Ocupación de las amistades

En relación a la profesión de las amistades entre los grupos de personas emprendedoras y no emprendedoras sí existen diferencias significativas ($\chi^2=6,40$, $p<=0,05$) pues han contestado que sí tienen amigos con antecedentes emprendedores 63% de los emprendedores frente al 53% de los no emprendedores. (Tabla 4.5).

No se puede concluir que existan diferencias significativas en antecedentes empresariales de familiares, en relación al estado civil y en relación a la descendencia entre los emprendedores y no emprendedores.

Tabla 4.5.- Estadísticos de contraste de las variables del espacio familiar entre emprendedores y no emprendedores.

Variables espacio familiar		Emprendedores		No emprendedores		χ^2	Sig
Edad	Menor de 25 años	21	13%	69	16%	14,73	0,002 ***
	Entre 25 y 35 años	97	59%	215	47%		
	Entre 36 y 50 años	39	23%	108	38%		
	Mayor de 50 años	9	5%	13	4%		
Sexo	Mujer	95	57%	230	80%	84,61	0,000 ****
	Hombre	71	43%	57	20%		
Paterna	Agricultor/ ganadero	13	8%	31	11%	13,77	0,017 *
	Obrero/empleado/funcionario	78	51%	131	51%		
	Técnico/directivo	9	6%	13	5%		
	Artésano/empresario/prof. liberal	45	30%	49	19%		
	Otros	8	5%	34	13%		
Pareja	Agricultor/ ganadero		-	2	1%	40,84	0,000 ****
	Obrero/empleado/funcionario	25	30%	79	58%		
	Técnico/directivo	11	14%	24	17%		
	Artésano/empresario/prof. liberal	31	39%	18	13%		
	Otros	14	17%	13	11%		
Familia	Sí existen antecedentes	110	66%	175	60%	1,36	0,242
	No existen antecedentes	56	34%	112	40%		
Amigos	Sí existen antecedentes	106	63%	152	53%	6,40	0,040 *
	No existen antecedentes	60	37%	135	47%		
E.C	Soltero	85	51%	151	53%	0,06	0,801
	Pareja	81	49%	136	47%		
Desc.	Sí tiene hijos	54	33%	107	37%	4,67	0,321
	No tiene hijos	112	67%	180	63%		

b.- Variable del espacio laboral.

No se puede concluir que existan diferencias significativas en el nivel formativo. (Tabla 4.6). En relación a la formación socio-empresarial han sido anuladas⁴³, pues no se han contestado adecuadamente por parte de la muestra.

⁴³ Preguntas 9 y 10, respectivamente "¿Tiene usted experiencia de trabajo en la empresa o la tenía si es que es empresario, aunque no estuviera relacionada con su actual actividad?" y "¿Ha realizado estudios específicos de tipo técnico, comercial o de dirección de empresas antes de crear su empresa?"

Tabla 4.6. Estadísticos de contraste de la variable laboral entre emprendedores y no emprendedores.

Variables del espacio laboral		Emprendedor		No emprendedor		χ^2	Sig
Nivel formativo	Básica	19	11%	37	13%	8,15	0,147
	Secundaria	53	32%	73	25%		
	Universitarios	81	49%	154	54%		
	Doctor Master	11	7%	16	5%		
	Otros	2	1%	7	3%		

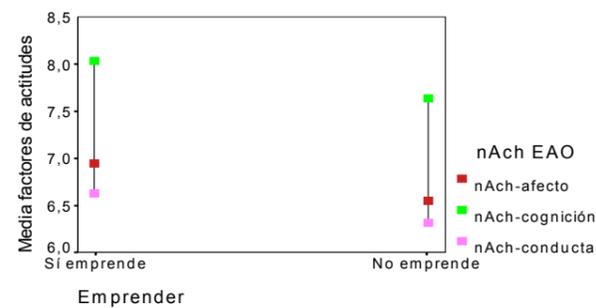
c.- Variable del espacio personal

+ Motivación de logro (nAch).

La nAch entre los emprendedores y no emprendedores sí presenta diferencias significativas en la prueba EAO ($t=3,32$ $p\leq 0,001$). Los emprendedores puntúan con una media de 7,20 frente a 6,83 de los no emprendedores. En la prueba MLPA también existen diferencias significativas ($t=3,62$ $p\leq 0,05$) pues los emprendedores puntúan con una media de 3,53 frente a 3,24 de los no emprendedores. En ambas pruebas los emprendedores se encuentran con niveles superiores de nAch a los no emprendedores. (Tabla 4.7)

Las facetas de las actitudes de nAch en la prueba EAO como son nAch-afecto ($t=3,33$ $p\leq 0,001$); nAch-cognición ($t=2,90$ $p\leq 0,005$) y nAch-conducta ($t=2,59$ $p\leq 0,01$) sí presentan diferencias significativas. Puntúan con una media en nAch-afecto de 6,94 los emprendedores frente a 6,55 los no emprendedores; en nAch-cognición 8,03 frente a 7,64 y nAch-conducta 6,62 frente a 6,32 respectivamente. Los emprendedores ha puntuado en todas las facetas de la subescala de nAch más alto que los no emprendedores. (Figura 4.3 y Tabla 4.8).

Figura 4.3.- Medias de los grupos en las facetas de actitudes de la subescala de nAch del EAO.



+ Metas motivacionales.

El individualismo entre los emprendedores y no emprendedores sí presenta diferencias significativas en la prueba MIPS ($t=3,70$ $p\leq 0,0001$); Los emprendedores puntúan con una media de 22 frente a 19 de los no emprendedores. Los emprendedores se encuentran con niveles superiores de individualismo a los no emprendedores. (Tabla 4.7).

La preservación ($t=-2$ $p\leq 0,05$), la acomodación ($t=-3,62$ $p\leq 0,0001$) y la protección ($t=-2,57$ $p\leq 0,01$) sí presentan diferencias significativas en la prueba MIPS. Puntúan en preservación con 14 los emprendedores frente a 16 de los no emprendedores; en acomodación con 15 frente a 19 y en protección con 29 frente a 31. Los emprendedores se encuentran con niveles inferiores de preservación, acomodación y protección. (Tabla 4.7)

+ Conductas interpersonales.

La comunicatividad ($t=2,99$ $p\leq 0,005$); la firmeza ($t=3,96$ $p\leq 0,0001$) y el control ($t=3,91$ $p\leq 0,0001$) entre los emprendedores y no emprendedores sí presenta diferencias significativas en la prueba MIPS; Puntúan en comunicatividad una media de 37 los emprendedores frente a 33 de los no emprendedores; en firmeza con 37 frente a 32 y en control con 28 frente a 25.

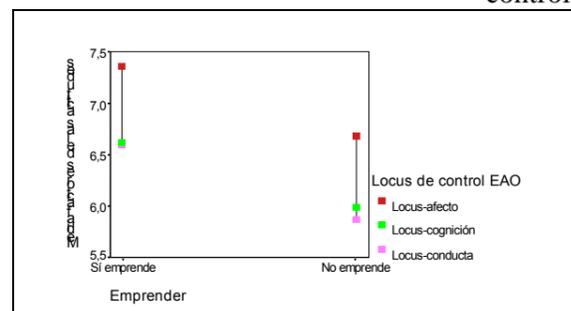
Los emprendedores se encuentran con niveles superiores de comunicatividad, firmeza y control a los no emprendedores. (Tabla 4.7)

La vacilación ($t=-2,92$ $p<=0,01$), el sometimiento ($t=-3,57$ $p<=0,005$) y la concordancia ($t=-3,72$ $p<=0,0001$) sí presentan diferencias significativas en la prueba MIPS. Puntúan en vacilación con 14 los emprendedores frente a 17 de los no emprendedores; en sometimiento con 13 frente a 16 y en concordancia con 29 frente a 33. Los emprendedores se encuentran con niveles inferiores de vacilación, sometimiento y concordancia. (Tabla 4.7)

+ Locus de control.

El locus de control entre los emprendedores y no emprendedores sí presenta diferencias significativas en la prueba EAO ($t=3,63$ $p<=0,0001$). Los emprendedores puntúan con una media de 6,85 frente a 6,18 de los no emprendedores. En la prueba LCIE también existen diferencias significativas ($t=3,25$ $p<=0,0001$) pues los emprendedores puntúan con una media de 7,12 frente a 6,32 de los no emprendedores. En ambas pruebas los emprendedores se encuentran con niveles superiores de locus de control a los no emprendedores. (Tabla 4.7).

Figura 4.4.- Medias de los grupos en las facetas de actitudes en la subescala de locus de control del EAO.



Las facetas de las actitudes de locus en la prueba EAO como son locus-afecto ($t=3,29$ $p<=0,0001$); locus-cognición ($t=3,11$ $p<=0,0001$) y locus-conducta ($t=3,76$ $p<=0,0001$) sí presentan diferencias significativas. Puntúan

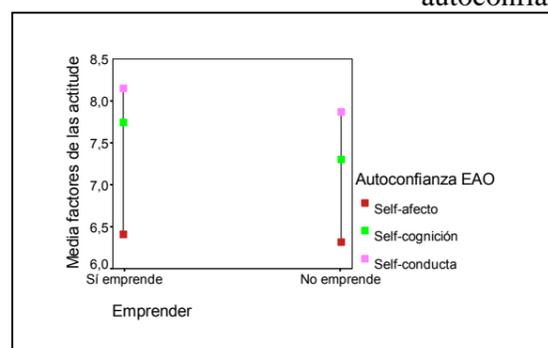
con una media en locus-afecto de 7,36 los emprendedores frente a 6,68 los no emprendedores; en locus-cognición 6,62 frente a 5,99 y locus-conducta 6,59 frente a 5,87 respectivamente. Los emprendedores ha puntuado en todas las facetas de la subescala de locus de control más alto que los no emprendedores. (Figura 4.4 y Tabla 4.8).

+ Autoconfianza.

La autoconfianza entre los emprendedores y no emprendedores sí presenta diferencias significativas en la prueba EAO ($t=3,32$ $p\leq 0,001$). Los emprendedores puntúan con una media de 7,43 frente a 7,16 de los no emprendedores. Los emprendedores se encuentran con niveles de autoconfianza superiores a los no emprendedores. (Tabla 4.7).

Las facetas de las actitudes de autoconfianza en la prueba EAO como son self-cognición ($t=3,04$ $p\leq 0,005$) y self-conducta ($t=2,60$ $p\leq 0,01$) sí presentan diferencias significativas. Puntúan con una media en self-cognición 7,74 los emprendedores frente a 7,30 de los no emprendedores y self-conducta 8,15 frente a 7,87 respectivamente. Los emprendedores ha puntuado en facetas self-cognición y self-conducta más alto que los no emprendedores. (Figura 4.5 y Tabla 4.8).

Figura 4.5.- Medias de los grupos en las facetas de las actitudes en la subescala autoconfianza del EAO.



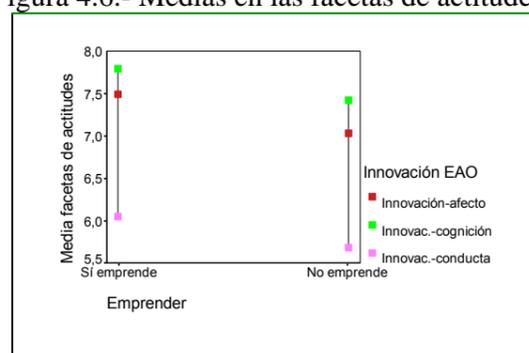
En self-afecto no presentan diferencias significativas entre los emprendedores y no emprendedores. (Figura 4.5 y Tabla 4.8)

+ Innovación.

La innovación entre los emprendedores y no emprendedores sí presenta diferencias significativas en la prueba EAO ($t=3,55$ $p\leq 0,0001$). Los emprendedores puntúan con una media de 7,11 frente a 6,71 de los no emprendedores. En la prueba MIPS no puede concluirse que halla diferencias significativas en innovación. En la prueba EAO los emprendedores se encuentran con niveles superiores de innovación a los no emprendedores. (Tabla 4.7).

Las facetas de las actitudes de innovación en la prueba EAO como son innovación-afecto ($t=3,64$ $p\leq 0,0001$); innovación-cognición ($t=3,29$ $p\leq 0,001$); y innovación-conducta ($t=3,90$ $p\leq 0,0001$) sí presentan diferencias significativas. Puntúan con una media en innovación-afecto de 7,49 de los emprendedores frente a los 7,03 de los no emprendedores; innovación-cognición 7,79 frente a 7,34 y innovación-conducta 6,04 frente a 5,68 respectivamente. Los emprendedores ha puntuado en todas las facetas de la subescala de innovación más alto que los no emprendedores. (Figura 4.6 y Tabla 4.8).

Figura 4.6.- Medias en las facetas de actitudes de la subescala innovación del EAO.(E-NoE)



+ Asunción del riesgo.

La asunción del riesgo entre los emprendedores y no emprendedores sí presenta diferencias significativas en la prueba AR ($t=3,50$ $p\leq 0,001$). Los emprendedores puntúan con una media de 48 frente a 46 de los no emprendedores. Los emprendedores se encuentran con niveles de asunción del riesgo superior a los no emprendedores. (Tabla 4.7).

Las subescalas de asunción del riesgo en la prueba AR como son riesgo moderado ($t=3,27$ $p\leq 0,010$) y tomar decisiones ($t=2,64$ $p\leq 0,01$) sí presentan diferencias significativas. Puntúan con una media en riesgo moderado 16,4 los emprendedores frente a 15,6 de los no emprendedores y tomar decisiones 7,5 frente a 7 respectivamente. Los emprendedores ha puntuado en riesgo moderado y tomar decisiones más alto que los no emprendedores. (Tabla 4.7).

+ Estilos de procesamiento de la información.

La reflexión ($t= 2,83$ $p\leq 0,005$) y la sistematización ($t= 2,12$ $p\leq 0,05$) entre los emprendedores y no emprendedores sí presenta diferencias significativas en la prueba MIPS; Puntúan en reflexión una media de 17 los emprendedores frente 15 de los no emprendedores ($t= 2,83$ $p\leq 0,005$) y en sistematización 39 frente a 37. Los emprendedores se encuentran con niveles superiores de reflexión y sistematización a los no emprendedores. (Tabla 4.7)

La afectividad ($t=-3,24$ $p\leq 0,001$) sí presentan diferencias significativas en la prueba MIPS. Puntúan en afectividad con 26 los emprendedores frente a 29 de los no emprendedores. Los emprendedores presentan niveles inferiores de afectividad a los no emprendedores. (Tabla 4.7)

Tabla 4.7.- Variables del espacio personal entre emprendedores y no emprendedores.

Variable	Cuestionario	Emprendedores	No emprendedores	t	Sig	
nAch	EAO	X=7,20 SD=1,00	X=6,83 SD=1,11	3,32	0,001 ****	
	MLPA	X=3,53 SD=3,98	X=3,24 SD=3,97	3,62	0,025 *	
Poder	MLPA	X=4,48 SD=1,62	X=4,13 SD=2,8	1,75	0,081	
Afiliación		X=3,80 SD=3,00	X=3,82 SD=2,90	0,26	0,799	
Metas Motiv.	MIPS	Apertura	X=25 SD=7,65	X=24 SD=6,88	0,99	0,325
		Preservación	X=14 SD=10,2	X=16 SD=9,51	-2,00	0,046 *
		Modificación	X=35 SD=3,65	X=35 SD=4,16	0,26	0,963
		Acomodación	X=15 SD=9,30	X=19 SD=9,23	-3,62	0,0001 ****
		Individualismo	X=22 SD=8,70	X=19 SD=7,92	3,70	0,0001 ****
		Protección	X=29 SD=8,88	X=31 SD=8,07	-2,57	0,010 **
Relac. interpersonales	MIPS	Retraimiento	X=16 SD=8,89	X=17 SD=8,51	-0,91	0,366
		Comunicatividad	X=37 SD=10,9	X=33 SD=10,7	2,99	0,003 ***
		Vacilación	X=14 SD=10,3	X=17 SD=9,78	-2,92	0,009 **
		Firmeza	X=37 SD=10,5	X=32 SD=10,2	3,96	0,0001 ****
		Discrepancia	X=23 SD=8,09	X=21 SD=7,95	1,60	0,110
		Conformismo	X=17 SD=4,30	X=17 SD=4,26	-0,64	0,520
		Sometimiento	X=13 SD=8,28	X=16 SD=7,90	-3,57	0,004 ***
		Control	X=28 SD=8,24	X=25 SD=6,95	3,91	0,0001 ****
		Insatisfacción	X=24 SD=8,55	X=25 SD=8,83	-0,54	0,586
		Concordancia	X=29 SD=9,10	X=33 SD=7,77	-3,72	0,0001 ****
Locus de control	EAO	X=6,85 SD=1,09	X=6,18 SD=1,04	3,63	0,0001 ****	
	LCIE	X=7,12 SD=1,88	X=6,32 SD=1,87	3,25	0,0001 ****	
Autoconfianza	EAO	X=7,43 SD=0,80	X=7,16 SD=0,89	3,32	0,001 ****	
Innovación	EAO	X=7,11 SD=0,88	X=6,71 SD=0,91	3,55	0,0001 ****	
	MIPS	X=28,5 SD=8,58	X=26,8 SD=8,97	1,83	0,068	
Asunc. riesgo	AR	Total Asunc.riesgo	X=48 SD=6,40	X=46 SD=5,73	3,50	0,001 ****
		Riesgo moderado	X=16,4 SD=2,20	X=15,6 SD=2,40	3,27	0,010 **
		NAch/locus interno	X=8,2 SD=1,70	X=8 SD=1,50	1,42	0,152
		Tomar decisiones	X=7,5 SD=1,70	X=7 SD=1,80	2,64	0,009 **
		Metas claras	X=11,8 SD=2,15	X=11,36 SD=2,54	1,86	0,063
		Perseveración	X=4 SD=1,11	X=3,8 SD=1,22	1,19	0,236
Mod. cognitivos	MIPS	Extraversión	X=29 SD=8,38	X=28 SD=7,93	1,80	0,281
		Introversión	X=9 SD=6,96	X=10 SD=6,53	-0,66	0,506
		Sensación	X=19 SD=5,91	X=19 SD=6,20	0,19	0,847
		Intuición	X=21 SD=8,15	X=21 SD=8,19	0,16	0,871
		Reflexión	X=17 SD=8,12	X=15 SD=7,31	2,83	0,005 ***
Otras variables de personalidad	APE	Afectividad	X=26 SD=9,23	X=29 SD=8,00	-3,24	0,001 ****
		Sistematización	X=39 SD=11,1	X=37 SD=10,3	2,12	0,034 *
		Energía	X=4,4 SD=1,80	X=4,4 SD=1,90	-0,18	0,934
		Autocontrol	X=6,2 SD=2,10	X=6,2 SD=1,90	-0,19	0,847
		Autonomía	X=2,7 SD=2,00	X=2,8 SD=2,20	-0,66	0,506
		Agresividad	X=6,8 SD=1,90	X=6,70 SD=1,80	0,66	0,512
		Habilidades sociales	X=4,2 SD=2,00	X=4,3 SD=1,80	0,23	0,819
		Ansiedad	X=6,3 SD=2,20	X=6,3 SD=1,80	-0,24	0,813
		Convencionalismo	X=6 SD=1,90	X=6,3 SD=1,80	-1,23	0,218
		Autosuficiente	X=4,9 SD=2,00	X=5,1 SD=3,00	-0,58	0,564
Tensión	X=5,2 SD=3,50	X=4,6 SD=1,70	2,15	0,032 *		
Entusiasmo	X=6,7 SD=1,90	X=5,7 SD=1,90	3,47	0,001 ****		
Sensatez	X=6,6 SD=2,10	X=5,8 SD=2,20	0,10	0,923		
Actividad	X=5,2 SD=1,60	X=4,8 SD=1,70	2,31	0,021 *		

+ Otras variables de la personalidad emprendedora.

Otras variables de personalidad pertenecientes a la prueba APE. La tensión ($t= 2,15$ $p\leq 0,05$), el entusiasmo ($t=3,47$ $p\leq 0,001$) y la actividad ($t= 2,31$ $p\leq 0,05$). entre los emprendedores y no emprendedores sí presenta diferencias significativas en la prueba APE; Puntúan en tensión una media de 5,2 los emprendedores frente 4,6 de los no emprendedores , en entusiasmo 6,7 frente 5,7 y en actividad 5,2 frente a 4,8. Los emprendedores se encuentran con niveles superiores de tensión, entusiasmo y actividad a los no emprendedores. (Tabla 4.7)

No se puede concluir que halla diferencias significativas en la motivación de poder, en la motivación de afiliación, en las metas motivacionales (apertura, modificación), en las conductas interpersonales (retraimiento, discrepancia, conformismo, insatisfacción), en los estilos de procesamiento de la información (extraversión, introversión, sensación, intuición), en asunción del riesgo ((nAch/locus interno, metas claras, perseveración) y en otras variables de la personalidad emprendedora (energía, autocontrol, autonomía, agresividad, habilidades sociales, ansiedad, convencionalismo, autosuficiencia) entre emprendedores y no emprendedores. (Tabla 4.7)

Tabla 4.8.- Estadísticos de contraste entre las facetas de la prueba EAO entre emprendedores y no emprendedores.

Variable nAch respecto a actitud	Emprendedor	No emprendedor	t	Sig
Afecto-nAch	X=6,94 SD=1,15	X=6,55 SD=1,26	3,33	0,001 ****
Cognitivo-nAch	X=8,03 SD=1,36	X=7,64 SD=1,43	2,90	0,004 ***
Conducta-nAch	X=6,62 SD=1,72	X=6,32 SD=1,24	2,58	0,011 *
Variable locus respecto a actitud				
Afecto-locus	X=7,36 SD=1,61	X=6,68 SD=1,63	3,29	0,0001 ****
Cognición-locus	X=6,62 SD=1,64	X=5,99 SD=1,52	3,11	0,0001 ****
Conducta-locus	X=6,59 SD=1,17	X=5,87 SD=1,36	3,76	0,0001 ****
Variable self respecto a actitud				
Afecto-self	X= 6,40 SD=1,44	X=6,32 SD=1,39	0,69	0,490
Cognición-self	X=7,74 SD=0,43	X=7,30 SD=1,53	3,04	0,002 ***
Conducta-self	X=8,15 SD=1,08	X=7,87 SD=1,25	2,60	0,010 **
V. innovación respecto actitud				
Afecto-innovación	X=7,49 SD=1,26	X=7,03 SD=1,32	3,64	0,0001 ****
Cognitivo-innovación	X=7,79 SD=1,03	X=7,42 SD=1,21	3,29	0,001 ****
Conducta-innovación	X=6,04 SD=0,95	X=5,68 SD=0,96	3,90	0,0001 ****

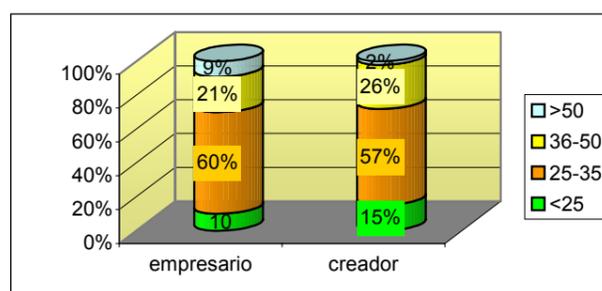
4.2.2.- Características de los empresarios frente a los creadores de empresa.

a.- Variables del espacio familiar.

- Edad.

En relación a la edad entre el grupo de empresarios y sí existen diferencias significativas ($\chi^2 = 109,95$ $p \leq 0,000$) pues han contestado hasta 25 años el 10% de empresarios frente al 13% de creadores de empresa; entre los 25-35 años el 60% frente al 57%; entre los 36-50 años el 21% frente al 26%; y mayores de 50 años el 9% frente al 2%. (Tabla 4.9)

Figura 4.7. Porcentaje según el rango de edad entre empresarios y creadores.



- Situación familiar.

- + Ocupación de los padres.

En relación a la profesión paterna entre los empresarios y los creadores sí existen diferencias significativas ($\chi^2=18,75$ $df=4$ $p<=0,005$) pues han contestado que sus padres trabajaban como agricultores o ganaderos el 4% de los empresarios frente al 13% de los creadores; como obreros, empleados o funcionarios el 46% frente al 56%; como técnicos y directivos el 4% frente al 8% y como artesanos, empresarios o profesionales liberales el 41% frente al 19%. (Tabla 4.9).

- + Ocupación de los familiares

En relación a la profesión de los familiares entre empresarios y creadores de empresa sí existen diferencias significativas ($\chi^2 =5,70$ $p<=0,05$) pues han contestado que sí tienen familiares con antecedentes emprendedores 75% de los empresarios frente al 58% de los creadores. (Tabla 4.9).

- + Estado civil.

En relación al estado civil entre los empresarios y creadores de empresa sí existen diferencias significativas ($\chi^2=7,884$ $df=1$ $p<=0,005$) pues han contestado que están solteros 63% de los empresarios frente al 41% de los creadores (Tabla 4.9)

Relacionando el rango de edad y el estado civil observamos que sí se producen diferencias significativas entre empresarios y creadores dentro del grupo de las personas menores de 25 años ($\chi^2= 7,2$ $p<=: 0,01$). (Tabla 4.10).

No se puede concluir que halla diferencias significativas en relación al sexo, en relación a la ocupación de la pareja, a la ocupación de las amistades, a la descendencia entre empresarios y creadores de empresa.

Tabla 4.9.- Estadísticos de contraste de las variables del espacio familiar entre empresarios y creadores .

Variables espacio familiar		Empresario		Creador		χ^2	Sig
Edad	Mayor de 50 años	7	9%	2	2%		
	Entre 36 y 50 años	17	21%	22	26%		
	Entre 25 y 35 años	48	60%	49	57%		
	Menor de 25 años	8	10%	13	15%		
Sexo	Mujer	44	55%	51	59%		
	Hombre	46	45%	35	41%		
Paterna	Agricultor/ ganadero	3	4%	10	13%	18,75	0,002 ***
	Obrero/empleado/funcionario	35	46%	43	56%		
	Técnico/directivo	3	4%	6	8%		
	Artesano/empresario/prof. liberal	31	41%	14	19%		
	Otros	4	5%	4	4%		
Pareja	Agricultor/ ganadero	-	-%	-	-	5,94	0,203
	Obrero/empleado/funcionario	8	29%	17	33%		
	Técnico/directivo	2	7%	9	18%		
	Artesano/empresario/prof. liberal	16	51%	15	29%		
	Otros	4	13%	10	20%		
Familia	Sí existen antecedentes	60	75%	50	58%	5,27	0,021 *
	No existen antecedentes	20	25%	36	42%		
Amigos	Sí existen antecedentes	47	59%	59	69%	1,74	0,186
	No existen antecedentes	33	41%	27	31%		
E.C	Soltero	50	63%	35	41%	07,88	0,004 **
	Pareja	30	37%	51	59%		
Desc.	Sí tiene hijos	27	34%	27	31%	3,04	0,224
	No tiene hijos	53	66%	59	69%		

b.- Variables del espacio laboral.

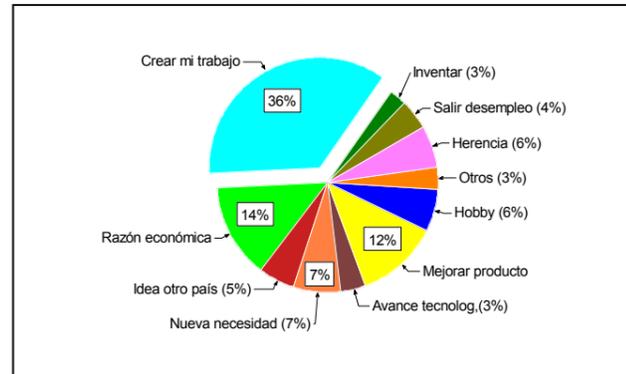
- Factores desencadenantes

+Factores que suscitan la creación de empresa.

Si consideramos al grupo en su conjunto, empresarios y creadores, los desencadenantes negativos (factores push) como creación de mi puesto de trabajo

en un 36% y la razón económica en un 14% son los principales factores responsables de la creación de una empresa. En tercer lugar, se alude al desencadenante positivo (factor pull) como a la necesidad de mejorar un producto ya existente en un 12% como responsable de la creación. (Figura 4.8)

Figura 4.8.- Porcentajes de los factores que suscitan la creación de empresa de los emprendedores.



Si se analizan por separado, los empresarios y los creadores aluden al desencadenante negativo, relacionados con la necesidad de crear su puesto de trabajo en un 42% los empresarios y en un 24% los creadores como la principal razón que le ha llevado a la creación de los empresa.

Los empresarios consideran, en segundo lugar, las razones económicas (desencadenante negativo) en un 16%, y, en tercer lugar, la necesidad de mejorar un producto ya existente (desencadenante positivo) en un 10%. (Figura 4.9 y Tabla 4.10)

Los creadores de empresa consideran, en segundo lugar, la necesidad de mejorar un producto ya existente (desencadenante positivo) en un 17% y, en tercer lugar, la aparición de una nueva necesidad (desencadenante positivo) en un 14%. (Figura 4.10 y Tabla 4.10).

Figura 4.9.- Porcentajes de los factores que suscitan emprender a los empresarios.

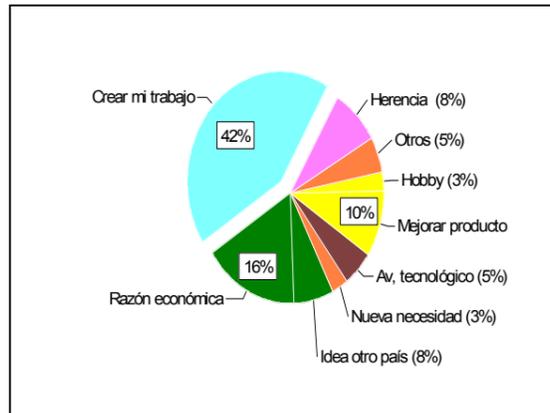
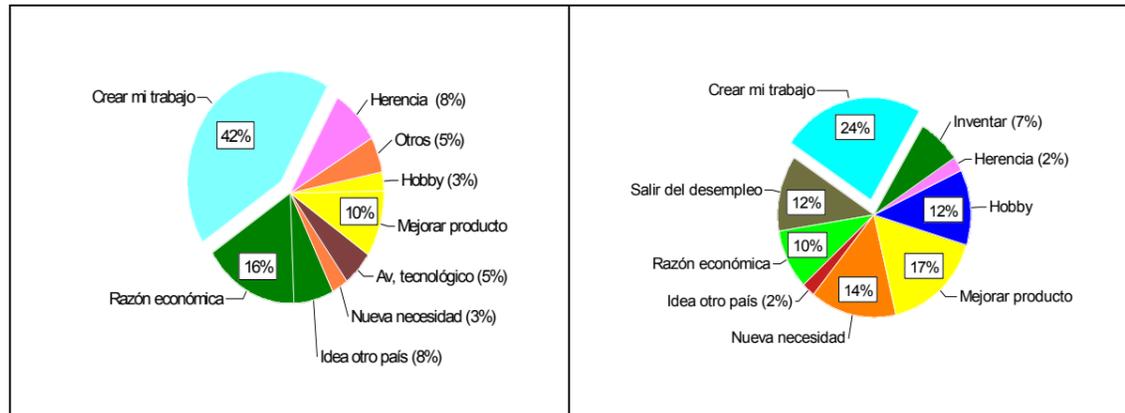


Figura 4.10.- Porcentajes de los factores que suscitan emprender a los creadores.



+ Apoyo de los grupos de pertenencia y referencia.

El grado de influencia más alto se encuentra entre la familia, los amigos, el cónyuge y los compañeros. (Tabla 4.10).

En relación al nivel de influencia de los familiares entre empresarios y creadores sí existen diferencias significativas ($t= 6, p<=0,000$) en relación a la influencia de la familia han valorado con un 3,72 los empresarios frente al 2,29 de los creadores. (Tabla 4.10)

En relación al nivel de influencia de los amigos entre empresarios y creadores sí existen diferencias significativas ($t= 5,08, p<=0,000$) en relación a la influencia de los amigos han valorado con un 3,57 los empresarios frente al 2,31 de los creadores. (Tabla 4.10)

En relación al nivel de influencia del cónyuge o de la pareja entre empresarios y creadores sí existen diferencias significativas ($t= 3,31, p<=0,001$)

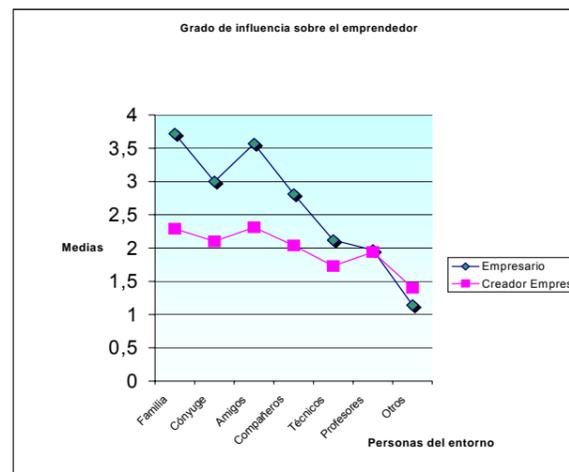
en relación a la influencia del conyuge han valorado con un 3,0 los empresarios frente al 2,10 de los creadores. (Tabla 4.10)

En relación al nivel de influencia de los compañeros entre empresarios y creadores sí existen diferencias significativas ($t=3,31$, $p \leq 0,005$) en relación a la influencia de los compañeros han valorado con un 2,81 los empresarios frente al 2,04 de los creadores. (Tabla 4.10)

Los técnicos, profesores u otros se les ha atribuido una influencia menor con un valor de dos sobre cinco.

No se puede afirmar que hallan diferencias entre empresarios y creadores pues no se aprecian diferencias significativas sobre el nivel de influencia de los técnicos, sobre el nivel de influencia de los profesores, ni sobre el nivel de influencia de otras personas. (Tabla 4.10)

Figura 4.11.- Grado de influencia sobre el emprendedor realizado por las personas de su entorno.

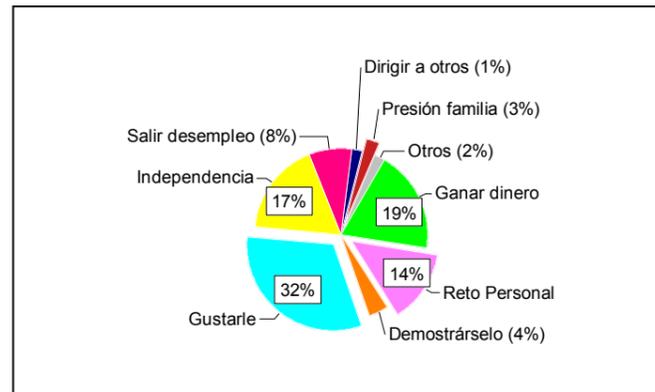


+ Factores que sostienen que una actividad se mantenga.

Si consideramos al grupo en su conjunto, empresarios y creadores, el gustarles lo que están haciendo en un 32%, ganar dinero en un 19% y la

independencia en un 17% son los factores responsables del mantenimiento del funcionamiento de una empresa. (figura 4.12).

Figura 4.12.- Porcentajes de los motivos que sostienen que una empresa progrese



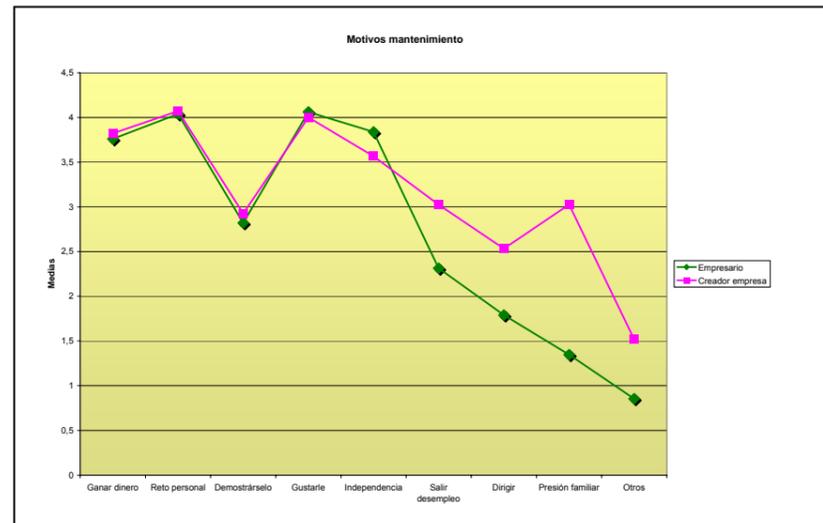
El dedicarse a lo que le gusta, con un valor de 4,06 de los empresarios frente a 4,00 de los creadores; reto personal, con 4,04 frente a 4,07; independencia o ser su propio jefe, con 3,83 frente 3,56; ganar dinero, con 3,76 frente 3,82 y demostrárselo a los demás 2,82 frente a 2,92 son los factores que se les ha atribuido un mayor valor como incentivo para mantener la empresa, pero donde no existen diferencias significativas. (Figura 4.14, Tabla 4.10).

En relación a salir del desempleo sí existen diferencias significativas ($t=0,94$; $p \leq 0,05$). pues han valorado con un 2,31 los empresarios frente 3,02 de los creadores. (Figura 4.13, Tabla 4.10).

En relación a dirigir personas u organización sí existen diferencias significativas ($t=2,78$; $p \leq 0,01$), pues han valorado con un 1,79 los empresarios frente 2,53 de los creadores. (Figura 4.13, Tabla 4.10)

En relación a ser presionado por la familia sí existen diferencias significativas ($t=2,82$, $p \leq 0,000$) pues han valorado con un valor 1,34 los empresarios frente a 3,02 los creadores. (Figura 4.13, Tabla 4.10)

Figura 4.13.- Valoración media de los motivos que favorecen el mantenimiento de la creación de una empresa entre emprendedores.



- Educación

No se puede concluir que halla diferencias significativas en relación al nivel formativo entre los emprendedores y no emprendedores. (Tabla 4.10). La formación socio-empresarial han sido anuladas⁴⁴, pues no se contestaron adecuadamente.

- Sector laboral

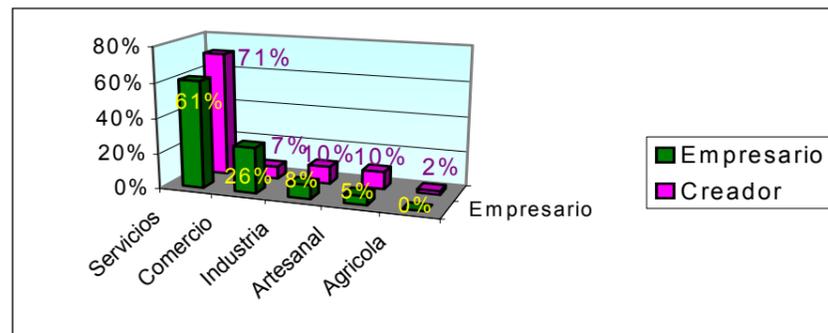
Si se analizan por separado, los empresarios y los creadores el sector mayoritario de la muestra corresponde al sector servicios en un 61% los empresarios y en un 71% los creadores como la principal sector en el que han ubicado sus empresas. (Figura 4.15, Tabla 4.11)

Los empresarios se ubican , en segundo lugar, en el comercio en un 26%, y, en tercer lugar, en la industria en un 8%. (Figura 4.15 y Tabla 4.11)

⁴⁴ Preguntas 9 y 10, respectivamente "¿tiene usted experiencia de trabajo en la empresa o la tenía si es que es empresario, aunque no estuviera relacionada con su actual actividad?" y "¿ha realizado estudios específicos de tipo técnico, comercial o de dirección de empresas antes de crear su empresa?"

Los creadores de empresa se ubican en la industria y en artesanía en un 10%, respectivamente. (Figura 4.14 y Tabla 4.11).

Figura 4.14: Porcentaje del sector laboral.

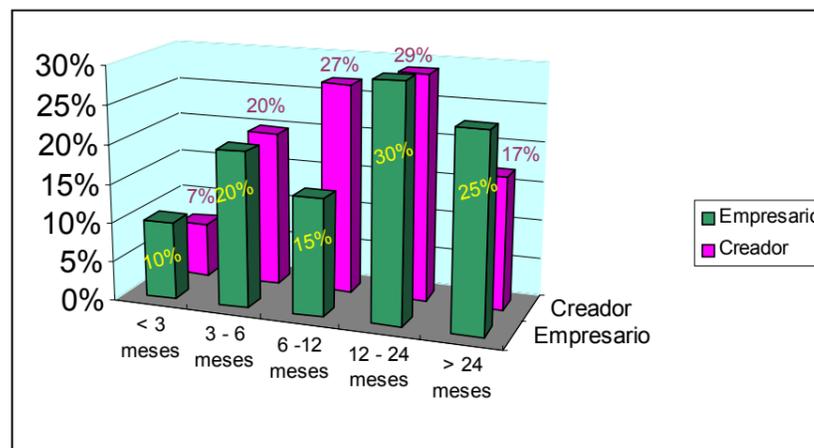


- Tiempo de maduración del proyecto.

En relación al tiempo de maduración de un proyecto sí existen diferencias significativas ($t= 41,83$; $p \leq 0,000$) entre empresarios y creadores. (Tabla 4.11)

Los empresarios utilizan entre 12 y 24 meses en un 30% o más de 24 meses en un 25%. Los creadores se encuentran distribuidos a lo largo de todas las posibilidades. (Figura 4.15, Tabla 4.11)

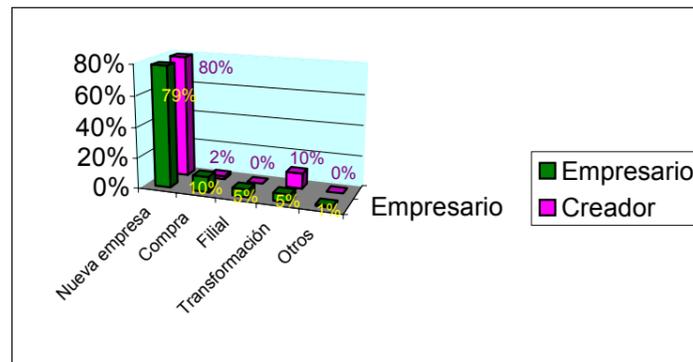
Figura 4.15: Tiempo de maduración antes de la creación.



- Origen de la empresa.

Si se analizan por separado, los empresarios y los creadores, el origen de la empresa mayoritario de la muestra corresponde a la empresa de nueva creación; en un 79% los empresarios y en un 88% los creadores. (Figura 4.16, Tabla 4.11)

Figura 4.16: Origen de la empresa



- Forma jurídica elegida.

Si se analizan por separado, los empresarios y los creadores, la forma jurídica mayoritaria de la muestra corresponde a la modalidad individual.

Los empresarios trabajan como autónomos en un 33% y como empresarios que contratan en un 26%. (Figura 4.17, Tabla 4.11)

Los creadores de empresa trabajarán como autónomos en un 17% y como empresarios que contratan en un 48%. (Figura 4.17, Tabla 4.11).

La forma jurídica colectiva más utilizada en la muestra corresponde a la sociedad limitada con un 19% en los empresarios y un 17% en los creadores.

Figura 4.17: Formas jurídicas utilizadas por la muestra

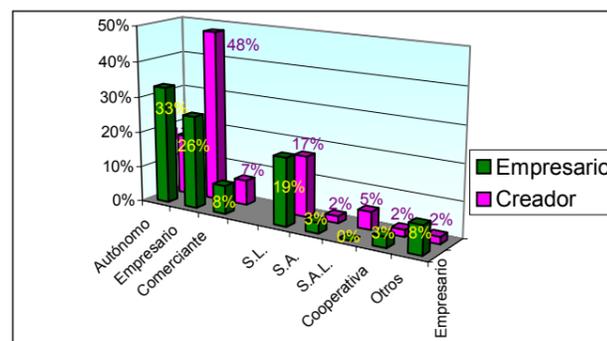


Tabla 4.10: Estadísticos de contraste en las variables del espacio laboral situacionales entre empresarios y creadores de empresa.

Variable espacio laboral		Empresarios		Creadores		χ^2	Sig	
Factores que suscitan la creación	Inventar ε	-		3	7%			
	Practicar hobby ε	2	3%	5	12%			
	Mejorar producto ε	7	10%	7	17%			
	Nueva tecnología ε	4	5%	-				
	Nueva necesidad ε	2	3%	6	14%			
	Idea otros países ε	5	8%	1	2%			
	Herencia / ganancia	6	8%	1	2%			
	Otras	4	5%	-				
	Razón económica \square	12	16%	4	10%			
	Salir desempleo \square	-		5	12%			
	Crear puesto trabajo \square	31	42%	10	24%			
	No contesta	7		44				
			Empresarios		Creadores		t	Sig
Personas que influyen sobre	Cónyuge	X=3,00	.SD=1,76	X=2,10	.SD=1,75	3,31	0,001	****
	Familia	X =3,72	SD=1,19	X=2,29	SD=1,28	6,00	0,000	*****
	Amigos	X=3,57	SD=1,36	X=2,31	SD=1,45	5,08	0,000	*****
	Compañeros	X =2,81	SD=1,52	X=2,04	SD=1,70	3,10	0,002	***
	Técnicos(consultor, abogado,economista)	X =2,12	.SD=1,56	X=1,73	SD=1,62	1,65	0,109	
	Profesores	X =1,97	SD=1,92	X =1,94	.SD=1,64	0,12	0,906	
	Otros	X =1,14	SD=0,65	X=1,40	SD=1,20	1,77	0,079	
		Empresarios		Creadores		t	Sig	
Factores que mantienen la creación	Ganar dinero	X=3,76	SD=1,08	X=3,82	SD=0,93	0,21	0,834	
	Reto personal	X=4,04	SD=1,08	X=4,07	D=0,93	0,14	0,252	
	Demostrárselo a los demás	X=2,82	SD=1,08	X=2,92	SD=1,25	-0,3	0,739	
	Dedicarse a lo que le gusta	X=4,06	SD=1,08	X=4,00	SD=0,93	0,26	0,798	
	Independencia, ser su propio jefe	X=3,83	SD=1,23	X=3,56	SD=1,23	0,94	0,350	
	Salir del desempleo	X=2,31	SD=1,21	X=3,02	SD=1,23	-0,94	0,040	*
	Dirigir personas/ organizaciones	X=1,79	SD=1,64	X=2,53	SD=1,38	-2,78	0,006	***
	Ser presionado por la familia	X=1,34	SD=1,66	X=3,02	SD=1,69	-2,82	0,000	**** *
	Otros	X=0,85	SD=0,94	X=1,51	SD=1,25	-0,19	0,851	
	$F \circ$		Empresario		Creador		χ^2	Sig
	Básica	12	15%	7	8%	14,564	0,068	
	Secundaria	26	33%	27	31%			
	Universitarios	32	40%	49	57%			
	Doctor Master	8	10%	3	4%			
	Otros	2	2%					

Emprendedor vocación. ε Emprendedor por necesidad. \square

Tabla 4.10: Estadísticos de contraste en variables del espacio laboral económicas entre empresarios y creadores de empresa.

Variables espacio laboral		Empresario 73/80		Creador 41/86		χ^2	Sig	
Sector	Servicios	44	61%	29	71%	41,833	0,000	****
	Comercio	19	26%	3	7%			
	Industria	6	8%	4	10%			
	Artesanal	4	5%	4	10%			
	Agrario	-	-	1	2%			
Tiempo madurar	< 3 meses	8	10%	3	7%			
	3 - 6 meses	14	20%	8	20%			
	6 - 12 meses	11	15%	11	27%			
	12 - 24 meses	22	30%	12	29%			
	> 24 meses	18	25%	7	17%			
Origen	Nueva creación	58	79%	36	88%			
	Compra empresa existente	6	10%	1	2%			
	Filial	4	5%	-	0%			
	Transformación	4	5%	4	10%			
	Otros	1	1%	-	0%			
Forma Jurídica	Individual- Autónomo	24	33%	7	17%			
	Empresario que contrata	19	26%	19	48%			
	Comerciante individual	6	8%	3	7%			
	Colectiva Sociedad Limitada	14	19%	7	17%			
	Sociedad Anónima	2	3%	1	2%			
	Sociedad Anónima Laboral	-	0%	2	5%			
	Cooperativa	2	3%	1	2%			
	Otros	6	8%	1	2%			

c.- Variable del espacio personal

+ Motivación de logro (nAch).

La nAch entre los empresarios y creadores no presenta diferencias significativas ni en la prueba EAO ($t=0,02$ $p\leq 0,987$) ni en la prueba MLPA ($t=0,56$ $p\leq 0,576$). (Tabla 4.12)

Las facetas de las actitudes de nAch en la prueba EAO como son nAch-afecto ($t=2,50$ $p\leq 0,05$) y nAch-conducta ($t=-2,58$ $p\leq 0,05$) sí presentan diferencias significativas. Puntúan con una media en nAch-afecto de 7,17 los empresarios frente a 6,89 los creadores; y nAch-conducta 6,38 frente a 6,97

respectivamente. Los empresarios puntuado en nAch-afecto alto y en nAch-conducta más bajo que los creadores. (Tabla 4.13).

+ Locus de control.

El locus de control entre los empresarios y los creadores no existen presenta diferencias significativas en las pruebas EAO y LCIE. (Tabla 4.13).

Las facetas de las actitudes de locus en la prueba EAO como son locus-afecto ($t=2,05$ $p<=0,042$) sí presentan diferencias significativas entre empresarios y creadores. Puntúan con una media en locus-afecto de 7,62 los empresarios frente a 7,11 los creadores. (Tabla 4.13).

Las facetas de las actitudes de locus en la prueba EAO como son locus-cognición y locus-conducta no presentan diferencias significativas entre empresarios y creadores. (Tabla 4.13).

+ Innovación.

Las facetas de las actitudes de innovación en la prueba EAO como son innovación-afecto ($t=3,64$ $p<=0,0001$); innovación-cognición ($t=3,29$ $p<=0,001$); y innovación-conducta ($t=3,90$, $p<=0,0001$) sí presentan diferencias significativas. Puntúan con una media en innovación-afecto de 7,49 de los empresarios frente a los 7,03 de los creadores; innovación-cognición 7,79 frente a 7,34 y innovación-conducta 6,04 frente a 5,68 respectivamente. Los empresarios ha puntuado en todas las facetas de la subescala de innovación más alto que los creadores. (Figura 4.6 y Tabla 4.8).

+ Asunción del riesgo.

La subescala de asunción del riesgo en la prueba AR como es tomar decisiones ($t=-2,08$ $p<=0,05$) sí presenta diferencias significativas. Puntúan con una media en tomar decisiones 7,20 frente a 7,80 respectivamente. Los

empresarios ha puntuado en tomar decisiones más bajo que los creadores (Tabla 4.12).

En riesgo moderado, nAch-locus interno-self, en metas claras y en perseveración no presentan diferencias significativas entre los empresarios y los creadores. (Tabla 4.12)

+ Otras variables de la personalidad emprendedora.

Otras variables de personalidad pertenecientes a la prueba APE como la energía ($t= 2,13$ $p\leq 0,05$), el autocontrol ($t=-2,56$ $p\leq 0,05$), las habilidades sociales ($t=2,69$ $p\leq 0,01$) y autosuficiente ($t=1,99$ $p\leq 0,05$) sí presenta diferencias significativas en la prueba APE; Puntúan en energía una media de 4,70 los empresarios frente a 4,10 de los creadores, en habilidades sociales 4,40 frente a 4,00, en entusiasmo 7,10 frente 6,20.

Los empresarios se encuentran con niveles superiores de energía, presentan mejores habilidades sociales y muestran más entusiasmo que los creadores. (Tabla 4.11).

Tabla 4.12: Estadísticos de contraste en variables del espacio personal entre empresarios y creadores.

Variable	Cuestionario	Empresarios		Creadores Empresa		t	Sig	
nAch	EAO	X=7,20	SD=0,81	X=7,20	SD=1,15	0,02	0,987	
	MLPA	X=3,50	SD=4,30	X=3,50	SD=3,50	0,56	0,576	
Poder	MLPA	X=4,25	SD=2,40	X=4,72	SD=2,3	-0,91	0,365	
Afiliación	MLPA	X=3,70	SD=3,10	X=3,90	SD=2,8	-1,86	0,069	
Metas Motiv.	Apertura	MIPS	X=24,8 SD=7,50	X=24,9	SD=7,70	-0,02	0,988	
	Preservación	MIPS	X=13,8 SD=9,80	X=14,6	SD=10,0	-0,52	0,604	
	Modificación	MIPS	X=35,1 SD=3,65	X=34,3	SD=4,00	1,37	0,173	
	Acomodación	MIPS	X=15,5 SD=9,1	X=15,5	SD=9,5	0,02	0,987	
	Individualismo	MIPS	X=22,2 SD=8,96	X=21,5	SD=8,47	0,46	0,650	
Relac. interpersonales	Protección	MIPS	X=29,1 SD=8,53	X=27,7	SD=9,18	1,48	0,225	
	Retraimiento	MIPS	X=16,5 SD=7,90	X=16,1	SD=9,80	0,27	0,791	
	Comunicatividad	MIPS	X=36,2 SD=10,7	X=37,0	SD=11,3	-0,44	0,644	
	Vacilación	MIPS	X=13,1 SD=9,60	X=15,4	SD=9,98	-1,35	0,181	
	Firmeza	MIPS	X=38,0 SD=10,0	X=37,0	SD=10,7	0,63	0,533	
	Discrepancia	MIPS	X=22,7 SD=7,70	X=22,1	SD=8,40	0,48	0,630	
	Conformismo	MIPS	X=16,9 SD=4,30	X=17,0	SD=4,30	-0,15	0,879	
	Sometimiento	MIPS	X=12,4 SD=8,10	X=14,6	SD=8,30	-1,58	0,117	
	Control	MIPS	X=29,1 SD=8,30	X=27,2	SD=8,10	1,38	0,171	
	Insatisfacción	MIPS	X=22,7 SD=7,80	X=25,0	SD=8,98	-1,63	0,104	
	Concordancia	MIPS	X=29,4 SD=8,80	X=28,6	SD=9,30	0,56	0,575	
	Locus de control	EAO	X=6,99	SD=0,91	X=6,73	SD=1,13	1,59	0,114
		LCIE	X=6,88	SD=2,00	X=7,36	SD=1,73	-1,59	0,300
Autoconfianza	EAO	X=7,42	SD=0,73	X=7,45	SD=0,87	-0,26	0,795	
Innovación	EAO	X=7,09	SD=0,80	X=7,12	SD=0,95	-0,23	0,815	
	MIPS	X=28,6	SD=8,50	X=28,2	SD=8,60	0,29	0,769	
Asunc. riesgo	Prueba total	AR	X=47,1 SD=7,2	X=49,0	SD=5,2	1,89	0,061	
	Riesgo moderado	AR	X=16,2 SD=2,30	X=16,7	SD=2,20	1,34	0,182	
	NAch/locus interno	AR	X=8,20 SD=1,90	X=8,30	SD=1,50	0,31	0,756	
	Tomar decisiones	AR	X=7,20 SD=1,50	X=7,80 SD=1,80	-2,02	0,045 *		
	Metas claras	AR	X=11,6 SD=2,40	X=12,0	SD=1,70	1,28	0,204	
Mod. cognitivos	Perseveración	AR	X=3,80 SD=1,20	X=4,10	SD=0,90	1,95	0,053	
	Extraversión	MIPS	X=28,2 SD=7,80	X=29,2	SD=8,80	-0,77	0,440	
	Introversión	MIPS	X=9,20 SD=6,70	X=9,40	SD=7,1	-0,20	0,842	
	Sensación	MIPS	X=19,4 SD=5,40	X=19,0	SD=6,30	0,46	0,643	
	Intuición	MIPS	X=21,1 SD=7,83	X=21,5	SD=8,00	-0,31	0,754	
	Reflexión	MIPS	X=16,5 SD=7,00	X=18,3	SD=8,90	-1,39	0,166	
	Afectividad	MIPS	X=26,5 SD=7,54	X=25,7	SD=10,0	0,52	0,603	
	Sistematización	MIPS	X=37,5 SD=11,9	X=40,2	SD=10,2	-1,47	0,144	
Otras variables de personalidad	Energía	APE	X=4,70 SD=1,60	X=4,10 SD=1,90	2,13	0,035 *		
	Autocontrol	APE	X=5,70 SD=2,20	X=6,60 SD=1,80	-2,56	0,011 *		
	Autonomía	APE	X=3,00 SD=1,90	X=2,40 SD=2,10	1,78	0,760		
	Agresividad	APE	X=6,70 SD=2,10	X=6,90 SD=1,60	-0,43	0,668		
	Habilidadessociales	APE	X=4,40 SD=2,10	X=4,00 SD=2,00	2,69	0,008 **		
	Ansiedad	APE	X=6,08 SD=2,20	X=6,60 SD=2,10	-2,20	0,138		
	Convencionalismo	APE	X=6,20 SD=2,00	X=5,90 SD=1,80	0,86	0,392		
	Autosuficiente	APE	X=4,60 SD=2,10	X=5,20 SD=1,80	1,99	0,048 *		
	Tensión	APE	X=5,50 SD=1,80	X=4,80 SD=4,5	1,20	0,234		
	Entusiasmo	APE	X=7,10 SD=1,90	X=6,20 SD=2,20	-2,59	0,011 *		
	Sensatez	APE	X=7,55 SD=1,70	X=7,94 SD=2,00	-1,30	0,195		
	Actividad	APE	X=5,20 SD=1,80	X=5,30 SD=1,40	0,35	0,727		

Sin embargo esta tendencia cambia siendo superior los creadores en autocontrol 5,70 de los empresarios frente a 6,60 de los creadores y autosuficiencia con 4,60 frente 5,20.

No se puede concluir que hallan diferencias significativas en motivación de poder, en motivación de afiliación, en las metas motivacionales, en las conductas interpersonales, en autoconfianza, en innovación, en asunción del riesgo, en los estilos de procesamiento de la información y en otras variables de personalidad (autonomía, agresividad, ansiedad, convencionalismo, tensión, sensatez, actividad) entre los empresarios y los creadores de empresa.

Tabla 4.13: Estadísticos de contraste en facetas de la prueba EAO entre empresarios y creadores.

Variable nAch respecto a actitud	Empresario	Creador empresa	t	Sig
Afecto-nAch	X=7,17 SD=0,97	X=6,89 SD=1,26	2,50	0,013 *
Cognitivo-nAch	X=8,05 SD=1,12	X=8,02 SD=1,44	0,13	0,900
Conducta-nAch	X=6,38 SD=1,11	X=6,97 SD=1,83	-2,58	0,011 *
Variable locus respecto a actitud				
Afecto-locus	X=7,62 SD=1,59	X=7,11 SD=1,59	2,05	0,042 *
Cognición-locus	X=6,70 SD=1,60	X=6,54 SD=1,69	0,60	0,551
Conducta-locus	X=6,65 SD=1,00	X=6,54 SD=1,06	0,55	0,571
Variable self respecto a actitud				
Afecto-self	X= 6,40 SD=1,60	X=6,41 SD=1,29	-0,08	0,934
Cognición-self	X=7,83 SD=1,17	X=7,66 SD=1,62	0,79	0,430
Conducta-self	X=8,02 SD=0,96	X=8,27 SD=1,17	-1,51	0,132
V. innovación respecto actitud				
Afecto-innovación	X=7,44 SD=1,17	X=7,51 SD=1,35	-0,19	0,853
Cognitivo-innovación	X=7,78 SD=0,89	X=7,80 SD=1,15	-0,09	0,97
Conducta-innovación	X=6,02 SD=0,98	X=6,06 SD=0,93	-0,30	0,763

4.2.3.- Características de los creadores frente a los opositores.

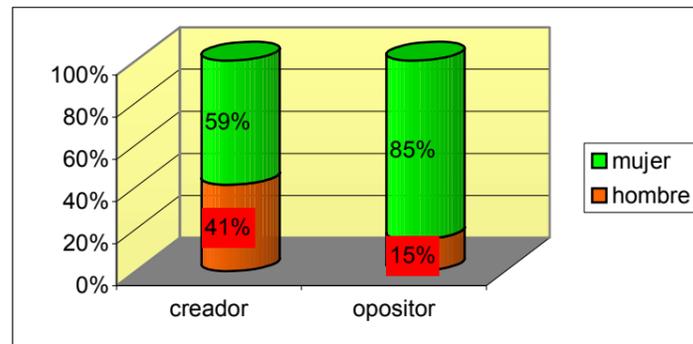
a.- Variables demográficas y familiares

- Sexo.

En relación al sexo entre los creadores y opositores sí existen diferencias significativas ($\chi^2 = 4,79$, $p \leq 0,000$) pues en relación a las mujeres han contestado el 59% de creadoras frente al 85% de opositoras; y en relación

a los hombres el 41% de creadores frente al 15% de opositores. (Figura 4,18, Tabla 4.14)

Figura 4.18. Porcentaje en relación al sexo entre los creadores y opositores



- Situación familiar y allegados.

- + Ocupación de la pareja.

En relación a la profesión paterna entre los creadores y opositores sí existen diferencias significativas ($\chi^2 = 17,17$, $p <= 0,005$) pues han contestado que sus parejas trabajaban como obreros, empleados o funcionarios el 56% de los creadores frente al 52% de los opositores; como técnicos y directivos el 8% creadores frente al 5% de opositores y como artesanos, empresarios o profesionales liberales el 29% de los creadores frente al 14% de los opositores (Tabla 4.14).

- + Ocupación de las amistades

En relación a la profesión de las amistades entre los creadores y opositores sí existen diferencias significativas ($\chi^2 = 10,7$, $p <= 0,001$) pues han contestado que sí tienen amigos con antecedentes emprendedores 69% de los creadores frente al 47% de los opositores. (Tabla 4.14).

Tabla 4.14. Variables del espacio familiar del creador y del opositor

Variables espacio familiar		Creador		Opositor		χ^2	Sig
Edad	Mayor de 50 años	2	2%	4	2%	1,04	0,299
	Entre 36 y 50 años	22	26%	47	26%		
	Entre 25 y 35 años	49	57%	85	46%		
	Menor de 25 años	13	15%	47	26%		
Sexo	Mujer	51	59%	156	85%	4,79	0,000 *****
	Hombre	35	41%	27	15%		
Paterna	Agricultor/ ganadero	10	13%	18	11%	2,831	0,725
	Obrero/empleado/funcionario	43	56%	84	52%		
	Técnico/directivo	6	8%	8	5%		
	Artésano/empresario/prof. liberal	14	19%	27	17%		
	Otros	4	4%	24	15%		
Pareja	Agricultor/ ganadero	-	-	1	1%	17,17	0,004 ***
	Obrero/empleado/funcionario	17	33%	60	59%		
	Técnico/directivo	9	18%	17	16%		
	Artésano/empresario/prof. liberal	15	29%	14	14%		
	Otros	10	20%	10	10%		
Familia	Sí existen antecedentes	50	58%	109	59%	0,292	0,864
	No existen antecedentes	36	42%	74	41%		
Amigos	Sí existen antecedentes	59	69%	87	47%	10,7	0,001
	No existen antecedentes	27	31%	96	53%		
E.C	Soltero	35	41%	81	44%	1,21	0,263
	Pareja	51	59%	102	56%		
Desc.	Sí tiene hijos	27	31%	53	29%	2,95	0,228
	No tiene hijos	59	69%	130	71%		

b.- Variable del espacio laboral.

- Educación.

+ Nivel formativo.

En relación al nivel formativo entre los creadores y opositores sí existen diferencias significativas ($\chi^2 = 21,98$ $p \leq 0,0000$), pues han contestado que tienen estudios de secundaria el 31% de los creadores frente al 45% de los opositores; con estudios universitarios, los creadores han contestado que los poseen en un 57% frente al 29% de los opositores. (Tabla 4.15).

Tabla 4.15. Estadísticos de contraste de la variable laboral entre creadores y opositores.

Variables del espacio laboral		Creadores		Opositores		χ^2	Sig
Nivel formativo	Básica	7	8%	37	23%	21,98	0,0000
	Secundaria	27	31%	62	45%		
	Universitarios	49	57%	78	29%		
	Doctor Master	3	4%	6	3%		
	Otros	-	-	-	-		

c.- Variable del espacio personal

+ Motivación de logro.

La nAch entre creadores y opositores sí presentan diferencias significativas en la prueba EAO ($t=2,29$ $p\leq 0,05$). Los creadores puntúan con una media de 7,20 frente a 6,86 de los opositores. En la prueba MLPA puntúan ($t=2,82$ $p\leq 0,005$) pues los creadores puntúan con una media de 3,50 frente a 3,20 de opositores. En ambas pruebas los creadores se encuentran con niveles superiores de nAch a los opositores. (Tabla 4.16).

La faceta de las actitudes de nAch en la prueba EAO como es nAch-cognición ($t=3,10$ $p\leq 0,005$) y nAch-conducta ($t=3,89$ $p\leq 0,0001$) sí presentan diferencias significativas. Puntúa con una media en nAch-cognición de 8,02 los creadores frente a 7,62 de los opositores, y en nAch-conducta de 6,97 frente a 6,34. (Tabla 4.17).

+ Metas motivacionales.

El individualismo entre los creadores y opositores si presenta diferencias significativas en la prueba MIPS ($t=3,13$ $p\leq 0,005$); Los creadores puntúan con una media de 21,5 frente a 18 de los opositores. Los creadores se encuentran con niveles superiores de individualismo a los opositores (Tabla 4.16).

La acomodación ($t=-2,95$ $p\leq 0,005$), protección ($t=-3,18$ $p\leq 0,005$) sí presentan diferencias significativas en la prueba MIPS. Puntúan en acomodación con 15,5 los cradores frente a los 19,5 los opositores; en protección con 27,7 frente a 31. Los creadores se encuentran con niveles inferiores de acomodación y protección que los opositores. (Tabla 4.16)

+ Conductas interpersonales.

La firmeza ($t=3,20$ $p\leq 0,005$) y el control ($t=3,31$ $p\leq 0,001$) entre los creadores y opositores sí presentan diferencias significativas en la prueba MIPS. Puntúan en firmeza con una media de 37 los creadores frente 32,2 de los opositores; en control con 27,2 frente a 23,8. Los creadores se encuentran con niveles superiores de firmeza y control a los opositores. (Tabla 4.16)

En sometimiento ($t=-2,03$ $p\leq 0,05$), en concordancia ($t=-4,70$ $p\leq 0,001$) sí presentan diferencias significativas en la prueba MIPS. Puntúan en sometimiento los creadores con 14,6 frente a los opositores con 16,4; en concordancia 28,6 frente a 33,9. Los creadores se encuentran con niveles inferiores de sometimiento y concordancia a los opositores. (Tabla 4.16)

+ Locus de control.

El locus de control entre los creadores y los opositores si presentan diferencias significativas en la prueba EAO ($t=3,90$ $p\leq 0,0001$). Los creadores puntúan 6,99 frente a 6,19 de los opositores. En la prueba LCIE también existen diferencias significativas ($t=3,58$ $p\leq 0,0001$) pues los creadores puntúan 7,26 frente a 6,46 de los opositores. En ambas pruebas los creadores puntúan con niveles superiores de locus interno a los opositores.(Tabla 4.16)

Las facetas de locus-afecto ($t=2,63$ $p\leq 0,01$), locus-cognición ($t=2,85$ $p\leq 0,005$) y locus-conducta ($t=4,19$ $p\leq 0,0001$) sí presentan diferencias significativas. Puntúan con una media en locus-afecto de 7,11 los creadores frente a 6,64 los opositores; en locus-cognición 6,54 frente a 6,04 y locus conducta 6,54 frente a 5,88, respectivamente: Los creadores han puntuado en todas las facetas de la subescala de locus de control más alto que los opositores. (Tabla 4.17)

+ Autoconfianza.

La autoconfianza⁴⁵ entre creadores y opositores no presenta diferencias significativas en la prueba EAO. (Tabla 4.16). Las facetas de self-afecto, self-cognición y self-conducta, medido a través de la prueba EAO no presentan diferencias significativas. (Tabla 4.17)

+ Innovación.

La innovación entre los creadores y opositores sí presentan diferencias significativas en la prueba EAO ($t=3,58$ $p\leq 0,0001$). Los creadores puntúan con 7,09 frente a 6,69 de los opositores. No existen diferencia con la prueba MIPS. (Tabla 4.16)

Las facetas de las actitudes de innovación en la prueba EAO como son innovación-afecto ($t=3,15$ $p\leq 0,005$) e innovación-conducta ($t=4,21$ $p\leq 0,0001$) sí presentan diferencias significativas. Puntúan con una media en innovación-afecto de 7,51 los creadores frente a los 7,03 los opositores; e innovación-conducta 6,06 frente a 5,55; respectivamente. (Tabla 4.17). En la faceta innovación-cognición de la prueba EAO no existen diferencias significativas.

+ Asunción del riesgo.

La Asunción del Riesgo entre creadores y opositores sí presenta diferencias significativas en la prueba de Eguia ($t=4,22$ $p\leq 0,0001$). Los creadores puntúan con una media de 49 los creadores frente a 46,4 los opositores. Los creadores se encuentran con niveles superiores de Asunción de Riesgo que los opositores. (Tabla 4.16).

Las subescalas en la prueba AR como riesgo moderado ($t=4,22$ $p\leq 0,005$), capacidad para tomar decisiones ($t=4,00$ $p\leq 0,0001$) y metas claras ($t=2,11$ $p\leq 0,05$) sí presentan diferencias significativas. Los creadores puntúan en riesgo moderado 16,7 frente 15,7 de los opositores, capacidad para

⁴⁵ El término autoconfianza ha sido sustituido en las gráficas por la abreviatura "self".

tomar decisiones 7,80 frente a 6,80 y en metas claras 12 frente a 11,4. Los creadores han puntuado en las subescalas de riesgo moderado, capacidad para tomar decisiones y metas más alto que los opositores. (Tabla 4.16)

En nAch-locus-self y perseverancia no existen diferencias significativas. (Tabla 4.16)

+ Estilos de procesamiento de la información.

La reflexión ($t=3,67$ $p\leq 0,0001$) entre creadores y opositores sí presentan diferencias significativas. Los creadores puntúan con una media de 18,3 frente a 14,6 de los opositores. Los creadores reflexionan en mayor medida sobre sus acciones que los opositores.

La afectividad ($t=2,76$ $p\leq 0,01$) sí presenta diferencias significativas. Los creadores puntúan con 25,7 frente a 30 de los opositores. Los creadores buscan menor afectividad en sus relaciones profesionales a los opositores.

Tabla 4.16.- Variables del espacio personal entre creadores y opositores

Variable	Cuestionario	Creadores Emp.		Opositores		t	Sig
nAch	EAO	X=7,20	SD=1,15	X=6,86	SD=1,15	2,29	0,023 *
	MLPA	X=3,50	SD=3,50	X=3,20	SD=3,80	2,82	0,005 ***
Poder	MLPA	X=4,72	SD=2,30	X=4,18	SD=2,80	1,52	0,129
Afiliación	MLPA	X=3,90	SD=2,80	X=3,90	SD=2,8	0,07	0,948
Metas Motiv.	Apertura	MIPS	X=24,9 SD=7,70	X=23,7 SD=7,40		1,08	0,283
	Preservación	MIPS	X=14,6 SD=10,0	X=17,3 SD=10,0		-1,90	0,058
	Modificación	MIPS	X=34,3 SD=4,00	X=34,7 SD=4,30		-0,76	0,447
	Acomodación	MIPS	X=15,5 SD=9,50	X=19,5 SD=9,20		-2,95	0,003 ***
	Individualismo	MIPS	X=21,5 SD=8,47	X=18,0 SD=7,76		3,13	0,002 ***
Protección	MIPS	X=27,7 SD=9,18	X=31,2 SD=7,36		-3,18	0,002 ***	
Relac. interpersonales	Retraimiento	MIPS	X=16,1 SD=9,80	X=15,6 SD=8,20		0,43	0,670
	Comunicatividad	MIPS	X=37,0 SD=11,3	X=34,3 SD=11,3		1,68	0,095
	Vacilación	MIPS	X=15,4 SD=9,98	X=17,0 SD=10,0		-1,38	0,170
	Firmeza	MIPS	X=37,0 SD=10,7	X=32,2 SD=10,0		3,20	0,002 ***
	Discrepancia	MIPS	X=22,1 SD=8,40	X=20,9 SD=8,10		0,99	0,324
	Conformismo	MIPS	X=17,0 SD=4,30	X=17,6 SD=4,00		-1,03	0,304
	Sometimiento	MIPS	X=14,6 SD=8,30	X=16,9 SD=8,00		-2,03	0,050 *
	Control	MIPS	X=27,2 SD=8,10	X=23,8 SD=7,00		3,31	0,001 ****
	Insatisfacción	MIPS	X=25,0 SD=8,98	X=25,0 SD=9,60		-0,02	0,986
	Concordancia	MIPS	X=28,6 SD=9,30	X=33,9 SD=7,40		-4,70	0,0001 ****
	Locus de control	EAO	X=6,99	SD=1,13	X=6,19	SD=1,04	3,90
LCIE		X=7,26	SD=1,73	X=6,46	SD=1,80	3,71	0,0001 ***
Autoconfianza	EAO	X=7,42	SD=0,87	X=7,22	SD=0,91	1,93	0,055
Innovación	EAO	X=7,09	SD=0,95	X=6,69	SD=0,91	3,58	0,0001 ****
	MIPS	X=28,6	SD=8,60	X=27,6	SD=7,80	0,50	0,619
Asunc. riesgo	Prueba total	AR	X=49,0 SD=5,2	X=46,1 SD=5,0		4,22	0,0001 ****
	Riesgo moderado	AR	X=16,7 SD=2,20	X=15,7 SD=2,20		3,15	0,002 ***
	NAch/locus interno	AR	X=8,30 SD=1,50	X=8,10 SD=1,50		0,70	0,484
	Tomar decisiones	AR	X=7,80 SD=1,80	X=6,80 SD=1,80		4,00	0,0001 ****
	Metas claras	AR	X=12,0 SD=1,70	X=11,4 SD=2,30		2,11	0,036 *
Perseveración	AR	X=4,10 SD=0,90	X=3,90 SD=1,20		1,54	0,125	
Mod. cognitivos	Extraversión	MIPS	X=29,2 SD=8,80	X=29,1 SD=7,50		0,17	0,861
	Introversión	MIPS	X=9,40 SD=7,1	X=9,60 SD=6,70		-0,17	0,863
	Sensación	MIPS	X=19,0 SD=6,30	X=18,9 SD=6,20		0,03	0,974
	Intuición	MIPS	X=21,5 SD=8,00	X=21,5 SD=8,00		22,1	8,21
	Reflexión	MIPS	X=18,3 SD=8,90	X=14,6 SD=6,70		3,67	0,0001 ****
Afectividad	MIPS	X=25,7 SD=10,0	X=30,0 SD=7,72		2,76	0,006 **	
Sistematización	MIPS	X=40,2 SD=10,2	X=38,1 SD=9,70		1,52	0,129	
Otras variables de personalidad	Energía	APE	X=4,10 SD=1,90	X=4,50 SD=1,80		-1,42	0,157
	Autocontrol	APE	X=6,60 SD=1,80	X=6,10 SD=1,80		1,74	0,082
	Autonomía	APE	X=2,40 SD=2,10	X=2,90 SD=2,10		1,76	0,080
	Agresividad	APE	X=6,90 SD=1,60	X=6,40 SD=1,80		1,93	0,055
	Habilidadessociales	APE	X=4,00 SD=2,00	X=4,30 SD=1,80		-1,21	0,226
	Ansiedad	APE	X=6,60 SD=2,10	X=6,30 SD=1,80		0,92	0,357
	Convencionalismo	APE	X=5,90 SD=1,80	X=6,30 SD=1,70		-1,33	0,186
	Autosuficiente	APE	X=5,20 SD=1,80	X=5,20 SD=4,20		0,04	0,971
	Tensión	APE	X=4,80 SD=4,5	X=4,60 SD=1,70		0,82	0,414
	Entusiasmo	APE	X=6,20 SD=2,20	X=6,00 SD=2,00		0,54	0,592
	Sensatez	APE	X=7,94 SD=2,00	X=7,80 SD=1,80		0,42	0,675
	Actividad	APE	X=5,30 SD=1,40	X=4,90 SD=1,50		1,65	0,101

Tabla 4.17.- Estadísticos de contraste entre las facetas de la prueba de EAO en creadores y opositores.

Variable nAch respecto a actitud	Creador empresa		Opositor		t	Sig
Afecto-nAch	X=6,89	SD=1,26	X=6,69	SD=1,26	1,47	0,144
Cognitivo-nAch	X=8,02	SD=1,44	X=7,62	SD=1,47	3,10	0,002 ***
Conducta-nAch	X=6,97	SD=1,83	X=6,34	SD=1,28	3,89	0,000 *****
Variable locus respecto a actitud						
Afecto-locus	X=7,11	SD=1,59	X=6,64	SD=1,53	2,63	0,009 **
Cognición-locus	X=6,54	SD=1,69	X=6,04	SD=1,51	2,85	0,005 ***
Conducta-locus	X=6,54	SD=1,06	X=5,88	SD=1,40	4,19	0,000 *****
Variable self respecto a actitud						
Afecto-self	X=6,41	SD=1,29	X=6,37	SD=1,38	0,63	0,530
Cognición-self	X=7,66	SD=1,62	X=7,32	SD=1,62	1,86	0,066
Conducta-self	X=8,27	SD=1,17	X=8,02	SD=1,19	1,91	0,058
V. innovación respecto actitud						
Afecto-innovación	X=7,51	SD=1,35	X=7,03	SD=1,30	3,15	0,002 ***
Cognitivo-innovación	X=7,80	SD=1,15	X=7,50	SD=1,23	1,92	0,056
Conducta-innovación	X=6,06	SD=0,93	X=5,55	SD=0,93	4,21	0,000 *****

4.3.- Objetivo 2º. Predicción.

Sólo se han realizado los cálculos con las pruebas que contenían validez y fiabilidad, según los resultados obtenidos en el apartado 4.1 que corresponde al primer objetivo: EAO, LCIE, MLPA y MIPS, en emprendedores versus no emprendedores y creadores versus opositores. En el caso del análisis discriminante se utiliza el análisis paso a paso. En el caso de la regresión logística y los árboles de decisión se analizarán los emprendedores versus no emprendedores, y los creadores de empresa versus opositores. Se realizará por último el análisis factorial.

4.3.1.- Análisis discriminante

a.- Entre los grupos de Emprendedores y No Emprendedores.

El valor predictivo de las treinta y dos subescalas se ha realizando con un análisis discriminante, utilizándose el Lambda (λ) de Wilks para predecir a los

emprendedores y a los no emprendedores. La tabla 4.21 presenta el resumen y los coeficientes de función de clasificación.

La función del discriminante tenía $\lambda=0,754743$ ($\chi^2=85,80$ $df=6$, $p<0,0000$). Esta puntuación nos indica que los "centroides" de los grupos están separados a una distancia superior a la media. por lo tanto la variabilidad total será debida a las diferencias entre los grupos.

En este estudio seis, del total de las subescalas, contribuyeron significativamente a la función discriminante en relación a la totalidad de la muestra. La tabla 4.21 se recoge las variables con poder clasificador. Éstas son: Firmeza (MIPS), Locus de control (EAO), Afectividad (MIPS), Locus (LCIE), Innovación (EAO)-(X7) y Comunicatividad (MIPS).

Tabla 4.21.- Pasos del Análisis Discriminante la batería de actitudes entre los grupos de no emprendedores y emprendedores.

Paso/ Subescala	F	Λ Wilks	Sig.	Clasificación de la función de los coeficientes	
				No Emprendedores	Emprendedor
1º- Firmeza (MIPS)	36,576	0,890	0,0000	0,318	0,395
2º.- Locus de control (EAO)	39,254	0,828	0,0000	6,041	6,777
3º.- Afectividad (MIPS)	33,066	0,807	0,0000	0,352	0,284
4º.- Locus (LCIE)	24,198	0,789	0,0000	1,461	1,730
5º- Innovación (MIPS)	23,597	0,772	0,0000	0,274	0,337
6º.- Comunicatividad(MIPS)	18,276	0,754	0,0000	-0,163	-0,217
(Constante)				-35,105	-43,263

En la tabla 4.22 se recoge la matriz de clasificación de los resultados del Análisis Discriminante de la batería de actitudes entre no emprendedores y emprendedores. En el grupo de no emprendedores se encuentran 210 personas de las cuales se encuentran bien clasificadas 187 y mal clasificados 23. En el grupo de emprendedores de las 100 personas, se encuentran bien clasificadas 58 y mal clasificadas 42.

Tabla 4.22.- Matriz de clasificación de los resultados del Análisis Discriminante de la batería de actitudes entre los grupos de no emprendedores y emprendedores.

Grupos	Nº	Predicción del grupo 74,70%	
		No emprendedores	Emprendedores
No emprendedores	222	195 (87,8%)	27 (12,2%)
Emprendedores	110	57 (51,8%)	53 (48,2 %)

Las seis subescalas nos proporcionan una capacidad de clasificación, por encima del azar entre todos los casos, pues presenta un porcentaje de clasificación correcta de 74,70% de los participantes en la investigación.

En el grupo no emprendedores se encuentran 222 personas de las cuales se encuentra bien clasificadas 195 personas que corresponde al 87,8% y mal clasificados 27 que corresponde a un 12,2%. En el grupo de emprendedores de las 110 personas participantes, se encuentran bien clasificadas 53 que corresponde al 48,2% y mal clasificadas 57 que corresponde al 51,8%.

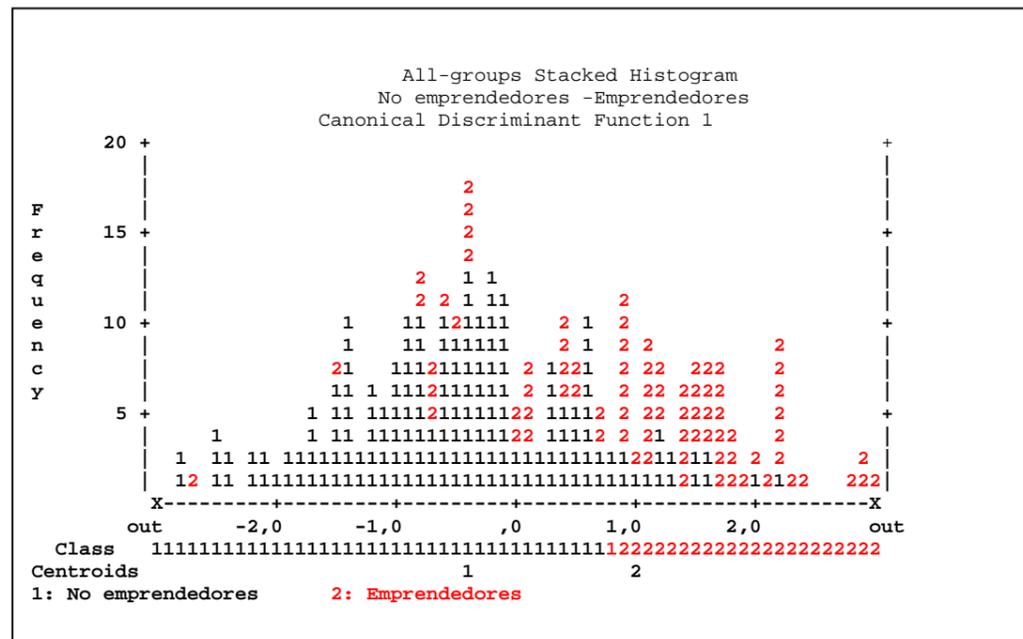


Figura 4.19.- Histograma entre no emprendedores y emprendedores

El coeficiente de correlación canónica tiene un valor de 0,495 lo que nos indica que existe un grado medio de asociación entre los grupos y la función discriminante.

La Figura 4.19 recoge el histograma que representa a los grupos de no emprendedores y emprendedores.

Los datos intragrupo obtenidos junto con la constante de la tabla 4.23, que servirán para construir la siguiente recta discriminante:

$$Y = \text{Firmeza} \cdot 0,063 + \text{Locus de control (EAO)} \cdot 0,605 - \text{Afectividad} \cdot 0,557 + \text{Locus} \cdot 0,221 + \text{Innovación(MIPS)} \cdot 0,052 - \text{Comunicatividad} \cdot 0,044 - 5,885$$

Tabla 4.23.- Unstandardized canonical discriminant function coefficients

Subescala	F 1
1º- Firmeza (MIPS)	0,063
2º.- Locus de control (EAO)	0,605
3º.- Afectividad (MIPS)	-0,557
4º.- Locus (LCIE)	0,221
5º- Innovación (MIPS)	0,052
6º.- Comunicatividad(MIPS)	-0,044
Constante	-5,885

La prueba *M* de Box obtiene un valor de 26,51670, este valor se transforma en una $F = 1,2313$, cuya $p = 0,2119$ lo que supone que se acepta la hipótesis nula. Es decir, las matrices de varianzas-covarianzas de los grupos son equivalentes.

b.- Entre los grupos de los Empresarios y Creadores de empresa.

El valor predictivo de las cincuenta subescalas se ha probado realizando un análisis discriminante, utilizándose el Lambda (λ) de Wilks para predecir a los

empresarios y a los creadores de empresa. La tabla 4.24 presenta el resumen y los coeficientes de función de clasificación.

La función del discriminante tenía $\lambda=0,3278$ ($\chi^2=84,759$ $df=44$, $p<0,0005$). Esta puntuación nos indica que los "centroides" de los grupos están separados a una distancia pequeña, por lo tanto la variabilidad total será debida a las diferencias entre los grupos.

Tabla 4.24.- Pasos del Análisis Discriminante la batería de actitudes entre los grupos de creadores de empresa y empresarios.

Paso/ Subescala	F	Λ Wilks	Sig.	Clasificación de la función de los coeficientes	
				Creadores	Empresarios
1°- Autocontrol (APE)	10,073	0,906	0,005	-1,861	-2,912
2°- Insatisfacción (MIPS)	8,639	0,918	0,005	-0,822	-0,971
3°- Sometimiento (MIPS)	7,937	0,925	0,01	-0,149	-0,074
4°- Autonomía (APE)	7,701	0,927	0,01	0,079	0,068
5°- Autosuficiente (APE)	7,506	0,928	0,05	7,001	5,869
6°- Control (MIPS)	3,934	0,961	0,05	-0,796	-0,527
(Constante)				-472,747	-468,819

En este estudio seis, de las cincuenta subescalas, contribuyeron significativamente a la función discriminante dentro del grupo emprendedor entre creadores de empresa y empresarios. La tabla 4.24 se recoge las variables con poder clasificador. Las variables que han destacado son Autocontrol (APE)-(X1), Insatisfacción (MIPS)-(X2), Sometimiento (MIPS)-(X3), Autonomía (APE)-(X4), Autosuficiente (APE)-(X5) y, en último lugar, el Control (MIPS)-(X6).

En la tabla 4.25 se recoge la matriz de clasificación de los resultados del Análisis Discriminante de la batería de actitudes entre creadores de empresa y empresarios. En el grupo de creadores se encuentran 45 personas de las cuales se encuentran bien clasificadas 36 y mal clasificados nueve. En el grupo de empresarios las 55 personas se encuentran bien clasificadas.

Las cinco subescalas nos proporcionan una capacidad de clasificación, por encima del azar entre todos los casos, pues presenta un porcentaje de

clasificación correcta de 91% de los participantes emprendedores. Respecto a los sujetos mejor clasificados corresponde a los empresarios con un 100 % y en relación a la clasificación de creadores los datos se centran en un 80%.

Tabla 4.25.- Matriz de clasificación de los resultados del Análisis Discriminante de la batería de actitudes entre los grupos de empresarios y creadores de empresa.

Grupos	Predicción del grupo 91%		
	Nº	Creadores	Empresarios
Creadores	45	36 (80%)	9 (20%)
Empresarios	55	0 (0%)	55 (100%)

La figura 4.20 recoge el histograma que representa a los grupos de emprendedores tanto a los empresarios como a los creadores de empresa. El coeficiente de correlación canónica tiene un valor de 0,82 lo que nos indica que existe un grado alto de asociación entre los grupos y la función discriminante.

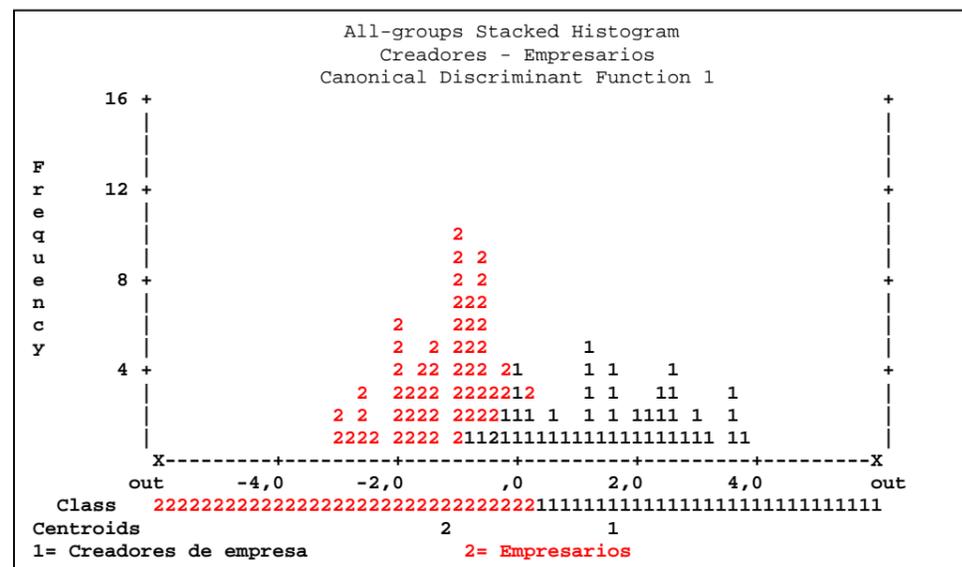


Figura 4.20.- Histograma del grupo emprendedor, empresarios y creadores.

Los datos intragrupo obtenidos junto con la constante de la tabla 4.26, que servirán para construir la recta discriminante corresponde a:

Tabla 4.26.- Unstandardized canonical discriminant function coefficients

Paso/ Subescala	Func 1
1°- Autocontrol (APE)	0,368
2°- Insatisfacción (MIPS)	0,052
3°- Sometimiento (MIPS)	-0,026
4°- Autonomía (APE)	3,639E-03
5°- Autosuficiente (APE)	0,397
6°- Control (MIPS)	-0,094
(Constante)	-1,165

La recta discriminante que se forma corresponde a:

$$Y = -1,165 + \text{autocontrol. } 0,368 + \text{insatisfacción. } 0,052 - \text{sometimiento. } 0,026 + \text{autonomía. } 3,639E-03 + \text{autosuficiente. } 0,397 - \text{control (MIPS) . } 0,094$$

c- Entre los grupos de Opositores y Creadores de Empresa.

El valor predictivo de treinta y dos subescalas se ha probado realizando un análisis discriminante, utilizándose el Lambda (λ) de Wilks para predecir a los empresarios y a los creadores de empresa. La tabla 4.27 presenta el resumen y los coeficientes de función de clasificación.

Tabla 4.27.- Pasos del Análisis Discriminante la batería de actitudes entre los grupos de opositores y creadores de empresa.

Paso/ Subescala	F	Λ Wilks	Sig.	Clasificación de la función de los coeficientes	
				Opositores	Creadores de empresa
1°- Locus de control (EAO)	12,590	0,908	0,0000	5,542	6,286
2°- Concordancia (MIPS)	8,336	0,839	0,0000	0,868	0,785
3°- Locus (LCIE)	3,704	0,814	0,0000	2,256	2,477
4.- Modificación (MIPS)	3,818	0,796	0,0000	3,001	2,896
5°.- Acomodación (MIPS)	7,842	0,775	0,0000	0,419	0,336
6°- Retraimiento.....(MIPS)	4,352	0,756	0,0000	0,503	0,558
(Constante)				-100,020	-100,870

La función del discriminante tenía $\lambda=0,7568$ ($\chi^2=49,32$ $df=6$, $p<0,0000$). Esta puntuación nos indica que los "centroides" de los grupos están separados a una distancia elevada, por lo tanto la variabilidad total será debida a las diferencias entre los grupos.

En este estudio seis, de las treinta y dos subescalas, contribuyeron significativamente a la función discriminante entre opositores y creadores de empresa. La tabla 4.27 recoge las variables con poder clasificador. Estas son: Locus de Control (EAO), Concordancia (MIPS), Locus (LCIE), Modificación (MPS), Acomodación (MIPS) y Retraimiento (MIPS).

En la tabla 4.28 se recoge la matriz de clasificación de los resultados del Análisis Discriminante de la batería de actitudes entre opositores y creadores de empresa. En el grupo de opositores se encuentran 151 personas de las cuales se encuentran bien clasificadas 141 y mal clasificados 10. En el grupo de creadores de empresa de las 55 personas, se encuentran bien clasificadas 29 y mal clasificadas 26.

Las seis subescalas nos proporcionan una capacidad de clasificación, por encima del azar entre todos los casos, pues presenta un porcentaje de clasificación correcta de 81,07% de los participantes en la investigación. Respecto a los sujetos mejor clasificados corresponde a los opositores con un 93,4%.

Tabla 4.28.- Matriz de clasificación de los resultados del Análisis Discriminante de la batería de actitudes entre los grupos de creadores de empresa y opositores.

Grupos	Predicción del grupo 81,07%		
	Nº	Opositores	Creadores
Opositores	151	141 (93,4 %)	10 (6,6%)
Creadores de empresa	55	26 (47,3%)	29 (52,7%)

La prueba M de Box obtiene un valor de 28,44603, este valor se transforma en una $F= 1,28307$, cuya $P=0,1728$ lo que supone que se acepta la hipótesis nula. Es decir, las matrices de varianzas-convarianzas de los grupos son equivalentes.

4.3.2.- Regresión Logística

a.- Entre los grupos de No Emprendedores y Emprendedores.

El porcentaje de 79,03% de casos que se han clasificado correctamente nos indica el índice de la efectividad del modelo. En el caso de los no emprendedores se han clasificado correctamente el 89,05% y en el caso de los emprendedores con un 58%. Según aparece en la tabla 4.30.

Tabla 4.30.- Tabla de clasificación de los resultados de la Regresión Logística de la batería de actitudes entre los grupos de no emprendedores y emprendedores.

Grupos	Nº	Predicción del grupo 79,03%		% Correcto
		No emprendedores	Emprendedores	
No emprendedores	209	187	22	89,05%
Emprendedores	100	42	58	58%

La estimación de la función Z a partir de los valores de las variables seleccionadas, Sexo, el rango de edad, Locus de Control (EAO), Locus (LCIE), Concordancia (MIPS), Modificación (MIPS) y Firmeza (MIPS) (Tabla 4.31 y Figura 4.22).

$$\begin{aligned} \hat{Z} = & 1,696 * \text{Sexo} - 0,4720 * \text{Rango Edad} + 0,7356 * \text{Locus Control} + \\ & 0,2117 * \text{Locus} - 0,0530 * \text{Concordancia} - 0,117 * \text{Modificación} \\ & + 0,0485 * \text{Firmeza} - 2,68. \end{aligned}$$

Variables de la ecuación							
Variable	B	S.E.	Wald	df	Sig	R	Exp(B)
Sexo	1,596	0,3279	23,696	1	0,000	0,2359	4,9331
Rango de edad	-0,4720	0,2091	5,0965	1	0,0240	-0,0891	0,6238
Locus Control(EAO)	0,7356	0,1646	19,9816	1	0,0282	0,2148	2,0868
Locus Control(LCIE)	0,2117	0,0852	6,1696	1	0,0000	0,1034	1,2358
Concordancia (MIPS)	-0,0530	0,0221	5,7447	1	0,0026	-0,0980	0,9484
Modificación (MIPS)	-0,117	0,0416	7,2268	1	0,0347	-0,1158	0,8943
Firmeza(MIPS)s9b	0,0485	0,0184	6,9391	1	0,0001	0,1126	1,0497
Constant	-2,6800	1,9427	1,9030	1	0,0000		

Tabla 4.31.- Variables de la ecuación entre no emprendedores y emprendedores.

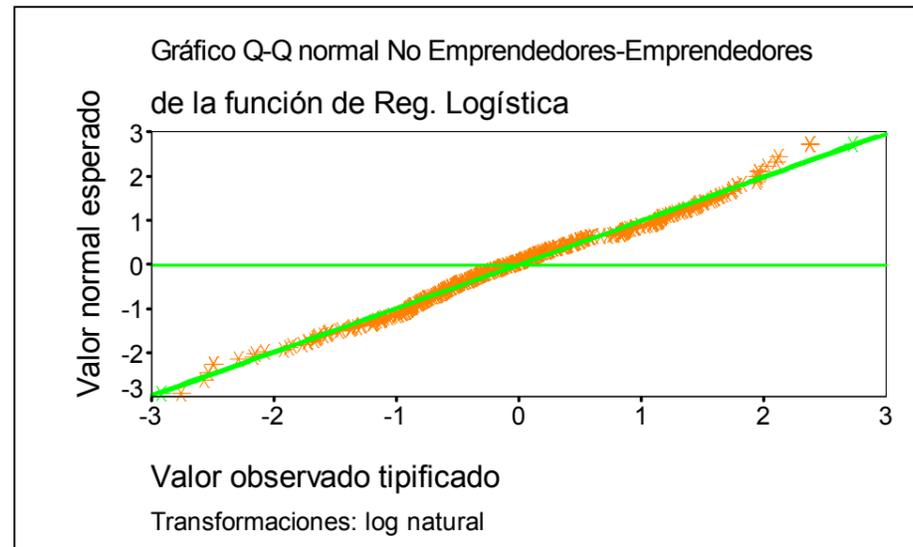


Figura 4.22.- Gráfico Q-Q normal entre No emprendedores y Emprendedores

b.- Entre los grupos de Opositores y Creadores de empresa

El porcentaje de 81,22% de casos que se han clasificado correctamente nos indica el índice de la efectividad del modelo. En el caso de los opositores se han clasificado correctamente el 93,43% y en el caso de los creadores de empresa con un 40%. Según aparece en la tabla 4.24.

Tabla 4.24.- Tabla de clasificación de los resultados de la Regresión Logística de la batería de actitudes entre los grupos de opositores y creadores.

Grupos	Nº	Predicción del grupo 81,22%		% Correcto
		Opositores	Creadores	
Opositores	137	128	9	93,43%
Creadores empresa	45	27	18	40%

Variables de la ecuación							
Variable	B	S.E.	Wald	df	Sig.	R	Exp(B)
Locus Control (EAO)	0,8078	0,2397	11,3554	1	0,0008	1,2144	2,2430
Locus Control (LCIE)	0,2613	0,1243	4,4166	1	0,0356	0,1090	1,2986
Motiv. de Poder (MLPA)	-0,9794	0,4424	4,9014	1	0,0268	-0,1194	0,3755
Concordancia (MIPS) s12b	-0,0865	0,0270	10,2846	1	0,0013	-0,2017	0,9171
Constante	-8,0675	2,6274	9,4278	1	0,0021		

Tabla 4.25.- Variables de la ecuación entre opositores y creadores de empresa.

La estimación de la función Z a partir de los valores de las variables seleccionadas, Locus de Control (EAO), Locus de Control (LCIE), Motivación de Poder (MLPA), Concordancia (MIPS) y Asunción del Riesgo (AR). Según se puede observar en la Tabla 4.25 y Figura 4.23.

$$\hat{Z} = 0.8078 * \text{Locus Control} + 0.2613 * \text{Locus} - 0.9794 * \text{Mot. Poder} - 0.085 * \text{Concordancia} - 8.0675.$$

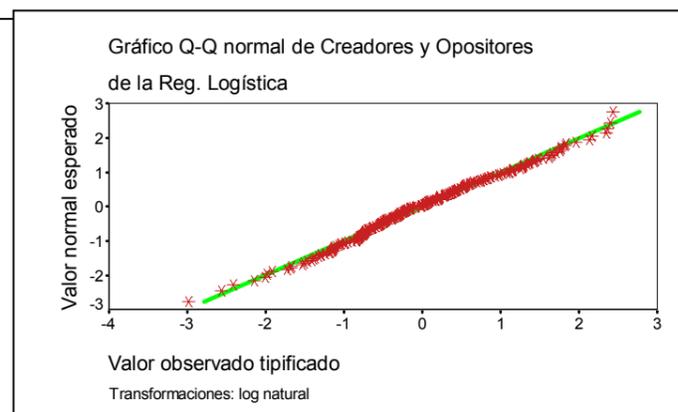


Figura 4.23.- Gráfico Q-Q normal entre Opositores y Creadores de Empresa

4.3.3- Árboles de Decisión ⁴⁶

a.- Entre los grupos de no emprendedores y emprendedores, teniendo en cuenta las variables cualitativas y cuantitativas.

En el árbol de decisión 4.1 aparecen las variables cualitativas y cuantitativas predictoras de la totalidad de la muestra con respecto a la variable criterio denominada "empresario" que corresponde a la intención de crear una empresa.

En la muestra investigada y estudiando el árbol de decisión aparece el primer tronco formado por los grupos de "no emprende" con un 63,44% y "emprende" con un 35,56%. A partir de esta rama observamos que el Locus de Control es la variable que mejor discrimina. Si el grupo puntúa con un Locus de control más interno, entre 7,3 y 9,3, la probabilidad de emprender se encuentra en el 70,77% respecto del 14,32%, lo que constituye un 10,04% del total de las muestras que se forman.

⁴⁶ El programa Answer Tree organiza el trabajo partiendo de un archivo de datos, en nuestro caso, incluido en SPSS. A partir de él surgirá un árbol de decisión, que corresponde a una representación estadística que permite observar las variables de un estudio de forma escalonada. El objeto de la valoración del emprender se centra en determinar si los datos personales, laborales y psicológicos recopilados proporcionan información acerca de quien podría emprender en un futuro. Los resultados de dicho análisis se utilizan para clasificar eficientemente a las futuras personas emprendedoras.

El método utilizado para el desarrollo de los árboles de decisión, en nuestro caso, corresponde al Chaid-exhaustivo. Este método utiliza los estadísticos de "chí-cuadrado" o "F" para seleccionar los predictores. Cada división puede tener varios nodos. La variable criterio corresponde a la intención de crear una empresa "EMPRESARIO" para la población general, "TIEMPO DE CREACIÓN DE LA EMPRESA" para la muestra de emprendedores y "PREFERENCIA LABORAL" para los creadores y opositores.. En todos los casos la muestra queda dividida en dos categorías. Las variables predictoras incluyen la información familiar, laboral y psicológica recopilada por medio del cuestionario aplicado a la muestra.

La variable con mayor peso formará el tronco y éste se irá ramificando con otras variables con menor peso, que irán mejorando la probabilidad de la variable criterio.

Para valorar la capacidad del modelo a la hora de predecir se examina la tabla resumen de riesgo. Dicho resumen compara el tipo asignado mediante el árbol con el tipo realmente registrado. La estimación de riesgo revela la proporción de casos clasificados de forma incorrecta.

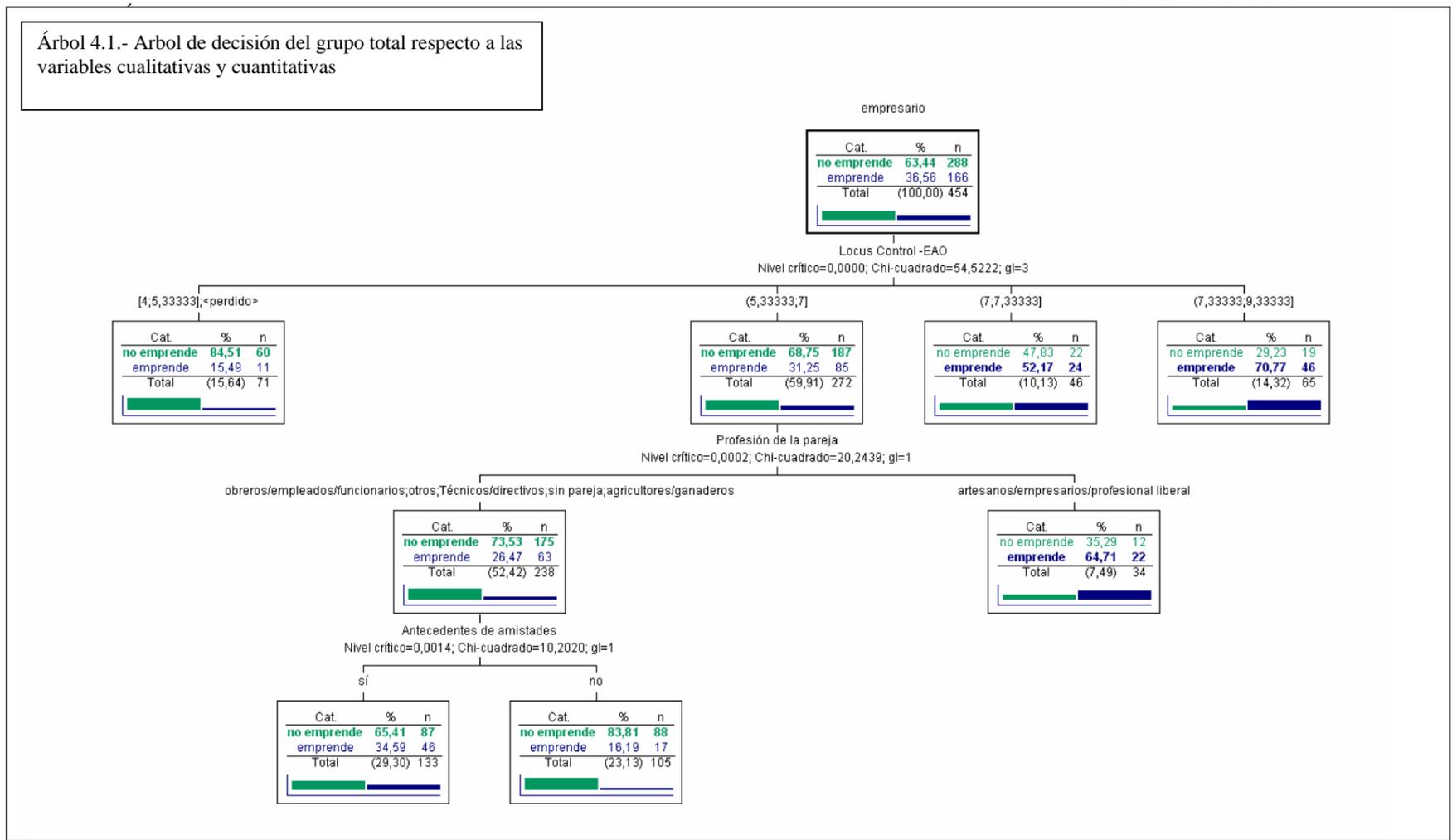
Si el grupo tiene una puntuación en Locus de control medio entre 5,33 y 7 tiene una probabilidad de un 31,25% mejora la probabilidad de emprender teniendo en cuanto la profesión de la pareja. Si la pareja es artesana, empresaria o realiza una profesión liberal la probabilidad mejora en 64,71% del 7,49%, lo que constituye un 4,85% del total de la muestra que se forma.

Cuando la profesión de la pareja no es emprendedora o no tiene pareja, el emprendedor tiene una probabilidad de un 26,47% mejora la probabilidad el tener antecedentes de amistades. Si se tienen antecedentes de amistades pasa a un 34,59% del 29,30%, lo que constituye un 10,13%.

		Categoría real		
		no emprende	emprende	Total
Categoría estimada	no emprende	247	96	343
	emprende	40	70	111
	Total	287	166	453
		Reestimación		
Estimación de riesgo		0,301762		
ET de la estimación de riesgo		0,021543		

Cuadro 4.26.- Matriz de clasificación errónea de la totalidad de la muestra en relación a las variables predictoras cuantitativas, cualitativas-cuantitativas y la variable criterio emprender.

Árbol 4.1.- Arbol de decisión del grupo total respecto a las variables cualitativas y cuantitativas



La estimación del riesgo de este árbol de decisión alcanza el mismo valor que en el Cuadro 4.26 indica que se encuentran bien clasificados el 70%.

b.- Entre los grupos de empresarios y creadores de empresa, teniendo en cuenta las variables cualitativas y cuantitativas.

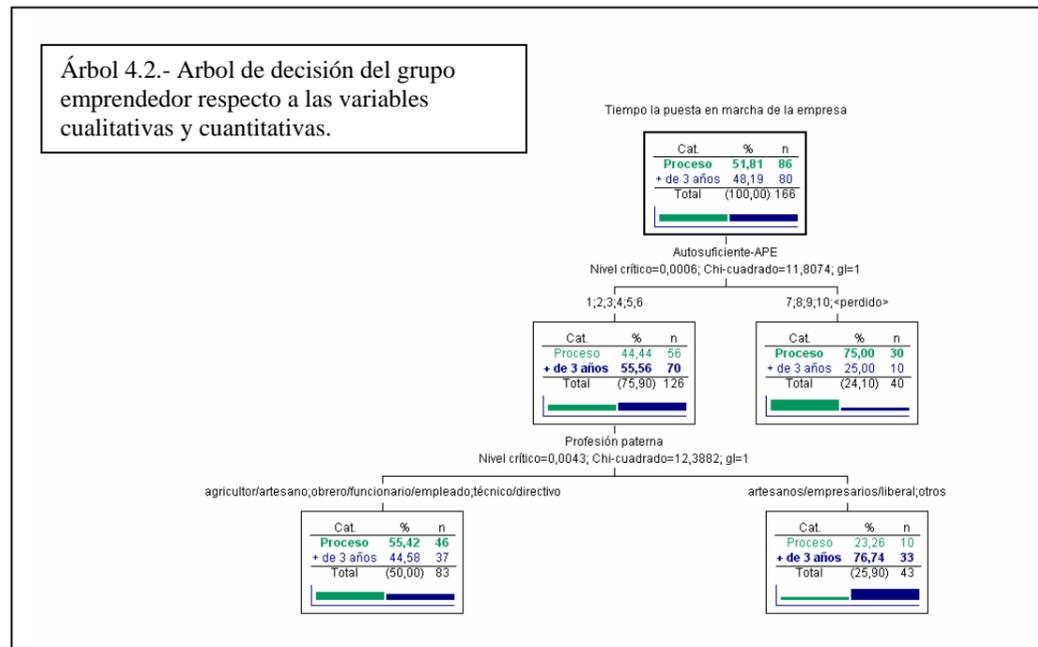
En la muestra del grupo emprendedor investigado y estudiando el árbol de decisión 4.2 aparece el primer tronco formado por los grupos de "proceso (creador de empresa)" con un 51,81% y "+ de tres años (empresario)" con un 48,19%. A partir de esta rama observamos que la variable Autosuficiente medida a través del APE es la variable que mejor discrimina. Si se encuentra con una puntuación de 6 o inferior la probabilidad de ser empresario se encuentra en el 55,56% respecto del 75,90%, lo que constituye un 42,17% del total de las muestras emprendedoras.

Partiendo de la variable autosuficiente de APE la siguiente variable que mejor discrimina es la profesión paterna. La personas con una puntuación de 6 o inferior tienen padres con profesiones artesanas, empresarias o liberales, se observa un 76,74% del 25,90%, lo que representa 19,88% del total de las muestras emprendedoras.

		Categoría real		
		Creador de empresa	Empresario	Total
Categoría estimada	Proceso(Creador)	76	47	123
	(+3 años)Empresario	10	33	43
	Total	86	80	166
		Reestimación		
Estimación de riesgo		0,343373		
ET de la estimación de riesgo		0,0368543		

Cuadro 4.27.- Matriz de clasificación errónea de la muestra del grupo emprendedor en relación a las variables predictoras cualitativa-cuantitativa y la variable criterio momento del emprendizaje.

La estimación del riesgo de este árbol de decisión alcanza un valor de 0,34 lo que nos indica que el 34% de los casos están clasificados de forma errónea y el 66% se encuentran bien clasificados.



c.- Entre los grupos de opositores y creadores, teniendo en cuenta las variables cualitativa y cuantitativas

En la muestra investigada y estudiando el árbol de decisión aparece el primer tronco formado por los grupos de "opositor" con un 68,15% y "creador" con un 31,85%. A partir de esta rama observamos que el Locus de control medido a través del EAO es la variable que mejor discrimina.

Las personas que puntúan entre 7,33 y 9,33 consiguen el 59,65% sobre 21,11% lo que constituye el 12,59 del total de la población.

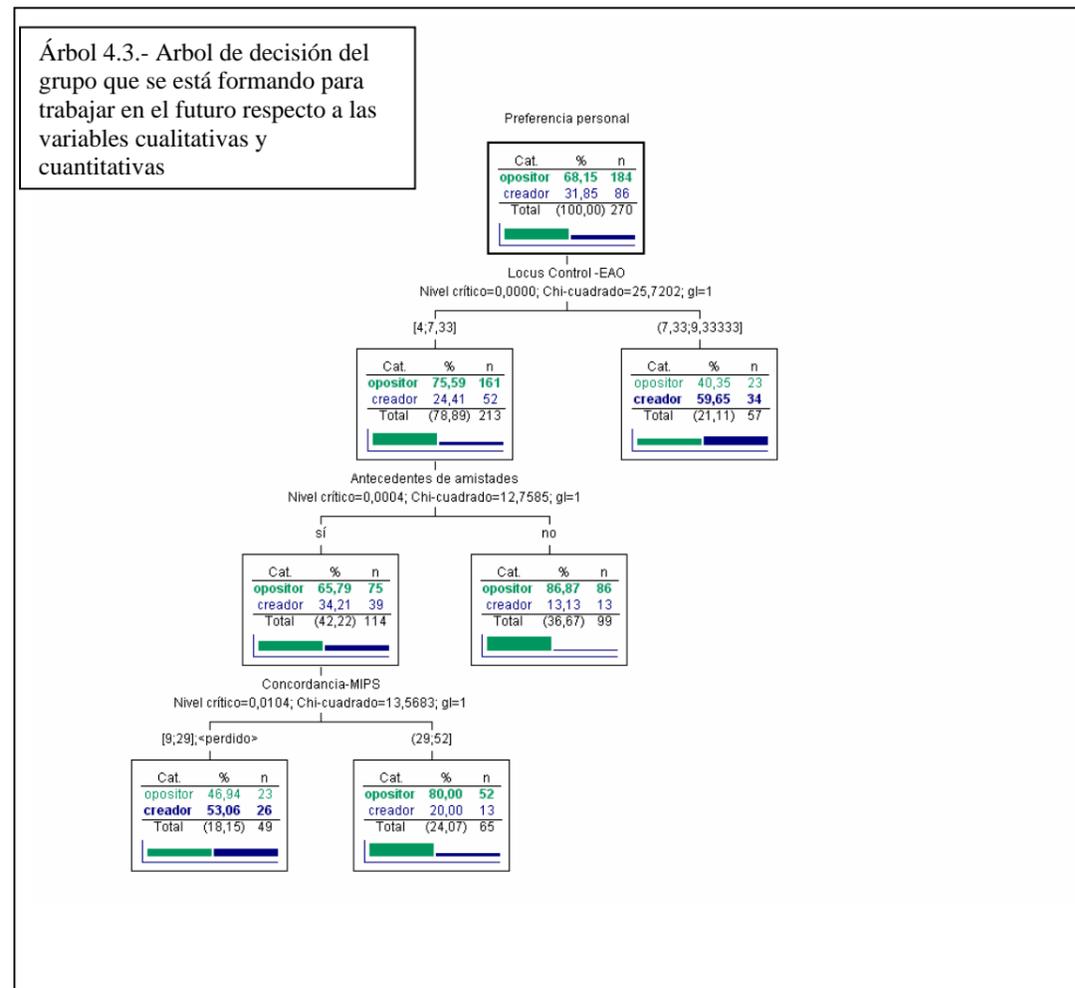
Las personas que puntúan en Locus de control por debajo de esta media 7,33 mejora su probabilidad con la variable antecedentes de amistades, cuando sí posee antecedentes se encuentra un 34,21% respecto del 42,22% lo que constituye el 14,44% de la población.

Si las personas no tienen antecedentes de amistades, mejora su probabilidad la variable Concordancia medida a través del MIPS. Las personas que puntúan por debajo de 29 son creadoras en un 53,06% de 18,15% que corresponde a un 9,63% de la totalidad de la muestra.

La estimación del riesgo de este árbol de decisión alcanza un valor de 0,21, igual que en caso de las variables cuantitativas, lo que nos indica que el 21% de los casos están clasificados de manera errónea y el 79% se encuentran bien clasificados. Estos datos se recogen en la matriz de clasificación errónea del cuadro 4.28.

		Categoría real		
		Opositor	Creador	Total
Categoría estimada	Opositor	172	45	217
	Creador	12	41	54
	Total	184	86	270
		Reestimación		
Estimación de riesgo		0,214815		
ET de la estimación de riesgo		0,024994		

Cuadro 4.28.- Matriz de clasificación errónea de la muestra del grupo que se encuentra formando en relación a las variables predictoras cualitativas-cuantitativas y la variable criterio emprender.



4.3.4.- Análisis factorial

El análisis factorial se ha realizado a través del programa SPSS para Windows. En un principio se sometieron al análisis las 24 variables del MIPS, las 4 del EAO, 1 del LCIE y las 3 de MLPA en total 31 variables que presentaban diferencias significativas, éstas pruebas presentaban fiabilidad y validez. A la vista de los resultados, se realizó un nuevo análisis incluyendo en él sólo aquellas variables con pesos factoriales superiores a 0,573.

	Relación interpersonal burocrática	Necesidad de Independencia	Orientación Actitud Emprendedora	Grado de Comunitarismo	Estilo cognitivo
Preservación	0,88107				
Vacilación	0,83621				
Sometimiento	0,79637				
Apertura	-0,77965				
Insatisfacción	0,76193				
Introversión	0,66258				
Retraimiento	0,65935				
Acomodación	0,63099				
Individualismo		0,86994			
Concordancia		-0,82737			
Control		0,79990			
Discrepancia		0,57317			
Mot. Logro-EAO			0,81789		
Innovación-EAO			0,73721		
Locus control-EAO			0,69097		
Self-EAO			0,61227		
Mot. Poder-MLPA			0,57601		
Extraversión				0,73378	
Afectividad				0,64843	
Protección				0,61472	
Comunicatividad				0,58722	
Sensación					0,75923
Sistematización					0,73388
Conformismo					0,70908
Innovación					-0,61404
Intuición					-0,60249
	8,134	4,809	4,232	3,267	2,018

Cuadro 4.29.- Factores que subyacen en el estudio.

Los datos obtenidos en la matriz factorial rotada quedan subdivididos en cinco factores como puede observarse en el cuadro 4.29. Los datos obtenidos pueden denominarse como *comportamiento hacia el trabajo*, puesto que deberán recoger las características de las personas no emprendedoras y las emprendedores. El primer factor se denomina "Relaciones Interpersonales Burocráticas", al segundo factor "Necesidad de Independencia", al tercer factor "Orientación Actitud Emprendedora", al cuarto factor "Grado de Comunitarismo" y el quinto factor "Estilo Cognitivo".

El primer factor "Relaciones Interpersonales Burocráticas" satura en las variables "Preservación", "Vacilación", "Sometimiento", "Insatisfacción", "Introversión", "Retraimiento", "Acomodación" e inversa en "Apertura". La varianza del primer factor es 8,134 y el porcentaje de la varianza explicada por este factor es 24,64.

El segundo factor "Necesidad de Independencia" satura en las variables "Individualismo", "Control", "Discrepancia" e inversa en "Concordancia". La varianza del segundo factor es 4,809 y el porcentaje de la varianza explicada por este factor es 14,57. Este factor tiene una gran importancia para los emprendedores.

El tercer factor "Orientación de Actitud Emprendedora" satura en las variables "Motivación de Logro-EAO", "Innovación-EAO", "Locus de Control-EAO", "Autoconfianza-EAO" y "Motivación de Poder-MLPA". ". La varianza del tercer factor es 4,232 y el porcentaje de la varianza explicada por este factor es 12,82. Esta factor también es importante para los emprendedores.

El cuarto factor "Grado de Comunitarismo" satura en las variables "Extraversión", "Afectividad", "Protección" y "Comunicatividad". La varianza del cuarto factor es 3,267 y el porcentaje de la varianza explicada por este factor es 9,9.

El quinto factor " estilo cognitivo" satura en las variables "Sensación", "Sistematización", "Conformismo", en sentido inverso "Innovación" y "Intuición". La varianza del quinto factor es 2,018 y el porcentaje de la varianza explicada por este factor es 6,11.

El porcentaje de la varianza total explicada por los cinco factores es 68,04%. El resto el 31,96% de la varianza queda sin explicar.

Las variables sin valores son modificación, reflexión y firmeza del MIPS, y motivación de logro y motivación de afiliación del MLPA.

4.4.- Objetivo 3º. Diferencias entre sexos.

Este objetivo hace referencia a "extraer los perfiles consecuentes al dividir la muestra de emprendedores en función del sexo- emprendedoras versus emprendedores".

a.- Variables demográficas y familiares

- Edad.

En relación a la edad entre las mujeres y hombres emprendedores ($\chi^2=9,59$, $p\leq 0,05$) sí existen diferencias significativas pues han contestado hasta 25 años el 19% de mujeres frente al 4% de hombres; entre los 25-35 años el 55% frente al 63%; entre los 36-50 años el 23% frente al 24%; y mayores de 50 años el 3% frente al 9%. (Tabla 4.18)

- Situación familiar y allegados.

No se puede concluir que halla diferencias significativas en la ocupación de los padres, de la pareja, de los familiares, de las amistades, el estado civil y en la descendencia.

Tabla 4.18- Estadísticos de contraste de las variables del espacio familiar entre mujeres y hombres emprendedores.

Variables espacio familiar		Mujeres (95)		Hombres (71)		χ^2	Sig
Edad	Mayor de 50 años	3	3%	6	9%	9,59	0,022 *
	Entre 36 y 50 años	22	23%	17	24%		
	Entre 25 y 35 años	52	55%	45	63%		
	Menor de 25 años	18	19%	3	4%		
Paterna	Agricultor/ ganadero	8	8%	5	7%	0,48	0,975 *
	Obrero/empleado/funcionario	50	59%	35	49%		
	Técnico/directivo	6	6%	5	7%		
	Artesano/empresario/prof. liberal	27	28%	22	31%		
	Otros	4	4%	4	6%		
Pareja	Agricultor/ ganadero	-	-	-	-	4,05	0,399
	Obrero/empleado/funcionario	16	17%	17	24%		
	Técnico/directivo	9	10%	4	6%		
	Artesano/empresario/prof. liberal	22	23%	21	30%		
	Otros	9	10%	9	11%		
Familiar	Sí existen antecedentes	62	65%	48	67%	0,099	0,752
	No existen antecedentes	33	35%	23	32%		
Amigos	Sí existen antecedentes	58	61%	48	67%	0,755	0,384
	No existen antecedentes	37	39%	23	33%		
E.C	Soltero	47	50%	38	53%	0,266	0,605
	Pareja	48	50%	33	47%		
Desc.	Sí tiene hijos	26	27%	28	39%	2,69	0,100
	No tiene hijos	69	73%	43	61%		

b.- Variable del espacio laboral.

- Educación.

+ Nivel formativo.

En relación al nivel formativo entre mujeres hombres emprendedores ($\chi^2=12,37$ $p \leq 0,05$) sí existen diferencias significativas. Realizando un análisis de contenido las mujeres universitarias tenían carreras relacionadas con las humanidades o las letras. Las empresas técnicas pertenecían a hombres.(Tabla 4.19).

Tabla 4.19. Estadísticos de contraste de la variable laboral entre mujeres y hombres emprendedores.

Variables del espacio laboral		Mujer		Hombre		χ^2	Sig
Nivel formativo	Básica	13	14%	6	8%	12,37	0,014
	Secundaria	26	27%	27	38%		
	Universitarios	52	55%	29	41%		
	Doctor Master	2	2%	9	13%		
	Otros	2	2%	-	-		

c.- Variable del espacio personal

+ Metas motivacionales.

La acomodación entre mujeres y hombres emprendedores sí presenta diferencias significativas en la prueba MIPS ($t=1,97$ $p<=0,05$); Las mujeres puntúan con una media de 16 frente a 13 de los emprendedores. Las mujeres emprendedoras se encuentran con niveles superiores de acomodación a los emprendedores. (Tabla 4.20).

La modificación ($t=-2,17$ $p<=0,05$) sí presentan diferencias significativas en la prueba MIPS. Puntúan en modificación con 34 las mujeres emprendedoras frente a 36 de los emprendedores. Las emprendedoras se encuentran con niveles inferiores de modificación que los hombres emprendedores. (Tabla 4.20)

+ Conductas interpersonales.

El conformismo ($t=1,70$ $p<=0,05$); el sometimiento ($t=2,24$ $p<=0,05$) y la insatisfacción ($t=2,05$ $p<=0,05$) entre las emprendedoras y emprendedores sí presenta diferencias significativas en la prueba MIPS; Puntúan en conformismo una media de 17,5 los emprendedoras frente a 15,8 de los emprendedores; en sometimiento con 15 frente a 12 y en insatisfacción con 26 frente a 23. Las emprendedoras se encuentran con niveles superiores de conformismo, sometimiento e insatisfacción a los emprendedores. (Tabla 4.20)

+ Locus de control.

El locus de control entre emprendedoras y emprendedores sí presenta diferencias significativas en la prueba EAO ($t=-1,98$ $p\leq 0,05$). Las emprendedoras puntúan con una media de 6,72 frente a 7,04 de los emprendedores. En la prueba LCIE también existen diferencias significativas ($t=-2,53$ $p\leq 0,05$) pues las emprendedoras puntúan con una media de 6,80 frente a 7,56 de los emprendedores. En ambas pruebas las emprendedoras se encuentran con niveles inferiores de locus de control a los emprendedores. (Tabla 4.20).

+ Autoconfianza.

La autoconfianza entre emprendedoras y emprendedores sí presenta diferencias significativas en la prueba EAO ($t=-2,42$ $p\leq 0,05$). Las emprendedoras puntúan con una media de 6,30 frente a 7,61 de los emprendedores. Las emprendedoras se encuentran con niveles de autoconfianza inferiores a los emprendedores. (Tabla 4.20).

+ Estilos de procesamiento de la información.

La reflexión ($t= 2,07$ $p\leq 0,05$) entre las mujeres y hombres emprendedores sí presenta diferencias significativas en la prueba MIPS; Puntúan en reflexión una media de 16 las emprendedoras frente 19 de los emprendedores. Las emprendedoras se encuentran con niveles inferiores de reflexión a los emprendedores. (Tabla 4.20)

+ Otras variables de la personalidad emprendedora.

Las habilidades sociales ($t=-2,39$ $p\leq 0,05$) entre las mujeres y hombres emprendedores sí presenta diferencias significativas en la prueba APE; Puntúan en tensión una media de 4,16 las emprendedoras frente 4,95 de los emprendedores. Las emprendedoras se encuentran con niveles inferiores de habilidades sociales a los emprendedores. (Tabla 4.20)

Tabla 4.20: Estadísticos de contraste en la variable personal entre mujeres y hombres emprendedores

Variable	Cuestionario	Mujer Emp. (91)	Hombre Empr (66)	t	Sig	
nAch	EAO	X=7,12 SD=1,13	X=7,30 SD=0,77	1,10	0,193	
	MLPA	X=3,40 SD=4,10	X=3,68 SD=3,50	-2,14	0,340	
Poder	MLPA	X=4,18 SD=2,96	X=4,86 SD=2,48	-1,31	0,191	
Afiliación	MLPA	X=3,84 SD=3,10	X=3,76 SD=2,80	0,92	0,359	
Metas Motiv.	Apertura	MIPS	X=24 SD=0,06	X=26 SD=3,33	-3,35	0,069
	Preservación	MIPS	X=15 SD=10	X=13 SD=9,60	2,84	0,094
	Modificación	MIPS	X=34 SD=3,60	X=36 SD=3,40	-2,17	0,015 *
	Acomodación	MIPS	X=16 SD=10,0	X=13 SD=7,50	1,97	0,027 *
	Individualismo	MIPS	X=22 SD=8,50	X=23 SD=8,80	-1,37	0,242
	Protección	MIPS	X=29 SD=8,60	X=28 SD=9,10	1,485	0,225
Relac. interpersonales	Retraimiento	MIPS	X=16 SD=9,50	X=16 SD=7,90	0,59	0,555
	Comunicatividad	MIPS	X=36 SD=11,1	X=38 SD=10,7	0,69	0,407
	Vacilación	MIPS	X=15 SD=10,6	X=13 SD=9,90	1,34	0,247
	Firmeza	MIPS	X=37 SD=11,0	X=40 SD=9,90	-2,05	0,082
	Discrepancia	MIPS	X=23 SD=7,50	X=23 SD=8,80	0,17	0,976
	Conformismo	MIPS	X=17,5 SD=3,60	X=15,8 SD=4,90	1,70	0,048 *
	Sometimiento	MIPS	X=15 SD=8,30	X=12 SD=7,80	2,24	0,023 *
	Control	MIPS	X=28 SD=7,70	X=29 SD=8,70	-0,93	0,311
	Insatisfacción	MIPS	X=26 SD=9,10	X=23 SD=7,50	2,05	0,040 *
	Concordancia	MIPS	X=29 SD=9,30	X=29 SD=8,8	1,06	0,304
	Locus de control	EAO	X=6,72 SD=1,13	X=7,04 SD=0,87	-1,98	0,050 *
		LCIE	X=6,80 SD=1,86	X=7,56 SD=1,83	-2,53	0,012 *
Autoconfianza	EAO	X=6,30 SD=0,84	X=7,61 SD=0,87	-2,42	0,017 *	
Innovación	EAO	X=7,01 SD=0,87	X=7,23 SD=0,87	-1,62	0,108	
	MIPS	X=28 SD=7,90	X=29 SD=9,30	0,254	0,614	
Asunc. riesgo	Prueba total	AR	X=48 SD=6,5	X=48 SD=6,2	-0,06	0,951
	Riesgo moderado	AR	X=16,34 SD=2,21	X=16,69 SD=2,28	0,98	0,328
	NAch/locus interno	AR	X=8,38 SD=1,61	X=8,25 SD=1,68	0,48	0,634
	Tomar decisiones	AR	X=7,51 SD=1,62	X=7,65 SD=1,69	0,51	0,614
	Metas claras	AR	X=11,98 SD=2,08	X=11,80 SD=1,77	0,59	0,558
	Perseveración	AR	X=4,07 SD=1,09	X=3,95 SD=1,04	0,70	0,483
Mod. cognitivos	Extraversión	MIPS	X=30 SD=7,90	X=28 SD=8,80	2,12	0,099
	Introversión	MIPS	X=8 SD=7,30	X=10 SD=6,30	1,50	0,221
	Sensación	MIPS	X=19 SD=5,20	X=19 SD=6,00	0,12	0,725
	Intuición	MIPS	X=21 SD=8,10	X=22 SD=8,10	0,18	0,668
	Reflexión	MIPS	X=16 SD=8,70	X=19 SD=6,90	-2,07	0,025 *
Otras variables de Personalidad	Afectividad	MIPS	X=26 SD=9,60	X=25 SD=8,60	1,71	0,192
	Sistematización	MIPS	X=38 SD=11,2	X=41 SD=10,7	1,77	0,054
	Energía	APE	X=4,52 SD=1,78	X=4,37 SD=2,02	0,49	0,627
Otras variables de Personalidad	Autocontrol	APE	X=6,07 SD=2,11	X=6,37 SD=2,11	-0,88	0,378
	Autonomía	APE	X=2,68 SD=2,10	X=2,71 SD=1,92	-0,09	0,925
	Agresividad	APE	X=6,74 SD=1,74	X=7,21 SD=1,84	-1,61	0,109
	Habilidades sociales	APE	X=4,16 SD=2,00	X=4,95 SD=2,10	-2,39	0,018 *
	Ansiedad	APE	X=6,57 SD=2,36	X=6,03 SD=1,94	1,52	0,130
	Convencionalismo	APE	X=6,07 SD=1,96	X=6,12 SD=1,85	-0,14	0,887
	Autosuficiente	APE	X=4,96 SD=2,12	X=4,89 SD=1,87	0,22	0,824
	Tensión	APE	X=5,30 SD=4,35	X=5,10 SD=1,77	0,36	0,723
	Entusiasmo	APE	X=6,91 SD=2,06	X=6,31 SD=2,19	1,73	0,085
	Sensatez	APE	X=7,80 SD=1,53	X=7,66 SD=2,35	0,44	0,663
	Actividad	APE	X=5,08 SD=1,61	X=5,48 SD=1,66	-1,59	0,136

No se pueden concluir que halla diferencias significativas en motivación de logro, motivación de poder, motivación de afiliación, metas motivacionales (apertura, preservación, individualismo, protección), conductas interpersonales (retraimiento, comunicatividad, vacilación, firmeza, discrepancia, control, concordancia), innovación, estilos de procesamiento de la información (extraversión, introversión, sensación, intuición, afectividad, sistematización) y en otras variables de la personalidad emprendedora (energía, autocontrol, autonomía, agresividad, ansiedad, convencionalismo, autosuficiencia, tensión, entusiasmo, sensatez, actividad) entre mujeres y hombres emprendedores.

CAPÍTULO V.- CONCLUSIONES

5.1.- Conclusiones sobre los instrumentos de medida.

Las pruebas de la Escala de Orientación de Actitud Emprendedora (EAO), Escala de Locus de control (LCIE), Motivación de logro, poder y afiliación (MLPA) e Inventario de Estilo de Personalidad de Millon (MIPS), cumplen los criterios de validez y fiabilidad necesarios. La prueba EAO ha sido la que mejor ha diferenciado la capacidad emprendedora.

Las pruebas no presentan validez convergente, es decir, distintas pruebas con el mismo nombre no están midiendo el mismo constructo sino constructos diferentes. En nuestro caso, los tres constructos que se analizan por distintas pruebas son el Locus de control, la nAch y la innovación.

El análisis factorial que subyace en el estudio se denomina *comportamiento hacia el trabajo*. Se encuentra formado por cinco factores que se han denominado "Relaciones Interpersonales Burocráticas", "Necesidad de Independencia", "Orientación Actitud Emprendedora", "Grado de Comunitarismo" y "Estilo Cognitivo".

Los factores más determinantes para los emprendedores son de mayor a menor importancia "Necesidad de Independencia", "Orientación Actitud Emprendedora" y "Estilo Cognitivo".

- *La "Necesidad de Independencia"* satura en las variables "Individualismo", "Control", "Discrepancia" e inversa en "Concordancia".
 - Está motivado por metas relacionadas con él.
 - Son enérgicas y a menudo dominantes y socialmente agresivas.
 - Se niegan a acatar normas tradicionales, manifestando una audacia que puede ser vista como imprudente o como animosa y esforzada.

- *La "Orientación de Actitud Emprendedora"* satura en las variables "Motivación de Logro-EAO", "Innovación-EAO", "Locus de Control-EAO", "Autoconfianza-EAO" y "Motivación de Poder-MLPA". Este factor también tiene una gran importancia para los emprendedores, pues aborda la capacidad emprendedora desde un punto de vista multidimensional.
 - Aparece la motivación de logro
 - Capacidad para encontrarse abierto
 - Atribuye los éxitos a sus actuaciones.
 - Tiene fe en sí mismo.

- *El "Estilo Cognitivo"* satura en las variables "Sensación", "Sistematización", "Conformismo", en sentido inverso "Innovación" medido por el MIPS e "Intuición".
 - Se confía en la experiencia directa y los fenómenos observables más que en uso de la inferencia y la abstracción.
 - Se considera una persona ordenada, predecible, minuciosa y eficiente.

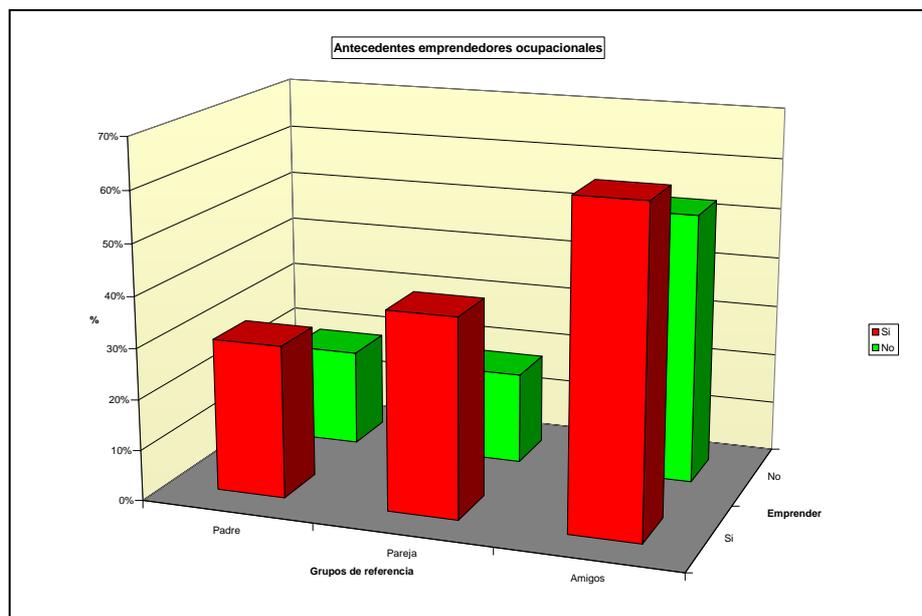
- Tienen autodominio, es improbable que dejen traslucir su personalidad o que actúen espontáneamente.

5.2.- Perfil del autoempleado emprendedor frente al no emprendedor.

El perfil corresponde a 186 autoempleados emprendedores entre 25-35 (59%) y 36-50 (22%) años que viven en las Comunidades de Madrid (71,7%), Andalucía (10,4%), Castilla-León (7%), Galicia (5,6%) y Aragón (2,7).

ESPACIO FAMILIAR (Figura 5.1)

Figura 5.1.- Variables que destacan en el ESPACIO FAMILIAR entre los emprendedores y no emprendedores.



- *La ocupación paterna del autoempleado emprendedor presenta antecedentes empresariales, o profesionales liberales con un 30% frente al 19%.*

Estos datos se encuentran en la línea de la recopilación de los estudios de Collins et al. (1964), Roberts & Wainer (1968), Collins & Moore (1970), Zaleznik & Kets de Vries (1975), Kets de Vries (1977, 1996b), Hisrich & Brush (1986), Ray & Turpin (1987), Scherer et al. (1989), Hisrich (1990) y Andreu Pinillos (1998).

En relación a la mujer emprendedora se encuentran en la línea de la recopilación de los estudios Sexton & Kent (1981), Mescon & Stevens (1982), Hisrich & Brush (1983), Waddell (1983) y Watkins & Watkins (1983).

- *La ocupación de las amistades del autoempleado emprendedor cuenta con antecedentes emprendedores con un 63% frente a un 53%.*

Estos datos han sido corroborados por Powell & Bimmerle (1980), Russel (1984), Brown & Rose (1993) y Castillo & Salinas (1994).

- *Si tiene pareja el emprendedor/a, ésta se dedica a la actividad empresarial o profesional liberal con un 31% frente a un 13%.*

Estos datos podrían explicarse, al igual que propuso Ronstad (1983a), Hisrich & Brush (1985), Hisrich & O'Conneich (1986), Brush & Hisrich (1988) y Schiller & Crewson (1997) en que el cónyuge empresario proporciona la estabilidad y el apoyo psicológico que necesita el empresario.

El proceso de creación de una empresa se facilita al encontrarse próximo a un entorno socio-familiar emprendedor: la ocupación de los padres, de las amistades, o de la pareja. Estos grupos pueden tener un valor referencial que inspira a quienes desean convertirse en emprendedores, pues se convierten en modelos a imitar.

Estos elementos han sido corroborados por Shapero & Sokol (1992) indicando que los ejemplos de los padres, de las amistades y de la pareja forman parte de los componentes que se encargan de los procesos educativos, ya sean

formales o informales de los autoempleados emprendedores. Estos elementos facilitan la creación de su empresa bajo la perspectiva de una situación deseable.

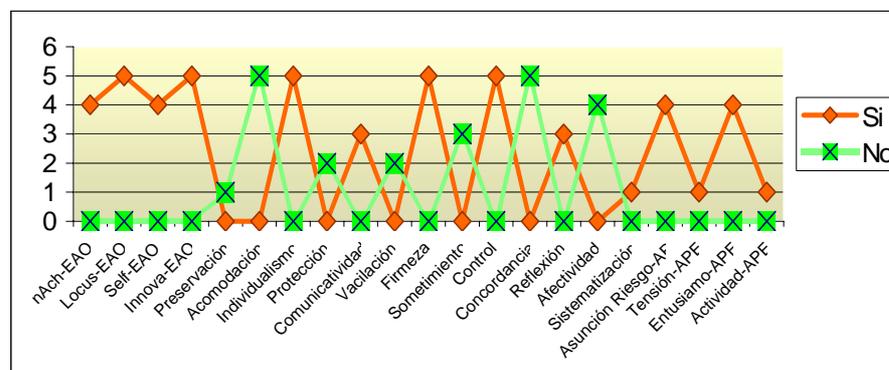
ESPACIO PERSONAL (Figura 5.2)

Las variables psicológicas con diferencias significativas se representan en el perfil. Éste se representa en una escala comprendida entre 0 y 5 niveles cuya significación es la siguiente (Figura 5.2). El valor se le atribuye a la variable con la puntuación más alta en un subgrupo; al otro subgrupo se le proporcionar el valor "0":

Nivel de significación	0,05	0,01	0,005	0,001	0,0001
Valor asignado cuadro	*	**	***	****	*****
Niveles	1	2	3	4	5

El perfil es doble , puesto que recoge los resultados procedentes de las dos fuentes de datos: los emprendedores y no emprendedores.

Figura 5.2.- Variables que destacan en el ESPACIO PERSONAL entre los emprendedores y no emprendedores.



- *Un alto nivel de motivación de logro.*

Los autoempleados emprendedores presentan mayor necesidad de realizar bien su trabajo o están más motivados para alcanzar objetivos. Estos datos se encuentran en la línea de recopilación de los estudios de McClelland (1961 [1968]), McClelland & Winter (1969), Hines (1973), Steiner, Miner & Gray (1986),

Low, Murray & MacMillan (1988), Kao (1989), Gartnez (1989), Johnson (1990), Shaver & Scott (1991), Taylor & Banks (1992) y Gasse & D'Amours (1993).

- *Respecto a las metas motivacionales se observa en un nivel superior nivel de Individualismo; y un nivel inferior de Preservación, Acomodación y Protección.*

Las metas motivacionales que mueven al emprendedor se centran en sus metas personales buscando la oportunidad de escoger libremente su modo de vida, lo que le lleva a que predominen los valores individuales. No evita consecuencias negativas de su entorno y no se encuentra motivado por metas relacionadas con los demás. Estos datos se encuentran en la línea de Hersch & Shiebe (1967), Kent (1982), Richman (1982) y Jacobowitz & Vilder (1982), Castillo & Salinas (1994).

- *Respecto a sus relaciones interpersonales se observa un nivel superior de Comunicatividad, Firmeza y Control; y un nivel inferior de Vacilación, Sometimiento y Concordancia.*

Los emprendedores son personas que buscan estimulación, excitación y atención, tienen un mayor entusiasmo y actividad, lo que las lleva a ser enérgicas y a menudo dominantes y socialmente agresivas; son vistas por los demás como socialmente simpáticas, se muestran receptivas y maleables en su relación con los demás, con quienes establecen vínculos afectivos y lealtades muy fuertes considerándolas más competentes y talentosas que las que les rodean. Además, se las considera menos sumisas y no tienden a rebajarse ante los demás. No son apocadas o tímidas y experimentan menos nerviosismo en las relaciones sociales que otras personas no emprendedoras. Estos datos estarían en la línea de los estudios de Schein (1994), Egaña & Escobar (1997), y Dreu & Van de Vliert (1997).

- *Un locus de control más interno.*

Los autoempleados tienen la percepción de que el logro de recompensas depende del propio comportamiento. Estos datos se recogen en la línea de la recopilación de los estudios de Timmons (1978), Cromie & Johns (1983), Venkatapathy (1984), Ahmed (1985), Gartner (1985), Perry (1990) y Shaver & Scott (1991) y Kaufmann, Welsh & Bushmarin (1995), Engle, Mah & Sadri (1996).

- *Un mayor nivel de autoconfianza.*

Los autoempleados presentan mayor fortaleza para recuperarse cuando sufren una seria derrota o una decepción. Estos datos se encuentran en la línea de los estudios de Gasse (1982b) y Schein (1994).

- *Un mayor nivel de innovación.*

El autoempleado emprendedor parece a innovar parece disconforme con la rutina y lo predecible, y transforma lo dado siguiendo sus corazonadas y tratando de producir consecuencias nuevas e imprevistas. Estos datos se encuentran en la línea de Slater (1991), Winslow & Solomon (1993), Shaver, Gartner & Gatewood (1996), Engle, Mah & Sadri (1996) y Beyoda & Rivera (1997).

- *Una mayor propensión a Asumir el Riesgo siempre que éste sea moderado, además debe de Tomar mayor número de Decisiones sobre su destino.*

Estos datos se recogen en la línea de la recopilación de los estudios de Collins et al. (1964), Roberts & Wainer (1968), Collins & Moore (1970), Zalesnik & Kets de Vries (1975), Kets de Vries (1977, 1996b), Hisrich & Bruch (1986), Ray & Turpin (1987), Scherer et al. (1989), Hisrich (1990) y Andreu Pinillos (1998).

- *Respecto a su modo cognitivo se observa un nivel superior en Reflexión y Sistematización, y un nivel inferior de Afectividad.*

Las personas que emprendedoras procesan los conocimientos por medio de la lógica y el razonamiento analítico, son ordenadas, predecibles, minuciosas y eficientes y se guía menos por sus valores.

- *Otras variables en la que destaca se centra en un nivel superior de Tensión, Entusiasmo y Actividad.*

Realizando el análisis discriminante entre las 32 subescalas, variables cuantitativas, se han determinado que seis son las variables que pueden clasificar correctamente al 74.70% de los integrantes en el estudio. Las variables son: Firmeza (MIPS)- (X₁), Locus de control (EAO)-(X₂), Afectividad (MIPS)-(X₃), Locus (LCIE)-(X₄), Innovación (EAO)-(X₅), Comunicatividad (MIPS)-(X₆).

La regresión logística nos proporciona la función Z a partir de los valores de las variables cualitativas y cuantitativas, el Sexo, Rango de Edad, Locus de Control (EAO), Locus (LCIE), Concordancia (MIPS), Modificación (MIPS) y Firmeza (MIPS). Con una predicción de grupo de 79,03%, y en nuestro estudio las variables cualitativas centradas en el espacio familiar mejora el nivel de predicción.

$$\hat{Z} = 1,696 * \text{Sexo} - 0.4720 * \text{Rango Edad} + 0.7356 * \text{Locus Control} + 0.2117 * \text{Locus} - 0.0530 * \text{Concordancia} - 0.117 * \text{Modificación} + 0.0485 * \text{Firmeza} - 2.68.$$

El árbol de decisión del grupo total, bajo el **criterio** EMPRENDER presenta el tener un elevado Locus de Control Interno como la mejor variable predictora

del emprendizaje. Este nivel mejora si se tiene un nivel medio de Locus de Control y se tiene una Pareja con una ocupación empresarial. Si no se tiene pareja emprendedora es necesario que se mueva en un círculo de Amistades con ocupación empresarial.

5.3.- Perfil del empresario frente al creador de empresa.

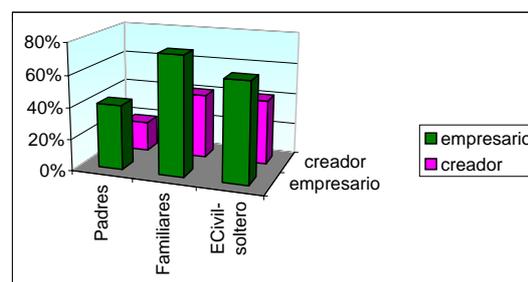
Los emprendedores (80-empresarios, 86-creadores)⁴⁷ caracterizan por:

- *Pertenecer al sector de servicios,*
- *Ser empresas de nueva creación, no franquiciadas.*
- Establecer su forma jurídica de la manera más económica (autoempleados, o sociedad limitada)⁴⁸.
- Los empresarios han necesitado más de doce meses para crear su empresa.

Estos datos nos centra al igual que Greffe (1988) en un autoempleado emprendedor que es sinónimo de propietario-director, porque coincide el dueño y el director, es decir recae el riesgo personal y económico sobre él.

ESPACIO FAMILIAR (Figura 5.3)

Figura 5.3.- Variables que destacan en el ESPACIO FAMILIAR entre los empresarios y creadores de empresa.



⁴⁷ Se denomina empresarios a las personas que llevan más de tres años al frente de su negocio. Y creadores de empresa a los que acaban de crear su negocio. Los datos corresponden al año 1998, fecha en la que se aplicó la prueba, los empresarios llevaban al menos 3 años con la empresa en activo

⁴⁸ En el año 2000, según Axesor, división de negocio *on line* del grupo infotel información y Telecomunicaciones, el 90,5% de las nuevas empresas creadas en España utilizaron la forma jurídica colectiva más económica, es decir, la sociedad limitada.

- *La ocupación paterna del empresariado presenta más antecedentes empresariales, o profesionales liberales que los creadores con el 41% frente al 19%.*
- *La ocupación de los familiares del empresariado presenta mas antecedentes empresariales, o profesionales liberales que los creadores con el 75% frente al 41%.*
- *Los empresarios tienen un estado civil soltero, separado o viudo en mayor medida que los creadores con el 63% frente al 41%.*

ESPACIO LABORAL

- *El factor que suscita su creación, corresponde a la creación del puesto de trabajo, es decir, corresponde a un desencadenante negativo.*

Esta necesidad económica y de seguridad futura, denominada necesidad de escape, corresponde a un desencadenante negativo. Este hecho, facilita el que las personas se conviertan en emprendedores ante situaciones adversas y que de alguna manera puedan tener la seguridad que su futuro esté en sus manos y no en las de otra persona. En esta línea se encuentran la línea de los estudios de Katona (1965), Hornaday & Vesper (1982), Veit (1992) y Hisrich, Koiranen & Hyrsky (1996).

- *El emprendedor recibe el apoyo de los grupos de pertenencia y de referencia, por orden de mayor a menor: familia, amigos y cónyuge.*

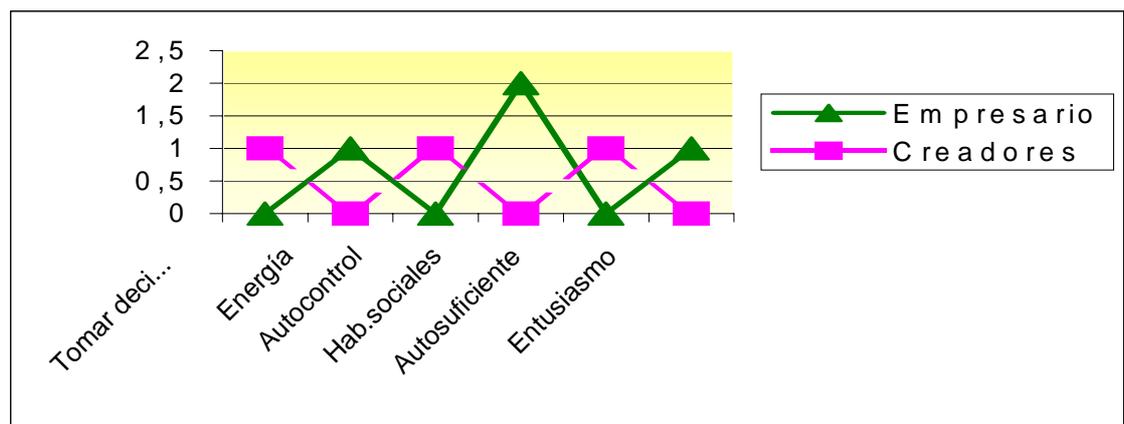
La familia o el cónyuge se pueden convertir, tanto en una fuente de trabajo, como en una base financiera por el capital que les pueda aportar para poner en marcha y sacar adelante su empresa según se corrobora, también, en los resultados de . Watkins & Watkins (1983) y Gasse (1985), Carvajal, Fiedler &

González (1989). Actualmente, el valor referencial de los amigos en los nuevos emprendedores está adquiriendo una gran importancia.

- *El factor que mantiene su creación, corresponde a que los emprendedores pueden dedicarse a lo que les gusta, les proporciona un reto personal, ganan dinero y les proporciona independencia. La capacidad de dirigir a personas u organizaciones, es un factor más valorado en los creadores y que les diferencia de los empresarios.*

ESPACIO PERSONAL (Figura 5.4)

Figura 5.4.- Variables que destacan en el ESPACIO PERSONAL entre los empresarios y creadores de empresa.



- *Una menor necesidad de Tomar Decisiones sobre su destino en los empresarios frente a los creadores.*
- *Otras variables en la que destaca se centra en un nivel superior de Energía, Habilidades sociales y Entusiasmo; y un nivel inferior de Autocontrol, Autosuficiencia en los empresarios respecto a los creadores.*

Realizando el análisis discriminante entre las 50 subescalas se ha determinado que seis son las variables que pueden clasificar correctamente al 91% de los integrantes en el estudio del grupo emprendedor. Las variables que han destacado son Autocontrol (APE)-(X₁), Insatisfacción (MIPS)-(X₂), inversa a Sometimiento (MIPS)-(X₃), Autonomía (APE)-(X₄), Autosuficiente (APE)-(X₅) y, en último lugar, inversa a Control (MIPS)-(X₆).

Los empresarios fueron clasificados al 100%, por lo tanto no ha sido preciso calcular la regresión logística, utilizando las variables cualitativas.

El árbol de segmentación del grupo emprendedor, con el **criterio** TIEMPO DE PUESTA EN MARCHA DE LA EMPRESA, nos determina que puntuar bajo en Autosuficiencia es la variable que mejor discrimina el empresario. Mejora la probabilidad con la variable antecedentes Ocupacionales Paternos empresariales.

5.4.- Perfil del creador de empresa frente al opositor.

ESPACIO FAMILIAR

- *La ocupación de las amistades del creador con antecedentes emprendedores con un 69% frente a un 53%.*

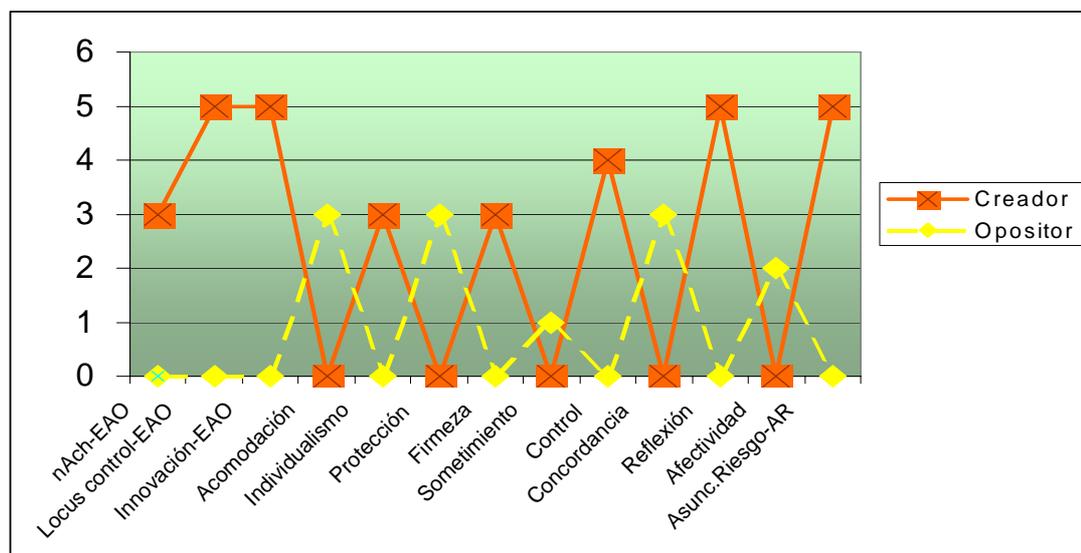
ESPACIO LABORAL

- *El nivel formativo del creador es universitario en un 57% frente a un 29%.*

La tendencia es que los creadores tengan un nivel universitario y que desciendan las que poseen una formación básica. Esta tendencia sugiere que el creador se encuentra mejor capacitado, respecto a la educación formal. En esta línea se encuentran los estudios de Carvajal, Fiedler & González (1989), CEEIARAGON (1992), Martínez (1997), Andreu Pinillos (1998) y Entrialgo et al. (2000).

ESPACIO PERSONAL (Figura 5.5)

Figura 5.5.- Variables que destacan en el ESPACIO PERSONAL entre los creadores de empresa y opositores.



- *Un alto nivel de motivación de logro.*
- *Respecto a las metas motivacionales se observa en un nivel superior nivel de Individualismo; y un nivel inferior de Acomodación y Protección.*

Las metas motivacionales que mueven al creador se centran en sus metas personales buscando la oportunidad de escoger libremente su modo de vida, lo que le lleva a que predominen los valores individuales. No evita consecuencias negativas de su entorno y no se encuentra motivado por metas relacionadas con los demás.

- *Respecto a sus relaciones interpersonales se observa un nivel superior de Firmeza y Control; y un nivel inferior de Sometimiento y Concordancia.*

Los creadores buscan estimulación, excitación y atención, tienen un mayor entusiasmo y actividad, lo que los lleva a ser enérgicos y a menudo dominantes y socialmente agresivos; con quienes establecen vínculos afectivos y lealtades muy

fuerzas considerándolas más competentes y talentosas que las que les rodean. Además, se las considera menos sumisas y no tienden a rebajarse ante los demás.

- *Un locus de control más interno.*

Los creadores tienen la percepción de que el logro de recompensas depende del propio comportamiento

- *Un mayor nivel de innovación.*

El creador parece disconforme con la rutina y lo predecible, y transforma lo dado siguiendo sus corazonadas y tratando de producir consecuencias nuevas e imprevistas.

- *El creador tienen una mayor propensión a Asumir el Riesgo siempre que éste sea moderado, debe de Tomar mayor número de Decisiones sobre su destino y además tiene las Metas más claras.*
- *Respecto a su modo cognitivo se observa un nivel superior en Reflexión, y un nivel inferior de Afectividad.*

Las personas que emprendedoras procesan los conocimientos por medio de la lógica y el razonamiento analítico, y se guía menos por sus valores.

Realizando el análisis discriminante entre las 32 subescalas, variables cuantitativas, se han determinado que seis son las variables que pueden clasificar correctamente al 81,07% de los integrantes en el estudio. Las variables son: Locus de control (EAO)-(X₁), Locus de control (LCIE)-(X₂), Concordancia (MIPS)-(X₃), Modificación (MIPS)-(X₄), Acomodación (MIPS)-(X₅), Retraimiento (MIPS)-(X₆).

La regresión logística nos proporciona la función Z a partir de los valores de las variables cualitativas y cuantitativas, el Sexo, Rango de Edad, Locus de Control

(EAO), Locus (LCIE), Concordancia (MIPS), Modificación (MIPS) y Firmeza (MIPS). Con una predicción de grupo de 81,22%, y en nuestro estudio las variables cualitativas centradas en el espacio familiar no mejora el nivel de predicción.

$$Z = 0.8078 * \text{Locus Control} + 0.2613 * \text{Locus} - 0.9794 * \text{Mot. Poder} - 0.085 * \text{Concordancia} - 8.0675$$

El árbol de decisión del grupo total, bajo el **criterio** PREFERENCIA PERSONAL presenta el tener un elevado Locus de Control Interno como la mejor variable predictora del emprendizaje. Si se tiene un nivel bajo de Locus de Control mejora el tener Antecedentes Ocupacionales de Amistades emprendedoras y la capacidad emprendedora mejora si puntúa con un nivel bajo en Concordancia.

5.5.- Perfil de la autoempleada emprendedora frente al autoempleado emprendedor.

El grupo está formado por 91 emprendedoras frente a 66 emprendedores.

Las emprendedoras presentan:

- *Respecto a las metas motivacionales se observa en un nivel superior nivel de Acomodación; y un nivel inferior de Modificación.*

Las metas motivacionales que mueven a la emprendedora se centran en evitar que su entorno se modifique.

- *Respecto a sus relaciones interpersonales se observa un nivel superior de Conformismo, Sometimiento e Insatisfacción.*

Las emprendedoras se relacionan con la autoridad de forma respetuosa y cooperativa, se encuentran predispuestas a hacer sacrificios para sacar adelante su empresa y tienen la creencia de que son poco apreciadas.

- *Un locus de control menos interno.*

Las emprendedoras tienen la percepción menor que los emprendedores de que el logro de recompensas depende de su propio comportamiento, este aspecto no se encuentra en la línea del estudio de Kimmel & Shaver (1998).

- *Un menor nivel de autoconfianza.*

La emprendedora parece segura de sus actuaciones que el emprendedor.

- *Respecto a su modo cognitivo se observa un nivel inferior en Reflexión.*

Las emprendedoras procesan los conocimientos en menor medida por medio de la lógica y el razonamiento analítico, que los emprendedores.

- *Nivel inferior en Habilidades Sociales.*

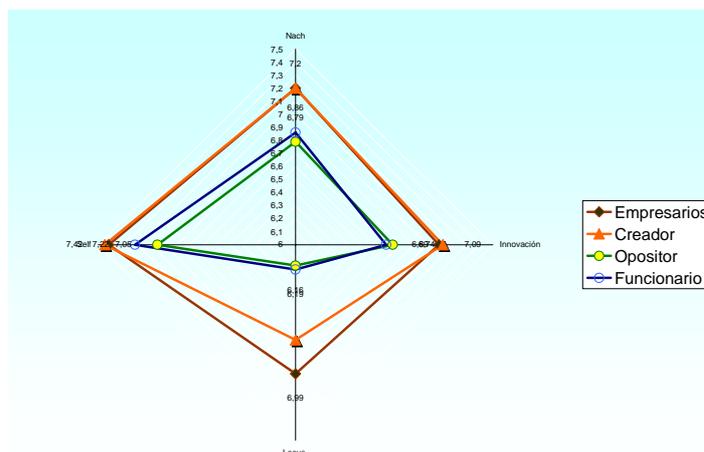
Las emprendedoras presentan menos habilidades sociales que los emprendedores.

DISCUSIÓN

La naturaleza del autoempleo es multifacética, como ya se observaba en la revisión bibliográfica, pero en futuras investigaciones sería preciso comprobar si las pruebas miden el mismo constructo, pues se evitarían conclusiones antagónicas ante una misma variable.

La Escala de Actitud en Orientación Emprendedora (Robinson et al, 1991) ha sido la prueba que mejor ha discriminado a los autoempleados. Los datos de esta escala nos permite agrupar a los empresarios y creadores en el grupo de autoempleados emprendedores.(Figura 6.1).

Figura 6.1.- Diagrama radial entre los subgrupos en las subescalas de la prueba Orientación sobre la Actitud Emprendedora (EAO).



El perfil del autoempleado corresponde a un propietario-gerente, cuya edad se encuentra en el rango de 25-35 años, con un nivel de estudios universitario, perteneciente a la Comunidad de Madrid, que funda una empresa como autónomo o Sociedad Limitada, de nueva creación, no

franquiciada, dedicada al sector servicios y que dedicó más de 12 meses para poner en marcha su empresa.

Se autoemplean para crear su puesto de trabajo y salir del desempleo. La familia, los amigos, el cónyuge y los compañeros, de mayor a menor importancia; son los grupos que más les apoyan. Los tres primeros, además, les proporcionan modelos a imitar. Mantienen abierta su empresa porque les permite dedicarse a lo que les gusta, ganar dinero y les proporciona independencia.

El locus de control Interno es la variable cognitiva del espacio personal que junto con las variables del espacio familiar relacionada con la ocupación empresarial de los padres y los amigos mejor definen al autoempleado.

En el cuadro 6.1 se recogen las características de los autoempleados.

La motivación de logro, necesidad de independencia y necesidad de escape son factores motivacionales que destacan como variables conductuales.

La asunción del riesgo, la orientación hacia la oportunidad, la orientación hacia metas específicas, autoconfianza, valor individualista son características personales que destacan como variables cognitivas.

La energía es la característica física que predomina.

La innovación, planificación y seguimiento sistemático, capacidad para analizar el ambiente y reflexión son las características intelectuales.

Ser un buen comunicador forma parte de las competencias necesarias.

El autoempleado al comienzo, necesita tomar decisiones, tener un adecuado nivel de autocontrol y autosuficiencia. Pero, para que su empresa se mantenga, debe de estar entusiasmado con lo que realiza, invertir mayor cantidad de energía y mejorar sus habilidades sociales.

		Autoempleado
FACTORES MOTIVACIONALES		
. Necesidad de logro	*	
. Necesidad de aprobación		
. Necesidad de desarrollo personal		
. Percepción del beneficio económico		
. Baja necesidad de poder y status		
. Necesidad de independencia	*	
. Necesidad de cumplimiento		
. Necesidad de escape	*	
CARACTERÍSTICAS PERSONALES		
. Ingenioso		
. Toma de iniciativa		
. Capacidad de decisión		
. Acepta riesgos moderados	*	
. Orientado hacia la oportunidad	*	
. Estabilidad emocional/autocontrol		
. Orientación hacia metas específicas	*	
. Locus de control interno/autoconfianza	*	
. Tolera ambigüedad/presión/incertidumbre		
. Receptivos en sus relaciones sociales		
. Sentido de urgencia /Tiempo valioso		
. Honestidad/Integridad y confianza		
. Perseverancia/Compromiso total		
. Responsabilidad personal.		
. Individualista	*	
. Optimistas		
CARACTERÍSTICAS FÍSICAS.		
. Energía	*	
. Trabajan duro		
CARACTERÍSTICAS INTELECTUALES		
. Versatilidad/Flexibilidad		
. Creatividad/Imaginación/Innovación	*	
. Búsqueda de la verdad e información		
. Planifican, hacen seguimiento sistemático	*	
. Capac. de analizar el ambiente/reflexión	*	
. Visión comprensiva de los problemas		
. Capacidad de solución de problemas		
. Planifican con límites de tiempo		
COMPETENCIAS		
. Liderazgo		
. Conocimiento del negocio		
. Capacidad de conseguir recursos		
. Gerente/administrador de recursos		
. Patrón de factores de producción		
. Exige eficiencia y calidad.		
. Dueño de la empresa.	*	
. Redes de contacto		
. Comunicador	*	

Cuadro 6.1: Características de los autoempleados.

Las mujeres autoempleadas, al compararlos con los hombres se observa que, tienen un locus de control y autoconfianza menor, buscan establecer un negocio sin que se establezcan excesivas modificaciones en su entorno, se adaptan a la situaciones, tienen la sensación de que no se la reconoce suficientemente, presentan menos habilidades sociales y son menos reflexivas.

Los creadores, al compararlos con los opositores se observa que, tienen un locus de control más interno, toman más decisiones, aceptan la asunción del riesgo siempre que este sea moderado, persiguen unas metas claras, son más individualistas, tienden a creer que son más talentosas, utilizan un razonamiento analítico por medio de la lógica, son enérgicas y dominantes, están disconformes con la rutina, no buscan acomodarse al mundo, no establecen vínculos afectivos y lealtades muy fuertes.

Los resultados de este análisis son un avance exploratorio que permiten comprender cuáles son las variables y factores asociados con la formación, las motivaciones, el comportamiento, las cualidades físicas y de personalidad de aquellas personas que se lanzan a la aventura de crear empresas y desarrollarlas.

Los resultados sugieren al psicólogo múltiples investigaciones y objetivos tanto en el ámbito de la formación como de la orientación profesional. En el ámbito de la formación, el autoempleado del siglo XXI tiene que ser una persona que se encuentre con una formación sólida. Actualmente la Universidad puede proporcionar estas bases teóricas, pero habría que investigar sobre los programas emprendedores dentro de la Universidad. Otros estudios posteriores, podrían abordar temas tan importantes como la significación de los factores, valores que se han detectado, la influencia cultural en las variables emprendedoras.

ANEXOS

Anexo I. Batería de actitudes. ¿Nos ayudas a emprender?

Anexo II. Carta solicitud a las instituciones o entidades para aplicar la prueba.

Anexo III. Tabla resumen de devolución de los resultados a los participantes.

Me llamo Marisa y estoy realizando una tesis doctoral sobre el perfil psicológico por la Universidad Complutense de Madrid. Para realizar la parte empírica necesito vuestra colaboración cumplimentando el cuestionario que os presento.

Una vez cumplimentado ruego que me lo remitáis a la siguiente dirección:
Marisa Sánchez del Ceas de Villaverde
C/Villalonso 10 (28021-Madrid)--- e-mail:almagro@correo.cop.es

¿NOS AYUDAS A EMPRENDER?

BATERÍA DE ACTITUDES

INSTRUCCIONES

En este cuadernillo aparecen varios cuestionarios. No existen respuestas “mejores” ni “peores”; pues en ellos no se mide inteligencia o habilidades sino actitudes. Usted valorará en mayor o menor medida lo que considera importante en su forma de vivir, en sus relaciones con el medio que le rodea y su forma de aprender.

Esta prueba consta de 5 partes. Cada una se encuentra identificada al principio de cada cuestionario. Los nombres de cada uno de ellos es el siguiente:

- 1°.- Cuestionario A.
- 2°.- Cuestionario EAO.
- 3°.- Cuestionario SERLD.
- 4°.- Cuestionario LCIE-MLPA.
- 5°.- Cuestionario MIPS.

Trabaje rápidamente y no olvide contestar a todos los grupos de frases. Es posible que en algunos casos le resulte difícil decidirse por una frase o por su valor, en ese caso decídase por la respuesta que se acerque más a su modo de ser.

Puede utilizar todo el tiempo que precise para responder a las preguntas. Siga atentamente las instrucciones que se le proponen.

Algunas preguntas están referidas a los empresarios, si usted no lo es conteste según lo que cree usted que su jefe o el dueño de la empresa contestaría.

PROCURE CONTESTAR CON SINCERIDAD

Los resultados serán interpretados y utilizados confidencialmente.

Si desea que los resultados le sean devuelto, utilice una clave nunca su nombre.

Gracias por su colaboración

Localidad.....Provincia.....
País..... N° de clave.....

I. Mi situación actual

- He creado una empresa
- Estoy pensando o formándome para crear una empresa
- No estoy pensando en crear ninguna empresa, pues trabajo para la administración
- Otra situación

II. Características personales

- | | | |
|---|--|------------------------------------|
| 1.- Edad | <input type="checkbox"/> de 36 a 50 años | <input type="checkbox"/> Masculino |
| <input type="checkbox"/> Menos de 25 años | <input type="checkbox"/> más de 50 años | |
| <input type="checkbox"/> de 25 a 35 años | 2.- Sexo | |
| | <input type="checkbox"/> Femenino | |

3.- ¿Cuál es/era su situación familiar personal?

- | | |
|--|--|
| A.- Cuando creó su empresa. | B.- Actualmente. |
| <input type="checkbox"/> Casado (pareja) | <input type="checkbox"/> Casado (pareja) |
| <input type="checkbox"/> Soltero/a | <input type="checkbox"/> Soltero/a |
| <input type="checkbox"/> Divorciado/a - Separado/a | <input type="checkbox"/> Divorciado/a - Separado/a |
| <input type="checkbox"/> Viudo/a | <input type="checkbox"/> Viudo/a |

4.- Hijos

- | | |
|---|---|
| A.- ¿Tenía hijos cuando creó su empresa? | B.- ¿Tiene hijos actualmente? |
| <input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No | <input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No |

5.- ¿Tiene algún miembro de su familia que sea o haya sido empresario o tenga un negocio propio (padres, hermanos, abuelos, tíos, primos...)?

- Si No / En caso afirmativo ¿qué tipo de negocio?.....

6.- ¿Hay en su entorno de amistades que haya sido o sea empresario y haya aprobado esta idea?

- Si No

7.- Profesión de los familiares

	Padre	Madre	Pareja
Agricultores/ganaderos			
Artesanos			
Obreros			
Profesionales liberales			
Directivos			
Empleados			
Empresarios			
Funcionarios			
Técnicos			
Otros.....			

III.- FORMACIÓN BÁSICA

8.- **¿Cuál es su nivel de estudios?**

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Autodidacta | <input type="checkbox"/> Estudios universitarios medios/técnicos |
| <input type="checkbox"/> Enseñanza básica no terminada | <input type="checkbox"/> Estudios universitarios superiores |
| <input type="checkbox"/> Enseñanza básica terminada | <input type="checkbox"/> Estudios de doctorado |
| <input type="checkbox"/> Bachillerato | <input type="checkbox"/> Master en escuelas de negocio |
| <input type="checkbox"/> Formación profesional o ciclos formativos | <input type="checkbox"/> Otros..... |

9.- **¿Tiene usted experiencia de trabajo en la empresa o la tenía si es que es empresario, aunque no estuviera relacionada con su actual actividad.?**

- Si No /En caso afirmativo, indicar que: puesto desempeñaba.....
Número de años que trabajó en empresas en ese puesto o en otro.....

Si no ha creado una empresa o piensa crear una empresa pase a la pregunta nº 27

10.- **¿Ha realizado estudios específicos de tipo técnico, comercial o de dirección de empresas antes de crear su empresa?**

- Si No /En caso afirmativo, indicar cuál.....

IV. RELACIONADO CON LA EMPRESA

11.- **¿Cómo ha surgido o surgió la idea de montar su propia empresa?**

- La realización de un invento
- La práctica de un hobby
- La posibilidad de mejorar un producto/servicio ya existente
- La aparición de un avance tecnológico
- La observación de nuevas necesidades en la gente o las empresas
- Realizar una idea ya existente en otros países
- Por razones económicas
- Por salir de la actual situación de desempleo
- Para crear su propio puesto de trabajo
- Por una herencia o ganancia
- Otras:

12. **¿Cómo han influido las siguientes personas en la decisión de crear su propia empresa?**

Marcar con una "X"

	estimula	ayuda	indiferente	desaconseja	sin respuesta
Cónyuge					
Familia					
Amigos					
Compañeros					
Técnicos(consultor, abogado, economista)					
Profesores					
Otros					

13. **Sector en el que se encuadra su empresa**

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Servicios | <input type="checkbox"/> Servicios auxiliares |
| <input type="checkbox"/> Comercio | |
| <input type="checkbox"/> Industria | |
| <input type="checkbox"/> Artesanal | |
| <input type="checkbox"/> Agrícola/ganadera | |

14.- Tiempo de maduración del proyecto antes de crear la empresa

- menos de 3 meses
- de 3 a 6 meses
- de 6 a 1 año
- de 1 a 2 años
- más de dos años

15.- ¿Cuál es el origen de su empresa?

- Nueva creación
- Filial establecimiento secundario
- Compra de una empresa existente
- Transformación de una empresa anterior
- Franquicia
-

16.- Tipo de empresa

Individual

- Autónomo, no da trabajo a otras personas
- Empresario, da trabajo a otras personas
- Comerciante individual

Colectiva

- Sociedad limitada
- Sociedad anónima
- Sociedad anónima laboral
- Cooperativa
- Contrato de Cuenta Participación
- Otros.....

17a.- ¿Cuál es el mayor problema que tiene desde que ha creado su empresa?

.....

17b.- ¿Cree que su empresa ofrece algo distinto que otras del mismo sector? No Si

1 puntuación más baja // 5 puntuación más alta					
¿Cómo influyeron los motivos siguientes en la decisión de poner enmarcha la empresa? o ¿Qué le motivaría si decidiese crearla?	1	2	3	4	5
18. Ganar dinero					
19. Demostrarte a ti mismo que eras capaz de hacerlo, el reto que supone.					
20. Demostrar a los demás que eras capaz.					
21. Dedicarte a lo que te gusta.					
22. Independencia, ser tu propio jefe.					
23. Salir del desempleo.					
24. Deseo de dirigir personas, organizaciones.					
25.- Presión de la familia.					
26. Otros:					

27.-¿Cuál de los anteriores motivos de la PARTE II fue el más importante? N°

28.- ¿Cuál es su situación actual?

- Trabaja como asalariado con contrato indefinido en el sector privado
- Trabaja como asalariado con contrato temporal en el sector privado
- Trabaja para otro sin contrato ni Seguridad Social
- Trabaja en el sector público -----¿Cuánto tiempo lleva trabajando en el sector público?.....
- Trabaja como empresario (da trabajo a otras personas)- ----- ¿Cuánto tiempo lleva como empresario?.....
- Estudia
- Está parado y recibe subsidio de desempleo
- Está parado y no recibe subsidio de desempleo
- Otros

29.- ¿Ha tenido que contratar a alguien en algún momento? No Si

7

- | | | | | | | | | | | |
|----|--|--|--|--|--|--|--|--|--|----|
| -- | | | | | | | | | | ++ |
|----|--|--|--|--|--|--|--|--|--|----|
- 11 Creo que es importante analizar las propias debilidades en asuntos de negocios.
- | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
- 12 Normalmente realizo muy bien mi parte de cualquier proyecto comercial en el que estoy implicado.
- | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
- 13 Me emociono cuando soy capaz de enfocar las tareas de modo no convencional.
- | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
- 14 Me siento muy cohibido al hacer propuestas comerciales.
- | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
- 15 Creo que el mundo comercial el trabajo de las personas competentes siempre es reconocido
- | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
- 16 Creo que las personas exitosas se manejan bien en las reuniones comerciales.
- | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
- 17 Disfruto pudiendo usar antiguos conceptos comerciales de nuevas maneras.
- | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
- 18 Me parece que paso mucho tiempo buscando a alguien que pueda decirme cómo resolver todos mis problemas comerciales.
- | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
- 19 Me siento muy limitado cuando estoy sujeto a las actividades comerciales muy organizadas incluso cuando estoy al control.
- | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
- 20 A menudo sacrifico el bienestar personal para aprovecharme de las oportunidades comerciales.
- | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
- | | | | | | | | | | | |
|----|--|--|--|--|--|--|--|--|--|----|
| -- | | | | | | | | | | ++ |
|----|--|--|--|--|--|--|--|--|--|----|
- 21 Me siento cohibido cuando estoy con empresarios que han alcanzado un gran éxito.
- | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
- 22 Creo que para tener éxito en los negocios es importante llevarse bien con los que trabajas.
- | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
- 23 Hago cada trabajo tan concienzudamente a fondo como sea posible
- | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
- 24 Para tener éxito creo que es importante usar el tiempo acertadamente
- | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
- 25 Creo que la autoridad que tengo en los negocios es debida sobre todo a mi especialización en ciertas áreas.
- | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
- 26 Creo que para tenga un éxito un empresario debe dedicar tiempo para planear el futuro de su negocio.
- | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
- 27 Me esfuerzo conscientemente para obtener lo máximo de mis recursos comerciales.
- | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
- 28 Me siento incómodo cuando estoy inseguro de lo que mis socios comerciales piensan de mí.
- | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
- 29 A menudo exagero para impresionar a las personas con las que trabajo.
- | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
- 30 Creo que una clave para el éxito en los negocios es no aplazar las decisiones.
- | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|

- 49 Normalmente tomo el control en situaciones difíciles.
- | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
- 50 No permanezco mucho tiempo en un trabajo difícil antes de rendirme.
- | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
- 51 Me paso mucho tiempo planificando mis actividades comerciales.
- | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
- 52 Creo que para dar una buena solución a un problema comercial es importante cuestionarse distintos supuestos.
- | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
- 53 A menudo me siento mal sobre la calidad de trabajo que hago.
- | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
- 54 Creo que es importante buscar continuamente nuevas formas para hacer en el negocio.
- | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
- 55 Creo que es importante dar una buena impresión
- | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
- 56 Creo que cuando se persiguen metas u objetivos comerciales, el resultado final es mucho más importante que el seguir los procedimientos aceptados.
- | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
- 57 Me siento deprimido cuando no logro ningún trabajo que tenga sentido.
- | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
- 58 A menudo abordo las tareas comerciales de modo singular.
- | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
- 59 Creo que lo más importante en la selección de socios comerciales, es su competencia.
- | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
- 60 Me implico activamente en asuntos de la comunidad para poder influir en asuntos que afecten a mi negocio.
- | | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| -- | | | | | | | | | ++ |
- 61 Me siento bien cuando he trabajado duro para mejorar mi negocio.
- | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
- 62 Disfruto encontrando buenas soluciones a los problemas que aún no se han solucionado.
- | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
- 63 Creo que para que una empresa tenga éxito debe utilizar prácticas comerciales aunque parezcan extrañas a primera vista.
- | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
- 64 Mi don para tratar con personas me ha permitido crear negocios con oportunidades de éxito.
- | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
- 65 Me realizo buscando oportunidades de negocios.
- | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
- 66 Normalmente sigo las reglas, pues si se han establecido será por una buena razón
- | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
- 67 Yo me siento mejor cuando consigo que las organizaciones a las que pertenezco consigo que funcionen mejor.
- | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
- 68 Me entusiasmo cuando pienso en nuevas ideas para mejorar mi negocio.
- | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
- 69 Yo creo que es importante que de alguna forma se alcancen oportunidades comerciales.
- | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
- 70 Siempre intento hacer amistad con personas que puedan serme útiles en mi negocio.
- | | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| -- | | | | | | | | | ++ |

- 71 Normalmente busco compañeros que se entusiasmen explorando nuevas formas de realizar las cosas.
- | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
- 72 Disfruto siendo el catalizador del cambios en asuntos comerciales.
- | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
- 73 Siempre realizo intercambios comerciales aceptados por los otros.
- | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
- 74 Raramente cuestiono el valor de los procedimientos establecidos.
- | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
- 75 Me emociono al realizar cosas nuevas y poco comunes.
- | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|

LCIE

Lea las siguientes frases e indique si está de acuerdo con la opción A o con la B. Tache lo que proceda con una "X".

A	B	Elijo opción
1. Ganar mucho dinero es, principalmente, cosa de conseguir las oportunidades correctas.	1. Los ascensos se ganan mediante el trabajo duro y la persistencia.	A - B ()-()
2. He notado una conexión directa entre qué tan duro estudio y las calificaciones que obtengo.	2. Muchas veces las reacciones de los maestros me parecen impensadas.	A - B ()-()
3. El número de divorcios indica que es cada vez más la gente que no hace suficiente esfuerzo para que funcione su matrimonio.	3. El matrimonio es principalmente un juego de azar.	A - B ()-()
4. Es tonto pensar que uno puede cambiar realmente las actitudes básicas de otra persona.	4. Cuando tengo razón puedo convencer a otros.	A - B ()-()
5. Conseguir un ascenso es, en realidad, cosa de ser sólo un poquito más afortunado que la persona siguiente.	5. En nuestra sociedad, el poder de lo que una persona gane en el futuro depende de su habilidad.	A - B ()-()
6. Si uno sabe cómo tratar a la gente, es en realidad bastante fácil conducirla.	6. Tengo poca influencia sobre la forma en que otras personas se conducen.	A - B ()-()
7. Las calificaciones que obtengo son el resultado de mis propios esfuerzos; la suerte tiene poco o nada que ver con ello.	7. Algunas veces siento que no tengo nada que ver con las calificaciones que obtengo.	A - B ()-()
8. La gente como yo puede cambiar el curso de los asuntos mundiales si se hace oír.	8. Es sólo una fantasía bien intencionada creer que uno puede influir en lo que sucede en nuestra sociedad en general.	A - B ()-()
9. Muchas de las cosas que me suceden probablemente sean asunto de suerte.	9. Yo soy el amo de mi destino.	A - B ()-()
10. Llevarse bien con la gente es una habilidad que debe practicarse.	10. Es casi imposible deducir cómo se puede complacer a algunas personas.	A - B ()-()

MIPS

11

Centro..... Edad.....

Sexo (V-F)... Nivel de estudios..... Ocupación.....

A continuación hay una lista de frases. Léalas atentamente y piense si lo que dicen describe o no su forma de ser. Si usted está de acuerdo, marque su respuesta en V (verdadero). Si usted está en desacuerdo y piensa que no describe su forma de ser, marque F (falso) en la hoja de respuestas. Trate de ser lo más sincero posible. Recuerde que no hay respuestas correctas o incorrectas.

- | | | | |
|----|---|---|---|
| 1 | Soy una persona tranquila y colaboradora..... | V | F |
| 2 | Siempre he hecho lo que he querido y he asumido las consecuencias..... | V | F |
| 3 | Me gusta encargarme de una tarea..... | V | F |
| 4 | Tengo una manera habitual de hacer las cosas, con lo que evito equivocarme.. | V | F |
| 5 | Contesto las cartas el mismo día que las recibo..... | V | F |
| 6 | A veces me las arreglo para estropear las cosas buenas que me pasan..... | V | F |
| 7 | Ya no me entusiasman muchas cosas como antes..... | V | F |
| 8 | Preferiría ser un seguidor más que un líder..... | V | F |
| 9 | Me esfuerzo por tratar de ser popular..... | V | F |
| 10 | Siempre he tenido talento para tener éxito en lo que hago..... | V | F |
| 11 | Con frecuencia me doy cuenta de que he sido tratado injustamente..... | V | F |
| 12 | Me siento incómodo cuando me tratan con bondad..... | V | F |
| 13 | Con frecuencia me siento tenso en situaciones sociales..... | V | F |
| 14 | Creo que la policía abusa del poder que tiene..... | V | F |
| 15 | Algunas veces he tenido que ser algo brusco con la gente..... | V | F |
| 16 | Los niños deben obedecer siempre las indicaciones de sus mayores..... | V | F |
| 17 | A menudo me disgusta la forma en que se hacen las cosas..... | V | F |
| 18 | A menudo espero que me pase lo peor..... | V | F |
| 19 | Me preocuparía poco no tener muchos amigos..... | V | F |
| 20 | Soy tímido e inhibido en situaciones sociales..... | V | F |
| 21 | Aunque esté en desacuerdo, por lo general, dejo que la gente haga lo que quiera. | V | F |
| 22 | Es imposible pretender que las personas digan siempre la verdad..... | V | F |
| 23 | Puedo hacer comentarios desagradables si considero que la persona se los merece..... | V | F |
| 24 | Me gusta cumplir con lo establecido y hacer lo que se espera de mí..... | V | F |
| 25 | Muy poco de lo que hago es valorado por los demás..... | V | F |
| 26 | Casi todo lo que intento hacer me resulta fácil..... | V | F |
| 27 | Últimamente me he convertido en una persona más encerrada en sí misma..... | V | F |
| 28 | Tiendo a dramatizar lo que me pasa..... | V | F |
| 29 | Siempre trato de hacer lo que es correcto..... | V | F |
| 30 | Dependo poco de la amistad de los demás..... | V | F |
| 31 | Nunca he estado estacionado durante más tiempo del que un parquímetro establecía como límite..... | V | F |
| 32 | Los castigos nunca me impidieron hacer lo que quería..... | V | F |
| 33 | Me gusta organizar todas las cosas hasta en sus mínimos detalles..... | V | F |
| 34 | A menudo los demás logran molestarte..... | V | F |

- | | | | |
|----|---|---|---|
| 35 | Jamás he desobedecido los indicaciones de mis padres..... | V | F |
| 36 | Siempre logro conseguir lo que quiero, aunque tenga que presionar a los demás. | V | F |
| 37 | Nada es más importante que proteger la reputación personal..... | V | F |
| 38 | Creo que los demás tienen mejores oportunidades que yo..... | V | F |
| 39 | Ya no expreso lo que realmente siento..... | V | F |
| 40 | Es improbable que lo que tengo que decir interese a los demás..... | V | F |
| 41 | Me esfuerzo por conocer gente interesante y tener aventuras..... | V | F |
| 42 | Me tomo con poca seriedad las responsabilidades que tengo..... | V | F |
| 43 | Soy una persona dura, poco sentimental..... | V | F |
| 44 | Pocas cosas en la vida pueden conmoverme..... | V | F |
| 45 | Me pone muy nervioso el tener que conocer y conversar con gente nueva..... | V | F |
| 46 | Soy una persona cooperativa que se subordina a los demás..... | V | F |
| 47 | Actúo en función del momento, de las circunstancias..... | V | F |
| 48 | En general, primero planifico y luego sigo activamente el plan trazado..... | V | F |
| 49 | A menudo he estado inquieto y con ganas de marcharme casi a cualquier otro lugar..... | V | F |
| 50 | Creo que lo mejor es controlar nuestras emociones..... | V | F |
| 51 | Desearía que la gente no me culpara a mí cuando algo sale mal..... | V | F |
| 52 | Creo que yo soy mi peor enemigo..... | V | F |
| 53 | Tengo pocos lazos afectivos fuertes con otras personas..... | V | F |
| 54 | Me pongo ansioso sí estoy con personas que no conozco bien..... | V | F |
| 55 | Está bien dar rodeos a la ley si no se incumple..... | V | F |
| 56 | Hago mucho por los demás, pero ellos hacen poco por mí..... | V | F |
| 57 | Siempre he creído que los demás no tienen buena opinión de mí..... | V | F |
| 58 | Tengo mucha confianza en mí mismo..... | V | F |
| 59 | Sistemáticamente ordeno mis papeles y materiales de trabajo..... | V | F |
| 60 | Mi experiencia me ha enseñado que las cosas buenas duran poco..... | V | F |
| 61 | Algunos dicen que me gusta hacerme la víctima..... | V | F |
| 62 | Me siento mejor cuando estoy solo..... | V | F |
| 63 | Me pongo más tenso que los demás frente a situaciones nuevas..... | V | F |
| 64 | Generalmente trato de evitar las discusiones, por más que esté convencido de tener razón..... | V | F |
| 65 | Busco situaciones novedosas y excitantes para mí..... | V | F |
| 66 | Hubo épocas en que mis padres tuvieron problemas por mi comportamiento... | V | F |
| 67 | Siempre termino mi trabajo antes de descansar..... | V | F |
| 68 | Otros consiguen cosas que yo no logro..... | V | F |
| 69 | A veces siento que merezco ser infeliz..... | V | F |
| 70 | Espero que las cosas sigan su curso antes de decidir qué hacer..... | V | F |
| 71 | Me ocupo más de los otros que de mí mismo..... | V | F |
| 72 | A menudo creo que mi vida va de mal en peor..... | V | F |
| 73 | Sólo estar con otras personas me hace sentir inspirado..... | V | F |
| 74 | Cuando conduzco siempre estoy atento a las señales sobre límites de velocidad y procuro no excederme... | V | F |
| 75 | Uso mi cabeza y no mi corazón para tomar decisiones..... | V | F |
| 76 | Me guío por mis intuiciones más que por la información que tengo sobre algo... | V | F |
| 77 | Jamás envidio los logros de otros..... | V | F |
| 78 | En la escuela, me gustaron más las materias prácticas que las teóricas..... | V | F |
| 79 | Planifico las cosas con anticipación y actúo energicamente para que mis planes se cumplan..... | V | F |

80	Mi corazón controla mi cerebro.....	V	F
81	Siempre puedo ver el lado positivo de la vida.....	V	F
82	A menudo espero que alguien solucione mis problemas.....	V	F
83	Hago lo que quiero, sin pensar como va a afectar a otros.....	V	F
84	Reacciono con rapidez ante cualquier situación que pueda llegar a ser un problema para mí.....	V	F
85	Sólo me siento una buena persona cuando ayudo a los demás	V	F
86	Si algo sale mal, aunque no sea importante, se me arruina el día.....	V	F
87	Disfruto más de mis fantasías que de la realidad.....	V	F
88	Me siento satisfecho dejando que las cosas ocurran sin interferir.....	V	F
89	Trato de ser más lógico que emocional.....	V	F
90	Prefiero las cosas que se pueden ver y tocar antes que las que sólo se imaginan.	V	F
91	Me resulta difícil ponerme a conversar con alguien que acabo de conocer.....	V	F
92	Ser afectuoso es más importante que ser frío y calculador.....	V	F
93	Las predicciones sobre el futuro son más interesantes para mí que los hechos del pasado.....	V	F
94	Me resulta fácil disfrutar de las cosas.....	V	F
95	Me siento incapaz de influir sobre el mundo que me rodea.....	V	F
96	Vivo según mis propias necesidades, no basado en las de los demás.....	V	F
97	No espero que las cosas pasen, hago que sucedan como yo quiero.....	V	F
98	Evito contestar mal aun cuando estoy muy enojado.....	V	F
99	La necesidad de ayudar a otros guía mi vida.....	V	F
100	A menudo me siento muy tenso, a la espera de que algo salga mal.....	V	F
101	Ni siquiera siendo joven intenté copiar en un examen.....	V	F
102	Siempre soy frío y objetivo con la gente.....	V	F
103	Prefiero aprender a manejar un aparato antes que especular sobre por qué funciona de ese modo.....	V	F
104	Soy una persona difícil de conocer bien.....	V	F
105	Paso mucho tiempo pensando en los misterios de la vida.....	V	F
106	Manejo fácilmente mis cambios de estado de ánimo.....	V	F
107	Soy algo pasivo y lento en temas relacionados con la organización de mi vida..	V	F
108	Hago lo que quiero sin importarme el complacer a otros.....	V	F
109	Jamás hará algo malo, por más fuerte que sea la tentación de hacerlo.....	V	F
110	Mis amigos y mis familiares recurren a mí para encontrar afecto y apoyo.....	V	F
111	Aun cuando todo está bien, generalmente pienso que pronto va a empeorar....	V	F
112	Planifico con cuidado mi trabajo antes de empezar a hacerlo.....	V	F
113	Soy impersonal y objetivo al tratar de resolver un problema.....	V	F
114	Soy una persona realista a la que no le asustan las especulaciones.....	V	F
115	Algunos de mis mejores amigos desconocen realmente lo que yo siento.....	V	F
116	La gente piensa que soy una persona más racional que afectiva.....	V	F
117	Mi sentido de la realidad es mejor que mi imaginación.....	V	F
118	Primero me preocupo por mí y después por los demás	V	F
119	Dedico mucho esfuerzo para que las cosas me salgan bien.....	V	F
120	Siempre mantengo la compostura, sin importar lo que está pasando.....	V	F
121	Demuestro mucho afecto hacia mis amigos.....	V	F
122	Pocas cosas me han salido bien.....	V	F
123	Me gusta conocer gente nueva y saber cosas sobre sus vidas.....	V	F
124	Soy capaz de ignorar aspectos emocionales y afectivos en mi trabajo.....	V	F
125	Prefiero ocuparme de realidades más que de posibilidades.....	V	F

- 126 Necesito mucho tiempo para poder estar a solas con mis pensamientos..... V F
- 127 Los sentimientos del corazón son más importantes que la lógica de la mente... V F
- 128 Me gustan más los soñadores que los realistas..... V F
- 129 Soy más capaz que los demás de reírme de los problemas..... V F
- 130 Creo que es poco lo que puedo hacer yo, así que prefiero esperar a ver qué V F
pasa
- 131 Nunca me pongo a discutir, aunque esté muy enojado..... V F
- 132 Expreso lo que pienso de manera franca y abierta..... V F
- 133 Me preocupo por el trabajo que hay que realizar y no por lo que siente la gente V F
que participa en su realización.....
- 134 Trabajar con ideas creativas sería lo ideal para mí..... V F
- 135 Soy el tipo de persona que no se toma la vida muy en serio, prefiero ser más V F
espectador que actor.....
- 136 Me desagrada depender de alguien en mi trabajo..... V F
- 137 Trato de asegurar que las cosas salgan como yo quiero..... V F
- 138 Disfruto más de las realidades concretas que de las fantasías..... V F
- 139 Muchos hechos pequeños me ponen de mal humor..... V F
- 140 Aprendo mejor observando y hablando con la gente..... V F
- 141 No me satisface dejar que las cosas sucedan y simplemente contemplarlas.... V F
- 142 No me atrae conocer gente nueva..... V F
- 143 Pocas veces sé cómo mantener una conversación..... V F
- 144 Siempre tengo en cuenta los sentimientos de las otras personas..... V F
- 145 Confío más en mis intuiciones que en mis observaciones..... V F
- 146 Trato de no actuar hasta saber que van a hacer los demás..... V F
- 147 Me gusta tomar mis propias decisiones, evitando los consejos de otros..... V F
- 148 Muchas veces me siento muy mal sin saber por qué..... V F
- 149 Me gusta ser muy popular, participar en muchas actividades sociales..... V F
- 150 Raramente cuento a otros lo que pienso..... V F
- 151 Me entusiasman casi todas las actividades que realizo..... V F
- 152 En mí es una práctica constante depender de mí mismo y no de otros..... V F
- 153 La mayor parte del tiempo la dedico a organizar los acontecimientos de mi V F
vida.....
- 154 No hay nada mejor que el afecto que se siente estando en medio del grupo V F
familiar.....
- 155 Algunas veces estoy tenso o deprimido sin saber por qué..... V F
- 156 Disfruto conversando sobre temas o sucesos místicos..... V F
- 157 Decido cuáles son las cosas prioritarias y luego actúo firmemente para poder V F
lograrlas.....
- 158 No dudo en orientar a las personas hacia lo que creo que es mejor para ellas.. V F
- 159 Me enorgullece ser eficiente y organizado..... V F
- 160 Me desagradan las personas que se convierten en líderes sin razones que lo V F
justifiquen.....
- 161 Soy ambicioso..... V F
- 162 Sé cómo seducir a la gente..... V F
- 163 La gente puede confiar en que voy a hacer bien mi trabajo..... V F
- 164 Los demás me consideran una persona más afectiva que racional..... V F
- 165 Estaría dispuesto a trabajar mucho tiempo para poder llegar a ser alguien V F
importante.....
- 166 Me gustaría mucho poder vender nuevas ideas o productos a la gente..... V F
- 167 Generalmente logro persuadir a los demás para que hagan lo que yo quiero V F

- que hagan.....
- 168 Me gustan los trabajos en los que hay que prestar mucha atención a los detalles..... V F
- 169 Soy muy introspectivo, siempre trato de entender mis pensamientos y emociones..... V F
- 170 Confío mucho en mis habilidades sociales..... V F
- 171 Generalmente puedo evaluar las situaciones rápidamente, y actuar para que las cosas salgan como yo quiero..... V F
- 172 En una discusión soy capaz de persuadir a casi todos para que apoyen mi posición..... V F
- 173 Soy capaz de llevar a cabo cualquier trabajo, pese a los obstáculos que puedan presentarse..... V F
- 174 Como si fuera un buen vendedor, puedo influir con éxito sobre los demás, con modales agradables..... V F
- 175 Conocer gente nueva es un objetivo importante para mí..... V F
- 176 Al tomar decisiones creo que lo más importante es pensar en el bienestar de la gente involucrada..... V F
- 177 Tengo paciencia para realizar trabajos que requieren mucha precisión..... V F
- 178 Mi capacidad para fantasear es superior a mi sentido de realidad..... V F
- 179 Estoy motivado para llegar a ser uno de los mejores en mi campo de trabajo... V F
- 180 Tengo una forma de ser que logra gustar enseguida a la gente..... V F

MLPA

Para cada una de las siguientes declaraciones, conteste el número que describa mejor la forma en que usted se siente. Considere sus respuestas en el contexto de su situación actual o de su experiencia en trabajos pasados. Por ejemplo, ante la declaración: Me gustan las fiestas, si está totalmente de acuerdo coloca una "X" en el número 5.

	Totalmente de acuerdo		Totalmente desacuerdo		
	5	4	3	2	1
1. Trato fuertemente de mejorar mi desempeño anterior en el trabajo.					
2. Me gusta competir y ganar.					
3. A menudo encuentro que hablo con las personas a mi alrededor acerca de asuntos que no se relacionan con el trabajo.					
4. Me gustan los retos difíciles.					
5. Me gusta llevar el mando.					
6. Me gusta agradar a otros.					
7. Deseo saber cómo voy progresando al terminar las tareas.					
8. Me enfrento a las personas que hacen cosas con las que estoy en desacuerdo.					
9. . Tiendo a construir relaciones cercanas con mis compañeros de trabajo	5	4	3	2	1

	5	4	3	2	1
10. Me gusta fijarme y alcanzar metas realistas.					
11. Me gusta influir en otras personas para que hagan lo que deseo.					
12. Me gusta pertenecer a grupos y organizaciones.					

		SI	¿	NO
21	Soy más conservador que innovador.			
22	Me gusta trabajar en grupo.			
23	Tengo por norma felicitar a amigos y familiares el día del cumpleaños.			
24	Puedo desconectar de las preocupaciones y problemas con relativa facilidad.			
25	Me gusta tentar a la suerte.			
26	No soporto el desorden a mi alrededor.			
27	Siempre me ha gustado "abrir brecha".			
28	Me gustaría tener como amigo a un escritor antes que a un deportista.			
29	Me agrada que la gente me tenga en cuenta.			
30	Prefiero acudir a una charla de filosofía antes que a una sobre economía.			
		SI	¿	NO
31	Procuro ser comedido en mis respuestas y conductas.			
32	Pertenezco o he pertenecido a alguna asociación o grupo(deportivo, musical, etc.).			
33	Es importante planificar las cosas a largo plazo.			
34	En ocasiones tengo cambios repentinos de humor sin motivo o razón aparente.			
35	Me preocupa mucho la opinión que se forman otros de mi persona.			
		SI	¿	NO
36	Siempre me ha gustado saber el por qué de las cosas.			
37	Doy fácilmente mi brazo a torcer.			
38	Valoro más en una persona la honradez que la inteligencia.			
39	Hago amigos con facilidad.			
40	A menudo me sorprendo soñando despierto.			
		SI	¿	NO
41	Soy de los que piensan que el ser humano es bueno por naturaleza.			
42	Me gustan las ocupaciones que requieren una buena dosis de creatividad e imaginación			
43	Prefiero guardarme los problemas antes que ir contándolos a los amigos.			
44	Soy indulgente con los fallos propios y con los ajenos.			
45	Soy muy respetuoso con lo establecido.			
46	Me agrada mucho charlar con la gente sobre temas de política o sociales.			
47	Cuando me encuentro con un tema difícil no lo dejo aunque tenga que descuidar a otros.			
48	La soledad me abruma.			
49	Tolero muy mal que se me haga esperar.			
50	Me gusta seguir las instrucciones que me dan.			
		SI	¿	NO
51	Cuando era niño todos me decían que era revoltoso e inquieto.			
52	En los negocios siempre hay que ir al grano.			
53	Siempre repaso las facturas de los restaurantes.			
54	Leo con más agrado un libro de historia que uno de poesía.			
55	Por lo general yo voy a lo mío sin importarme mucho lo que los demás piensan.			
56	Me molesta cuando no le gusto a alguien.			

- 57 Me atraen las situaciones nuevas y cambiantes.
- 58 Estoy interesado en ser parte del grupo.
- 59 Me llevo mejor con personas formales y estrictas.
- 60 Soy de los que disfrutan con las pequeñas cosas.

SI	?	NO

En esta parte, deberá precisar más su respuesta atendiendo a 5 categorías de respuesta:

- A. Absolutamente de acuerdo** **C. Indiferente.** **D. En desacuerdo.**
- B. De acuerdo .** **E. Absolutamente en desacuerdo.**

Tendrá que colocar una "X" en la que más se adecue a su comportamiento deseado.

- 61 Un empresario debe asumir riesgos calculados.
- 62 El empresario debe desilusionarse ante un fracaso de su empresa.
- 63 Un buen empresario debe pensar que las circunstancias se deben adaptar a él.
- 64 Un empresario debería mantener todas las decisiones que toma.
- 65 Los pequeños detalles no deben ser importantes para el empresario.
- 66 Adaptarse a las circunstancias debe ser una de las funciones que debe cumplir un empresario.
- 67 Un empresario no debe anticiparse a los problemas.
- 68 El conseguir los objetivos propuestos debe justificar el arriesgarse en esta vida.
- 69 Plantearse metas claras no debe ser indispensable para alcanzar éxito en la tarea.
- 70 Un empresario no debería hacer planes ya que estos rara vez dan resultado.
- 71 Un empresario no debe confiar en sus empleados.
- 72 Un empresario no debería soportar sacrificios personales aunque esto le ayude a conseguir recompensas posibles a largo plazo.

A	B	C	D	E
A	B	C	D	E

M^{ra} Luisa Sánchez Almagro
tel.: 91 7962820
e-mail: almagro@correo.cop.es

Fecha.....

A la Atención de

Estimado señora/señor:

Actualmente me encuentro realizando una tesis doctoral por la facultad de Psicología de la Universidad Complutense de Madrid sobre un tema psicológico relacionado con (- dependiendo la institución así enviaba la opción)

1. *Empresarios-emprendedores pequeña y mediana empresa (incluidos los autoempleados).*
2. *Personas que trabajan de forma fija (funcionarios, laboral) para alguna administración local, autonómica, estatal.*
3. *Personas que se forman para crear su empresa o que son asesorados.*
4. *Personas que se forman para ingresar en alguna empresa privada o pública, a través de formación en técnicas de búsqueda de empleo, talleres ocupacionales...*

Esta batería se aplicará anónimamente y no mide inteligencia, sino la actitud comercial. Puede entregarse a los participantes para que lo cumplimente en su casa y después posteriormente recogerlos. La fundamentación teórica se centra en McClelland, Drucker y Schumpeter.

Para analizar las variables necesarias para desarrollar el estudio se aplicaría, una batería que consta de varios elementos.

- ◆ **Cuestionario A** de variables sociodemográficas y motivos
- ◆ **EAO** de P. B. Robinson, D. V. Stimpson, J. C. Huefner, H.D. Hunt que mide logro, innovación, locus de control y autoconfianza.
- ◆ **APEAR** de R. Sánchez Quiles y J. Eguía que mide capacidad para asumir riesgos, capacidad de decisión y energía, independiente y abierto a lo nuevo.

- ◆ **LCIE** de Rotter que mide Locus de control.
- ◆ **MLPA** de Steers que mide la necesidad de logro, poder y afiliación,
- ◆ **MIPS** de Theodore Millon que mide personalidad normal, a través de:

Metas motivacionales.	Modos cognitivos.	Conductas interpersonales
+ Apertura.	+ Extraversión.	+ Retraimiento.
+ Perseverancia	+ Introversión.	+ Comunicatividad
+ Modificación.	+ Sensación.	+ Vacilación.
+ Acomodación	+ Intuición	+ Firmeza.
+ Individualismo	+ Reflexión.	+ Discrepancia.
+ Protección	+ Afectividad.	+ Conformismo.
	+ Sistematización	+ Sometimiento.
		+ Control

Si estuvieran interesados en que les enviase un extracto individual sobre los resultados obtenidos también sería posible y una vez concluida la investigación los resultados globales si les interesasen.

Le ruego me comunique si podría pasar los cuestionarios para que lo cumplimente alguno/s de sus miembros o participantes.

Agradeciendo su colaboración y en espera de sus noticias. Se despide atentamente.

M^a Luisa Sánchez Almagro

ANEXO III

Clave o número Centro.....

Locus de control

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
alto externo		moderado externo		mixto	moderado interno		alto interno		

Locus externo: Las personas creen que la suerte, azar y los otros son los que controlan su destino.

Locus interno: Las personas creen que son ellos mismos los que controlan su destino.

Motivación (- menor tendencia.....+mayor tendencia)

Logro

Es el impulso de superación en relación a un criterio de excelencia

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----

Poder

Es la tendencia de buscar reconocimiento en grupos y encontrar la forma de hacerse visible

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----

Afiliación

Es el establecimiento, mantenimiento o recuperación de una relación afectiva con persona/s.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----

Autoevaluación (nivel más bajo 1.....10-nivel más alto)

Energía																									
Autocontrol																									
Autonomía																									
Agresividad																									
Ansiedad																									
Habilid. Sociales																									
Convencionalismo																									
Autosuficiencia																									
Cap.soportar tensión																									
Entusiasmo																									
Sensatez																									
Actividad																									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10															

Riesgo calculado

Máximo 20	
Máximo 10	
Máximo 10	
Máximo 15	
Máximo 5	

Motivo de logro

Capacidad decisión

Metas claras

Persecución objetivo

BIBLIOGRAFÍA

- Adler, N. J. (1986) *International Dimensions of Organizational Behavior*. Kent: Publishing Comany.
- Ahmed, S. U. (1985). "nAch, risk-taking propensity, locus of control and entrepreneurship" in *Personality and Individual Differences*. 6, 781-782.
- AIJEZ (1998). Test personal para conocer tu capacidad emprendedora. Asociación de Jóvenes Empresarios de Zaragoza.
- Ajzen, I. (1987). "Attitudes, traits, and actions: Dispositional prediction of behavior in personality and social psychology" in *Advances in Experimental Social Psychology*, 20,1 - 63.
- Ajzen, I. (1989). "Attitude structure and behaviour" in S.R. Pratkanis, S.J. Breckler y A.G. Greenwald (Eds) *Attitude Structure and Function*, Hillsdale, L. Erlbaum. 241-274.
- Ajzen, I. (1991). "The theory of planned behavior" in *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179 - 211
- Aldrich, H. E. & Zimmer, C. (1986). "Entrepreneurship Through Social Networks". In Donald L. Sexton and Raymon W. Smilor (Eds). *The Art and Science of Entrepreneurship*. Cambridge, MA: Ballinger, 3-23.
- Aldrich,, H.E. & waldinger, R. (1990). "Ethnicity and entrepreneurship" in *Annual Review of Sociology*, 16, 111-135.
- Aldrich, H.E.; Rosen, B. & Woodward, W. (1986). "The impact of social networks on business founding and profit: A longitudinal study" in R. Ronstadt, J.A. Hornaday, R. Peterson et K.H. Vesper (eds.) *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 154-168. Wesley, M.A.: Babson College.
- Allen, L.L. (1977). *Cómo iniciar y hacer prosperar la pequeña empresa*. Pamplona: Ediciones Universidad de Navarra.
- Allinson, CH.W; Chell, E. & Hayes, J. (2000). "Intuition and entrepreneurial behaviour" in *European Journal of Work and Organizacional Psychology* 9 (1), 31-43 [on ligne] .<http://www.tandf.co.uk/journals/pp/1359432X.html>
- Alonso, P. & Sánchez, M^a.L (2002-IX-29). e-mail msanchezalm@uoc.edu.
- Álvarez, J.C. (1992). "La formación de empresarios y directivos como estrategia de empresa" en *Capital Humano*. 45 (mayo), 42-47.
- Amatucci, F.M. & Young, F. (1998). "Critical Success Factors for Immigrant Entrepreneurs: A Cross-Cultural Longitudinal Study" in *Frontiers of Entrepreneurship Research*. [on ligne] http://www.babson.edu/entrep/fer/IV/IV_G/IV_G.htm

- Amit, R. (1994). "Push and Pull entrepreneurship" in *Frontiers of Entrepreneurship Research* [on ligne] <http://www.babson.edu/entrep/fer/papers94/amit.htm>
- Andrés Ciurana, B. & Montesa Andrés, E. (1994): *Manual para emprendedores*. Valencia: CEPYMEV, 22-23.
- Andreu Pinillos J.C. (1998): "La empresa Joven ante el reto del 2000. Dificultades para crear riqueza y empleo". Ponencia presentada en IV Congreso Nacional de Jóvenes Empresarios. Pontevedra. Mayo. Documento Inédito AJE Madrid.
- Argyle, M. & Little, B. (1972). "Do personality traits apply to social behaviour?" in *Journal for the Theory of Social Behaviour*, 2 (1), 1-35.
- Argyle, M. & Robinson, P. (1962). "Two origins of achievement motivation" in *British Journal of Social and Clinical Psychology*. 1, 107-120.
- Ariza, J.A. & Molina, H. (1999). "Aspectos determinantes del perfil emprendedor" en *Iniciativa emprendedora y Empresa familiar*. 18 (septiembre-octubre), 50-58.
- Atkinson, J.W. (1964). "An Introduction to Motivation". New York: American Book/Van Nostrand/Reinhold.
- Atkinson, R.H. & Birch, D. (1979). *Introduction to Motivation*. New Jersey: Van Nostrand.
- AXESOR (2-1-2001). <http://www.emprendedores.navegalia.com>
- Aznar, G. (1974). *La creatividad en la empresa. Organización práctica y técnicas de animación*. Barcelona. ed. Oikos-Tau.
- Babb, E.M. & Babb, S.V. (1992). "Psychological traits of rural entrepreneurs" in *Journal of Socio Economics*. 21 (4) Winter, 353-362.
- Bagdy, R, Leslie, E.P. & Stetz, Ph.E. (1996). "Using cognitive processes to differentiate among entrepreneurs" in *Frontiers of Entrepreneurship Research*. [on ligne] <http://www.babson.edu/entrep/fer/papers96/summ97/bagdy.html>
- Bandura, A (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Bandura, A. (1991). Social cognitive theory of self-regulation. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 248-287
- Baron, Robert A. (1999). "El rol de la competencia social en el éxito emprendedor"; Rensselaer Polytechnic Institute, Boston University. [on ligne] http://www.babson.edu/entrep/fer/papers99/II/A/I_A.html
- Baron, Robert A & Markman, Gideon D (1999). "Mecanismos cognitivos: Diferencias potenciales entre emprendedores y no emprendedores". Lally School of Management & Technology. [on ligne] http://www.babson.edu/entrep/fer/papers99/III/III_A/III_A.html
- Barreyre, P. Y. (1978). *La pequeña y mediana empresa frente al cambio*. Barcelona: Ed. Hispano-Europea. p 11.

- Baumbach, C M & Mancuso, J.R. Eds. (1987). *Entrepreneurship and venture management*. Ed. Prentice-Hall Inc.
- Baumol, W. J. (1968). "Entrepreneurship in Economic Theory" in *The American Economic Review*. 58 (2) May.
- Bechhofer, F. & Elliot, B. P. (1986). *The Petite Bourgeoisie, Comparative Studies of The Uneasy Stratum*. London: MacMillan.
- Begley, Th. M. & Boyd, D.P. (1986). "Psychological characteristics associated with entrepreneurial performance" in *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 146-165.
- Beit-Hallahmi, B. (1980). "Achievement motivation and economic growth: A replication" in *Personality and Social Psychology Bulletin*. 6, 210-215.
- Bellu, R. P. (1988). "Entrepreneurs and managers: are they different?" in *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Babson College, 16-30.
- Bellu, R. P. (1992): "Toward a Theory of Entrepreneurial Motivation: Evidence from Female Entrepreneurs" in *International Council for Small Business Proceeding*. 37, 195-213.
- Bellu, R. P. (1993). "Task Role Motivation and Attributional Style as Predictors of Entrepreneurial Performance: Female Sample Finding" in *Entrepreneurship and Regional Development*. 5, 331-344.
- Bellu, R.R. & Sherman, H. (1993). "Predicting Entrepreneurial Success from Task Motivation and Attributional Style: A Longitudinal Study" in *Proceedings of the United States Association for Small Business and Entrepreneurship*. 8, 16-23.
- Bellu, R.R. & Sherman, H. (1995): "Predicting Firm Success from Task Motivation and attributional Style: a Longitudinal Study" in *Entrepreneurship and Regional Development*. 7, 349-363.
- Bermejo, M.; Rubio, I.;y Vega, I. (1996). *La creación de la empresa propia*. Madrid: McGraw-Hill e Instituto de Empresa, 11-65.
- Bewayo, E.D. (20/08/98). "Uganda Entrepreneurs: Why are they in Business?" de Montclair State University [in ligne] <http://www.sbaer.uca.edu/docs/proceedings/95sb1020.txt>
- Beyoda, O. L. & Rivera, Cl.M. (1997). "Estilos Creativos y Éxito Empresarial" en *Memorias XI Congreso Latinoamericano sobre espíritu empresarial*. Cali. Colombia: CDEE-ICESI, 55-68.
- Bird, B. (1988). "Implementing entrepreneurial ideas: The case of intention" in *Academy of Management Review*, 13. 442 - 453
- Bird, B. (1989): *Entrepreneurial Behavior*. Glenview, Ill.: Scott, Foresman.
- Bisquerra, R. (1987). *Introducción a la estadística aplicada a la investigación educativa. Un enfoque informático con los paquetes BMDP y SPSSX*. Barcelona: PPU
- Bisquerra, R. (1989). *Introducción a la estadística aplicada a la investigación educativa. Un enfoque informático con los paquetes BMDP y SPSSX*. Barcelona: PPU. Vol I y II

- Blais, R.A. (1989). "Las motivaciones y valores culturales de los empresarios en el mundo" en *Memorias del III Congreso Latinoamericano sobre Espíritu Empresarial (Emprendedor)*. Monterrey: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey e ICESI, 97-115.
- Blais, R & Toulouse, J. M. (1990). "Les Motivations des entrepreneurs: une étude empirique de 2278 fondateurs d'entreprises dans 14 pay" en *Revue Internationale P.M.E.* 3 (3-4), 269-299.
- Bonanno, P.O. (1998/08/1). "Globalización, comercio y democracia" en la *Reforma Económica Hoy* [on ligne]. <http://www.cipe.or/s25/bonans25.html>.
- Bonnet, C. & Furnham, A. (1991). "Who wants to be an entrepreneur? A Study of adolescents interested in a young enterprise Scheme" in *Journal of Economic Psychology*. 12 (3) september, 465-478.
- Borland (1975). *Locus of Control. Need for Achievement and Entrepreneurship*. University of Texas citado en Gasse, Y. (1987).
- Bowen, D.D. & Hisrich, R.D. (1986). "The Female Entrepreneur: A Career Development perspective" in *Academy of Management Review*. 11, 393-407.
- Breckler, S.J. (1984). "Empirical Validation of Affect, Behavior, and Cognition as Distinct Components of Attitude" in *Journal of Personality and Social Psychology*. May, 1191-1205.
- Brockhaus, R.H. (1980a): "Risk taking propensity of entrepreneurs" in *Academy of Management Journal*. 23 (3), 509-520.
- Brockhaus, R.H. (1980b). "Psychological and environmental factors which distinguish the successful from the unsuccessful entrepreneur: a longitudinal study", paper submitted to the *Academy of Management Meeting* citado en Chell (1991).
- Brockhaus, R.H. (1980c). "The Effect of Job Dissatisfaction on the Decision to Start a Business" in *Journal of Small Business Management*. 18 (1), 37-43.
- Brockhaus, R.H. (1982). "The psychology of the entrepreneur" in C.A. Kent, D.L. Sexton & K.H. Vesper (eds) in *Enciclopedia of Entrepreneurship*, 39-71. Englewood Cliffs. N.J: Prentice Hall.
- Brockhaus, R.H. & Horwitz, P.S. (1986). "The psychology of the entrepreneur" in D.L. Sexton & R.W. Smilor (Eds) *The art and science of entrepreneurship*, 25-48. Cambridge: MA. Ballinger Publishing Company.
- Brockhaus, R.H. & Nord, W.R. (1979). "An exploration of factors affecting the entrepreneurial decision: Personal characteristics versus environmental conditions" in *Proceedings of the 39th Annual Meeting of the Academy of Management*, 386-373.
- Brodsky, M.A. (1993). "Successful Female Corporate Managers and Entrepreneurs" in *Group et organization Management*. 18 (3), 366-378.
- Brown, D.D. & Hisrich, R.D. (1986). "The female entrepreneur: A career development perspective" in *Academy of Management Review*, 11: 393-407.

- Brown, J. & Rose, M.B. (1993). *Entrepreneurship, network and modern business*. Manchester: University Press.
- Bruno, A.V. & Tyebjee, T.T. (1982). "The environment for entrepreneurship" in C.A. Kent, D.L. Sexton & K.H. Vesper (eds) in *Enciclopedia of Entrepreneurship*, 288-307. Englewood Cliffs. N.J: Prentice Hall.
- Bruns, T. & Kippenberg (1988). *Entrepreneur*. London: Macmillan.
- Brusch, J. G. (1986): *Entrepreneurship*. ed. John Wiley and Sons Inc.
- Brush, C. G. & Bird, B.J. (1996). "Leadership visión of successful women entrepreneurs: Dimensions and characteristics" in *Frontiers of Entrepreneurship Research* [on ligne] <http://www-babson.edu/entrep/fer/papers96/summ96/brush.html>.
- Budner, (1962). "Intolerance of ambiguity as a personality variable" in *Journal of personality*. Vol 30.
- Bueno, E. & Morcillo, P. (1997). *Dirección estratégica por competencias básicas distintivas: propuestas de un modelo*. Documentos IADE, nº 51. Madrid.
- Bull, I. & Winter, F. (1991). "Community differences in business births and business growth" in *Journal of Business Venturing*. 6, 29-43.
- Burnstein, E. & Vinokur, A. (1977): "Persuasive argumentation and social comparison as determinants of attitude polarization" in *Journal of Experimental Social psychology*, 13, 315-332.
- Bygrave, W.D. (1989a). "The entrepreneurship paradigm (I): A philosophical look at its research methodologies" in *Entrepreneurship Theory and Practice* 14 (1), 7-26.
- Bygrave, W.D. (1989b). "The entrepreneurship paradigm (II): Chaos and catastrophes among quantum jumps " in *Entrepreneurship Theory and Practice* 14 (2), 7-30.
- Camison Zornosa, C. (1999). *El espíritu emprendedor*. Madrid: Ed Jovellanos.
- Cantillon, R. (1755). *Essai sur la Nature de Commerce en Général* (de H. Higgs "The circulation and exchange of goods and mercandise". McMillan. London. 1931) (hay versión española: *Ensayo sobre la naturaleza del comercio en general*. Fondo de Cultura Económica. México. 1950, citado en documento no publicado de la U.A.M en el departamento de IADE.
- CAPITAL HUMANO (1996). "Un empresario es un directivo con grandes dotes de creatividad e iniciativa" en *Capital Humano* 8 (abril), 52-57.
- Capowski, G.S. (1992). "Be your own boss?. Million of Women get down to business" in *Management Review*. 24 (March).
- CARDENAS, J. (1988): "Perfil del empresario de la Universidad EAFIT a nivel nacional" en *Memorias del Segundo Congreso Latinoamericano sobre Espíritu Empresarial*" Cali. Colombia: Publicaciones ICESI. Julio-Septiembre, (28), 81-93.
- Carland J.W.; Boulton, W.R. & Carland, J.A.C. (1984). "Differentiating entrepreneurs from small business owners: a conceptualization. *Academy of Management Review* 9 (2), 354-359.

- Carlo, J. F. de & Lyons, P. (1979). "A Comparison of Selected Personal Characteristics of Minority and Non-Minority Female Entrepreneurs" en *Journal Small Business Management*. B. Rothman & Co. 17 (4), 22-29.
- Carney, K. (1995). "Who's Who in Small-Business Research" in *Inc.* 17 (7), 56-63.
- Carvajal, M.J; Fiedler, A.M. & González, F. (1989). "Perfil de la microempresa y del microempresario: Industria de la Transformación en México" en *Memorias del III Congreso Latinoamericano sobre Espíritu Empresarial (Emprendedor)*. Monterrey: Inst. Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey e ICESI, 271-292.
- Casson, M.C. (1982). *The Entrepreneur: An Economic Theory*. Oxford: Martin Robertson.
- Casson, M.C (1993). "Entrepreneurship and business culture" en J. Brown, & M.B. Rose in *Entrepreneurship, networks and modern business*. Manchester: University Press.
- Castillo, E. & Salinas, O. (1994). "Análisis de las pruebas de autoselección del programa de asesoría a creadores de empresa Face (Sena): Un ejemplo de coinvestigación institucional" en *Memorias del VIII Congreso Latinoamericano de Espíritu Empresarial*. Calí. Colombia: ICESI, 259-276.
- Castro, A. & Sánchez, P. (2000). "Objetivos de vida y satisfacción autopercebida en las diferentes áreas vitales en estudiantes universitarios españoles" *Psicothema*, (12).
- Casullo, M.M. & Castro, A. (1999). "Desarrollo y construcción de las puntuaciones de prevalencia del Inventario Millon de Estilos de Personalidad (MIPS) para población general adulta de la Ciudad de Buenos Aires". Artículo cedido por el coautor Alejandro Castro Solano en 1999, Jefe de Trabajos Prácticos. Cátedra Epidemiología. Cat. II. Facultad de Psicología. Univ. de Buenos Aires. Argentina.
- Centro Europeo de Empresas e Innovación de Aragón CEEI ARAGON (1992). *La pequeña y mediana industria en Aragón y el perfil de sus emprendedores*. Gobierno de Aragón. Departamento de Economía y Hacienda. Instituto Aragonés de Fomento.
- Cepyme (1994). *Manual para emprendedores*. Valencia. Confederación empresarial de la pequeña y mediana empresa valenciana.
- Chambers, B.R.; Hart, S.L & Denison, D.R. (1988). "Founding team experience and new firm performance" in B.A. Kirchoff, W.A. Long, W.E. McMullan, K.H. Vespers et W.E. Wetzel, jr.(eds.) *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Wellesley. M.A.: Babson College 106-118.
- Charboneau (1981) citado en Hisrich, R.D. (1990). "Entrepreneurship/intrapreneurship" in *American psychologist*, 45 (2). February, 209-222.
- Chay, Y. W. (1993). "Social support, individual differences and well being: A study of small business entrepreneurs and employees" in *Journal of Occupational and Organizational Psychology*. 66, 285-302.

- Cheing, K. H & Megginson, R.C. (1981): *Organisational behavior: developing managerial Skills*. New York: Haper and Row.
- Chell, E (1985). "The entrepreneurial perrsonality: A few ghosts laid to rest?" *International Small Business Journal*. 3 (3): 43-54
- Chell, E. (2000). "Towards researching the "opportunistic entrepreneur": A social constructionist approach and research agenda" in *European Journal of Work and Organizacional Psychology* 9 (1), 63-80. [on ligne] <http://www.tandf.co.uk/journals/pp/1359432X.html>.
- Chell, E. & Haworth, J.M. (1986). "A study of the factors affecting the sales performance of independent retail newsagetnts" in A Gibb et al (eds) *Small Firms; Needs, Resources and Proceedings*; London: Gower.
- Chell, E., Haworth, J. & Brearley, S. (1991). *The entrepreneurial personality*. London: Routledge. Small Business Series.
- Chen, C,C; Green, P.G; & Crick, A (1998). "Does entrepreneurs self-efficacy distinguish entreprenerus from managers?" *Journal of Business Venturing*, 13 (4): 295-316.
- Child, I.L. (1968). "Personality in Culture" en Borgotta E.F. Lambert, W.W. (eds) *Handbook of Personality Theory and Research*, .Chicago: Rand McNally citado en Jennings, R.; Cox, Ch. And Cooper, C.L The pschologoly of entrepreneurs and intrapreneurs. Business Elites. London: Routledge. 1994.
- Chinchilla, N.; García, P. & Mercadé, A. (1999): *Emprendiendo en Femenino*. Barcelona: Gestión 2000.
- Churchill, N.C. (1991): "Entrepreneurs and their enterprises, a stage model" in Vesper et al (eds). Babson College. *Frontiers of Entrepreneurship Research*.
- Cisneros, I. F & Munduate, L. (2000). "Implicaciones de la teoría de la autoeficacia en la gestión de las organizaciones" monográfico de *Revista de Apuntes de Psicología*.Universidad de Sevilla. [on ligne] <http://www.abacolombia.org.co/areas/organizaciones/implicaciones.htm>
- Claver Cortes, E. et Gómez Gras, J.M. (1979). "Las Pymes y la iniciativa empresarial". En *Cuaderno de Ciencias Económicas*, 82-116.
- Cochran, T. (1985): "Entrepreneurship", en International Encyclopedia of Social Sciences.
- Collins, O.F. & Moore, D.G. (1964). *The Enterprising Man*. East Lansing: Bureau of Business and Economic Research, Graduate School of Business Administration. Michigan State University-MSU.
- Collins, O.F. & Moore, D.G. (1970). *The Organization Makers: A Study of Independent Entrepreneurs*. New York: Meredith.
- Collins, O.F.; Moore, D.G & Unwalla, D.B. (1964): *The enterprising man*. East lansing: Bureau of Business and Economic Research. Michigan State University MUS Graduate School of Business Administration.

- Collins, O.F.; Moore, D.G & Unwalla, D.B. (1987). "The enterprising man and the business executive" in *Baumback/Mancuso eds.*, 378-397.
- Colomer, J. Et Al. (2000). *Programa Emprende! Para no-iniciados en economía*. [on ligne] www.centro-emprende.com.
- CONSEIL EUROPÉEN EXTRAORDINAIRE SUR L'EMPLOI (1997-11-20). [on ligne] <http://europa.eu.int/en/comm/dg05/elm/summit/fr/home.htm>
- Cooper, A.C. (1970). "The Palo Alto experience" in *Industrial Research*. 12 (5), 58-61.
- Cooper, A.C. (1981). "Strategic management: new ventures and samll business" in *Long Range Planning*, 14 (5), 39-45.
- Cooper, A.C. (1986). "Entrepreneurship and High Technology" in D.L. Sexton & R.. Smilor (eds.) in *The Art and Science of Entrepreneurship*. Ballinger: Publishing.
- Cooper, A.C. & Dunkelberg, W.C. (1984). *Entrepreneurship and paths to business ownership* (Paper nº 846). West Lafayette In: Purdue University, Krannert Graduate School of Management.
- Cooper, A & Komives, J. (1970). *Technical Entrepreneurship* in New York. The Center for Venture Management, Milwaukee.
- Cooper, A.C.; Woo, C. & Dunkelberg, W. (1988). "Entrepreneur's perceived chances for success" in *Journal of Business Venturing*. 3: 97-108.
- Corley,T.A.B.(1993). "Entrepreneur" en BROWN H. & ROSE, M.B. de *Entrepreneurship, networks and modern business*. Manchester: University Press, cap. 2.
- Corman, J.; Perles, B. & Vancini, P. (1988). "Motivational factors influencing high-technology entrepreneurship" in *Journal of Small Business Management*. 26 (January), 36-43.
- Corripio, F. (1992). *Diccionario práctico de sinónimos y antónimos*. Barcelona: Larousse Planeta, pp. 154.
- Cossette, Cl. (1992). "Un Québec viable mais vivable pour nos enfants! *Le club régional de l' entrepreneurship*. Eds. Spéciale 5^a anniversaire, 26-27.
- Cromie, S. (1987): "Motivations of aspiring male and female entrepreneurs" in *Journal of Organizational Behaviour*. 8, 251-261.
- Cromie, S. & Johns, S. (1983). "Irish entrepreneurs: Some personal characteristics" in *Journal of Occupational Behavior*. 4, 317-324.
- Cuningham, J.B. & Lischeron, J. (1991). "Defining entrepreneurship" en *Journal of Small Business Management*, 29, (January), 45-61.
- Dalton & Holdaway (1989). "Preliminary findings -Entrepreneur study". *Working paper, Brigham Young University*. Department of Organizational Behavior.
- Davidsson, P. (1995). Determinants of entrepreneurial intentions. RENT IX Workshop in Entrepreneurship Research. Piacenza, Italy: November 23 - 24

- Davis, S.A. (1998/08/1). "Las mujeres en los negocios: Una llamada a la acción" en la *Reforma Económica Hoy* [on ligne]. <http://www.cipe.org/s24/daviss24.html>
- De Noble, A. F; Dong J. y Sanford B. E. (1999): "Entrepreneurial self-efficacy. The Development of a measure and its relationship to entrepreneurial action" San Diego state University. [on ligne] http://www.babson.edu/entrep/fer/papers99/I/I_C/IC.html
- DEMAC(1991). *Desarrollo de emprendedores*. Madrid: McGraw.Hill, 9-21.
- Dess, G. G.; Lumpkin, G. T. & Covin, T. G. (1997). "Entrepreneurial Strategy Making and Firm Performance: Tests of Contingency and Configurational Models" in *Strategic Management Journal*. 18(9), 677-695.
- Dewan, S. (1982). "Personality Characteristics of Entrepreneurs" in *Ph.D. Thesis, Institute of Technology, Delhi*.
- Di Carlo, J. F & Lyons, P (1979). "A comparison of select personal characteristics of minority and non-minority female entrepreneurs" *Journal Small Business Management*. 17, 22-29.
- Domínguez, M.L. & Hernández, J.P. (1992). "El desarrollo regional y su vinculación con el postgrado. Una perspectiva para Oaxaca" en *Omnía*. N° especial, año 8.
- Domínguez, M.L. & Hernández, J.P. (1994): "El dirigente de la pequeña y mediana empresa en el área metropolitana de la Ciudad de México" en *Memorias del VIII Congreso Latinoamericano sobre Espíritu Empresarial*. Cali Colombia: ICESI, 163-179.
- Donges, J.B. (1985). "El paro no descende en Europa". *El País* (martes 22-X).
- Doutriaux, J. (1984). "Evolution of the Characteristics of High-tec Entrepreneurial Firms" en Hornaday et al (eds.) *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Wellesley.
- Draheim, K.P.; Howell, R.P. et Shapero, A. (1966). *The Development of a Potential Defense R. & D. Complex: A Study of Mineapolis-St. Paul*. Menlo Park, Ca.: SRI.
- Drucker, P.F. (1984). "El espíritu de empresa, hoy "en *Harvard-Deusto Business Review*. 4º trimestre, pp. 12.
- Drucker, P.F. (1986). *La gerencia en tiempos difíciles*. Barcelona: Orbis.
- Drucker, P.F. (1990). *Las nuevas realidades. El estado y la política en la economía y los negocios en la sociedad y en la imagen del mundo*. Barcelona. Edhasa-CDN. Traducido de *The New Realities*. Londres: Mandarin Paperback.
- Drucker, P.F. (1991). *La innovación y el empresario innovador*. Barcelona. Edhasa. Traducido del *Innovation and Entrepreneurship*. New York: Harper & Row, Publishers, 21 (1985).
- Dubine, P. (1988). "The Influence of Motivations and environmet on Business Star-UPS: some Truts for Public Policies" in *Journal of Business Venturing*. 4, 11-26.

- Dunkelberg, W.C. & Cooper, A.C. (1982). "Entrepreneurial Typologies" de K. Vespers & in *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Babson University Press, 1-15.
- Dyer, W.G. Jr. (1989): "Integrating professional management into a family owned business" in *Family Business Review*, 2, 221-235.
- Dyer, W.G. Jr. (1993). *La experiencia emprendedora. Los dilemas del emprendedor*. México. Del verbo emprender. Traducido del *The Entrepreneurial Experience: Confronting Career Dilemmas of the Start-up Executive*. San Francisco: C.A: Jossey-Bass.
- Dyer, W.G. Jr. (1994). "Toward a Theory of Entrepreneurial Careers" in *Entrepreneurship, theory and Practice*. 19 (2) Winter, 7-21.
- Eden, D. (1973). "Self-employed workers: A comparison group for organizational psychology" in *Organizational Behavior and Human Performance*. 9, 186-214.
- Eden, D. (1975). "Organizational membership vs. Self-employment: Another blow to the American dream" in *Organizational Behavior and Human Performance*. 13, 79-94.
- Egaña, C. A. & Escobar, A. (1994). "El perfil y comportamiento del empresario chileno: Caso región del Bio Bio. Chile. Segundo Semestre de 1993" en *Memorias del VIII Congreso Latinoamericano de Espíritu Empresarial*. Cali. Colombia: ICESI, 243-256.
- Egaña, C. A. & Escobar, A. (1995). "Cambio conductual y creatividad en la Formación de empleados" en *Memorias del IX Congreso Latinoamericano sobre Espíritu Empresarial*. Puerto Rico: Small Business Development Center (PR-SBDC). ICESI, 323-253.
- Egaña, C. A. & Escobar, A. (1997). "Un análisis relacional entre el perfil y comportamiento del inversionista y el perfil y comportamiento del empresario" en *Memorias del XI Congreso Latinoamericano del Espíritu Empresarial*. Cali. Colombia: ICESI, 243-256.
- Eguía Fernández, J. (1994). *Personalidad del emprendedor*. Bilbao: Croman.
- Elizur, D. (1984): "Facets of Work Values: A Structural Analysis of Work Outcomes" in *Journal of Applied Psychology*. 69, 379-389.
- EL NOTICIERO. (1998-6-1): " El podium del innovador" [on ligne] <http://www.revista-excelencia.com/noticiero/pages/podium.html>
- Endler, N. & Magnusson, D. (1976). "Toward an interactional psychology of personality" en *Psychological Bulletin*, 83 (5), 956-974.
- Engle, D.E.; Mah, J.J. & Sadri, G. (1996). "An empirical comparison of entrepreneurs and employess: Implications for innovation" in *Crativity Research Journal*. Vol 10 (1), 45-49.
- Entrialgo, M. (2000): "Habilidades adquiridas y función empresarial" en *Iniciativa emprendedora y empresa familiar*. 20 (enero-febrero), 21-29.
- Epstein, S. & O'brien (1985). "The stability of behavior II: Implications for Psychological research" in *American Psychologist* 35 (9), 790-806.

- Espasandin, F. (1996). *Guías para la Creación de Empresas*. Madrid: Cámara de Comercio. 6ª edición, cap 2.
- Ettinger, J.C.; Gaspard, G. & Pourtois, M.T. (1997). "Créer son entreprise: l'évolution psychologique nécessaire" in *Gestion 2000*. 1. janvier-février, 89-97.
- Fasiska, E.J. (1992). "Psychological type and management research: A review" in *Journal of Psychological Type*. 24, 13-23.
- Feather, N.T. (1982). *Expectations and actions: Expectancy-value models in psychology*. Hillsdale, N.J.: Lawrence Erlbaum Associates.
- Feather, N. T. (1986): "Human values, valences, expectation and affect: Theoretical issues emerging from recent applications of the expectancy-value model" In Dr. Brow and J. Veroff (éd.), *Frontiers of motivational psychology*.: New York: Springer Verlay, 146-172.
- Feeser, H. & Willard, G. (1989). "Incubators and Performance: a comparison of High and Low Growth High-tech Firms" en *Journal of Business Venturing*. 4 (6), 429-442.
- Ferrán Aranaz, M. (1999). *SPSS para Windows. Programación y Análisis Estadístico*. Madrid: McGraw-Hill.
- Filella, J. (1997). "La personalidad empresarial" en *Iniciativa emprendedora*. Deusto. 6 (Sept-Oct)., 13-19.
- Fishbein, M & Ajzen, I. (1975): *Belief, attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research*. Reading. M.A.: Adison-Wesley.
- Flores Valdés, P. (1997): "Un modelo de diagnóstico para una Empresa PYME" en *IX Congreso Latinoamericano sobre espíritu empresarial*. Santiago de Calí. Colombia: CDEE-ICESI, 213-226.
- Fortín, P.A. (1992). *Devenez entrepreneur*. Québec, Canada: Les éditions Transcontinentales inc. 2ª édition.
- Francès, R. (1987). "La motivation au travail" in C. Lévy-Leboyer and J.C. Sperandio (éd) *Traité de psychologie du travail*. París: Presses Universitaires de France, 347-377.
- Frese, M. (1995): "Entrepreneurship in East Europe: A general model and empirical findings" in C.L. Cooper et D.M Rousseau (eds) *Trends in organizational behavior*.. Chichester. U.K: Wiley, 65-83.
- Furnham, A. (1986). "Economic locus of control" en *Human Relations*, 39 (1), 29-43.
- Furnham, A. (1987). "Predicting protestant work ethic beliefs" in *European Journal of Personality*. 1, 93-106.
- Furnham, A. (1990). *The protestant work ethic: the psychology of work related belief and behaviors*. London: Routledge.
- Ganauchi & Doi (1977) citado en Hisrich, R.D. (1990). "Entrepreneurship/ intrapreneurship" in *American psychologist*, 45 (2). February, 209-222.
- García Echevarría, S. (1997). *Ser empresario en España*. Madrid: IDOE.

- García Ferrando, M. (1979). *La innovación tecnológica y su difusión en la agricultura*. Ministerio de Agricultura. Secretaría General.
- García Egocheaga, J. (1984). "Innovación, desarrollo económico y política industrial" en *Boletín de Estudios Económicos*. 121. Abril, pp. 6.
- Garmendía, F. & Echevaría, J.M. (1996). "Del objetivo cuantitativo de los ochenta al objetivo cualitativo de los noventa" en *Estudios empresariales*. 3 (92) 4-21.
- Garrido, J.A. (1993). "La empresa, factor dinamizador de la sociedad". En *Estudios Empresariales*. 3 (83), 2-14.
- Gartner, W.B. (1985). "A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation" in *Academy of Management Review*. 10 (4), 696-706.
- Gartner, W.B. (1988). "Who is an entrepreneur? is the wrong question" in *American Journal of Small Business*. 13 (Spring), 11-32.
- Gartner, W.B. (1989). "Some Suggestions for Research on Entrepreneurial Traits and Characteristic" in *Entrepreneurship Theory and Practice*, 14 (1), 27-38.
- Gartner, W.B. & Shaver, K.G. (1991). "Reasons for starting a business: Not-so-simple answers to simple questions" in G.E. Hills et R.W. LaForge (Eds) *Research at the marketing/entrepreneurship interface*.: Chicago: Office of Entrepreneurial Studies. University of Illinois at Chicago, 90-101.
- Gasse, Y. (1982a). "Elaborations on the psychology of the entrepreneur" in C.A. Kent; D.L. Sexton & K.H. Vesper in *Enciclopedia of Entrepreneurship*. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice Hall, 57-71.
- Gasse, Y. (1982b). "L'entrepreneur moderne: attributs et fonctions" en *Revue Internationale de Gestion*. 7 (4), November, 3-9.
- Gasse, Y. (1985). "L'Entrepreneurship: une stratégie de recherche et d'intervention pour le développement" in *Revue P.M.O.* 1(5).
- Gasse, Y. (1987). "L'entrepreneur: son profil et son développement." *Revue Gestion 2000 Management & Prospective* 5, Bimestral Louvain. Belgique, 27-39.
- Gasse, Y. (1989). "Notas para el Proyecto INTERMAN". Comunicación Personal. Ginebra.
- Gasse, Y. (1995a). "A Strategy for the Promotion and Identification of Potential Entrepreneurs at the Secondary School Level" de K. Vesper in *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Babson University Press, 525-567.
- Gasse, Y. (1995b). *ICE: Inventaire des caractéristiques entrepreneuriales*. Québec: Laval
- Gasse, Y. (1996). "Entrepreneurial characteristics inventory: Validation process of and instrument of entrepreneurial profiles" in *Frontiers of Entrepreneurship Research* [on ligne] <http://www.babson.edu/entrep/fer/papers96/summ96/gasse.html>.
- Gasse, Y. & D'Amours, A. (1993). *Profession: entrepreneur*. Québec: Transcontinentales.

- Gatewood, E.J.; Shaver, K.G. & Gartner, W.B. (1995). "A longitudinal study of cognitive factors influencing start-up behaviors and success at venture creation" in *Journal of business Venturing*. 10, 371-391.
- Genesca.E.(1977). *Motivación y enriquecimiento del trabajo*. Madrid: Hispano-Europea
- Gerber, M.E. (1997). *El mito del emprendedor*. Barcelona: Ed. Paidós Ibérica.
- Gibb, A (1993). "The enterprise culture and education. Understanding Enterprise Education and its Links with Small Business. Entrepreneurship and Wider Educational Goals". *International Small Business Journal*. 11, 3.
- Gibb, A. & Ritchie, J. (1982). "Understanding the process of starting small business". *European Small Business Journal*. 1(1), 26-45.
- Gil Estallo, M^a. A. (1996). *Cómo crear y hacer funcionar una empresa. Conceptos e instrumentos*. Madrid: ESIC Editorial. Colección Universidad, 35-36.
- Ginsberg, A. et Buchholtz, A. (1989). "Are entrepreneurs a breed apart? A look at the evidence" *Journal of General management*, 15, (2), 32-40.
- Goldsmith, R. E & Kerr, J.R. (1991). "Entrepreneurship and adaption-Innovation Theory" in *Technovation*. 11 (6), 373-382. GOLEMAN, D. (1996): *La inteligencia emocional*. Barcelona: Editorial Kairós S.A.
- Grabinsky, S. (1990). *El emprendedor. Creador y promotor de empresas*. México: Ed. del Verbo emprender. 4^a edición.
- Grabinsky, S. (1994). *La empresa familiar: Guía para crecer y sobrevivir*. México: Ed. del Verbo emprender. 4^a edición.
- Grabinsky, S. (1999-I) e-mail. gsalo@mail.internet.com.mx
- Graham, E. (1985). "The entrepreneurial Mystique" en *The Wall Street Journal: A Special Report on Small Business*, 20 May, sec 3, 1c. 4c.
- Graham, S. (1994). "Motivation in African Americans" in *Review of Educational Research*, 64 (1), 55-117.
- Gray, D. & Cyr, D. (1993). *Cómo evaluar su potencial emprendedor. Guía de planificación para pequeñas empresas*. Buenos Aires. Granica. traducido de la obra "The entrepreneur's Complete Self-Assessment Guide" International Self-Counsel Press Ltd.
- Grefe, X. (1988). *¿Crean empleo las PYMES?* Madrid: Ministerio de Trabajo y Seguridad Social.
- Guerrero, A. & Palacios, D. (1994). *Estoy en paro ¿Cómo buscar trabajo o crearlo?*. Madrid: Instituto de Formación y Estudios Sociales.
- Gumpert, D.E. & Boyd, D.P. (1984). "The loneliness of the start-up entrepreneur" in *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 478-488.
- Guzman, S. (1999-I-18). e-mail: sguzman@master.uss.cl.
- Hall, D.T. (1976). *Careers in organizations*. Santa Mónica. CA. Goodyear.

- Hammermesh, D.S. (1990). "Shirking or productive schmoozing: Wages and the allocation of time at work" in *Industrial and Labor Relations Review*. 43, 121-133.
- Harwood, E. (1982). "The sociology of entrepreneurship" in C.A. Kent et (eds) *Encyclopedia of Entrepreneurship*, Englewood-Cliffs, N.J: Prentice-Hall. pp. 98.
- Hawkins, K & Turla, P. A. (1987). *Compruebe sus dotes de emprendedor*. Bilbao. Deusto. Traducido de la obra "Test Your Entrepreneurial. I.Q". New York: The Berkley Publishing Group, 19-40.
- Henning, M. & Jardim, A. (1977). *The Managerial Woman*. Garden City. N.Y: Anchor Press/Doubleday.
- Helsinki, Keley, Klofsten & Helsinki (1997). "Entrepreneurial Intent Among Students: Testing An Intent Model In Asia, Scandinavia, And Usa" Fuente: <http://www.babson.edu/entrep/fer/papers97/autio/aut1.htm>
- Herberg, F, Mausner, B & Snyderman, B (1959). *The motivation to work*. New York: Hohn Wiley & Sons.
- Hérbert. R.F. & Link, A.N. (1988): *The entrepreneur Mainstream Viewus and Radical Critiques*, 2nd New York: Praeger, pp 155.
- Hernández, R.M. (1993). "La creatividad y su relación con el desarrollo de la capacidad emprendedora", conferencia memorias del VII Congreso latinoamericano del espíritu empresarial, 121-145.
- Herron, L.& Robinson, R.B. (1993)."A structural model of the effects of entrepreneurial characteristics on venture performance"*Journal of Business Venturing*,8, 281-294
- Hersch, P. & Schiebe, B. (1967). "Reliability and validty of internal external control as a personality dimension" in *Journal Consulting Psychology*. 31, 609-613.
- Hills, G.E. (1988). "Variations I University Entrepreneurship Education: an Empirical Study of an Evolving Field" in *Journal of Business Venturing*. MacMillan. 3(2) Spring,109-122.
- Hines, G.H. (1973). "Achievement Motivation, Occupations, and Labor Turnover in New Zealand" in *Journal of Applied Psychology*. 58, (3) Dec., 313-317.
- Hisrich, R.D. (1986). *Entrepreneurship, intrapreneurship and venture capital: The Foundation of Economic Renaissance*. Lexington, Ma.: Lexington Books.
- Hisrich, R.D. (1990). "Entrepreneurship/intrapreneurship" in *American psychologist*, 45 (2). February, 209-222.
- Hisrich, R.D. et al. (1997). "Performance in entrepreneurial ventures: Does Gender Matter? In *Frontiers of Entrepreneurship Research* [on ligne] <http://www.babson.edu/entrep/fer/papers97/index97.htm>
- Hisrich, R.D. & Brush, C.G. (1983). "The woman entrepreneur: implications of family, educational and occupational experience" in J.A. Hornaday, J.A. Thomas et K.H. Vespers (eds) in *Frontiers of Entrepreneurship Researcyh*.

- Wellesley. M.A. Boston College: Center for Entrepreneurial Studies, 255-278.
- Hisrich, R.D. & Brush, C.G.. (1984): "The woman entrepreneur: Management Skills and Business Problems" in *Journal of Small Business Management*. 22, 30-37.
- Hisrich, R.D. & Brush, C.G. (1985): "Women and Minority entrepreneurs: a comparative analysis" en *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 566-587.
- Hisrich, R.D. & Brush, C.G. (1986). *The woman entrepreneur: Starting, Financing, and Managing a Successful New Business*. Lexington. Mass: Lexington Books.
- Hisrich, R.D.; Koiranen, M. & Hyrsky, K. (1996). "A Comparison of Men and Women Entrepreneurs: A Cross- National exploratory study" in *Frontiers of Entrepreneurship Research* [on ligne]
<http://www.babson.edu/entrep/fer/papers96/summ96/hisrich.html>
- Hisrich, R.D. & O'cinneich, B. (1986). "Entrepreneurial Activities in Europe-oriented Institutions" in *Journal of Managerial psychology*. 11(2), 45-64.
- Hisrich, R.D. & Peters, M. P. (1989). *Entrepreneurship: Stating Developing and Managing a New Enterprise*. Homewood. Illinois: BPI/IRWIN.
- Hofer, CH.W. (1988). *Entrepreneurship Research: Past, Present and Future*. Athens, Georgia: University of Georgia, departament of Management.
- Hornaday, J. A. & Aboud, J. (1971). "Characteristic of successful entrepreneurs" en *Personel Psychology*, 24 (2) Summer, 141-153.
- Hornaday, J. A. & Bunker, Ch. S. (1970). "The Nature of the Entrepreneur" in *Personnel Psychology*. 23 (1) Spring.
- Hornaday, J. & Knutzen, P. (1986). "Some psychological Characteristics of Successful Norwegian Entrepreneurs" in Churchill,N.C./Krasner, O.J./Vesper K.H. (Eds) Babson College. *Frontiers of Entrepreneurship Research*.
- Hornaday, J.A. & Vesper, K. H. (1982). "Entrepreneurial Education and Job Satisfaction" de K. Vesper et al in *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Babson University Press, 526-567.
- Hull, D.L, Bosley, J.J. & Udell, G.G. (1980): "Renewing the hunt for the heffalump: identifying potential entrepreneurs by personality characteristics". *Journal of Small Business*, 18 (1), 11-18.
- Humpreys & McClung (1981) citado en Hisrich, R.D. (1990). "Entrepreneurship/intrapreneurship" in *American psychologist*, 45 (2). February, 209-222.
- Husenman, S. & Ettinger, (1996). "Las motivaciones del emprendedor" en *Emprender con éxito*. Barcelona: Gestión 2000, 37-58.
- INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN PARA UNA COEVOLUCIÓN CREATIVA (1998). [on ligne] <http://www.profuturo.com/i2c2/cultura.htm>
- I.N.E. (1997). *Encuesta de la Población Activa*. Inst. Nacional de Empleo en España.

- Istace, D. (1997). "Créateurs d'entreprises, PME: quels créneaux choisir?" in *Revue Actualites perfectionnements..* Louvaine. Belgique: *Gestion 2000* 1. (Enero-febrero), 81-88.
- Jacobson, M.L. (1993). "Essential Values and Characteristics of Entrepreneurial Women Formerly Managers in a Corporate Setting (Women Entrepreneurs)" in *The Union Institute*. DAI-A 54/12, 4501 June 1994.
- Jacobowitz, A. & Vilder, D.C. (1982). "Characteristics of entrepreneurs: Implications for vocational guidance" in *Vocational Guidance Quarterly*, 30 (3), 252-257.
- Jarillo, J.C. (1986). *Entrepreneurship and Growth: The Strategic use of External Resources*. Boston. Ma: Tesis doctoral inédita. Harvard University-Graduate School of Business Administration.
- Jennings, R.; Cox, Ch. & Cooper, C.L. (1994). *Business Elites. The Psychology of Entrepreneurs and Intrapreneurs*. London: Routledge, cap. 2.
- Jiménez, J.E. (1988): *La actitud frente al riesgo en los planes de Administración de Empresas e Ingeniería Industrial de la Universidad del Valle*. Cali. Colombia: Tesis Universidad del Valle, pp. 153.
- Jiménez, J.E.; Lozano, M & Varela.R. (1995): *Crear empresas. Misión de todos*. Cali.Colombia: ICESI.
- Johannisson, B. (1996). "The Dynamics of Entrepreneurial Networks" in *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Wellesley, MA: Babson College.
- Johnson, B. R. (1990). "Toward a Multidimensional Model of Entrepreneurship: The Case of Achievement Motivation and the Entrepreneur" in *Entrepreneurship. Theory and Practice*. 14 (3), 39-54.
- Jourdan, L. F. (1987). *Differentiation between successful and unsuccessful entrepreneurs*. Un published doctoral dissertation. Georgia State University: University Microfilms International.
- Kalleberg, A. L. & Leicht, K. T. (1991). "Gender and Organizational Performance: Determinants of Small Business Survival and Success" in *Academy of Management Journal*. 34, (1), 136-161.
- Kao, J.J. (1989): *Entrepreneurship, Creativity and Organization*. Englewood Cliffs, N.J. Prentice Hall.
- Kao, J.J. (1991): *The Entrepreneur*. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice Hall.
- Katona (1965). *Análisis psicológico del comportamiento económico*. Madrid: Rialp.
- Katowsky, W, Crandall V.C. & Good. S. (1967). "Parental antecedents of children's beliefs in the internal-external control of reinforcements in intellectual achievement situations." En *Child Development*, 38, 766-776.
- Katz, J.A. (1992): "A Psychosocial Cognitive Model of Employment Status Choice" in *Entrepreneurship Theory and Practice*. 17 (1) Fall, 29-36.
- Katz, J.A. (1993): "How Satisfied Are the Self-Employed: A secondary analysis Approach" in *Entrepreneurship Theory and Practice*. 18 (3) Spring, 35-51.

- Kaufmann, P.J.; Welsh, D.H.B. & Bushmarin, N.V. (1995): "Locus of Control and Entrepreneurship in the Russian Republic" in *Entrepreneurship, Theory and Practice*. 20 (1) Fall, 43-56.
- Kazanjian, R.K. (1988). "Relation of dominant problems to stages of growth in technology-based new ventures" in *Academy of Management Journal*. 31 (2), 257-279.
- Kent, C.A. (1982). "Entrepreneurship education for women" in *A Research Review and Agenda, Trans. 1982. Meeting of the Joint Council on Economic Education*. Washington, D.C.
- Kent, C.A., Sexton, D.L. & Vesper, K.H. (1982). *Encyclopedia of Entrepreneurship*. Englewood Cliffs. NJ: Prentice-Hall.
- Kets de Vries, M.F.R. (1977). "The entrepreneurial personality: A person at the crossroads" in *The Journal of Management Studies*. 14, 34-58.
- Kets de Vries, M.F.R. (1995): *Life and death in the executive fas lane*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Kets de Vries, M.F.R. (1996a). "The Anatomy of the Entrepreneur: Clinical observations" in *Human Relation*, 49 (7), 853-883.
- Kets de Vries, M.F.R. (1996b). *Human dilemmas in family business*. London: Routledge.
- Kets de Vries, M.F.R. et Miller, D. (1985). "Narcissism and leadership. An object relations perspective" in *Human Relations*. 38 (6), 583-601.
- Kierulff, H. (1983): "Finding and Keeping Corporate Entrepreneur" in *Business Horizons*. 22(1), 6-15.
- Kimmel, A.L. & Shaver, K.G. (1998). "Why Star? Attributions and Activities Among a National Sample of Business Founders" in *Frontiers of Entrepreneurship Research* [on ligne] http://www.babson.edu/entrep/fer/papers98/IV/IV_F/IV_F.htm
- Kirton, M. (1994): *Adaptor and Innovators. Styles of Creativity and Problem Solving*. New York. USA: Ed. Routledge.
- Kirton, M. (1998-I-30): e-mail: m.j.kirton@herts.ac.uk
- Knight, F.H. (1921 [1947]). *Riesgo, incertidumbre y beneficio*. Madrid. Aguilar.
- Knight, R. (1983). "Entrepreneurship in Canada" in *Journal of Small Business Canada*. 1 (1), 9 -14.
- Kogan, N. & Wallach, M.A. (1964). *Risk taking: A study of cognition and personality*. New York: Wiley.
- Koiranen, M. (1995). "Norh-european metaphors of 'entrepreneurship' and 'an entrepreneur' in *Frontiers of Entrepreneurship Research* [on ligne] <http://www.babson.de/entrep/fer/papers95>
- Kolvereid, L. (1996). "Organizational Employment versus Self-Employment: reasons for Career Choice Intentions" in *Entrepreneurship: Theory and Practice*. 21(3) Spring, 23-31.

- Kourilsky, M. (1980). "Predictors of Entrepreneurship in a simulated" Economy" in *Journal of Creative Behavior*. 14 (3), 175-198.
- Krasner, J. O. (1986): Austrian entrepreneurs: perceptions of problem severity risk propensities, and social responsibility attitudes" in *Frontiers of entrepreneurship Research*, 91-109.
- Krueger, N. F. (1993). "The impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of new venture feasibility and desirability". *Entrepreneurship Theory & Practice*, Fall. pp 5 - 21
- Krueger, N. F & Brazeal, D. V. (1994). "Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs". *Entrepreneurship Theory & Practice*, Spring. 91 - 104
- Krueger, N. F & Carsrud, A. (1993). "Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behavior". *Entrepreneurship and Regional Development*, 5, 316-323.
- Krueger, N.F., Deborah, J.R. & Brazeal. D.V. (1994): "Entrepreneurship potential and potential entrepreneurs" *Entrepreneurship, Theory and Practice*. 19 (3), 91-104.
- Lambing, P. & Kuelh, CH. (1997). *Entrepreneurship*. London. (UK): Prentice-Hall International Limited.
- Langan-Fox. J. & Roth, S. (1995). "Achievement motivation and females entrepreneurs" *Journal of Occupational and Organizational Psychology*. 68, 209-218.
- Lao, R.C. (1977). "Levenson's IPC (internal-external control) Scale" in *Journal of Cross-Cultural psychology*. 9 (1), 113-124.
- Le Bras, F.(1995). *Sé tu propio Jefe. Guía del trabajo en casa*. Barcelona: Salvat Editores S.A. Colección vida profesional, 19-46.
- Lee, J & Chan, J.(1998). "Chinese entrepreneurship a study in Singapore" *Journal of management development*. 17 (2), 130-139.
- Lee-Gosselin, H. & Grisé, J. (1987): "Les femmes propriétaires dirigeantes de la région de Québec (03): mythes et réalités" *Présenté au colloque "Une journée pour vous"*. Québec.
- Lees, J.P. (1952). "The social mobility of a group of eldest-born and intermediate adult males" en *British Journal of Psychology*. General section XLIII.
- Lefcourt, H.M. & Steffy, R.A. (1970). "Level of aspiration, risk-taking behaviour, and projection test performance: A search for coherence" in *Journal of Consulting and Clinical Psychology*. 34, 193-198.
- Levenson, H. (1973). "Multidimensional Locus of Control in Psychiatric Patients" in *Journal of Consulting and Clinical Psychology*. 41 (3), 397-404.
- Levy-Leboyer, C. (1984). *La crise des motivations*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Liles, P.R. (1974): *New Business Ventures and the Entrepreneur*. Homewood. Ill.: Richard D. Irwin.

- Lizasoain, L. & Joaristi, L. (1995). *SPSS para Windows*. Madrid. Ed. Paraninfo.
- Lloria, M.B. (1998): "Cuando la innovación es posible" en *Iniciativa emprendedora y empresa familiar*. 9, (marzo-abril), 30-36.
- Low, Murray, B. & Macmillan, I.C. (1988). "Entrepreneurship: Past Research and Future Challenges" in *Journal of Management*. 14 (2), 139-161.
- Lucas (1998 a). [on ligne] <http://lukanest.com/kiectik/home1.html>
- Lucas (1998 b). [on ligne] <http://lukanest.com/pyme>
- Ludevid, M. & Ollé, M. (1993). *Como crear su propia empresa. Factores clave de gestión*. Barcelona. Marcombo, Boixareu Editores. 2ª ed.
- Lumpkin G.T. & Dess, G.G. (1996). "Clarifying the Entrepreneurial Orientations Construct and Linking It to Performance" in *Academy of Management Review*. 21 (1), 135-172.
- Lynn, R. (1969). "An Achievement Motivation Questionnaire" in *British Journal of Psychology*. 60 (4), 529-534.
- Macrae, N. (1976). "The Coming Entrepreneurial Revolution" in *The Economist*. December.
- Maehr, M.L. (1984). "Culture and achievement motivation" in *American Psychologist*. 29, 887-896.
- Magnusson, D. (ed.) (1981). *Toward a psychology of Situations - an Interactional Perspective*. Hillsdale, N. J. Lawrence Erlbaum Associates.
- Mancuso, J.R. (1987). "The Entrepreneur's quiz" en C.M Bambau et J.R Mancuso, (eds): *Entrepreneurship and venture management*. Englewood Cliff. N.J. Prentice-Hall. 61-74.
- March, I. (1998). "El perfil del emprendedor innovador" en *Iniciativa emprendedora y empresa familiar*. Deusto. 11. (Julio/Agosto), 10-15.
- March, I. & Yagüe, R.M. (1997). "A recent exploratory insight on the profile of the innovative entrepreneur: conclusions from a cross-tabs analysis" en *Entrepreneurship, Innovation and Change*. 6, (2) June, 145-166.
- Markman, G. D. & Baron, R.A. (1998). "Social Skills and Entrepreneurs' Financial Success: Evidence that the Ability to Get Along with Others Really Matters" in *Frontiers Entrepreneurship Research* .[on ligne] http://www.babson.edu/entrep/fer/papers98/IV/IV_B/IV_B.html
- Marsh, B. (1992). "Pay-as-You-Go Approach is Giving Women an Edge" en *The Wall Street Journal*. B2, February, 21.
- Martínez, A. (1997). "El perfil del emprendedor de alta tecnología" en *Alta Dirección* (32), 61-67.
- Martínez, R. (1996): *Psicometría: Teoría de los Test Psicológicos y Educativos*. Madrid: Síntesis S.A.
- Masifern, E. (1996). "Requisitos para el emprendedor del siglo XXI" en *Iniciativa Emprendedora* Bilbao. Ediciones Deusto. 1 (Nov-Dic), 26-34.

- Mateu. J.M. (1997). "Motivación y personalidad del emprendedor" en *Iniciativa emprendedora*. Bilbao: Ediciones Deusto. 5, (Julio-Agosto), 26-31.
- Mateu. J.M. (1999): "La decisión de emprender" en *Iniciativa emprendedora y Empresa Familiar*. Bilbao: Ediciones Deusto. 19, (Noviembre-Diciembre), 20-25.
- Mccarthy, A.M.; Krueger, D.A. & Schoenecker, T.S. (1990): "Changes in the time allocation patterns of entrepreneurs" in *Entrepreneurship. Theory and Practice*. 15 (2) winter, 7-18.
- McClelland, D.C. (1953): *The achievement Motive*. New York: Appleton-Century-Crofts.
- McClelland, D.C. (1961 [1968]). *La sociedad ambiciosa: factores psicológicos en el desarrollo económico*. Madrid: ed. Guadarrama. Traducido de *The Achieving Society*. Princenton: Nostrand.
- McClelland, D.C. (1962). "Business Drive and National Achievement" in *Harvard Business Review*. 40 (4), 99-112.
- McClelland, D.C. (1965a). "Achievement and Entrepreneurship: A Longitudinal Study" in *Journal of Personality and Social Psychology*. 1, 389-392.
- McClelland, D.C. (1965b). "Achievement motivation Can Be Developed" en *Harvard Business Review*, 43 (6), 178-192.
- McClelland, D.C. (1987). "That urge to achieve" in C.M. Baumbach et J.R. Mancuso, eds.5-15.
- McClelland, D.C. & BURNHAM, D. H. (1976). "Power is the great motivator".*Harvard Business Review*. March-April, 100-110.
- McClelland, D.C. & Winter, D. (1969). *Motivating Economic Achievement*. New York. The Free Press.
- McGuigan, F.J.(1980). *Psicología Experimental. Enfoque metodológico*. Méjico: Trillas.
- McKenna, S.D. (1996). "The darker side of the entrepreneur" in *Leadership et Organization Development Journal*. 17 (6), 41-45.
- Melé, D. (1999): *Ética, iniciativa emprendedora y empresa familiar*. Barcelona. Eunsa.
- Mercadé, A. (1998). *Mujer emprendedora. Calves para Crear y Dirigir empresas excelentes*. Barcelona: Gestión 2000.
- Meredith, G.G.; Nelson, R.E. et Neck, P.A. (1982). *The Practice of Entrepreneurship*. Geneva. International Labour Office. Pp 3.
- Mescon, T. & Stevens G.E. (1982). "Women as entrepreneurs: A preliminary study of female realtors in Arizona" en *Arizona Business*. 29 (7), 9-13.
- Messick, S. et al. (1976). *Individuality in Learning*. London. Jossey-Bass.
- Miller, D; Kets De Vries M.F.R. & Toulouse, J.M. (1982). "Top executive locus of control and its relationship to strategy making, structure, and its environment" in *Academy of Management Journal*. 25, 237-253.

- Miner, J.B. (1986). *Scoring Guide for the Miner Sentence Completion Scale-From T*. Buffalo.NY.: Organizational Measurement Systems Press.
- Miner, J.B. (1990). "Entrepreneurs, High Growth Entrepreneurs, and managers contrasting and overlapping motivational patterns" in *Journal of Business Venturing*. 5, (4) July, 221-234.
- Miner, J.B. (1993): *Rol Motivation Theories*. New York: Routledge.
- Miner, J.B. (1996a). "Evidence for the Existence of a set of Personality Types, Defined by Psychological tests, that predict entrepreneurial success". *Frontiers of Entrepreneurship Reserach*. [on ligne] <http://www.babson.edu/entrep/fer/papers96/miner.htm>
- Miner, J.B. (1996b). *The 4 Routes to entrepreneurial Success*. San Francisco, CA.: Berrett-Koehler Publishers, Inc.
- Miner, J.B. (1997). "The expanded horizon for achieving entrepreneurial success" in *Organizational Dynamics*. 25 (3) Winter, 54-67.
- Miner, J.B., Bracker, J.S. & Smith, N.R. (1989): "The role of the entrepreneurial task motivations in the growth of technologically innovative firms" in *Personal of Applied Psychology*. 74 (4) Aug, 554-560.
- Miner, J.B; Smith, N.R. & Bracker, J.S. (1992a). "Predicting Firm Survival from a Knowledge of Entrepreneur Task motivation" in *Entrepreneurship and Regional Development*. 4, 145-153.
- Miner, J.B; Smith, N.R. & Bracker, J.S. (1992b). "Defining the Inventor-Entrepreneur in the context of established typologies" in *Journal of Business Venturing*. Vol. 7 (2) Mar, 103-113.
- Miner, J.B; Smith, N.R.& Bracker, J.S. (1994). "Role of Entrepreneurial Task Motivation in the Growth of Technologically Innovative Firms: Interpretations from Follow-up Data" in *Journal of Applied Psychology*. 79 (4) August, 627-630.
- MIPS (2001): *Inventario de Personalidad de Millon*. Madrid: TEA.
- Mischel, W. (1968). *Personality and Assessment*. New York: Wiley.
- Mischel, W. (1973). "Towards a cognitive social learning reconceptualization of personality" en *Psychological Review*. 80 (4), 252-283.
- Mischel, W & Shoda, Y (1998) "Reconciling processing dynamics and personality dispositions" *annual Review of Psychology*, 49: 229-258.
- Mitton, D.G. (1989). "The complete entrepreneur" in *Entrepreneurship Theory and Practice* 13, (3), 9-19.
- Mitton, D.G. (1997): "Entrepreneurship: One more time non cognitive characteristic that make the cognitive click" in *Frontiers of Entrepreneurship Research*. [on ligne] <http://www.babson.edu/entrep/fer/papers97/index97.htm>
- Moliner, M. (1975): *Diccionario de uso del español*. Madrid: Gredos.
- Morcillo, P. (1997). *Dirección Estratégica de la Tecnología e Innovación*. Madrid. Cívitas

- Morcillo, P. & Cubeiro, S. (1998). "Documento sobre la dirección y gestión por competencias" en *Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas* (AECA).
- Morgan, G. (1986): *Images of Organizations*. Beverly Hills, California: Sage.
- Moriano, J.A. (2001). *La conducta emprendedora*. Documento inédito. Depto. ed Psicología de las Organizaciones. UNED
- Moriano, J.A.; Palací, F.J. & Trejo, E. (2001). "El perfil psicosocial del emprendedor: un estudio desde la perspectiva de los valores". En *Revista de Psicología Social*. 16 (2) 229-242.
- Mullins, J. W. & Forlani, D. (1998). "Differences in Perceptions and Behaviors: A Comparative Study of New Venture Decisions of Managers and Entrepreneurs" in *Frontiers Entrepreneurship Research*. [on ligne] http://www.babson.edu/entrep/fer/papers98/IV/IV_C/IV_C.htm
- Mundet, J. (1991): *Creación de empresas. Factores de éxito*. Barcelona: P.P.U.; S.A. 23-29.
- Muñoz, A. (1997): *El perfil emprendedor del universitario español*. Documento inédito del Instituto Universitario Euroforum-Escorial El Escorial. Madrid. Fundación General de la U.C.M., Comunidad Autónoma de Madrid y F.S.E.
- Myers, I.B. & Mccauley, M.H. (1985): *Manual. A Guide to the developmen and use of the Myers-Briggs type indicator*. Palo Alto, C.a.: Consulting Psychologist (Adaptación española. TEA, 1991).
- Naisbitts, J. (1990). *Megatrends, 2000. Las grandes nuevas tendencias para la década de los 90*. Barcelona. Plaza et Janés. traducido New York: Willian Morrow and Company.
- Napoleoni, C. (1968). *El pensamiento económico en el siglo XX*. Barcelona: Okios-Tau. 2ª ed. 45-57.
- Nelson, R. E. et Neck. P. A. (1981). "Une formation de chef d'entreprise pour les dirigeants de petites et moyennes entreprises". *Formation professionnelle del CEDEFOP*. 7, 4.
- Nueno, P. (1994). *Emprendiendo: el arte de crear empresas y sus artistas*. Bilbao: Ediciones Deusto. S.A.
- Nueno, P. (1997). "El emprendedor. Definiciones y mitos" en *Iniciativa Emprendedora*. 2. (Enero-Febrero), 21-24.
- NUEVA ENCICLOPEDIA LAROUSSE (1992). Barcelona: Planeta.
- Nunnally, J.C. (1967). *Psychometric theory*. New York. MCGraw-Hill.
- Organización Internacional del Trabajo -O.I.T.- (1983). Resumen de la 13ª ó XIII Conferencia Internacional del Trabajo celebrada en Octubre 1982.
- O.I.T. (1991): Resumen de la 77ª Conferencia Internacional del Trabajo de 1990.
- Ohe, S.H. & Ohe, T. (1996). "Trhee key experiences of japanese entrepreneurs during their elementary and secondary school years" in *Frontiers of Entrepreneurship Research* [on ligne] <http://www.babson.edu/entrep/fer7papers96/>

- Olson, P.D. (1987): "Entrepreneurs and management" in *Journal of Small Business Management*. July, 7-13.
- Ortiz, A.M. (2002). "Componentes subjetivos del éxito emprendedor: Aportes de la Teoría Social Cognitiva. La Autoeficacia. [on ligne] http://www.visionglobal.org/ponen_files/autoeficacia.pdf
- Ostgaard, T. & Birley, S. (1996). "New Venture Growth and personal Networks" in *Journal of Business Research*. 36, 37-50.
- OXFORD ENGLISH DICTIONARY[on ligne]: <http://lukasnet.com/Kiektik/home1.html>
- Palmer, M. (1971). "The application of pschyological testing to entrepreneurial potential" en *California Management Review*, XIII (3), 8-38.
- Palmer, M. (1987). "The aplication of psychological testing to entrepreneurial potential" in C.M Baumbach et J.R. Mancuso eds. 37-49.
- Palom Izquierdo, J.F. (1987). "Entrepreneurship: innovación y productividad" en *Alta Dirección*. 131, 65-70.
- Pandy, J. & Tewary, N.B. (1979). "Locus of control and achievement values of entrepreneurs" in *Journal of Occupational Psychology*: 52, 107-111.
- Parker, S.C. (1997): "Risk, returns and self-employment: Theory and evidence for the US and UK" in *Frontiers of Entrepreneurship Research* [on ligne] <http://www.babson.edu/entrep/fer/papers97/index97.htm>
- Patel, V.G. (1989). "Notas para el Proyecto INTERMAN". Comunicación. Ginebra.
- Paulhus, D. (1983). "Sphere-specific measures of perceived control" in *Journal of Personality and Social psychology*. 44, 1253-1265.
- Perry, C. (1990). "After further sghtings of the Heffalump" in *Journal of Managerial Psychology*. 5 (2), 22-31.
- Peterson, R.A. & Ronsttat, R. (1990). "Developing your Entrepreneurial Know Who" repris et traduit Gasse, Y et al. *Posséder mon entreprise, textes sur la création et le développement d'entreprise*, Sillery, Fischer Presses. 111-124.
- Petrof, J.V. (1980). "Entrepreneurial Profile: A Discriminat Analysis" in *Journal of Small Business Management*. 18 (4), 13-17
- Pinchot III, G. (1985). *Intrapreneuring: El empresario dentro de la empresa*. Colombia. ed. Norma traducido de Pinchot (1985) *Intrapreneuring: why you don't have to leave the corporation to become an entrepreneur*. New York: Harper & Row, Publishers, Inc.
- Planellas, M. (1997). "El network del creador de empresa" en *Iniciativa Emprendedora*. 7(noviembre-diciembre), 11-15.
- Prat Ballester, J. (1986). *El emprendedor, hoy*. Barcelona: Ediciones Europa.
- Rachman, D.J. et al. (1991). *Introducción a los negocios*. Buenos Aires: McGrawHill. 6ªed

- Ray, D. M. (1986). "Perceptions of risk and new enterprise formation in Singapore: An exploratory study" in *Frontiers of Entrepreneurship Research*. 119-145.
- Ray, D.M. et Turpin, D.V. (1987). "Factors influencing entrepreneurial events in Japanese High-Technology Venture Business" en K. Vesper et al in *Frontiers of Entrepreneurship Research* Babson University Press. 557-572.
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA -RAE- (1986): Diccionario de la Lengua Española.
- Rengifo, B. H. & Ramírez, D. (1988): "Factores asociados al éxito y principales dificultades de profesionales empresarios en Cali" en *Memorias del Segundo Congreso Latinoamericano sobre Espíritu Empresarial*" Cali. Colombia: Publicaciones ICESI. Julio-Septiembre (28), 111-118.
- Reynierse, J.H. (1997): "An MBTI model of entrepreneurship and bureaucracy: The psychological types of business entrepreneurs" in *Journal of Psychological Type*. Vol 40, 3-19.
- Reynolds, P.D., Hay, M; Bygrave, W.D. y Camp, S. M. (2001). *Global Entrepreneurship Monitor. 2000 Executive Report*.
- Richman, C. (1982). *Small Business for Workes with Disabilities*. Virginia. Institute for information Studies. Falls Church.
- Ripollés, M. (1994). *Pymes, entrepreneur y dirección estratégica. Un estudio de la importancia de la dirección estratégica para el crecimiento empresarial*. Tesis doctoral. Universidad de Valencia.
- Ripollés,, M. (1995). "El emprendedor y sus mitos". *Dirección y Organización*. 15, (Octubre), 36-44.
- Robbins, S.P. (1996). *Comportamiento organizacional Teoría y práctica*. México: Prentice Hall. Cap. 3, 4, 6 y 16. 7º ed.
- Roberts, K.H. (1968). "Entrepreneurship and Technology: A Basis Study of Innovation" in *Reseach Management*, Julio, 11 (4). Citado en documento no publicado de la U.A.M. en el departamento del IADE.
- ROBERTS, E.B. (1991): *Entrepreneurs in High Technology: Lesson from MIT and Beyond* New York. Oxford University Press.
- Roberts, E.B. & Wainer, H.A. (1968): "New enterprise on Route 128" in *Science Journal*. 4(12), 78-83.
- Robinson, R. B. (1982). "The importance of outsiders in small firm strategic planning", *Academy of Management Journal*, 25, 80-93.
- Robinson, P., D. Stimpson, J. Huefner, & H. Hunt. (1991). "An Attitude Approach to the Prediction of Entrepreneurship" in *Entrepreneurship. Theory and Practice*. 15, (4) summer, 13-32.
- Rogers, H.C. (1990). *La mujer en el mundo de la empresa. Normas básicas para avanzar y triunfar*. Bilbao: Ediciones Deusto.
- Romano, C. (1994). "It Looks Like Men Are from Mars, Women Are from Venus" en *Management Review*. October, 7.

- Romero López, M (coord.) (1986): *El Empresariado Femenino en España*. Madrid: Instituto de la mujer. Ministerio de Asuntos Sociales.
- Ronen, J. (1982). "Some insights into the entrepreneurial process" en *Entrepreneurship*. Massachusetts: Lexington Books.
- Ronstadt, R.C.(1983). "The decisión not to become an entrepreneur" en *Proceedings of the Entrepreneurship Research Conference*. FOER. Babson College. 192-221.
- Ronstadt, R.C (1984). *Entrepreneurship: text, cases and mites*. Dover, Massachusetts: Lord Publishing. 27-28.
- Ronstadt, R.C. (1985a). *Entrepreneurship. Test, Cases and Notes*. Dover. Mass: Lord Publishing.
- Ronstadt, R.C. (1985b). Every Entrepreneur's Nightmare: The Decision to Become An Ex-Entrepreneur and Work For Someone Else, *Frontiers of Entrepreneurship Research* http://www.babson.edu/entrep/fer/front_85.html
- Rosenfeld, R.B. et al. (1993a). "Delineating entrepreneurs' styles: Application of Adaption-Innovation subscales" in *Psychological Reports*. 72 (1)Feb, 287-298.
- Ronstadt, R.B. et al. (1993b). "Entrepreneurs:Who are they and how do we find them?" A Kai Study. In S. Grykiewicz (ed.) in *Discovering Creativity: proceedings of the 1992 International creativity et Innovation Networking Conference*. Greensboro. 45-51.
- Rotter, J. B. (1966). "Generalised Expectancies for Internal versus External Control of Reinforcement."in *Psychological Monographs ,Whole*. 609. (80), 1.
- Rotter, J. B. (1971). "External Control and Internal Control" en Robbins S.P. México. Prentice-Hall Hispanoamericana S.A. pp. 95.
- Rotter, J. B. (1975). "Some problems and misconceptions related to the contstruct of internal versus external control of reinforcement" in *Journal of Consulting and Clinical Psychology*. 43, 56-67.
- Rotter, J.B. (1987). "External control and internal control" en Baumback C. M & Mancuso. J.R. eds. 15-24.
- Rotter, J.B. (1990). "Internal versus external control of reinforcement: A case history of a variable" in *american Psychologist*. 45, 489-493.
- Ruíz, C. & Kagami, M. (1993). *Potencial tecnológico de la micro y pequeña empresa en México*. México: Nacional Financiera SNC. Biblioteca de la micro, pequeña y mediana empresa. N° 5.
- Russel, S. (1984). "Life after Memorex" in *Venture*. 44-46.
- Salas, V. & Yagüe, M. J. (1983): "Actividades de I+D y dimensión empresarial en la industria española" en *Economía Industrial*. Marzo-Abril (230), 114.
- Saleme A, M. (1992): *Manual del Emprendedor. Taller de simulación empresarial*. México: UAM.X. 2ª ed.

- Sánchez-López, M.P. & Quiroga, M.A. (1998a). *Perspectivas actuales en la investigación psicológica de las diferencias individuales*. Madrid: ed Centro de Estudios Ramón Areces.
- Sánchez-López, M.P. & Aparicio, M.E. (1998b). "El inventario Millon de estilos de personalidad: su fiabilidad y validez en España y Argentina" en *Rev. Iberoamericana de Diagnóstico y Evaluación Psicológica*. 4, (2) 87-110.
- Sánchez-López, M.P. & Aparicio, M.E. (1998c): "Medida de la personalidad a través del Inventario Millon de Estilos de Personalidad en España y México" en *Rev. Mexicana de Psicología*. 15, (2) 103-117.
- Sánchez-López, M.P. et al. (1999): "Estilos diferenciales de personalidad en población adulta española y argentina" en *Rev. de Psicopatología y Psicología clínica*. 4 (1), 37-47.
- Saporosi, G. (1991). *Pasion entrepreneur*. (coeditado). Barcelona. Planeta. Buenos Aires: Ediciones Macchi.
- Sarachek, J. (1978). "American Entrepreneurs and The Alger Myth" en *Journal of Economic History*.
- Scasse, R. & Goffee, R. (1980). *The Real World of the Entrepreneur*. Englewood Cliffs. N.J.: Eds. Prentice-Hall Inc.
- Schein, E.H. (1994). "Commentary: What Is an Entrepreneur?" in *Entrepreneurship, Theory and Practice*. 19 (2) winter, 87-88.
- Scheinberg, S. & McMillan I.C. (1988). "An 11 Contry study of Motivations to Start a Business" in *Frontiers of Entrepreneurship Research*: 669-687.
- Scherer, R.F.; Adams, S.S. & Wiebe, F.A. (1989): "Role model performance effects on development of entrepreneurial career preference" in *Entrepreneurship Theory and Practice*. 13 (3) Spring, 53-71.
- Scherer, R.F. et al. (1991). "Examining the Relationship between Personality and Entrepreneurial Career Preference" *Entrepreneurship and Regional Development*. 3(2), 195-206.
- Schiller, B.R. & Crewson, P.E. (1997): "Entrepreneurial origins: A longitudinal inquiry" in *Economic Inquiry*. XXXV (July), 523-531.
- Schumpeter, J.A. (1934 [1978]): *Teoría del Desarrollo económico*. México. Fondo Cultural de Economía. 9-10: 135-139. "The theory of economics development: and inquiry into profits, Capital, Interest and business cycle." En M.C. *Entrepreneurship*. 1990. Cambridge: Harvard University Press.
- Schumpeter, J.A. (1951): "Change and the entrepreneur". *Essays of J.A. Schumpeter*, Reading, Massachusetts. Addison-Wesley Press; citado por Pedro Nueno, *El emprendedor*, Iniciativa Emprendedora 1996, (2), 21.
- Scott (1996). Existing Businesses As Sources Of New Firms: A Missing Topic In Business Formation Research? In *Frontiers Of Entrepreneurship Research* <http://www.Babson.Edu/Entrep/Fer/Papers96/Summ96/Scott.html>
- Servan-Schreiber, J.J. (1969). *El desafío americano*. Barcelona: Plaza et Janés S.A.

- Servan-Schreiber, J.L. (1991). *El oficio de empresario*. Barcelona: Emece.
- Sexton D.L. & Bowman. N. (1983). "Comparative Entrepreneurship Characteristics of Students: Preliminary Results" Eds. Por K. Vesper et in *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Babson University Press. 213-232.
- Sexton D.L. & Bowman. N. (1984a). "Personality inventory for potential entrepreneurs: Evaluation of a modified JPI/PRF-E test instrument" in Vespers et (eds). Babson College. *Frontiers of Entrepreneurship Research*.
- Sexton D.L. & Bowman. N. (1984b). "The effects of preexisting psychological characteristics on new venture initiations. Paper presented at the meeting of the Academy of Management, Boston, Massachusetts.
- Sexton , D.L. & Bowman-Upton, N. (1991). *Entrepreneurship: creativity and growth*. Eds. MacMillan Publishing Co.
- Sexton, D.L.& Kent, C.A.(1981). "Female executives and entrepreneurs:A preliminary comparison"en *Proceedings of the Entrepreneurship Research Conference*,40-55
- Shapero, A. (1982). "The Displaced, uncomfortable Entrepreneur".*Psychology Today*. 9 (6) November, 83-88.
- Shapero, A. (1984). "Why Entrepreneurship". The Ohio State University.
- Shapero,A. & Sokol, L. (1982). "The Social Dimensions of Entrepreneurship" en C.A., Kent, D.L Sexton, & K.L. Vesper, (eds) in *Enciclopedia of Entrepreneurship*. Englewood Cliffs, N.J: Prentice Hall, 72-90.
- Shapira, Z. (1995). *Risk Taking: A Managerial perspective*. New York: Russell Sage.
- Shaver K.G. et Scott L.R. (1991). "Person, process, choice: The psychology of new venture creation" in *Entrepreneurship theory and practice*. 16 (2) Winter, 23-45.
- Shaver, K.G.; Gartner, W.B. & Gatewood, E.J. (1996). "Psychological factors in success at getting into business" in *Frontiers of Entrepreneurship Research* [on ligne] <http://www.babson.edu/entrep/fer/papers96/shaver/>
- Shaver, K.G.; Williams, S.L. & Scott, L.R. (1990). *Entrepreneurial beliefs, creativity, and risk-taking: Personality or situation?*. Unpublished manuscript. College of William et Mary, citado en Shaver et Scott (1991).
- Silva, J. E. (1991). "El impacto de la educación y el medio familiar en el desarrollo de la capacidad empresarial" en Memorias del V Congreso Latinoamericano sobre espíritu emprendedor. Santiago de Chile: ICESI. 119-128.
- Sinetar, M. (1985):"Entrepreneurs, chaos and Creativity- Can Creative People Really Survive Large Company Structure?. *Sloan Management Review*. Winter, 57-62.

- Singer, J.S. (1990). "Differentiating the Entrepreneur: a Functional Personality Trait" From Proceeding of the 1990 Small Business Institute Director's Association National Conference. Houston, Texas (February).
- Singh, S. (1991). "Psycho-social factors associated with small-scale industrial growth" in *Psychological Studies*. 36 (2) Jul, 101-107.
- Slater; R.W. (1991). "Global strategy and reward systems: Tey key roles of managemet and corporate culture". In *Organizational Dynamies*, 27-41.
- Smilor, T. et al. (1989). "University spin-out Companies: technology start-ups from TU-Austin" ponencia del *Congreso de Vancouver sobre Innovation Management and Entrepreneurship*.
- Smith, J. M. (1973). "A quick measure of achievement motivation" in *Britih Journal of Social Clinical Psychology*. 12, 137-143.
- Smith, N.R. (1967):*The Entrepreneur and His Firm: The Relationship Between Type of Man and Type of Company*. East Lansing: Bureau of Business and Economic Research. Graduate School of Business Administration. Michigan State University citado en Gasse et Vice-Doyen (1987).
- Smith, N.R. & Miner, J.B. (1984). "Motivational Considerations in the Success of Technologically Innovative Entrepreneurs" in *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Babson College. 488-495.
- Smith, N.R. & Miner, J.B. (1985). "Motivational Considerations in the Success of Technologically Innovative Entrepreneurs: Extended Sample Findings" in *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Babson College. 482-488.
- Smith, N.R. Bracker, J.S. & Miner, J.B. (1987). "Correlates of Firm and Entrepreneur Success in Techologically Innovative Companies " in *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Babson College. 337-353.
- Soler, J.M. (21-7-98). Consultor independiente de NCP-96 España. S.L. en Barcelona. E-mail: ncp-96@conexis.es
- Solomón, G.T & Winslow, E. (1988). "Descriptive Profile of the Entrepeneur" in *Journal of Creative Behavior*. State University College at Buffalo. New York U.S.A: 22 (3): 105-120.
- Solymossy, E. (1997). "Push/Pull motivation: Does it matter in venture performance?" [on ligne] <http://www.babson.edu/entrep/fer/papers97/solomo/soly1.htm>
- Sonnenfelt, J. & Kotter, J.P. (1982): "The maturation of career theory". *Human Relación*. 35, 19-46.
- Soriano, C.L. (1994):*Las claves del éxito del empresario*. Madrid. Confederación Española de Cajas de Ahorros y Cinco Días, Diario de Economía y Negocios.
- Spector, See P.E. (1982):"Behavior in Organizations as a Function of Employee´s Locus of Control" *Psychological Bulletin*. May, 482-492.
- Spector, See P.E. & Blau G.J. (1987): "Locus of Control as a Potential Moderato of the Turnover Process", *Journal of Ooccupational psychology*. Fall, 21-29.

- Sprague de Campo, L. (1967): *Grandes inventos y grandes inventores*. Buenos Aires: ed. Hobbs-Sudamericana.
- Steers, R. & Braunstein, D. (1976). "A behaviorally based measure of manifest needs in work settings", *Journal of Vocational Behavior*, octubre. 254. Documento citado en S.P. Robbins. (1996)
- Steiner, G.A., Miner, J.B & Gray, E.R (1986). *Management policy and text, readings, and cases*. 3rd.de. New York: McGraw Hill.
- Steiner, G.A., Miner, J.B & Gray, E.R (1986): *Management Policy and Strategy*. New York: MacMillan.
- Steiner, D.D. & Truxillo, D.M. (1989): "An improved test of the disaggregation hypothesis of job and life satisfaction" in *Journal of Occupational Psychology*. 62, 33-39.
- Stevenson, H.H. (1983): *A Perspective on Entrepreneurship*. Cambridge. MA: HBS Press
- Stevenson, H.H. & Gumpert, D.E. (1985). "The Heart of Entrepreneurship" in *Harvard Business Review*. Boston. Marzo-abril.
- Stevenson, H.H. & Jarillo, J.C. (1990). "A Paradigm of Entrepreneurial Management" in *Strategic Management Journal*. 11, 17-27.
- Stevenson, H.H. & Sahlman, W.A. (1989). "The entrepreneurial process" in P. Burns and J. Dewhurst (eds) *Small Business and Entrepreneurship*. Capítulo 5, 94-157.
- Stimpson, D.V.; Narayanan, S. & Shanthakumar, D.K. (1993). "Attitudinal Characteristics of Male and Female Entrepreneurs in the United States and India" in *Psychological Studies*. 38 (2), 64-68.
- Stipek, D., Weiner, B. & Li, K. (1989). "Testing some attribution-emotion relations in the People's Republic of China" in *Journal of Personality and Social Psychology*. 56, 109-116.
- Storner, Ch, R. & Fry, F.L. (1982). "The entrepreneurial decision: dissatisfaction or opportunity" en *Journal of Small Business Management*. April, 39-44.
- Strickland, B.R. (1989). "Internal-external control expectancies: From contingency to creativity" in *American Psychologist*. 44, 1-12.
- Sweeney, G.P. (1986). "News firms in less-favored European regions" en *Frontiers of Entrepreneurship Research*. 640-658.
- Szperski, N. & Klandt, H. (1988). "New concepts in entrepreneurial testing". *Frontiers of Entrepreneurship Research*. 66-69.
- Tagg, S. K. (1985). "Life story interviews and their interpretation" in Brenner, Brown and Canter (Eds) *The Research Interviews*, New York. NY: Academic Press.
- Taylor, G.S. & Banks, M.C. (1992). "Entrepreneurs, small business executives, and large business executives: a comparison of the perceived importance of current business issues" in *Journal of Small Business Management*. 30 (4) october.

- Tena, J. (1982). "El proceso de creación de una empresa y el empresario" en *Esic-Market*. Mayo-agosto, 43-55.
- Thomson, C.A., Kopelman, R.E & Schriesheim, Ch.A. (1992): "Putting All One's Eggs in the Same Basket: A Comparison of Commitment and Satisfaction Among Self-and Organizationally Employed Men" in *Journal of Applied Psychology*. 77 (5), 738-743.
- Timmons, J.A. (1978): "Characteristics and role demands of entrepreneurship" in *American Journal of Small Business*. 3, 5- 17.
- Timmons, J. A. (1989). *The entrepreneurial Mind*. Andover, Mass.: Brick House Publishing.
- Timmons, J.A. (1990a). *New venture Creation: entrepreneurship in the 1990s* Homewood.. ed. Irwin.
- Timmons, J.A. (1990). *The Entrepreneurial Mind*. Andover, Ma: Brick House Publishing Co
- Timmons J. A.; Smollen, L.E. & Dingee, A.L.M. (1985). *New Venture Creation. A Guide to Entrepreneurship*. Homewood. Illinois. Richard D. Irwin. 2nd ed.
- Trejo, E. (1998). "Competencias personales del Emprendedor" en *Congreso Nacional de psicología del Trabajo y de las Organizaciones*. Valladolid. Conferencia. 3-Junio-98.
- Trejo, E; Palací, F; Moriano, J.A. & Sánchez, M.L. (2002). "Actitudes emprendedoras de los estudiantes de FP en Castilla y León" [on ligne] <http://www.emprendiendo.com/admin/archivos/termometro/Resumen%20estudio%20CYL.pdf>
- Trejo, E; Palací, F; Moriano, J.A. & Sánchez, M.L. (2002). "Actitudes y competencias emprendedoras en Castilla y León" [on ligne] http://www.aprendeaemprender.com/admin/descargas/emprendedor/Resumen_estudio_FP_2002.pdf
- Utterback. J. et al. (1988). "Technology and Industrial Innovation in Sweden: a Study of Technology-based Firms Formed Between 1965 and 1980" in *Research Policy*. 17 (1), 15-26.
- Valladares, R. (1989). "Hacia una formación de empresarios: Enfoque práctico (La experiencia de UNITEC" en *Memorias del III Congreso Latinoamericano sobre Espíritu Empresarial (Emprendedor)* . Monterrey. Inst. Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey e ICESI. 239-248.
- Van Daalen, H.J. (1989). "Individual Characteristics and Third World Entrepreneurial Success" *D. Com Thesis, University of Pretoria. South Africa*.
- Varela, R. (1991). *Innovación empresarial*. Cali. Colombia: ICESI
- Varela, R. (1998). *Innovación empresarial. Un nuevo enfoque de desarrollo*. Calí. Colombia: ICESI. 5^a ed.
- Varela, R. (1999-01-09). e-mail: rvarela@homero.icesi.edu.co
- Varela, R & Jiménez, J. (1986). "Characteristics of Entrepreneurs in Cali" in *Frontiers of Entrepreneurship Research*.

- Veciana J.M. (1980): "Un concepto empírico del empresario". *Revista Económica de Banca Catalana*. 10-25.
- Veciana; J. M. (1989): Características del empresario en España" en *Papeles de Economía Española*. Nº 39/40, 19-36.
- Veit, K. (1992). "The reluctant entrepreneur" en *Harvard Business Review*. November-december. 40-49.
- Venkatapathy, R. (1984). "Locus of control among entrepreneurs: A review" in *Psychological Studies*. 29, 97-100.
- Vesper, K.H. (1982). "Research on education for entrepreneurship" en, C.A. Kent and D.L. Sexton, in *Encyclopedia for entrepreneurship* Englewood Cliffs N.J.: Prentice-Hall Inc. 321-344.
- Vesper, K.H. (1990): *New Venture strategies*. Englewood Cliffs. N.J.: Prentice Hall (revised ed).
- Vigorena, F. (1999-I-04): e-mail: entrepren@chilesat.net
- Vromm, V. H. (1967). *Work and Motivation*. New York: John Wiley & Sons
- Waddell, F.T. (1983). "Factors affecting choice, satisfaction, and success in the female self-employed" en *Journal of Vocational Behavior*. 23, 294-301.
- Waine, H.A. & Rubin, I.A. (1969). "Motivation of research and development entrepreneurs.- Determinants of company success" in *Journal of Applied Psychology*. 53, 178-184.
- Walkey, F.H. (1979). "Internal control, powerful others, and chance: A confirmation of Levenson's factor structure" in *Journal of Personality Assessment*. 43 (5), 532-535.
- Ward, E.A.A. (1993). "Motivación of expansion plans of entrepreneurs and small business managers" en *Journal of Small Business Managemet*. January. 31 (1), 32-38.
- Watkins, J.M & Watkins D.S. (1983). The female entrepreneur. Her background and determinants of business choice-some British data. En J.A. Hornaday, J.A. Thomas et K.H. Vespers (Eds.) en *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Wellesley. M.A. Boston College, Center for Entrepreneurial Studies. 271-288.
- Weaver, R.Y. (1996): "The origin of the species: genes, Darwin, and entrepreneurs" in *Frontiers of Entrepreneurship Research*. [on ligne] <http://www.babson.edu/entrep/fer/papers96/summ96/weaver.html>
- Weber. M. (1904 [1995]). *La ética del protestante y el espíritu del capitalismo*. Barcelona, Península. p. 69. Traducido de *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*. London: Inmin.
- Weiner, P. (1974). *Achievement Motivation and attribution theory*. Nueva Jersey: General Learning Press.
- Weiner, P. (1986). "An atributional theory of motivation and emotion" New York: *Springer-Verlang*.

- Weiner, P., Russell, D & Lerman, D. (1978). "Affective consequences of causal ascriptions" in J.H. Harvey, W. Ickes et R.F. Kidd (Eds.) *New directions in attribution research*. Hillsdale, N.J: Lawrence Erlbaum Associates. 2, 59-90.
- Wells, P. (1994): citado en E.G. Pillis
- Welsh J.A. et White, J.F. (1983). *The Entrepreneurs Master Planning Guide*. Englewood Cliff, N.J. Prentice Hall.
- Winslow, E.K & Solomon, G.T. (1993): "Entrepreneurs: Architects of innovation, Paradigm Pioneers and Change" in *The Journal of Creative behavior*. 27 (2) Second Quarter, 75-88.
- Wojahn, E. (1986): "Why There Aren't More Women" in *This Magazine Inc.* July, 46.
- Woo, C.Y; Cooper, A.& Dunkelberg, W.C. (1991). "The development and interpretation of entrepreneurial typologies" in *Journal of Business Venturing*. 6, 94-114.
- Woo-Choong, K. (1988). *El mundo es tuyo, pero tienes que ganártelo*. México: Grupo Editorial Iberoamericana.
- Yacobowitz, A & Vilder, D (1982): "Characteristics of Entrepreneur' implication for vocational guidance" *Vocational Guidance Quarterly* 30, 3; 252-257.
- Yates, J.F. & Stone, E.R. (1992). "The Risk Construct" in J.F. Yates (Eds) *Risk Taking Behavior*. West Sussex, England: John Wiley & Son.
- Young, D.R. (1983). *If not for profit, for what?* Massachusetts. Lexington Books. 21-22, citado por E. Claver Cortes y J. M. Gómez Gras en Cuadernos de Ciencias Económicas.
- Young, N. (1998): "The Structure and Substance of African American Entrepreneurial Networks: Some Preliminary Findings" in *Frontiers Entrepreneurship Research*. [on ligne] http://www.babson.edu/entrep/fer/papers98/IV/IV_D/IV_D.htm..
- Zaleznik, A. (1977). "Managers and Leaders: Are They Different" in *Harvard Business Review*.
- Zaleznik, A. & Kests De Vries, M.F.R. (1975). *Power and the corporate mind*. Boston: Houghton-Mifflin.):
- Zellner, W. et al. (1994). "Women Entrepreneurs" en *Business Week Special Report*. 18 (April), 104.