



Universidad de Valladolid

FACULTAD DE EDUCACIÓN Y TRABAJO SOCIAL

DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGÍA Y TRABAJO SOCIAL

TESIS DOCTORAL:

PERFIL PSICOSOCIAL DE LA PERSONA EMPRENDEDORA

Presentada por Enrique Trejo Lopez
para optar al grado de doctor por la Universidad de Valladolid.

Dirigida por:

Dra. Natividad de la Red Vega y

Dr. Benito Arias Martínez

Valladolid 23 septiembre de 2015

Agradecimiento

Me gustaría empezar agradeciendo a la Dra. Natividad de la Red Vega y al Dr. Benito Arias Martínez, que han dirigido el presente trabajo de investigación con empeño solidario. Y sobre todo porque, más allá de sus tareas como directores, han estado disponibles, comprensivos y sinceros. Gracias por vuestro apoyo y conocimientos.

Quiero agradecer a la dirección y a todo el personal del área y del departamento de Sociología y Trabajo Social, compañeros durante mi periodo de docencia, que conscientes del esfuerzo de este proceso académico, me han ayudado, animado y facilitado las cosas en todo lo posible.

También he de hacer constar mi gratitud a todas aquellas personas que han participado en el estudio, bien cumplimentado el cuestionario, bien compartiendo generosamente sus opiniones y experiencias sobre el tema.

Gracias a todos mis amigos y familiares, sin excepción, por el tiempo que no les he podido dedicar en este periodo. Particularmente a Irene por sus ánimos, comprensión, paciencia y ayuda incondicional, a ella y a Alberto y Pablo, nuestros dos hijos, gracias y perdón por abocaros a renunciar a mi compañía en las vacaciones y en tantos momentos de vida familiar.

ÍNDICE

0 PRESENTACIÓN	1
1. MARCO TEÓRICO	9
1.1. Concepto de persona emprendedora	9
1.1.1. Evolución del concepto de persona emprendedora	12
1.1.2. Proceso y perfiles de la persona emprendedora	16
1.1.3. Características de la persona emprendedora	19
1.2. Variables de personalidad y emprendimiento	24
1.2.1. Big Five Questionnaire y personalidad emprendedora	24
1.2.2. Otras investigaciones sobre características personales	28
1.2.3. Rasgos emprendedores innatos o adquiridos	31
1.2.4. Críticas a la propuesta de la personalidad	34
1.3. Factores sociales y emprendedor	36
1.3.1. Redes sociales y emprendimiento	39
1.3.2. La naturaleza de las redes de emprendimiento	41
1.3.3. Modelos para explicar la dinámica de redes y su implicación en el emprendimiento	42
1.3.4. Redes personales y familiares	44
1.3.5. Formación y experiencia laboral	52
1.3.6. Edad y emprendimiento	57
1.3.7. Capital social	58
1.3.8. Cognición social, modelos sociales de referencia y aprendizaje social en el emprendimiento	60
1.4. Constructos psicosociales y emprendimiento	66
1.4.1. La teoría del locus de control y el emprendimiento	67
1.4.1.1. Estudios sobre locus de control y emprendimiento	68
1.4.1.2. Desarrollo del locus de control	71
1.4.1.3. Críticas a la relación entre locus de control interno y comportamiento o éxito emprendedor	72
1.4.2. Autoeficacia y emprendimiento	75
1.4.2.1. La autoeficacia base de la conducta emprendedora	77
1.4.2.2. Estudios sobre autoeficacia y emprendimiento	80

1.4.2.3. Relación entre la autoeficacia y otras variables de la personalidad emprendedora	82
1.4.3. Las motivaciones de los emprendedores	85
1.4.3.1. Motivaciones según el tipo de emprendedor y el proceso	87
1.4.3.2. Algunos estudios sobre las motivaciones de los emprendedores	88
1.4.3.3. Motivaciones “pull” por oportunidad y “push” por necesidad	91
1.4.4. Emprendedores y la motivación de logro	94
1.4.4.1. La motivación de logro y emprendedores	96
1.4.4.2. Algunos estudios sobre la relación entre la motivación de logro y conducta emprendedora	98
1.4.5. Capacidad de adaptación, innovación y creatividad	102
1.4.5.1. La innovación en el proceso emprendedor	103
1.4.5.2. Estudios sobre innovación y emprendimiento	108
1.4.6. El significado del trabajo y actitud emprendedora	112
1.4.6.1. Significado y origen psicosocial del trabajo	114
1.4.6.2. Valores en el trabajo	117
1.4.6.3. Autonomía, independencia y emprendimiento	118
1.4.7. Asunción de riesgo y emprendimiento	122
1.4.7.1. Riesgos calculados	125
1.4.7.2. Estudios sobre emprendimiento y asumir riesgos	127
1.4.7.3. Críticas a la importancia de la asunción de riesgos en los emprendedores	130
1.4.8. Teorías en torno a la proactividad y la constancia en el trabajo de los emprendedores	131
1.4.8.1. Proactividad y emprendimiento	132
1.4.8.2. Persistencia, constancia en el trabajo y emprendimiento	135
1.4.9. Modelos integrados sobre factores psicosociales del emprendimiento	138
1.5. Emprendedores: género, tipología y supervivencia en tiempos de crisis	155
1.5.1. Perfil psicosocial de la mujer emprendedora	155
1.5.1.1. Motivaciones de las emprendedoras	158
1.5.1.2. Características psicológicas de la emprendedora y autoeficacia	160
1.5.1.3. Entorno, redes y factores sociales en el emprendimiento de la mujer	163
1.5.1.4. Mujeres emprendedoras y cargas familiares	166

1.5.1.5.	Tipos de negocios de la mujer emprendedora	168
1.5.1.6.	Tipologías de mujeres emprendedoras	169
1.5.2.	Tipología de emprendedores	170
1.5.3.	Crisis, éxito y supervivencia de las iniciativas emprendedoras	179
1.5.3.1.	Datos sobre apertura y cierre de empresas en periodo de crisis	179
1.5.3.2.	Factores y estrategias emprendedoras de fracaso y de éxito ante la crisis	186
1.5.3.3.	Factores sociales en el éxito y fracaso emprendedor	192
1.5.3.4.	La motivación del emprendedor y el éxito	195
1.5.3.5.	Resiliencia y supervivencia del emprendedor	198
1.5.3.6.	Estudios sobre el éxito y la supervivencia de las iniciativas emprendedoras	199
2.	OBJETIVOS Y METODOLOGÍA	209
2.1.	Objetivos e hipótesis	209
2.2.	Datos generales de la muestra	213
2.2.1.	Muestra de personas emprendedoras para el estudio cuantitativo	213
2.2.2.	Muestra de personas emprendedoras encuestadas para el análisis longitudinal y el estudio cualitativo posterior	218
2.2.3.	Muestra de personas emprendedoras entrevistadas para estudio cualitativo exploratorio previo	220
2.2.4.	Muestra de expertos y orientadores entrevistados para estudio cualitativo exploratorio previo	221
2.3.	Procedimientos e instrumentos	222
2.3.1.	Cuestionarios cualitativos previos a emprendedores y promotores de autoempleo	224
2.3.1.1.	Entrevista a emprendedores para el estudio cualitativo previo	225
2.3.1.2.	Entrevista a profesionales para el estudio cualitativo previo	226
2.3.2.	Batería de cuestionarios cuantitativos	228
2.3.2.1.	Big Five Questionnaire (BFQ)	229
2.3.2.2.	Escalas globales de coeficiente emprendedor	233
2.3.2.3.	Escala de autoeficacia general (A.G.)	244
2.3.2.4.	Escala de significado del trabajo	245
2.3.2.5.	Escala de locus de control interno (L.C.)	247

2.3.2.6.	Escala de motivación de logro	248
2.3.2.7.	Escala de capacidad de adaptación	249
2.3.2.8.	Subescala de innovación	251
2.3.2.9.	Escala de capacidad de asumir y soportar riesgos	552
2.3.2.10.	Escala de proactividad	254
2.3.2.11.	Escala de constancia en el trabajo	255
2.3.2.12.	Escala de apoyo social y familiares y amigos	256
2.3.2.13.	Escala de experiencia y adquisición de competencias	258
2.3.3.	Encuesta longitudinal	259
3.	ESTUDIOS CUALITATIVOS PREVIOS, RESULTADOS Y DISCUSIÓN	263
3.1.	Estudio cualitativo previo: las competencias personales del emprendedor según los propios emprendedores	263
3.2.	Estudio cualitativo previo: las competencias personales de emprendedor según asesores y técnicos de autoempleo	272
4.	ESTUDIO CUANTITATIVO, RESULTADOS Y DISCUSIÓN	281
4.1.	Atributos y características personales del emprendedor	281
4.1.1.	Puntuaciones en las dimensiones BFQ en emprendedores y no emprendedores	281
4.1.2.	Diferencias en las dimensiones del BFQ de los emprendedores que continúan después de la crisis	285
4.2.	Factores sociales y emprendimiento	294
4.2.1.	Experiencia previa y adquisición de competencias emprendedoras	295
4.2.2.	Redes sociales y apoyo social al emprendedor	302
4.2.3.	Nivel de estudios	312
4.3.	Constructos psicológicos y emprendedor	314
4.3.1.	Locus de control y emprendimiento	315
4.3.2.	Autoeficacia y emprendimiento	319
4.3.3.	Las motivaciones de los emprendedores	323
4.3.4.	Motivación de logro y emprendimiento	338
4.3.5.	Adaptación e innovación	332
4.3.6.	Significado del trabajo y emprendimiento	348
4.3.7.	Asunción de riesgo y emprendimiento	361

4.3.8. Constancia en el trabajo	366
4.4. Perfil psicosocial de la mujer emprendedora	371
4.5. Tipologías de emprendedores y perfil psicosocial	393
4.5.1. Según fase de emprendimiento: creando la empresa y consolidada	393
4.5.2. Emprendedor vocacional y situacional	399
4.5.3. Emprendedores innovadores	406
4.5.4. Origen de la empresa: nueva empresa o asumen una empresa ya creada	412
4.6. Escalas integrales del coeficiente emprendedor	416
5. SUPERVIVENCIA DE LAS INICIATIVAS EMPRENDEDORAS ANTE LA CRISIS.	427
5.1. Personas emprendedoras que continúan y sexo	428
5.2. Razones por las que la empresa continúa a pesar de la crisis	428
5.3. Estrategias para mantener la empresa	431
5.4. Supervivencia emprendedora, experiencia y formación	435
5.5. Influencia de familiares y amistades emprendedoras	436
5.6. Apoyo de la red social a personas emprendedoras que continúan	437
5.7. Nivel de estudios académicos	440
5.8. Supervivencia emprendedora y constructos personales	441
5.9. Motivaciones de las personas emprendedoras que continúan tras la crisis	447
5.10. Significado del trabajo y supervivencia empresarial	448
6. CONCLUSIONES	451
7. BIBLIOGRAFIA	469
8. INDICES	513
8.1. Índice de tablas	513
8.2. Índice de figuras	522
8.3. Índice de siglas y abreviaturas	524
9. ANEXOS	527
Anexo 1 Entrevista a personas emprendedoras para el estudio cualitativo previo	527
Anexo 2 Encuesta a profesionales sobre competencias de la persona emprendedora	532

Anexo 3 Bateria de cuestionarios cuantitativos	534
Anexo 4 Encuesta telefónica a personas emprendedoras que cumplieron el cuestionario cuantitativo.	545
Anexo 5 Análisis de discriminación y fiabilidad para las escalas integrales	547

0. PRESENTACIÓN

La actual configuración socioeconómica y la forma de organizar el trabajo han comportado cambios importantes en los procesos de incorporación de las personas al mercado laboral. Estos itinerarios de inserción dependen cada vez más de la capacidad de iniciativa individual y grupal para la puesta en marcha de fórmulas de autoempleo, pequeñas empresas y trabajo asociado. En la actual coyuntura económica y laboral es preciso que se acepten el reto de autoemplearse, para salir del desempleo, si bien es cierto que el reto exige una serie de competencias, conocimientos y actitudes.

Los cambios en la estructura productiva requieren, hoy más que nunca, de personas emprendedoras. Teniendo en cuenta las actuales formas de organizar el trabajo y los sistemas de producción, muchos consideran, que el crecimiento económico, la generación de empleo y la innovación, bascula en el espíritu emprendedor de la pequeña empresa. La creación de su propio empleo es, hoy en día, no sólo una oportunidad para la inserción laboral de muchas personas, además en muchos casos y sectores es prácticamente la mejor opción, por no decir la única, de emplearse.

Por esto el espíritu emprendedor ha cobrando un gran impulso por parte de las administraciones públicas, como alternativa de salida de la actual crisis económica (Fernández & Gervilla 2013). Como muestra de esta relevancia podemos referirnos en España a la aprobación reciente de dos leyes, la de apoyo a los emprendedores y la de mejora de la calidad educativa.

La primera, la Ley 14/2013, del 27 de septiembre, de apoyo a los emprendedores, que cita en su fundamentación, por un lado la ausencia de una mayor iniciativa emprendedora entre los más jóvenes, por otro la grave y larga crisis económica que ha conllevado, entre 2008 y 2012, la destrucción de casi 1,9 millones de empresas. Esta ley pretende mejorar la eficacia de las políticas de apoyo institucional al emprendimiento, que abarcan todas aquellas iniciativas públicas que ofrecen servicios de asistencia, información, asesoramiento y fomento de la cultura emprendedora. Considera que la educación es la clave de esta transformación mediante la formación de personas activas, con autoconfianza, curiosas y emprendedoras. Es preciso un cambio de mentalidad en el que la sociedad valore más la actividad emprendedora y la asunción de riesgos. La piedra angular para que este cambio tenga lugar es, sin duda, el sistema educativo.

Precisamente, la otra norma a la que nos queremos referir es la Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre, para la mejora de la calidad educativa. Entre los principales objetivos destaca estimular el espíritu emprendedor del alumnado. El emprendimiento se convierte, con esta ley, en un contenido transversal en todos los niveles educativos y que se trabaja en todas las áreas. En la Educación Secundaria Obligatoria se regula como asignatura específica la “Iniciación a la Actividad Emprendedora y Empresarial”. Y la formación profesional tiene como uno de sus objetivos, afianzar el espíritu emprendedor para el desempeño de la actividad laboral.

Sirvan estas dos referencias legislativas como ejemplo del reconocimiento, que las administraciones y la sociedad en su conjunto hacen al emprendimiento como clave para el crecimiento, la generación de empleo y la superación de la crisis económica.

De hecho y partiendo de que se ha carecido de una cultura empresarial y de recursos humanos capacitados y motivados para crear empresas, más aun si nos referimos al ámbito de los servicios de inserción con sectores específicos, en los últimos años se está trabajando para superar esta dificultad. Las políticas de fomento del empleo articulan programas que recogen subvenciones, asesoramiento a la configuración de la empresa, formación de personas emprendedoras, promoción y selección de ideas.... Las administraciones, conscientes de la importancia del autoempleo, desarrollan actuaciones tendentes a generar iniciativas empresariales y aprovechar esta vía de inserción laboral y creación de riqueza.

Dispositivos de las comunidades autónomas, entidades locales, las asociaciones empresariales, ONG y grupos de acción local desarrollan planes en nuestra región que incluyen acciones de promoción del autoempleo. Se hace hincapié en el fomento de la integración laboral, señalando la vía del autoempleo como un camino para lograr la igualdad en el área laboral.

No obstante en la práctica cotidiana, quienes educan en espíritu empresarial, asesoran proyectos de autoempleo y forman a las personas promotoras de empresas, se encuentran con algunas dificultades. Los profesionales saben cómo valorar, formar y orientar respecto a los aspectos económicos y la viabilidad de la idea empresarial dentro del mercado. Sin embargo, carecen de criterios ciertos para evaluar, entrenar, y asesorar sobre las competencias y actitudes que deben reunir las personas emprendedoras para culminar con éxito su idea.

Esto es importante si tenemos en cuenta, como los propios asesores y las personas que emprenden reconocen, que el éxito de una iniciativa de autoempleo depende de las capacidades y competencias de la persona que lo lidera, y que los fracasos empresariales se deben sobre todo a factores relacionados con el equipo humano, las relaciones, la iniciativa, la adaptación al cambio, la capacidad de autoorganización etc., y que esto es precisamente más notable en los sectores desfavorecidos. Para poder emprender, se requiere de unas competencias, conocimientos y actitudes, para lo que el estudio psicosocial de las personas que crearon su empresa y la mantuvieron a pesar de la crisis, supone una línea de investigar de gran interés.

Tres son los factores a valorar en una propuesta empresarial: la viabilidad económica, el proyecto empresarial dentro del mercado, y la viabilidad personal.

Hay fundamentos científicos para analizar los dos primeros y los técnicos cuentan con criterios e instrumentos fiables que les permiten actuar profesionalmente (plan de inversiones, plan financiero, previsiones económicas, estudios de mercado...). Sin embargo, no está tan claro lo referido a la viabilidad personal de la iniciativa y podemos encontrar instrumentos para evaluar y orientar en este aspecto carentes de rigor y fundamentación científica.

Algo similar sucede con los programas formativos. Se han diseñado objetivamente los módulos de gestión empresarial, fiscalidad, marketing; sin embargo, raramente, incluyen un módulo que permita reforzar las habilidades y competencias personales necesarias para liderar un proyecto empresarial (asumir y sobrellevar el riesgo, anticiparse a los cambios, constancia, creatividad, locus de control interno...) y todos intuimos que son estas competencias, las que avalan la supervivencia y el crecimiento de la empresa.

¿Qué competencias psicosociales ha de desarrollar la persona emprendedora? ¿En qué actitudes ha de incidir el proceso formativo? Son las preguntas pertinentes en el asesoramiento y la formación en este campo. Nuestro estudio pretende dar algo de luz a estas dudas. Conocer cuáles son las características personales que distinguen a los emprendedores y los aspectos psicosociales que definen a la persona emprendedora que ha mantenido su empresa a pesar de la crisis, es sin duda la base a partir de la cual poder definir instrumentos y contenidos para formar, evaluar y orientar a las futuras y necesarias personas que creen sus propias empresas. Esto ayudará a articular los

mecanismos para dotar a las personas que inician una empresa de las habilidades que las permitan superar los obstáculos del proceso de implementación de un negocio.

Como hemos visto, el estudio psicosocial de las personas emprendedoras es una línea de investigación de gran interés, dada la actual situación socioeconómica y la especial necesidad que existe en nuestro entorno, de personas que abran nuevos caminos empresariales y sean capaces de aprovechar las oportunidades de un mercado global. El autoempleo y las pequeñas empresas serán las principales fuentes de empleo.

Se puede señalar que la posibilidad de que una persona acceda a un empleo depende de las características del individuo, del mercado de trabajo y de las técnicas y procesos de inserción. Sin embargo, las personas emprendedoras, no se limitan a la forma convencional de incorporarse al mercado laboral, sino que son ellas quienes crean su propio empleo y a su vez pueden llegar a dar empleo a otros.

Las dos aproximaciones tradicionales al estudio de las personas emprendedoras, han enfatizado bien las características personales, o bien las variables sociales, y por separado han resultado ser insuficientes. Una alternativa apropiada es el estudio de las actitudes, valores personales, el contexto y su importancia en el surgimiento y persistencia de la conducta emprendedora (Robinson, Stimpson, Huefner, & Hunt, 1991). Nuestro estudio trata de abordar la conducta de las personas emprendedoras desde una perspectiva integral, reuniendo las diferentes variables personales y psicosociales que han sido estudiadas disgregadamente.

Muchos de los acercamientos, al estudio del emprendimiento, se han dirigido a personas emprendedoras de gran éxito o especialmente innovadoras y no tanto a las personas que cotidianamente crean su propio empleo para insertarse laboralmente. Por tanto, detectamos que una carencia en nuestro tema de estudio es describir las competencias precisas para la inserción laboral a través de autoempleo. Asimismo los estudios existentes carecen en su mayoría del enfoque de género que nosotros contemplaremos.

Tampoco hay estudios que analicen de forma longitudinal el emprendimiento ni la relación entre el perfil emprendedor y la supervivencia de la empresa a la crisis. Nuestra investigación mide las características personales, motivaciones, constructos psicosociales y factores sociales de los individuos, y, después de diez años, comprobamos en qué medida estos valores estaban presente en quienes en la actualidad

continúan con la empresa. Respondiendo así a la necesidad de saber qué caracteriza a las personas emprendedoras y cuáles son las razones que, según ellas mismas, las han permitido mantener su empresa a pesar de las difíciles circunstancias que ha supuesto la crisis económica.

Por tanto, el enfoque longitudinal y holístico, relacionar el perfil emprendedor con la supervivencia a la crisis, integrar los constructos psicosociales más habituales en los estudios sobre el emprendimiento y el enfoque de género dan un carácter netamente innovador a nuestro estudio y nos exige que se trabaje desde un enfoque multidisciplinar.

En la investigación definimos a la persona emprendedora como la que pone en marcha una iniciativa empresarial, crea su propia empresa, solo o asociado con otras promotoras, asumiendo los riesgos financieros que esto supone, aportando su trabajo y ocupándose de la dirección de la empresa.

En el marco teórico recogemos los estudios e investigaciones más importantes que se han realizado sobre el concepto, las características personales, los aspectos sociales, los constructos psicosociales (locus de control, autoeficacia, motivación de logro, capacidad de adaptación, asumir y soportar riesgos y proactividad), las motivaciones y el significado del trabajo de las persona emprendedora así como las aportaciones sobre el perfil de la mujer emprendedora, las tipologías y el éxito emprendedor.

En el segundo capítulo, presentamos los objetivos e hipótesis, la descripción de la muestra, el procedimiento, la estructura, fiabilidad y discriminación de los instrumentos.

En el tercer capítulo, relatamos las conclusiones de los estudios cualitativos previos que hemos realizado tras entrevistar a personas emprendedoras y profesionales del asesoramiento y la formación al autoempleo.

El cuarto capítulo recoge el análisis de los resultados de la batería de cuestionarios cuantitativos aplicada (anexo 3) organizado en los apartados:

- a) Los atributos personales a partir del BFQ.
- b) La influencia de aspectos sociales como el apoyo de las redes de vínculos cercanos, los antecedentes familiares, la formación y la experiencia previa al emprendimiento.
- c) Las diferencias de medias en locus de control interno, autoeficacia, motivación de logro, capacidad de adaptación, de asumir riesgo y la proactividad, así como

las motivaciones y el significado del trabajo para quien emprende y el que continúa tras la crisis.

- d) El perfil psicosocial de la mujer emprendedora.
- e) Los diferentes perfiles psicosociales, según las clasificaciones más representativas de las personas emprendedoras.
- f) Presentamos escalas para evaluar el potencial emprendedor integralmente.

En el quinto capítulo analizamos el perfil psicológico, social y motivacional del emprendedor que se mantuvo su empresa a pesar de la crisis, así como las razones por la que los propios emprendedores creen que les sirvieron para superar la crisis.

A continuación presentamos las conclusiones, constatamos en qué grado se han comprobado las hipótesis planteadas y reflexionamos sobre futuras investigaciones y aplicaciones prácticas de los resultados.

Por último recogemos las fuentes y bibliografía consultada; los índices de figuras, tablas y siglas; y se adjuntan como anexos los respectivos cuestionarios utilizados para la recogida de los datos.

1 MARCO TEÓRICO

1.1. Concepto de persona emprendedora	9
1.1.1. Evolución del concepto de persona emprendedora	12
1.1.2. Proceso y perfiles de la persona emprendedora	16
1.1.3. Características de la persona emprendedora	19
1.2. Variables de personalidad y emprendimiento	24
1.2.1. Big Five Questionnaire y personalidad emprendedora	24
1.2.2. Otras investigaciones sobre características personales	28
1.2.3. Rasgos emprendedores innatos o adquiridos	31
1.2.4. Críticas a la propuesta de la personalidad	34
1.3. Factores sociales y emprendedor	36
1.3.1. Redes sociales y emprendimiento	39
1.3.2. La naturaleza de las redes de emprendimiento	41
1.3.3. Modelos para explicar la dinámica de redes y su implicación en el emprendimiento	42
1.3.4. Redes personales y familiares	44
1.3.5. Formación y experiencia laboral	52
1.3.6. Edad y emprendimiento	57
1.3.7. Capital social	58
1.3.8. Cognición social, modelos sociales de referencia y aprendizaje social	
1.3.9. en el emprendimiento	60
1.4. Constructos psicosociales y emprendimiento	66
1.4.1. La teoría del locus de control y el emprendimiento	67
1.4.2. Autoeficacia y emprendimiento	75
1.4.3. Las motivaciones de los emprendedores	85
1.4.4. Emprendedores y la motivación de logro	94
1.4.5. Capacidad de adaptación, innovación y creatividad	102

1.4.6. El significado del trabajo y actitud emprendedora	112
1.4.7. Asunción de riesgo y emprendimiento	122
1.4.8. Teorías en torno a la proactividad y la constancia en el trabajo de los emprendedores	131
1.4.9. Modelos integrados sobre factores psicosociales del emprendimiento	138
1.5. Emprendedores: género, tipología y supervivencia en tiempos de crisis	155
1.5.1. Perfil psicosocial de la mujer emprendedora	155
1.5.2. Tipología de emprendedores	170
1.5.3. Crisis, éxito y supervivencia de las iniciativas emprendedoras	179

1.1. MARCO TEORICO¹

El perfil psicosocial de la persona emprendedora ha sido estudiado desde diversas perspectivas y haciendo hincapié en distintos factores. En este capítulo expondremos los acercamientos más destacados al propio concepto, los estudios sobre rasgos de personalidad emprendedora, los factores sociales, los constructos psicosociales más relevantes sobre el tema, las tipologías de emprendedores, el perfil de la mujer emprendedora y los factores de éxito y supervivencia emprendedora.

1.1. EL CONCEPTO DE PERSONA EMPRENDEDORA

La figura del emprendedor ha sido abordada desde muchos campos de conocimiento y desde diversas perspectivas, y no existe un acuerdo común sobre el término y el concepto de emprender.

El término persona emprendedora se refiere inicialmente a quien con iniciativa acomete una acción que encierra cierta dificultad. Se ha ido generalizando su aplicación a la persona que promueve una iniciativa empresarial en principio innovadora, aunque cada vez se utiliza más el término para denominar a cualquier persona que pone en marcha un negocio propio, asumiendo que la promoción de cualquier proyecto empresarial supone cierta dificultad e innovación. Y si bien es evidente que se puede ser emprendedor en distintos ámbitos y no solo en el empresarial, se ha generalizado el entender como emprendedora a la persona que está creando una empresa. En este apartado veremos algunas definiciones referentes a estos distintos sentidos.

La Real Academia Española de la Lengua en su Diccionario (2014) recoge que “emprendedor/ra” es quien “emprende con resolución acciones dificultosas o azarosas” y define emprender, en su primera acepción, como: “acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro”.

Moliner (2007) al referirse a la persona emprendedora afirma que “se aplica a la persona que tiene iniciativa y decisión para emprender negocios o acometer empresas” y

¹ Debido a que el contenido de estos capítulos hacen expresa referencia a la literatura científica, que utiliza el masculino genérico, en este y en el capítulo de resultados nos vemos, también, abocados a utilizarlo.

define emprender, como "empezar una cosa que implica trabajo o presenta dificultad" (p. 1135).

Corripio (1992) establece como sinónimos del término emprender: "acometer, intentar, comprometerse, abordar y comenzar" (p. 154). Andrés Ciurana y Montesa Andrés (1994) relacionan términos utilizados en francés, inglés y español que aparecen en la tabla 1.1.1, proponiendo un esquema que disminuya la ambigüedad y centre la terminología. Se refleja en dicha tabla 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*.

Tabla 1.1.1 Acepciones idiomáticas del término emprendedor.

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).

Fuente Andrés Ciurana & Montesa Andrés, 1994, p. 22, citado por Sánchez (2003)

En distintas revisiones del término, se observa que no existe acuerdo acerca de la definición. Así, Palmer (1971), Drucker (1988), Ginsberg y Buchholtz, (1989) y Chell, Haworth y 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.

Asimismo, dentro de la literatura científica se pueden encontrar diferentes definiciones del concepto emprendedor. Gartner (1988), tras analizar una lista de más de 32 definiciones llega a las siguientes conclusiones:

“... (1) Se han usado muchas (y a menudo vagas) definiciones de emprendedor (aunque en muchos estudios el emprendedor nunca es definido); (2) hay muy pocos estudios que empleen la misma definición; (3) la falta general de acuerdo sobre "quién es el emprendedor" ha llevado a seleccionar muestras de, "emprendedores" que son difícilmente homogéneas. ... (4) un sorprendente número de rasgos y características han sido atribuidos al emprendedor, y, por tanto, un “perfil psicológico” del emprendedor articulado a partir de estos estudios retrataría a alguien con tal número de rasgos genéricos, muchos de ellos contradictorios, que, a la inversa, podría ser “cualquier persona” (p. 21).

Shane y Venkataraman (2000) mencionan el problema teórico que supone definir el emprendedor como una persona que crea una institución legalizada o física: no obstante reconoce que procesos innovadores tienen lugar dentro o fuera de instituciones formalmente consolidadas.

La red de investigadores Global Entrepreneurship Monitor (GEM) (2013) entiende al emprendedor como "la persona que está inmersa en el proceso de creación de una empresa o en sus primeras fases de consolidación. Puede ser independiente o autónomo -si lo hace por cuenta propia-, o corporativo -si forma parte de su trabajo habitual como empleado de otra empresa" (p. 147).

El emprendedor se entiende en esa definición 1) como un sujeto y no un colectivo o una institución, 2) como un actor generalmente económico y 3) necesariamente como creador de una nueva institución jurídicamente definida como empresa.

1.1.1. EVOLUCION DEL CONCEPTO DE PERSONA EMPRENDEDORA

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.

A finales del siglo XVII y principios del 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, proyectos de construcción principalmente de tipo militar o religioso.

Si situamos el término emprendedor históricamente, vemos que en su origen está el emprendedor descrito como alguien movido principalmente por fuerzas no económicas.

Algunos consideran a Cantillon (1755) el primer autor que utiliza el término *entrepreneur* al señalar explícitamente en su ensayo el papel que tiene el empresario en la economía. Cuando habla del término *entrepreneur* no quiere hacer mención a

propietarios, sino a “personas que persiguen la puesta en funcionamiento de un negocio para obtener un beneficio”, basando éste en las necesidades existentes en el mercado.

Say (1803) consideraba que la principal función del emprendedor era la de “gestionar recursos de una manera eficiente a través del conocimiento”, que permitiera aumentar la producción. Stuart (1848) lo introdujo en el mundo anglosajón, importando la terminología francesa *entrepreneur* y relacionándolo con la “asunción de riesgos económicos”.

Por su parte, Walras (1874) ubicó al emprendedor dentro del marco de estudio de la teoría general de equilibrio económico y definía al empresario como una persona que adquiere en alquiler la tierra, el trabajo y el capital, asociándolos para, con la compra de materias primas a otros empresarios, vender por su cuenta y riesgo los productos obtenidos.

Es el economista vienés Schumpeter quien presentó una conceptualización empresarial del emprendedor al principio del siglo pasado. De acuerdo con sus escritos, no son las ideas, ni la legalización institucional o el estatuto de la institución que ha creado lo que lo distinguen de las demás personas, sino su forma de actuar. El emprendedor es un *Mann der tat*, un hombre de acción. Y es por ello que Schumpeter (1912), entiende al emprendedor, en la versión original de la *Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung*, como aquel agente de la sociedad activo y dinámico frente a otros que no lo son (Swedberg 2006). Según Schumpeter (1934), un emprendedor es una persona que aglutina un conjunto de recursos de forma novedosa, intentando mejorar la oferta de productos existentes en un mercado e incorporando la innovación como concepto intrínseco en la creación de una nueva empresa. El enfoque de Schumpeter señala al empresario como motor del desarrollo económico, impulsado por las innovaciones que el empresario sitúa en el mercado y que pueden ser de cinco tipos: de producto, de método de producción, de apertura de un nuevo mercado, utilización de una nueva fuente de materias primas y, por último, la creación de un tipo de organización industrial.

Kirzner incorpora una novedad con respecto a Schumpeter y es que los mercados no son perfectos ni están en equilibrio. Así, según Kirzner (1973, 1998) es el emprendedor el que “permite aumentar la competitividad conduciendo al mercado a una situación de equilibrio” debido a que cuantos más emprendedores se incorporen al

mercado, existirá mayor competencia, lo que provocará que los precios disminuyan. El emprendedor, gracias a su iniciativa, pone en marcha nuevas formas de organización de los factores de producción. Para Kirzner (1973), no todo el mundo tiene la misma información sobre el valor y los precios de los productos, lo que constituye una oportunidad el hecho de que diferentes emprendedores tengan distinta información sobre la situación del mercado.

Casson (1982) desarrolló las cualidades que debe poseer todo mercado de empresarios, poniendo de manifiesto la dificultad que existe para definir objetivamente tal mercado. El principal inconveniente no reside en la complejidad o en la dimensión del proyecto empresarial, sino más bien en la calidad de la decisión, la cual provoca que dicha decisión sea innovadora y permita desarrollar un proyecto empresarial. Para éste, el espíritu emprendedor, la capacidad de asumir riesgos, de crear una empresa, es una condición general que puede clasificarse incluso como macroeconómica, estructural, la cual está relacionada con el funcionamiento general de equilibrio de una economía y con el progreso y la evolución social en su conjunto.

Vesper (1982a) 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.” (p. 2)

A diferencia de los estudios realizados hasta la mitad de la década de 1980, centrados en diferenciar al emprendedor de los no-emprendedores, del propietario de un pequeño negocio y a las empresas emprendedoras de las no-emprendedoras, a partir de

1990 el enfoque de muchas investigación ha girado hacia el proceso emprendedor, con especial énfasis en los métodos, prácticas y estilos de toma de decisiones que los empresarios usan para actuar de forma emprendedora. Las definiciones empiezan a emplear dos palabras clave: proceso y oportunidades. Se considera que el *entrepreneurship* es un proceso por el cual los individuos persiguen oportunidades tomando en cuenta los recursos que controlan en cada momento (Stevenson & Jarillo, 1990). El proceso emprendedor está formado por cuatro fases distintas que a pesar de que se realicen de manera progresiva, ninguna es emprendida de forma aislada o se finaliza totalmente antes de emprenderse las demás fases: la identificación y evaluación de la oportunidad, el desarrollo de un plan de empresa, la determinación de recursos necesarios y la gestión de la empresa resultante (Hisrich, Peters & Sheperd, 2005).

Audretsch (2013) ha construido una versión actualizada del papel del emprendedor innovador schumpeteriano: se trata de un agente dispuesto a explotar conocimientos que las empresas establecidas consideran alejados de su negocio central. Entiende que el emprendedor es el agente del cambio, que mediante la toma de una posición de riesgo, acelera la generación y aplicación de las ideas innovadoras en la economía, debiendo estar la actividad de la empresa ligada a un contexto local.

Algunos autores diferencian entre los términos de empresario y emprendedor; así, Veciana (1998 y 2005) señala que no todos los propietarios de una empresa son necesariamente emprendedores, ya que pudieron ser propietarios porque la compraron o por herencia, por lo que solo serían emprendedores aquellos que ponen un nuevo negocio o una nueva actividad dentro de una empresa ya constituida. Gartner (1988), en cambio, diferenció entre emprendedores (crean empresas) y no emprendedores (no crean empresas).

Lückgen Oberschachtsiek, Sternberg, y Wagner (2006) definieron a los emprendedores como personas que están, solos o con otros, activamente involucradas en el nacimiento de una nueva empresa y que esperan ser propietarios o copropietarios de dicho negocio, combinando la implicación personal con el interés por poseer una parte del negocio.

Amatori (2010), considera que el emprendedor pueda ser alguien por cuenta propia o incluso con un par de empleados que esté en condiciones de ser muy sensible

ante las demandas del mercado, personalizando y adecuando sus acciones en un nicho específico de mercado.

1.1.2. PROCESO Y PERFILES DE LA PERSONA EMPRENDEDORA

El sujeto emprendedor sería la persona que está pendiente de las ocasiones y que desea recombinar los recursos para ofrecer soluciones inéditas o innovadoras, siendo su característica básica la creación e implantación de alguna cosa nueva o de mayor eficacia, más que la simple continuación de lo que ya existe.

Algunos estudios toman al espíritu emprendedor como el proceso de generación de oportunidades y de nuevas ideas o negocios aunque eso no conlleve una nueva empresa (Shane & Venkataraman, 2000), mientras que otros autores lo asocian a la creación de nuevas empresas y cómo esto influye en el progreso económico (Low & Macmillan, 1988) o al proceso creador subyacente a toda nueva empresa (Gartner, 2001).

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., sería "cualquiera que dirija un equipo de personas para alcanzar unos fines, que no tienen por qué ser exclusivamente materiales, mediante la aplicación de unos recursos económicos" (p. 5).

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.

El emprendedor hace que cualquier situación, por trivial que resulte, se convierta en una excepcional oportunidad. El emprendedor es el visionario, el soñador, el catalizador del cambio, el innovador, el creador de nuevos métodos para penetrar en los mercados o para equipararse con los grandes líderes empresariales (Gerber, 1997).

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, 1982a, p. 3).

Según la definición propuesta por Wennekers y Thurik (1999) nos estaríamos refiriendo a la capacidad manifiesta y deseo de los individuos, ya sea por ellos mismos o mediante equipos, dentro o fuera de organizaciones existentes, de crear nuevas oportunidades económicas, esto es, nuevos productos, nuevas formas de organización, nuevos métodos de producción, etcétera, e introducir sus ideas en los mercados, haciendo frente a la incertidumbre y a otros obstáculos, adoptando decisiones sobre la localización y en la forma y uso de los recursos y de las instituciones.

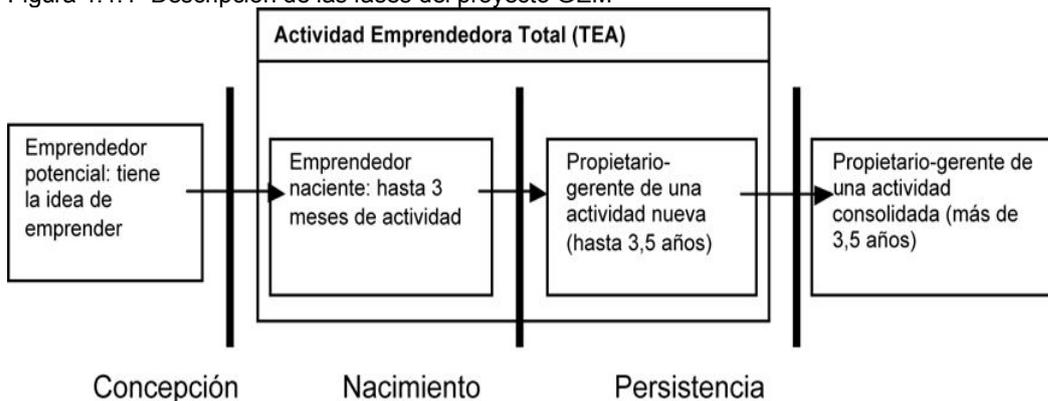
De Carolis y Saporito (2006), definen al emprendedor por su capacidad de reconocer y explotar oportunidades y ventajas competitivas, su capacidad de innovación.

Podemos introducir ideas provenientes de las teorías de la complejidad. Fuller y Moran (2001) proponen para ello entender las dinámicas de iniciativas emprendedoras en términos de adaptación, evolución, interdependencia y ver las organizaciones creadas por emprendedores como estructuras autopoieticas.

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

De acuerdo con la terminología del Informe GEM podemos establecer tres etapas. El perfil del emprendedor es el de un adulto de entre 18 y 64 años que se halla inmerso en el proceso de puesta en marcha de un negocio o empresa, emprendedor naciente, (entre 0 y 3 meses trabajando en ello) o consolidando el mismo, el propietario gerente de una actividad, (de 3 a 42 meses trabajando en ello) y el propietario gerente de una actividad consolidada (más de 42 meses trabajando en ello). Para entrar en esta categoría, la persona debe poseer parte o todo el negocio o empresa joven, incluyéndose dentro de esta terminología también a las personas autoempleadas.

Figura 1.1.1 Descripción de las fases del proyecto GEM



Fuente: Coduras (2008b, p. 404).

Robinson et al. (1991), Cossette (1992) y Fortin (1992) consideran que lo esencial del emprendedor es la organización de recursos que facilite 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. La invención o el descubrimiento son los elementos esenciales para emprender.

Longenecker y Schoen (1975) con un concepto llamado "la esencia del emprendedor" definieron tres elementos ubicados y residentes en el corazón de la actividad emprendedora: la innovación, el riesgo y la autonomía. Y proponen que el emprendedor es diferente del administrador porque es capaz de innovar, de arriesgarse y de buscar la independencia. Hashimoto (2006) destaca el hecho de que estos tres elementos sólo califican la iniciativa empresarial cuando están juntos.

Ripsas (1998) nos ayuda a entender de manera omnicomprendensiva el perfil del emprendedor, reuniendo doce de sus características idiosincráticas, recogidas a lo largo de la literatura asociada a la teoría económica: (1) El emprendedor es un individuo que asume el riesgo asociado a la incertidumbre; (2) El emprendedor es un individuo que provee capital financiero; (3) El emprendedor es un innovador; (4) El emprendedor es un tomador de decisiones; (5) El emprendedor es un líder industrial; (6) El emprendedor es un directivo o un superintendente; (7) El emprendedor es un organizador y coordinador de recursos económicos; (8) El emprendedor es el propietario de una empresa; (9) El emprendedor es un empleador de factores de producción; (10) El emprendedor es un empleador; (11) El emprendedor es un árbitro y, (12) El emprendedor es un asignador de recursos delante de las alternativas de uso. Con todo, cada una de estas características no representa por sí mismas, el verdadero concepto del emprendedor, si bien todas ellas han contribuido para los numerosos estudios empíricos.

1.1.3. CARACTERÍSTICAS DE LA PERSONA EMPRENDEDORA

Considerando algunas de las más destacadas definiciones formuladas por especialistas procedentes de distintas disciplinas, como la Sociología, la Economía, la Teoría de la Administración y la Psicología, podemos delimitar las principales propiedades que definen la conducta emprendedora. A continuación agrupamos las aportaciones al concepto de emprendedor de los autores más representativos:

1. *Crear una nueva empresa.* Claramente esta sería la característica necesaria, aunque no suficiente de cualquier definición que haga referencia a la conducta emprendedora, porque el acto fundamental del emprendedor es crear una nueva organización o negocio (Drucker, 1985; Gartner, 1988) ello conlleva:

- a) Llevar a cabo una nueva organización de cualquier tipo de industria (Schumpeter, 1934).
- b) Emprender es una práctica. El espíritu empresarial comienza con la acción, la creación de una nueva organización (Drucker, 1985).
- c) Crear un negocio (Gartner, 1988).
- d) Fundar o crear una organización (Hisrich, 1990).
- e) Iniciar más de un negocio (Robinson et al., 1991).
- f) Creación de una organización (o suborganización) (Carton, Hofer & Meeks, 1998).
- g) Crear una institución legalizada o física (Shane & Venkataraman, 2000).
- h) Poner en marcha el proceso de constitución de un negocio o empresa o encontrarse en las primeras fases de consolidación (Global Entrepreneurship Monitor, 2005).

2. *Obtener recursos y organizarlos eficazmente:* La persona que promueve una empresa no siempre dispone de los recursos que requiere para poner en marcha su proyecto. Sin embargo, debe de ser capaz de detectar recursos ociosos y reunir tanto el capital como los medios humanos, técnicos y materiales para iniciar el negocio y además debe saber gestionar adecuadamente todos estos recursos y sus propias capacidades. Lo que supone tener capacidad para:

- a) Organizar los factores de producción e intercambiar recursos económicos (trabajadores, habilidades, educación y capital) de áreas de poca productividad a áreas de gran productividad y alta rentabilidad (Say, 1803).
- b) Gestionar los recursos humanos y materiales con el objeto de inventar (Gasse, 1985).
- c) Creer que los recursos no son un problema para conseguir la oportunidad, los recursos ya se obtendrán (Stevenson & Gumpert, 1985).
- d) Tomar decisiones sobre la mejor asignación y uso de los recursos y coordinar los recursos escasos. Por ello, Casson (1990) sugiere que el emprendedor debe controlar y coordinar los recursos.
- e) Facilitar la fabricación de un bien organizando los recursos (Robinson et al. 1991), (Cossette 1992) y (Fortin 1992).
- f) Reunir y coordinar nuevas combinaciones de recursos para extraer más beneficios de las innovaciones (Amit & Schoemaker, 1993).
- g) Manejar eficazmente los recursos (Gartner & Shane, 1995).
- h) Reunir los recursos necesarios (Carton et al., 1998).

3. *Asumir riesgos*. Este rasgo es considerado esencial en la definición de la conducta emprendedora, porque el emprendedor se endeuda y/o compromete su capital y, muchas veces, el de su familia, además de su propio prestigio y futuro profesional. Por tanto, esta característica permite diferenciar claramente al emprendedor, que arriesga sus recursos financieros en la creación de la empresa. De hecho se considera al emprendedor como alguien que:

- a) Compra a un precio conocido pero vende a un precio incierto. Por lo tanto asume el riesgo y la incertidumbre del negocio (Cantillon, 1755).
- b) Calcula y luego asume el riesgo. Tiene que manejar la incertidumbre y asumir la responsabilidad de los resultados positivos como de los negativos (Knight, 1921)
- c) Asume riesgos para crear una nueva empresa (Brockhaus, 1980) o tiene voluntad para asumir riesgos (Timmons, 1989).
- d) Acepta el riesgo como requisito para obtener ganancias (Gartner & Shane, 1995).
- e) Asume las consecuencias de la organización creada (Carton et al., 1998).

4. *Identificar oportunidades*. Es una de las características más mencionadas en las definiciones acerca del espíritu emprendedor (entrepreneurship). Se trata, por tanto, de

una conducta básica que define al emprendedor como la persona que se encuentra constantemente alerta ante nuevas oportunidades de negocio, explorando continua y exhaustivamente el entorno en su búsqueda. En este sentido, ser emprendedor es descubrir oportunidades y transformarlas en negocios rentables, para lo que se requiere:

- a) Maximizar las oportunidades (Drucker, 1985) e identificar la oportunidad de un negocio (Carton et al., 1998).
- b) Estar constantemente sintonizado a los cambios en el entorno que puedan sugerir una oportunidad favorable (Stevenson & Gumpert, 1985).
- c) Reconocer y perseguir proactivamente las oportunidades para el desarrollo y crecimiento del negocio (Stevenson & Gumpert, 1985), los cambios en el ambiente externo (como por ejemplo la tecnología, los mercados, etc.) otorgan oportunidades, y el emprendedor juzgará si toma o no la oportunidad basándose en las recompensas, el riesgo y la incertidumbre. (Casson, 1990).
- d) Detectar las oportunidades (Bygrave & Hofer, 1991) e identificar y crear oportunidades de negocio (Amit, Glosten & Muller, 1993).
- e) Percibir una oportunidad para lanzar con beneficio un servicio o producto (Amabile, 1997).
- f) Es aquel que está alerta a las oportunidades de negocio que no han sido identificadas por otros. El término central es “alertness”: estar alerta, perspicacia frente a las oportunidades de negocio. (Kirzner, 1998).
- g) Percibir una oportunidad de producción o de servicio (Varela, 1998) y reconocer las oportunidades como realmente oportunidades y saber juzgar qué oportunidades seguir (Chell, 2000).
- h) Reconocer y explotar oportunidades y ventajas competitivas (Carolis & Saporito, 2006).
- i) Capacidad de encontrar y explotar oportunidades de negocio, lo que exige un estado de alerta que permita descubrir y aprovechar las coyunturas existentes en el entorno (Krueger, Reilly & Carsrud, 2000; Shane & Venkataraman, 2000).

5. *Realizar innovaciones.* No pocos autores han destacado en su definición de emprendedor la importancia de que este cree, convine o redefina nuevos productos o servicios que le permitan abrirse camino en un mercado muchas veces saturado. Desde este enfoque la persona emprendedora se propone:

- a) Cambiar las cosas o hacer las cosas de forma diferente. Alguien que implementa nuevas combinaciones de medios de producción. (Schumpeter 1984). Innovar mediante la introducción de nuevos productos o la mejora de productos existentes (Schumpeter 1950).
- b) Recombinar ideas antiguas para hacer una aplicación nueva (Stevenson & Gumpert, 1985).
- c) Inventar, desarrollar e implantar soluciones que permitan responder a las necesidades individuales (Gasse, 1985).
- d) Utilizar algún tipo de innovación (Robinson et al., 1991), catalizar el cambio y crear nuevos métodos (Gerber, 1997).
- e) Crear nuevas oportunidades económicas, esto es, nuevos productos, nuevas formas de organización, nuevos métodos de producción, etcétera, (Wennekers y Thurik 1999).
- f) Ver las organizaciones creadas por emprendedores como estructuras autopoiéticas que se adaptan y evolucionan (Fuller & Moran 2001).

6. *Motivados por la búsqueda de independencia y la consecución de objetivos retardadores y un especial significado del trabajo.* Para ello promueven:

- a) La intencionalidad como el pilar base para comprender las motivaciones que subyacen en el comportamiento emprendedor (Boyd & Vozikis, 1994; Crant, 1996; Lee & Wong, 2004).
- b) Muestran una alta motivación de logro, tienden a afrontar metas moderadamente desafiantes, buscan conseguir objetivos y resultados cada vez más satisfactorios, planteándose constantemente nuevas metas (McClelland, 1985).
- c) Están sustancialmente más satisfechos con su trabajo que los trabajadores por cuenta ajena (Benz & Frey, 2003).
- d) Motivados para iniciar su negocio por la búsqueda de libertad e independencia laboral; (Fernández, Romero & Díaz, 2012).
- e) Confían en sus propias habilidades para llevar a cabo eficazmente las acciones y tareas específicas implicadas en la creación y desarrollo de una nueva empresa (autoeficacia emprendedora) (Bandura, 1977 y 1987) (Chen, Greene & Crick, 1998).

Aglutinando estos elementos podemos definir emprendedora como la persona que desea trabajar de forma autónoma creando un nuevo negocio tras detectar una

oportunidad, que organiza recursos innovadoramente, asume los riesgos que esto supone y confía en sus posibilidades para sacar adelante su proyecto.

La consideración de estas características, recogidas en las definiciones de la conducta emprendedora, nos permite detectar algún elemento común así como diversos matices en los que hacen mayor o menor hincapié los diferentes autores.

Por ejemplo en relación con la característica “realizar innovaciones” hay que señalar que, según algunos autores, no resulta necesario aludir a este aspecto para definir la conducta emprendedora, porque si bien grandes emprendedores deben su éxito principalmente a su gran capacidad de innovar, no todas las personas que establecen nuevos negocios innovan o inventan algo diferente. Más bien, la capacidad para crear nuevos productos o servicios se ha utilizado para diferenciar a un tipo específico de emprendedores, los innovadores.

Por tanto, se podría diferenciar, dentro de las definiciones de la conducta emprendedora, dimensiones esenciales y dimensiones enriquecedoras. Las dimensiones esenciales serían identificar oportunidades, asumir riesgos, integrar recursos y crear una nueva empresa. Por su parte, otras características pueden considerarse enriquecedoras como realizar innovaciones, crear riqueza, ejercer liderazgo u obtener éxito. De esta forma, las dimensiones esenciales nos permitirán diseñar una definición vertebrada que especifica las condiciones mínimas para hablar de conducta emprendedora. Mientras que las dimensiones enriquecedoras describen la conducta emprendedora paradigmática que permite lograr un éxito o reconocimiento especial en la creación y gestión de una nueva empresa.

La definición ecléctica de Varela (1998) está en consonancia con estos hechos centrales y 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”. (p. 63)

Por 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. Venimos utilizando desde 1998 una definición de mínimos, que es la que adoptaremos en este trabajo entendiendo emprendedora como la persona que pone en marcha una iniciativa empresarial, crea su propia empresa, sólo o asociado con otros promotores, asumiendo los riesgos financieros que esto supone, aportando su trabajo y ocupándose de la dirección de la empresa que tras identificar una oportunidad introduce algún tipo de innovación ya sea en el resultado, en la forma o el proceso de generar un bien o servicio (Trejo, 1998).

En los siguientes capítulos iremos desglosando los elementos que según los distintos autores y estudios definen, tal como hemos visto en este primer acercamiento conceptual, a la persona emprendedora.

1.2. VARIABLES DE PERSONALIDAD Y EMPRENDIMIENTO

En este apartado presentaremos los estudios sobre personalidad emprendedora, especialmente los últimos que han utilizado el modelo de los Cinco Grandes Factores (CGF). Asimismo atenderemos a las críticas que se han vertido sobre el enfoque de rasgos personales y a la polémica sobre si éstos son innatos o adquiridos.

1.2.1. BIG FIVE QUESTIONNAIRE Y PERSONALIDAD EMPRENDEDORA

El modelo *Big-five*, también llamado modelo de los Cinco Grandes Factores (CGF) o “Los Cinco Grandes”, según Costa y McCrae (1999), representa un avance conceptual y empírico en el estudio de la personalidad como se observó después de describir las dimensiones básicas, consistentes y replicables.

En diversos artículos recientes autores como Valenzuela, Moreno y Almanza (2013); Obschonka, Silbereisen y Schmitt-Rodermund (2011); McCrae (1992) y Block

(1995) han presentado investigaciones, en las que utilizan la herramienta psicológica validada en 1990 por Ostendorf (1990) llamada “Big Five Questionnaire”, que mide extroversión, neurosis, apertura a la experiencia, conciencia o responsabilidad y amabilidad.

De las conclusiones de varios estudios podemos destacar, que según las facetas del NEO PI-R², los jóvenes emprendedores se caracterizan por sufrir menos depresión, ser menos vulnerables y tener menor ansiedad social. Son más activos y asertivos, más abiertos a nuevas ideas y destacan en facetas de competencia, orden, necesidad de logro, autodisciplina y deliberación.

Para explicar el éxito laboral de los emprendedores y su relación con la personalidad en base al modelo de los “Cinco Grandes”, Judge, Higgins, Thoresen y Barrick (1999) encontraron que los factores de neuroticismo, extraversión-energía y amabilidad son los que permitieron un pronóstico favorable de predicción. El neuroticismo se relacionó con una pérdida de adaptación al medio, ocasionando ansiedad, inseguridad y depresión, también señalados por Costa y McCrae (1988) y por Costa y McCrae (1992b). De acuerdo con Watson y Clark (1997), la extraversión se vincula con la sociabilidad, pero también con impulsividad, actividad y falta de introspección. Para Barrick y Mount (1991), el factor de amabilidad se vincula con el desempeño en el puesto, con la orientación al logro, con la responsabilidad, el cuidado, la planeación y la organización del trabajo, confirmado también por, Tett, Jackson y Rothstein (1991). Estos autores además mostraron mediante un metaanálisis que el modelo de los cinco factores es uno de los predictores más importantes en la actualidad para selección de personal. Siguiendo el modelo de personalidad y profesiones propuesto por Holland (1966, 1996), Tokar y Swanson (1995), demostraron que la extraversión correlaciona positivamente con los tipos social y emprendedor, mientras que la intelectualidad se relaciona con los tipos investigador, artístico y social. Benet y John (1998) tradujeron el NEO PI-R al castellano y lo probaron con estudiantes universitarios bilingües de origen español confirmando el modelo en forma eficiente y fiable.

² El NEO PI-R es uno de los instrumentos más prestigiosos para la evaluación de la personalidad normal, siguiendo la estructura de los "cinco grandes" factores consta de 240 elementos a los que se responde en una escala Likert de cinco opciones y permite la evaluación de cinco factores principales: neuroticismo (estabilidad emocional), extraversión (energía), apertura mental, amabilidad (empatía) y responsabilidad (tesón). Cada factor se descompone en seis facetas, obteniendo 35 puntuaciones diferentes.

De Castro (2012) realizó una investigación con 475 estudiantes de varias universidades públicas y privadas de la ciudad de Manaus, en el Estado de Amazonas (Brasil), que cursaban regularmente las asignaturas de los cursos de graduación en Administración de Empresas, Contabilidad, Gestión Pública y Seguridad del Trabajo. Tenía como objetivo comprender las características de la personalidad de los jóvenes emprendedores a partir de las relaciones entre las variables: motivación de logro, estrategias de afrontamiento, variables cognitivas de la personalidad (locus de control, auto-eficacia y expectativas del éxito) y los rasgos de personalidad obtenidos a través de las 30 facetas y de los cinco factores que incluyen el inventario de la personalidad NEO PI-R.

Centrándonos en los factores que nos conciernen, destacan varias conclusiones:

- a) En el dominio neuroticismo se obtienen diferencias altamente significativas en las facetas depresión y vulnerabilidad ($p > ,000$), y una diferencia con una significación menor en ansiedad social.
- b) Considerando el cruzamiento de las facetas de la extraversión y los grupos de los emprendedores, se obtuvieron diferencias significativas para actividad y asertividad, siendo mayor la significancia de actividad ($p > ,000$).
- c) El resultado obtenido con la dimensión apertura reveló que solamente la faceta ideas presentan una significancia para los grupos emprendedores.
- d) El análisis múltiple de las variables de las facetas de la dimensión amabilidad no reveló ninguna diferencia altamente significativa entre los grupos estudiados y las variables presentes en este rasgo de la personalidad.
- e) El análisis realizado con las seis facetas del factor responsabilidad demuestra diferencias altamente significativas en al menos tres: la competencia, la necesidad de logro y la autodisciplina ($p > ,000$) y relevancia en las demás, excepto en la faceta con sentido de deber.

En resumen, la variable dependiente que más destacó fue “responsabilidad”, seguida del rasgo denominado “neuroticismo” y con una pequeña influencia de “apertura”. Los demás rasgos no presentan una puntuación suficiente para ser considerados influyentes en la correlación de las variables, principalmente el rasgo “amabilidad”, por lo que sugiere que esta dimensión no esté directamente relacionada a la personalidad emprendedora.

Spencer y Spencer (1993), destacan que la dimensión “responsabilidad”, del modelo Big Five refuerza el perfil del emprendedor. Todas las facetas que componen esta dimensión conducen a la preferencia del individuo a utilizar este tipo de opciones, el rasgo es considerado en el nivel más profundo de la personalidad, y de esa forma influye en las reacciones emocionales de las decisiones cognitivas.

En un estudio realizado para comprobar la influencia de los Proyectos de Formación de Emprendedores, se quisieron aislar y controlar algunas variables relacionadas con la personalidad para comprobar si éstas eran variables con potencial para influir en la decisión y en el resultado de innovar de un individuo (Martín, Hernangómez, Rodríguez & Saboia, 2010).

Las variables de personalidad que se controlaron fueron la creatividad, sociabilidad y la imagen personal. No se contemplan en si los rasgos de personalidad del modelo de los cinco factores, pero estas variables están relacionadas con algunos de ellos.

La creatividad queda comprendida dentro del factor apertura a la experiencia; la sociabilidad está relacionada con la extraversión y la imagen personal, entendida como el reconocimiento social de los éxitos, y está en consonancia con la responsabilidad.

Los resultados estadísticos de esta investigación, concluyeron que la denominada creatividad es la única de las tres variables que tiene una influencia directa y positiva en la conducta innovadora de los emprendedores, y que además tiene afecta directamente sobre el éxito empresarial.

Con ello se pudo afirmar que el principal rasgo de la personalidad de un individuo, cuando de lo que se trata es de reforzar los resultados del emprendimiento innovador, es la creatividad (Helfat & Raubitschek, 2000; Ward, 1997). Es decir, los individuos con facilidad para generar nuevas ideas, empezar actividades, identificar oportunidades y desarrollarlas, están más satisfechos con su conducta innovadora que los que no están dotados de estas cualidades. Además, se ha mostrado que este rasgo de la personalidad tiene, también, una influencia directa sobre el éxito no canalizado a través del emprendimiento. Por ejemplo, los individuos creativos pueden ser más eficientes desarrollando una política de comunicación original o gestionando la reducción de costes.

Río, Alonso y Escribano. (1999), en el proceso de desarrollo y validación del cuestionario de personalidad basado en los cinco grandes para evaluar el potencial de autoempleo, aplican el cuestionario a una muestra de 242 participantes de diversos países (Inglaterra, España, Holanda y Francia). 108 participantes eran empresarios y 134 no empresarios. Con la prueba t de comparación obtienen diferencias significativas entre empresarios y no empresarios en estabilidad emocional, liderazgo, tenacidad y equilibrio personal.

Los investigadores diferencian entre rasgos de personalidad distal y proximal o los rasgos específicos de la personalidad. Las principales variables personales distales se han organizado en el modelo de los cinco factores de la personalidad del Big Five (Costa & McCrae, 1992). En la investigación empresarial el modelo ha sido utilizado para diferenciar a los empresarios de los directivos. El principal objetivo de estos estudios, fue identificar los factores de personalidad asociados a convertirse en un empresario y, por otra parte, los asociados al éxito empresarial.

Además de los factores de personalidad distales, los investigadores también han dedicado sus esfuerzos investigando diferencias individuales proximales. Se trata de constructos de personalidad de orden inferior que tienen más probabilidades de estar relacionados con los comportamientos específicos que los de la primera categoría de grandes dimensiones de la personalidad. La investigación ha producido una larga lista de variables de personalidad proximal en relación con las intenciones y el éxito empresarial (Rauch & Frese, 1996, Zao & Seibert, 2006).

1.2.2. OTRAS INVESTIGACIONES SOBRE CARACTERÍSTICAS PERSONALES

La relación entre rasgos de personalidad y comportamiento emprendedor ha sido frecuentemente analizada. No obstante, existe un cierto escepticismo en la literatura sobre la intensidad de esta relación. Si bien algunas revisiones al respecto concluyen que existe una relación positiva (Chell et al., 1991; Rauch & Frese, 2000), otras investigaciones concluyen que no existe tal relación (Brockhaus & Horwitz, 1986; Gartner, 1989a; Low & MacMillan, 1988). A este respecto, hay que indicar que los meta-análisis recientes proporcionan evidencia de la validez predictiva de los rasgos de personalidad (Collins, Hanges, & Locke, 2004; Rauch & Frese, 2007; Stewart & Roth,

2004, Zhao & Seibert, 2006) y sugieren el análisis de contingencias que puedan impactar en la intensidad de esta relación.

Es evidente que muchas investigaciones sobre rasgos de personalidad y comportamiento emprendedor, no se basan en el modelo de los cinco grandes, dada la multitud de teorías existentes sobre los factores de personalidad. Es innegable la cantidad de atributos que surgen cuando se examinan las investigaciones sobre los rasgos de personalidad atribuidos a los emprendedores. Por ejemplo, Hornaday (1982) llegó a listar 42 características de la personalidad emprendedora. Son tantos que en algún momento podría dudarse si existe una persona con tales rasgos. Pero es necesario considerar que sólo aquellos rasgos que han tenido fuertes argumentos científicos pueden ser considerados como integrantes de la personalidad emprendedora. Por fortuna, la literatura ha empezado a converger en un grupo determinado de rasgos y en los que, en mayor o menor medida, están de acuerdo los investigadores. Considerando los trabajos de diferentes autores (Covin & Slevin, 1989; Cromie, 2000; Vecchio, 2003) y los rasgos comunes que aparecen en estos trabajos, podemos decir que los principales rasgos de la personalidad emprendedora son: locus de control, autoeficacia, riesgo y proactividad, no incluidos específicamente en el modelo de los cinco grandes.

Sánchez aplica el Inventario de Estilos de Personalidad de Millón (MIPS) a emprendedores, empresarios y no emprendedores para concluir que el "estilo cognitivo" satura en las variables "sensación", "sistematización", "conformismo", sentido inverso "innovación" e "intuición". El emprendedor 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; tiene autodominio, y es improbable que dejen traslucir su personalidad o que actúe espontáneamente (Sánchez 2003).

En un estudio realizado por Burke, Fitzroy y Nolan (2000), basado en las informaciones de British National Child Development Study, la personalidad de los individuos fue evaluada en niños, y más tarde fue hecha una relación en cuanto a sus logros como adultos. En este estudio, los niños clasificados como introvertidos, por ejemplo, presentaban una fuerte tendencia para tener negocios mucho menores que los niños clasificados como extrovertidos. Esta investigación concluyó demostrando una relación entre las características psicológicas y el desempeño en los negocios. Esta investigación proporcionó pruebas sólidas de cómo las características de personalidad,

con el tiempo, ejercen un papel importante en el hecho de percibir y actuar sobre las oportunidades de negocios.

Shaver, Gatewood y Gatner (1992) analizan el éxito, entendido como supervivencia, de 50 emprendedores teniendo en cuenta las características del fundador y concluyeron que, en la decisión de crear una empresa las características personales del fundador intervienen de forma más decisiva que en otras decisiones que conllevan menos riesgos. Así, la elevada necesidad de competencia conlleva consecuencias negativas para el éxito de la nueva empresa al infravalorar los obstáculos con los que el empresario se encuentra.

En varios estudios, los investigadores han analizado si las características personales de empresarios difieren del resto de la población. Se prestó especial atención a la comparación de los empresarios y directivos en lo que se refiere a la necesidad de dominación, autonomía y afiliación (Baum, 1993; McGrath, 1999). En cuanto a las diferencias entre los dos grupos, los administradores se han incorporado a trabajar dentro de organizaciones empresariales consolidadas con procedimientos y reglamentos ya establecidos. Los empresarios, por otra parte, trabajan sin que nadie les especifique previamente las condiciones y son responsables de todos los aspectos de la empresa. Además, los empresarios tienden a afrontar las incertidumbres de la vida laboral, así como las sociales, económicas y los riesgos personales, que pueden producir altos niveles de estrés psicológico y físico.

La actividad empresarial requiere confianza en sí mismo, calma, y baja ansiedad. La actividad empresarial incluye una dura negociación, a raíz de los propios intereses, e incluso a menudo requiere el uso de habilidades de persuasión. Estas actividades no están de acuerdo con una orientación interpersonal a mostrarse agradable. Teniendo en cuenta estas diferencias, los empresarios y los gerentes deben diferir en, al menos, dos dimensiones de la personalidad: emocional-estabilidad y asertividad. Un reciente meta-análisis (Zhao & Seibert, 2006) confirma estos supuestos. Los resultados muestran que los empresarios puntúan significativamente menos a los gerentes en ambas dimensiones de la personalidad.

1.2.3. RASGOS EMPRENDEDORES INNATOS O ADQUIRIDOS

Un debate clásico en la investigación sobre los emprendedores consiste en dilucidar si los rasgos emprendedores son innatos o adquiridos. La personalidad emprendedora, al igual que la personalidad de un adulto, es el resultado de los factores hereditarios y ambientales, moderados por las condiciones situacionales.

Algunos de los estudios en este ámbito consideran al emprendedor como un individuo cuyo comportamiento está predeterminado por características intrínsecas de su propia personalidad antes que por factores externos, y asumen que existe una serie de rasgos de personalidad que permiten explicar la conducta de la persona emprendedora.

Investigaciones recientes indican que los factores genéticos aumentan la probabilidad de que las personas participen en las actividades empresariales (Plomin, DeFries & McClearn, 1990). Por ejemplo, los estudios indican que la probabilidad de convertirse en empresario es dos a tres veces mayor entre los hijos de los dueños de negocios que entre los hijos de los propietarios no empresariales (Lentz & Laband, 1990; Dunn & Holtz-Eakin, 2000; Hout & Rosen, 2000). Del mismo modo, en un estudio de gemelos monocigóticos y dicigóticos, Nicolaou, Shane, Cherkas, Hunkin & Spector (2008), encontraron que el 48 % de la varianza en la tendencia a ser empresario se explica por factores genéticos, y el 52 % se puede atribuir a factores ambientales no compartidos (efectos ambientales que son únicos para un individuo).

Sin embargo, Dickson y Weaver (1997) examinaron la influencia biológica en la personalidad para determinar la existencia o no de la relación entre la propensión de los sujetos para comportarse como emprendedores y su composición genética. Dicho estudio contó con una muestra de 875 casos de emprendedores y concluyó que no existía ninguna evidencia que indicase que los emprendedores nazcan siéndolo.

Una segunda cuestión se refiere a la estabilidad de la personalidad en el tiempo. De hecho, 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. Epstein y 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 (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 cómo las personas reaccionan ante diferentes situaciones. Esta aproximación demuestra que tanto las expectativas 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 determinadas situaciones.

Argyle y Little (1972) y Endler y Magnusson (1976), 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 y medir 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; no obstante, Muñoz (1997) indica que, desde una perspectiva psicológica moderna, no podemos hablar en sentido estricto de personas con espíritu emprendedor innato 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 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 hablamos 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 tener en cuenta a la hora de analizar el espíritu emprendedor de una persona (Collins, Moore & Unwala 1964a; Miner, 1990; Camisón, 1999). No obstante, el espacio personal se centrará dentro de estas investigaciones en el comportamiento y en las acciones del sujeto emprendedor (McClelland, 1961[1968]; Miner, 1990; Veciana, 1989; Steiner y Miner, 1982; Begley & Boyd, 1986; Szyperski & Klandt, 1988; Timmons, 1990; Sexton & Bowman-, 1990; Ripollés, 1995). Ello implica, por tanto, poder establecer qué características de comportamiento y fortalezas actitudinales del emprendedor son pertinentes.

Si bien el debate sobre el papel de la naturaleza versus crianza, está lejos de resolverse, la investigación indica que la capacidad individual del emprendedor o el talento, entendido como un cuadro persistente de pensamientos, sentimientos o comportamientos que puede aplicarse de forma productiva, determina la probabilidad de éxito de una persona en la actividad empresarial. Algunas investigaciones han demostrado que el talento de un individuo es una base privilegiada para el desarrollo del rasgo emprendedor y ofrecen la mayor área de crecimiento potencial (Clifton y Nelson, 1992). Para estos autores, no podemos suponer que cada individuo, armado sólo con la formación y el refuerzo adecuado, podría ser un empresario exitoso; sino que el éxito emprendedor lo consiguen de forma natural los que tienen un talento inherente para la tarea.

Si bien 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, entendiendo estas características de forma unidimensional, actualmente y en línea con las aportaciones de Muñoz (1997) indican que no podemos hablar en sentido estricto de personas con competencias emprendedoras frente a personas que no poseen ninguna capacidad para emprender; más bien, la personalidad emprendedora se comporta realmente como una dimensión de personalidad, o característica psicológica continua que todo el mundo posee en algún grado. Cuando hablamos de personas emprendedoras nos referimos a las que se caracterizan por poseer muchos de los rasgos emprendedores en un alto grado, y cuando nos referimos a las personas no emprendedoras, nos referimos a las que presenta pocas o un bajo grado de características propias del emprendedor.

Existen evidencias de que los rasgos de personalidad influyen en las decisiones vocacionales y en la eficacia en su puesta en práctica, ya que las personas tratan de encajar, activamente, sus opciones laborales a sus preferencias personales, y que las características personales predicen tanto u elección como un adecuado desempeño en su trabajo.

Así algunos estudios se basan en el modelo atracción-elección (Schneider, 1987), según el cual las personas son más atraídas por actividades que coinciden con sus rasgos de personalidad y encuentran estas actividades, las del emprendedor en nuestro caso, más satisfactorias que las de otras opciones laborales. Además, se propone que si las personas siguen sus propios intereses en trabajos que responden a su personalidad, será más probable que aumente su constancia y persistencia y, en consecuencia, sus posibilidades de éxito.

1.2.4. CRITICAS A LA PROPUESTA DE LA PERSONALIDAD

La propuesta de la personalidad a la iniciativa empresarial tiene probablemente tantos defensores como detractores. La aproximación al estudio de la conducta emprendedora desde la perspectiva de los rasgos de personalidad ha recibido diferentes críticas tanto a nivel metodológico como teórico (Gartner, 1988; Robinson et al, 1991; Shane & Venkataraman, 2000; Shaver y Scott, 1991).

En primer lugar, se ha criticado que las metodologías de investigación basadas en la aproximación de los rasgos de personalidad, ya que estas metodologías no fueron desarrolladas específicamente para medir el espíritu emprendedor (Robinson et al, 1991). Las metodologías provenían de otras áreas de la Psicología y fueron habilitadas al estudio de los emprendedores asumiendo la aplicabilidad de los principios teóricos que las sustentaban.

Otra crítica a esta aproximación hace referencia a que las puntuaciones obtenidas por diferentes instrumentos que tratan de medir las mismas características personales del emprendedor correlacionan poco, por lo tanto, no muestran validez convergente (Robinson et al, 1991).

Por otra parte, se ha criticado que las teorías de personalidad tratan de ser aplicables a un amplio espectro de situaciones y, por tanto, miden tendencias generales. Por lo que muestran poca eficacia cuando son aplicadas a un ámbito tan específico como el estudio de los emprendedores (Robinson et al, 1991). Además, los estudios realizados en este campo no tienen en cuenta las diferencias existentes entre los distintos emprendedores, y olvidan que no todos son iguales ni crean el mismo tipo de empresas (Shane & Venkataraman, 2000).

Los detractores también se basan en que las diferencias individuales son estables en el tiempo y coherentes a través de diversas situaciones. Para estos las variables de personalidad son disposiciones conductuales que, si bien guardan relación con categorías generales de comportamiento a menudo no pueden predecir conductas específicas. Argumentan que no existe un amplio acuerdo sobre cuáles son los rasgos de personalidad característicos de los emprendedores (Chell et al. 1991). Cada autor ha estudiado aquellos rasgos que consideraba más oportunos, que incluso han sido nombrados de diferentes formas, lo que dificulta llegar a una visión conjunta de las características de personalidad esenciales de los emprendedores.

Por último, la aproximación de los rasgos de personalidad al estudio de los emprendedores no tiene en cuenta la naturaleza interactiva de la conducta humana, es decir, la interacción con el ambiente que rodea a la persona. De hecho, los modelos tradicionales asumen que la personalidad se forma durante los primeros años de vida y a partir de entonces permanece esencialmente estable e inmutable (Robinson et al, 1991; Shane & Venkataraman, 2000).

No obstante, 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.

En línea con la últimas investigaciones sobre rasgos de personalidad emprendedora en nuestra investigación aplicaremos el Big Five Questionnaire y

constataremos si hay diferencias de puntuación en las dimensiones de dicho cuestionario entre emprendedores y no emprendedores y entre emprendedores que han mantenido su empresa a pesar de la crisis y emprendedores que han cerrado la empresa. En virtud de las investigaciones expuestas es de esperar puntuaciones con diferencias significativas entre emprendedores y no emprendedores al menos en las dimensiones de responsabilidad (tesón), energía, y apertura a la experiencia.

1.3. FACTORES SOCIALES Y EMPRENDEDOR

“Las distintas variables estratégicas que pueden incidir en el hecho de emprender las podemos agrupar en factores personales, ambientales, apoyos institucionales y sociales” (Benavides, Sánchezb & Luna 2004, p.35). Entre los numerosos enfoques para analizar la empleabilidad, están los centrados en los factores sociales, culturales y económicos (Gartner, 1988; Shapero, 1984; Buame, 1992).

Hay aspectos sociales que motivan y explican la predisposición a emprender. Las variables sociales examinadas más a menudo han sido el entorno familiar, la experiencia laboral, el orden de nacimiento, el estado civil, la edad, el nivel de educación de los padres y de ellos mismos, el estado socioeconómico y los hábitos de trabajo, (Collins et al. 1964b; Swayne & Tucker 1973; Brockhaus, 1982 o Hisrich, 1986).

Guillén, García y Segura (2004), y Hisrich et al. (2005) explican que existen evidencias para suponer que los antecedentes familiares, el orden en el nacimiento, el estado civil, la edad, el nivel y el tipo de formación, las experiencias laborales previa, y el status socioeconómico, determinan un perfil emprendedor.

Gibb y Ritchie, (1982) en el marco de los recursos con los que cuenta el futuro empresario, consideran que el *apoyo ofrecido por la familia y los amigos* es un factor crítico a la hora de desarrollar el proyecto de empresa. La motivación y determinación tanto del individuo como del grupo se basa en el soporte que recibe de la familia, los amigos y los socios y en la experiencia que éstos tienen de haber establecido otras empresas.

Hay ciertos aspectos del entorno social, como los antecedentes familiares, la experiencia o el aprendizaje previo, el sistema de valores, y orientaciones sociales, entre

otros, que fomentan o inhiben el surgimiento de emprendedores, “son más bien algo parecido a nichos ecológicos de emprendedores, o, si se prefiere, marcos espacio-temporales donde es previsible que surjan emprendedores” (Moriano, 2005, pp. 15-16).

La *perspectiva ecológica* supone que la tendencia a participar en la actividad empresarial se explica por un comportamiento aprendido y factores situacionales. Según los defensores de esta perspectiva, la actividad empresarial requiere comportamientos variados que pueden ser difíciles de relacionar con un conjunto limitado de rasgos de personalidad (Aldrich & Wiedenmayer, 1993; Gartner, 1989a; Low & MacMillan, 1988).

Los posibles motivos para participar en la actividad empresarial, presentados por estos autores, son la exposición a los negocios en general o experiencia de gestión en su entorno (Aldrich & Kim, 2007), los conocimientos adquiridos sobre la experiencia específica del negocio de los padres o el medio cercano y la transferencia de capital social y financiero de padres a hijos (Sorenson, 2007). En esta línea, Fairlie y Robb (2007), encontraron que el tener un miembro de la familia empresario jugó un papel menor en relación con la experiencia laboral previa en el negocio de dicho miembro.

Esta línea de investigación propone que los empresarios son agentes que actúan dentro de los *sistemas sociales y económicos* y que los empresarios y estos sistemas *interaccionan* dado lugar a la creación de nuevas empresas (Baumol, 1993; Giddens, 1991; Schumpeter, 1934). En este sentido, se señalan varios factores contextuales que permiten una exploración de las manifestaciones locales de la actividad empresarial mediante el estudio de la interacción entre los valores culturales, sus instituciones sociales y políticas, y las características de la industria en el entorno local.

Julien y Jacob (1999) analizaron el crecimiento de 52 nuevas pymes, en las que la interacción entre las características del empresario, de la organización y del entorno parece explicar el fuerte crecimiento de las nuevas empresas.

Moriano (2005), comparte la idea de que las condiciones laborales, la necesidad de mejora del puesto de trabajo y un reconocimiento social, son algunos de los factores que promueven que una persona tome la decisión de emprender, lo que ya recogían Shapero y Sokol (1982) y Evans y Lighton (1989).

La *Teoría de la Acción Planificada de Ajzen* (1987), es un modelo teórico que estudia la conducta emprendedora teniendo en cuenta aspectos tanto personales del

propio emprendedor como sociales, considerando también la presión ejercida por parte de las personas que rodean al sujeto que va a emprender. La idea fundamental de esta teoría, es el protagonismo que se le da a la presión ejercida por el entorno familiar, educativo, laboral, es decir, todo el entorno social, en el surgimiento de la conducta emprendedora. Los grupos de referencia, como la familia, amigos, etc., actúan como modelos de conducta.

El propósito central de la investigación realizada por Ferrer (2009) se centra en averiguar si, con independencia del contexto socio-cultural, existe cierta similitud en la percepción del perfil del emprendedor. Para ello, utiliza tres variables (inteligencia emocional, sexo y edad) como predictores de la autoeficacia. Los resultados obtenidos en dicho estudio exponen que tanto en jóvenes españoles como mexicanos, las variables sexo y edad son elementos importantes para la percepción de eficacia emprendedora. Estos resultados vienen a confirmarse en los trabajos de Kennedy, Drennan, Renfrow y Watson (2003), quienes reconocen la *importancia de variables situacionales* en la decisión de emprendimiento. Según estos autores, el hecho de crear un negocio se encuentra altamente determinado por la convergencia entre las actitudes de los individuos y los factores situacionales. La constatación de estas interacciones conduce a que numerosos autores se dediquen a estudiar el medio ambiente social como clave para entender el comportamiento del emprendedor.

Entre las condiciones culturales y sociales que inciden en la predisposición a autoemplearse, Kantis (2005), destaca el perfil de los entornos que potencian el emprendimiento: se trata de sociedades donde buena parte de la población accede a la educación y tiene un nivel de ingresos que permitan ahorrar para emprender, es más frecuente la existencia de canales de comunicación entre personas de diferentes sectores sociales que enriquecen la interacción, el aprendizaje y el flujo de información relevantes para aprender. Otras condiciones macroeconómicas como la estabilidad y el crecimiento económico actúan de manera positiva.

Una crítica que han recibido las investigaciones sobre aspectos sociodemográficos, es que no se ajustan a los criterios previamente establecidos para la evaluación en la investigación y teoría de las ciencias sociales (Bechard & Toulouse, 1998; Shaw & Cosntanzo, 1982) y que no ayudan el predecir quien será o no empresario. El conocer el orden en que alguien nació o su nivel de educación, o herencia paterna, arroja resultados conflictivos en cuanto a la predicción del

emprendimiento (Deivasenapathy, 1986; Hisrich, 1990). Estos factores ocurrieron en el pasado y por tanto no pueden ser usados para influir el desarrollo de nuevas conductas empresariales en individuos o en grupos, ya sea en el presente o en el futuro.

1.3.1. REDES SOCIALES Y EMPRENDIMIENTO

La interacción del emprendedor con familiares, amigos, otros empresarios, e instituciones del entorno, constituye un aspecto crucial del proceso de creación de empresas. Implica el disfrute y la capacidad de relacionarse efectivamente con otras personas, capacidad de construir relaciones de cooperación. Para muchos autores (entre ellos Varela, 2001; Johannisson, 1989), las redes personales del emprendedor son un elemento diferenciador de estos individuos y dan fortaleza al nuevo emprendimiento.

Las redes de la empresa o del empresario, son el conjunto de relaciones o vínculos entre ellos y su entorno. Hay numerosa literatura sobre este asunto y ha sido analizada desde varios puntos de vista, como los elementos de las redes: factores que determinan las redes, tipos de vínculo, etc. (Birley, 1985; Johannisson, 1988; Larson & Starr, 1993, Lorenzoni & Ornati, 1988). Szarka (1990) distingue varias redes, de intercambio, comunicación y sociales; y destaca las redes sociales formadas por la familia, amigos y conocidos que apoyan al emprendedor. (Birley, 1985; Larson & Starr, 1993).

Los emprendedores suelen referirse al grupo que les ayudó a producir sus éxitos (Covey, 1993) como personas con gran disposición y capacidad de cooperación y colaboración con otros (Casson, 1982; McGinnis & Verney, 1987). En lugar de individuos iconoclastas y solitarios, de los capitalistas vaqueros de los sueños norteamericanos, nos encontramos personas enredadas e imbuidas en industrias, con ricas redes de contactos y colegas a quienes podían recurrir en busca de ayuda para construir una empresa. Para la mayoría de los emprendedores, el secreto del éxito en su gestión empresarial no parecía radicar tanto en la inspiración individual, sino en reunir decenas de intereses diferentes en un esfuerzo cooperativo. Crear una compañía fue cuestión de conocer a clientes, abastecedores, socios y fuentes de capital (Mariotti, 2007).

La investigación sobre las redes sociales nació dentro del campo del emprendimiento como un área importante (Hoang & Antoncic, 2003), debido a que los emprendedores están impregnados de redes que les proveen de acceso a información, conocimiento, poder y también capital financiero. Por lo que las redes sociales se convierten en el activo más valioso que posee el emprendedor para alcanzar el éxito en la creación de su nueva empresa.

Uno de los desafíos a los que se enfrenta el empresario, es la forma que tiene de ganarse la confianza de los contactos de la red en la que puede confiar. Son transacciones construidas sobre el capital social. Según decía Portes (1998), estas transacciones se caracterizan por obligaciones no específicas. Aldrich y Zimmer (1986) señalaron que los empresarios son actores muy sociales que se incrustan de forma activa en un contexto social. Una teoría totalmente aceptada en la literatura del emprendimiento global es que los empresarios que pueden hacer referencia a una red social amplia y diversa y que reciben mucho apoyo de su red, tienen más éxito (Brüderal & Preisendofer, 1998).

Según Camacho, Aramendía y Messina (2013), *tres tipos de redes* pueden impulsar el proceso emprendedor: las sociales (amigos, familia), las institucionales (asociaciones empresarias, universidades, agencias de desarrollo, etc.) y las comerciales (proveedores, clientes). Actividades como la participación en asociaciones y organizaciones sectoriales y empresariales, incorporación a redes telemáticas sectoriales y multisectoriales, participación en eventos, jornadas, congresos, exposiciones y ferias fomentan la construcción y el desarrollo de estas redes de relaciones.

Birley (1985) ha estudiado el rol de las redes formales y las informales, y considera que las personas cuyas redes sociales son fuertes y ricas serán más aptas para desarrollar negocios, la interacción con éstas les permite ampliar información y acceder a más recursos que los propios para lanzar su negocio. Las personas con redes ricas en recursos tienen más probabilidades de éxito, siendo importante la diversidad en la composición de estas redes (Aldrich, Rosen, & Woodward 1987).

Johannisson (1988 y 1991) analiza el rol de las redes personales y el contexto desde una perspectiva concreta, lo toma como las circunstancias concretas que rodean al proceso de negocios y lo hacen comprensible para el emprendedor.

Los emprendedores usan las redes sociales como vehículo para obtener legitimidad. Usarán la posición en la red para derribar las barreras que les impida conseguir dicha legitimidad necesaria para obtener una aceptación social (Baum, Calabrese & Silverman., 2000). Las redes sociales permiten el acceso a recursos (Premaratne, 2001), los proveen de información importante (Bygrave & Minniti, 2000) y son una fuente de competitividad (Malecki & Veldhoen, 1993).

1.3.2. LA NATURALEZA DE LAS REDES DE EMPRENDIMIENTO

La naturaleza de las redes de emprendimiento se ha entendido desde dos perspectivas:

- a) Estructuralista: se basa en establecer el patrón o configuración de las redes de intercambio entre el emprendedor y otros individuos; afecta al desempeño de la actividad económica. Asume que la configuración de los lazos provee las condiciones para transferir información y recursos que ayuden a incrementar la probabilidad de éxito.
- b) Relacional: se ocupa del contenido y la naturaleza de las relaciones personales directas. Los lazos fuertes generan confianza y facilitan el flujo de información (Rowley, Behrens & Krackhardt, 2000).

Adler y Kwon (2002) y Burt (2000), presentan las redes sociales como un bien privado del emprendedor. La red es un recurso para beneficio personal y constituye parte de la explicación del éxito individual, ya que usa las conexiones y contactos para acceder a recursos y usarlos para sus fines personales. La red social hace posible que configure un capital social, compuesto por una reputación y unas relaciones con las que recibirá información, ejercerá influencia y encontrará solidaridad en el desarrollo de la iniciativa emprendedora.

Herrera (2008) deduce que la naturaleza de las redes de emprendimiento no es estática, y que proporciona beneficios distintos a la actividad emprendedora, dependiendo de la etapa en la que se encuentre.

El establecimiento de amplias redes está estrechamente vinculado al acceso a la información. Parker (2008) encontró que las redes empresariales permiten a los empresarios a compartir la información, lo que conduce a un aumento de la eficiencia y

las tasas de supervivencia. La mejora del acceso a la nueva información y las ideas es fundamental para la supervivencia de la empresa. Contactos y redes personales pueden ser una estrategia clave para el acceso a la información y la obtención de la entrada en el mercado. Por ejemplo, Fafchamps (2004) encontró que en muchos países africanos, el intercambio de información dentro de una comunidad muy unida, étnica o religiosamente homogénea, facilita la identificación de clientes y proveedores confiables de la comunidad. Esto es útil en la identificación de socios comerciales de confianza.

Las áreas geográficas donde predominan empresas pequeñas son más favorables al emprendimiento que en entornos con grandes y pocas empresas (Manson, 1991).

La influencia que los emprendedores recientes pueden ejercer en los individuos, ya sea mediante la facilitación de contactos y redes, aprendizaje mediante la experiencia, mediante la imitación, etc., es destacada como fuente de autoeficacia (Bandura, 1986). Su influencia está relacionada con la percepción de nuevas oportunidades, por eso se considera tan importante (Shane, 2003).

Las redes de contexto pueden servir a una variedad de propósitos sociales para facilitar el espíritu empresarial. Numerosos estudios ven las redes sociales como mecanismos de difusión e información que facilitan el hecho de emprender (Saxenian, 2002; Djankov et al., 2004; Guiso & Schivardi 2004; Gompers, Lerner & Scharfstein 2005).

1.3.3. MODELOS PARA EXPLICAR LA DINÁMICA DE REDES Y SU IMPLICACIÓN EN EL EMPRENDIMIENTO

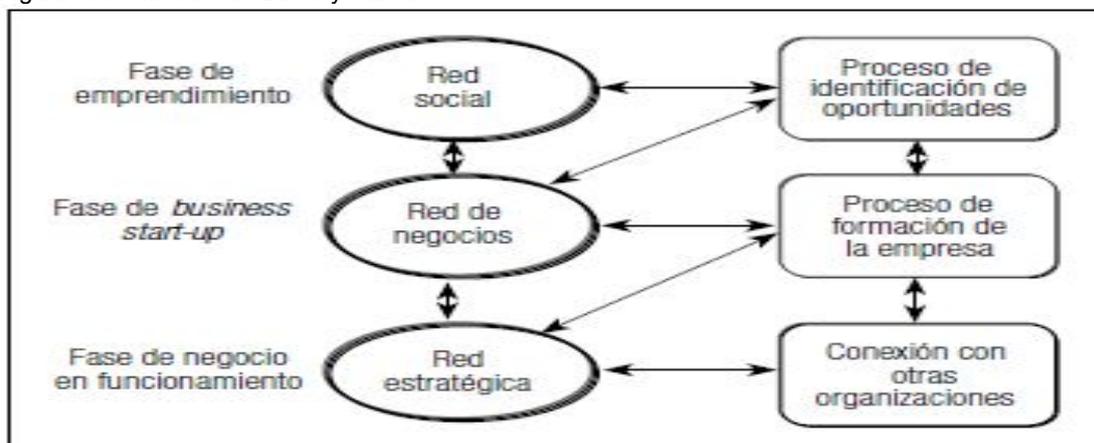
Existen varios modelos para explicar la dinámica de las redes y su relación con el proceso. El modelo de Larson y Starr (1993) y el modelo de Butler y Hansen (1991) tratan de explicar el proceso de formación de las firmas y el proceso evolutivo de las redes a las que se vincula el emprendedor. La propuesta de Lechner y Dowling (2003) define una tipología más rigurosa de las redes con base en el tipo de relaciones que se desarrollan entre ellas, asociándolo al proceso de creación de la empresa. Los modelos de Hite y Hesterly (2001) y Johannisson, Ramírez y Karlsson (2001) tratan el proceso evolutivo de los lazos relacionales inmersos en las redes.

El modelo de Larson y Starr (1993) explica que el desarrollo de los procesos de emprendimiento trae consigo relaciones cuya periodicidad, duración y frecuencia implican el surgimiento de confianza entre los actores que conforman la red social. Estas redes, se desarrollan a través de un proceso que sigue el emprendedor:

- a) Crea lazos simples de persona a persona.
- b) Convierte los lazos en relaciones de intercambio socioeconómico.
- c) Transforma el intercambio en un proceso múltiple, desarrollando un conjunto de relaciones de carácter multidimensional e interorganizacional.

El modelo de Butler y Hansen (1991), nombra tres etapas evolutivas de la red (figura 1.3.1): la fase de emprendimiento, la fase del bussines start-up y la fase de negocio en funcionamiento. Durante la primera fase la red social del emprendedor es muy valiosa, porque asegura el acceso a fuentes de recursos. En la segunda fase, la de start – up, las redes se transforman en redes de negocios para enfocarse en establecer conexiones con individuos y organizaciones para cubrir las necesidades de la nueva empresa. La red social seguirá existiendo como fuente de información, además de que hay vínculos de las redes sociales que pueden ser incorporados en las redes de negocio, ya que son en ocasiones necesarios para el éxito.

Figura 1.3.1 Modelo de Butler y Hansen



Fuente: Butler y Hansen (1991, p. 3).

Por otro lado, en el modelo de Lechner y Dowling (2003) los emprendedores tienen redes sociales con individuos de otras firmas, las cuales desarrollan redes de reputación, reciprocidad, de marketing y de conocimiento, tecnología e innovación. Dicen, que las redes sociales son las que abren la posibilidad de los start-up. Estas redes

sociales están constituidas por lazos verticales y horizontales basados en las relaciones sociales persistentes del emprendedor.

Johannisson et al. (2001) utilizan el concepto de *embeddeness*³ (Uzzi, 1996; Granovetter, 1985), como la base de su planteamiento. La acción económica es afectada por las relaciones de los actores y por la estructura de las relaciones de la red en la que estos se encuentran. Mediante las redes de negocios, las firmas nacientes son incluidas en redes a las que pertenecen distintos actores del mercado, los cuales representan un amplio rango de oportunidades y restricciones. La configuración de *embeddedness* contempla que las entidades están sometidas a fuerzas de cambio y estabilidad que coexisten simultáneamente y son necesarias para comprender la dinámica de las redes.

Hite y Hesterly (2001) plantean que las características de las redes entre las firmas evolucionan cuando pasan de la etapa de surgimiento a la de crecimiento temprano. La dinámica de este proceso evolutivo de las redes es generada por la necesidad de adaptar y alinear las redes de forma que permita obtener los recursos necesarios para asegurar un surgimiento y crecimiento con éxito.

La investigación sobre las redes viene influenciada por la antropología, sociología, teorías económicas de intercambio como la teoría del equilibrio, la psicología e incluso la matemática. Para Davidsson y Honig (2003) la participación de emprendedores en redes sociales tiene relación directa con el descubrimiento de oportunidades de emprender y, por lo tanto, con la posibilidad de participar en actividades nacientes de emprendimiento. También, formar parte de las redes sociales está asociado con el éxito del emprendedor, ya que le ayuda impulsa y mejora el desempeño de las actividades de emprendimiento, generando viabilidad en el negocio al proveer de oportunidades.

1.3.4. REDES PERSONALES Y FAMILIARES

Un aspecto crucial en el proceso de creación de empresas es el de interacción por parte del emprendedor con familiares, amigos, instituciones, empresarios, etc. Para algunos autores como Varela (2001) o Johannisson (1989), las redes personales del

³ *Embeddeness*, "enraizamiento" o "integración profunda", lo entendemos como el arraigo o la creación de un conjunto de relaciones en el entorno que influyen en el aspecto económico.

emprendedor son un elemento diferenciador de los mismos y aportan fortaleza al nuevo emprendimiento.

Familia y amistades

En un estudio realizado por Crowe (2010) se demuestra que los principales referentes de los emprendedores son en este orden: un amigo, personas que aparecen en los medios, familiares y alguien de otro país. Las relaciones informales son preferidas por los nuevos empresarios en el proceso de creación de la empresa, debido a que el intercambio personal es más flexible. Tener como referente a un componente de la familia, en general, pasa a ser la principal referencia motivadora del emprendedor. El modelo de rol emprendedor podría ser una de las variables que contribuyen a la supervivencia de la empresa y la familia es la principal incubadora de este modelo de rol. El 77,7% de los emprendedores con modelo de rol motivador mencionó a un miembro familiar como referente. Un 38,8% de los emprendedores tuvieron como referente un amigo/a y un 27,7% a alguien que aparecía en los medios. Demuestra además, que en ningún caso se menciona a un hijo/a como referente en el emprendedor. La invocación a un miembro de la familia como modelo de rol está relacionada a su vez con los valores que los emprendedores sostienen.

La mayoría de los empresarios se apoyan en su familia y amistades; éstos son considerados lazos fuertes, que les permiten conseguir soporte y obtener ciertos recursos; constituye una fuente de ganancias de seguridad, y afianza oportunidades para futuros miembros de la familia (Arregle, Hitt, Sirmon & Véry, 2007; Rosenblatt, Mik, Anderson, & Johnson, 1985).

Por otro lado, la capacidad de intercambio que generan los fuertes lazos con la familia y los amigos, son muy beneficioso para la creación de la nueva empresa a causa de las posibilidades de intercambio de conocimiento y retroalimentación. Según autores como Krackhardt (1992) Rowley et al. (2000), los lazos fuertes están asociados con el intercambio de información y el conocimiento tácito.

El estudio de Pinho (2013) indica a través de sus resultados que cuando se preguntó a los empresarios sobre el grado de importancia de ciertas relaciones en la primera etapa de evolución de sus empresas, el 74% respondió que lo más importante eran sus familiares cercanos, el 66% sus amigos y compañeros de trabajo, el 40% sus

principales clientes actuales y proveedores. Se puede asociar la naturaleza de las redes informales con la supervivencia empresarial en la etapa de crecimiento de la misma, el papel tanto de los miembros familiares más cercanos, como de los amigos y de los colegas son, de forma semejante, importantes para el desarrollo.

Los emprendedores usarán sus redes interpersonales para relacionarse con otros individuos o grupos, de esta manera buscarán el acceso a recursos y fuentes de información que pueden ser relevantes, a la hora de transformar la simple idea en negocio. Las relaciones interpersonales del emprendedor estarán constituidas por los sistemas sociales en los que se encuentra inmerso, como la familia, amigos, colegas, contactos de negocios, etc. (Herrera, 2008). Por otro lado, la red inter-organizacional es un mecanismo estratégico, válido para mejorar la ventaja de una empresa. Se trata de redes de colaboración de tipo informal y suponen una forma alternativa de coordinación frente a los mercados y las jerarquías (Hansen, 1995). Casson y Della (2007) dice que el crecimiento de una empresa se logra gracias a las redes inter-organizacionales, pero sin dejar de lado la importancia de las redes sociales, las cuales son siempre fundamentales.

Uno de los factores que influyen a la hora de implicarse en un proceso de emprendimiento es la presión social de aquellas personas que rodean al sujeto, es una norma subjetiva, se define como las creencias del sujeto sobre lo que piensan las personas de su alrededor, de su entorno más cercano (familia, amigos, etc.), sobre lo que va a hacer o lo que esperan que haga y si éstas van a apoyarle o desaconsejarle sobre la iniciativa a emprender (Trejo, 2008).

Familia y emprendimiento

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. Esto se respalda con los datos obtenidos por Sánchez (2003), según los cuales podemos concluir que 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.

La familia, en lo que se refiere a emprendimiento, es importante por varios aspectos, como son el apoyo que presta al empresario en el inicio del desarrollo de la empresa, y la influencia que ejerce a la hora de elegir la carrera profesional. Muchos estudios plasman que los hijos de empresarios tienen una mayor inclinación hacia las actividades empresariales, que otros cuyos padres tienen otra profesión o actividad no relacionada con la gestión de su propia empresa.

Una red fundamental es la familiar. Anderson, Jack y Dodd (2005) afirman que cerca de una cuarta parte de los lazos de las redes de emprendimiento son de tipo familiar, incluso, cuando hablamos de una empresa familiar, muchos de los contactos, son de familiares que trabajan fuera de la empresa, los cuales proporcionan numerosos recursos.

Existen evidencias empíricas que demuestran que los grandes empresarios *descienden de familias en la que algunos de sus miembros fueron autoempleados*. Esto reafirma la idea de que tener un padre que fue emprendedor y participar en actividades emprendedoras, aumenta las probabilidades de que los hijos repita este patrón de actividad, ya que las vivencia en un ambiente emprendedor desde sus primeros años de vida permite el desarrollo de un perfil psicológico acorde con lo que ha ido observando en su familia, y el contacto con los comportamientos emprendedores en sus progenitores, posibilita el despliegue de la capacidad creadora e innovadora, generando un espíritu emprendedor. La influencia familiar puede llegar a condicionar las actitudes de los estudiantes hacia el autoempleo; las personas cuyos padres tienen negocio propio valoran más la figura del emprendedor y menos la alternativa del empleo por cuenta ajena, lo cual no significa que tengan más aptitudes para ser emprendedores que otras personas.

González Domínguez (2006) afirma que muchos emprendedores descenden de familias en las que alguno de sus miembros ha sido o son empresarios, facilitándoles así una cultura y unos valores proclives al emprendimiento. Morris (1998) plantea que los antecedentes familiares son muy importantes, y que una vida personal con experiencias en la que los progenitores dan autonomía a los hijos impulsa al emprendimiento de estos, en tanto que una familia unida, paternalista, proteccionista, influye en que exista un nivel muy bajo de iniciativa; igual sucede con la educación, experiencias de grupo y experiencias de trabajos anteriores.

La tradición familiar de empresarios es un elemento que favorece la aparición de nuevos emprendedores (Benavides et al., 2004), ya que existen evidencias empíricas de que los empresarios descienden, en su gran mayoría, de familias en la que algunos de sus miembros han tenido o tienen una empresa. Muchos hijos de empresarios trabajan también por su cuenta. Este hecho se repite en la mayoría de las investigaciones (Veciana, 1989), lo cual se debe a que los padres empresarios, ejercen una influencia importante en la decisión de sus hijos para ser empresarios. Scott y Twomey (1988), al analizar las aspiraciones profesionales de estudiantes, encontraron una importante influencia de los padres empresarios en la intención de los estudiantes para seguir sus pasos, y explican esta influencia porque tienen una idea más clara de lo que supone ser emprendedor al estar conviviendo en ese ambiente.

Benavides et al., (2004), en su estudio con estudiantes universitarios, encuentran que la existencia de un entorno familiar, en la que se encuentran aquellos estudiantes con intenciones de crear su propia empresa, les resulta adecuada para llevar a cabo su objetivo.

Hallak, Assaker y O'Connor (2012), basándose en la literatura sobre las empresas turísticas, el espíritu empresarial y la familia utilizan un modelo estructural para examinar la relación entre la autoeficacia emprendedora y el rendimiento empresarial. Se utilizaron las muestras de propiedad familiar (N = 158) y de propiedad no familiar (N = 143) y de propietarios de turismo de pequeña y mediana empresa en las regiones de Australia del Sur. Los resultados confirman que la autoeficacia de los propietarios de negocios turísticos tiene un efecto significativamente positivo en el rendimiento de la empresa, y que la autoeficacia emprendedora de los empresarios (independientemente de si el negocio es de propiedad familiar o no) es un importante predictor del rendimiento del negocio.

Apoyo de la familia al emprendimiento

Camacho et al. (2013) quisieron comprobar la posible relación de la variable de apoyo familiar en el éxito de los emprendedores. De todas las variables personales que se consideraron, los datos indican que una de las variables más importantes es la relacionada con el apoyo familiar recibido por parte de los emprendedores, y aprecian que además de obtener apoyo moral (señalado por un 96% de los encuestados) reciben

apoyo económico de familiares y amigos, un 44%. Los sujetos que participaron se separaron en dos grupos. Ambos grupos eran emprendedores, pero sólo uno de ellos había tenido un relativo éxito en la gestión. En general, los participantes del estudio consideran que recibieron apoyo moral para llevar a buen puerto su proyecto emprendedor, pero sólo un 27%, recibió apoyo económico de la familia para llevarlo a cabo y un 13% dijo no recibir apoyo. En relación al grupo exitoso estos valores se ven incrementados; especialmente notorios son los valores sobre el apoyo económico que llega a casi la mitad de los emprendedores, con un 47%. Al respecto, estos autores concluyen que el apoyo afectivo y económico que logren los emprendedores podría ser uno de los determinantes del éxito del proyecto emprendedor.

La familia o el cónyuge se pueden convertir, tanto en un medio para obtener clientes, en una fuente de apoyo laboral, 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 y Watkins (1983) y Gasse (1985), Carvajal, Fiedler y González (1989).

Para Cuadrado y García (2006) el entorno familiar es un inductor de la actividad empresarial. El 60% de los empresarios proceden de familias con experiencia empresarial y, particularmente, en el caso de las mujeres. Más en concreto aún, el 51% habían tenido la experiencia en la misma actividad empresarial. La tradición empresarial influye de forma determinante en la elección del sector del nuevo emprendedor, así como en el éxito del proyecto.

Resultados similares obtuvieron Shapero y Sokol (1982) 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 emprendedores. Estos elementos facilitan la creación de su empresa bajo la perspectiva de que ser empresario se convierte en una situación deseable.

El Estudio del Perfil del emprendedor Gijónés (2004–2007) confirma que la tradición que exista en la familia sobre los aspectos empresariales, es en algunos casos determinante a la hora de emprender un negocio. Un 47% de los emprendedores encuestados afirman que cuentan con familiares que poseen un negocio propio, el 46,22% de las emprendedoras y el 48,15%, en el caso de los hombres, de lo que deducen la importancia que tiene contar con antecedentes familiares empresariales que

influyen de manera positiva a la hora de crear un negocio propio (Centro Municipal de Empresas de Gijón, 2007).

Para los emprendedores inmigrantes contar con el apoyo familiar es muy importante, aquellos que cuentan con un fuerte respaldo de su entorno familiar tienen más posibilidades de tener éxito en el negocio (Raijman & Tienda, 2000). Los lazos familiares y de amistad ayudan al crecimiento de la empresa, a través del asesoramiento, la información, y, por supuesto, el capital. Las características del hogar o de la unidad familiar son un condicionante para el tipo de estrategia empresarial que se tome (Ram & Jones, 2001).

Algunas investigaciones manifiestan que la participación de miembros de la familia en el negocio generalmente se desarrolla por hombres; la participación de las mujeres se puede nombrar como algo anecdótico (Anthias & Mehta, 2003). La participación de los hijos en la empresa, hablamos de inmigrantes, depende de la intersección entre las relaciones de obligación y la falta de oportunidades en el mercado de trabajo por cuenta ajena (Sanghera, 2002). Por otro lado, Ram y Jones (2001) comprueban que la participación por parte de los hijos en la empresa familiar puede repercutir o bloquear la trayectoria educativa de los mismos, a causa de tener que dedicar horas al negocio familiar. Los emprendedores plantean que el negocio familiar puede actuar como una red de seguridad para los hijos; los padres pierden capital financiero para invertirlo para el futuro de sus hijos (Marger, 2001).

El estudio realizado por Danes, Craft, Jang y Lee (2013), trató de investigar los instrumentos de apoyo social adaptados a la afiliación entre los empresarios y los cónyuges tanto masculinos como femeninos. Sólo unos pocos estudios han examinado empíricamente el contexto de la relación de pareja en el seno de la creación de empresas (Danes & Morgan, 2004; Danes & Olson, 2003; Liang, 2002). “Las empresas con el fuerte apoyo de las familias producen empresas familiares fuertes” (Danes, Stafford, Haynes & Amanapurkar, 2009). La forma de interactuar entre los cónyuges y la relación de pareja que tienen influye en el éxito o no de la creación de una nueva empresa (Danes et al, 2010; Matzek, Gudmunson & Danes, 2010; Oughton & Wheelock, 2003; Rogoff & Heck, 2003).

El apoyo recibido por el cónyuge, ya sea instrumental (ayudando en las tareas domésticas) o apoyo emocional (escuchando de forma empática las preocupaciones de

la otra persona) implica mejores resultados a la hora de llevar a cabo un proyecto empresarial (Gurman, 2008). Los cónyuges contribuyen mediante aportaciones económicas a través de trabajo remunerado y no remunerado, y asumiendo tareas de la empresa de manera informal (Poza & Messer, 2001).

Dar y recibir apoyo social puede estar influenciado por los roles masculinos y femeninos en la empresa y en la pareja (Rodríguez, Hildreth, & Mancuso 1999); los hombres son más propensos a recibir apoyo social de sus parejas que las mujeres (Knudson & Mahoney, 2009). La causa de lo anterior estriba en que en las empresas familiares, las mujeres sienten la necesidad, o creen que tienen la obligación, de estar atentas y apoyar las carreras de sus maridos, hasta el punto de limitar sus propias aspiraciones profesionales y personales (Rodríguez et al., 1999).

La influencia del trabajo y la familia en el éxito profesional, y el buen estado psicológico de las mujeres y hombres emprendedores fue estudiada por Parasuraman, Purohit, y Godshalk (1996) en una muestra de 111 emprendedores y emprendedoras. El tiempo obligatorio que se ha de dedicar al trabajo y a la familia presenta una variación sustancial en virtud del sexo del emprendedor. En el caso de la mujer, el mayor tiempo que ha de dedicar tanto al trabajo como a la familia se interpone en el éxito de su carrera empresarial.

Los empresarios cuyos padres también dirigen una pequeña empresa, tienen más probabilidades de éxito que la población media (Rosenblatt et al, 1985). Tener un padre que fue emprendedor aumenta las probabilidades de que un hijo repita este patrón de actividad al observar desde las etapas iniciales de su vida estos comportamientos emprendedores en sus progenitores, aprendiendo entonces a desarrollar la capacidad de creatividad, innovación y desarrollando un perfil psicológico acorde a lo que observa en sus padres.

Al contrario de lo que puede parecer, la participación de los hijos simplemente se ve como algo provocado por la falta de elecciones educativas y laborales, no se ve como motivación para colaborar y contribuir al crecimiento de la empresa familiar. Está influido por la presión por parte de los padres para contribuir en el negocio familiar cuando se le requiera, (Sanghera, 2002).

La influencia de los antecedentes familiares podría ayudar a sentir un miedo menor hacia el riesgo de crear una empresa, y por otro lado favorecer la creación de las

mismas. Han aprendido de sus familiares que hay distintos roles de empresario; aquellos que cuentan con antecedentes familiares positivos dentro del mundo del emprendimiento encuentran menos barreras de entrada en el caso de querer emprender.

Para Gorton (2000) las personas que forman parte de una familia que con tradición emprendedora presentan un mayor interés, una tendencia mayor a la creación de negocios propios que las personas que no han vivido esta costumbre. Son más propensos al riesgo, valoran la autonomía y, en muchos casos, desde la infancia se han visto ya a sí mismos como empresarios.

1.3.5. FORMACIÓN Y EXPERIENCIA LABORAL

La experiencia laboral es otro de los aspectos que favorece la eficiencia emprendedora, ya que constituye una fuente de aprendizaje y desarrollo de las competencias profesionales, y aporta conocimiento sobre la actividad laboral en la que se va a emprender. Según Ortiz y Millán (2010), la intención emprendedora está relacionada con distintas áreas de conocimiento, por lo que no podemos obviar el papel de la educación como un aspecto o factor social que influye a la hora de emprender. Es importante tener en cuenta el apoyo del centro educativo como incentivo de la conducta emprendedora, haber realizado prácticas laborales, formación específica para el emprendimiento y autoempleo, etc. Las condiciones de trabajo que se hayan tenido anteriormente a la idea de emprender y las expectativas laborales, son factores influyentes en el emprendimiento.

En esta línea se sostiene que la actividad emprendedora resulta de un proceso racional de decisión por parte de un individuo, que debe poseer los conocimientos y habilidades requeridas para crear y dirigir una empresa. La capacidad de aprender de la experiencia previa y la formación recibida son los elementos clave a este respecto (Zapalska, 1997; Timmons, 1999; Lundström & Stevenson, 2005).

En efecto, para que un individuo se plantee poner en marcha un negocio deberá sentirse en posesión de los conocimientos necesarios para hacerlo, pues nadie actuando racionalmente se enfrenta de forma voluntaria a situaciones que no sabe cómo resolver (Ihrig et al., 2006). En este sentido, cuando un sujeto dispone de una formación

académica y profesional adecuada y/o tiene experiencia como emprendedor, puede acumular un stock de habilidades y conocimientos que le permitirá aumentar su nivel de confianza en sí mismo y le será de gran ayuda a la hora de crear una empresa (Minniti & Bygrave, 2001).

Además, según Mars y Garrison (2009), los estudiantes más interesados en la creación de su propio negocio, procuran mejorar su educación adquiriendo conocimientos en cursos complementarios y/o en materias específicas sobre creación de empresas.

Thomas (2004), analiza la relación entre educación y emprender y concluye que los licenciados universitarios emprenden menos porque esperan mejores oportunidades en otros empleos y porque antes de emprender quieren obtener más experiencia. Trejo (2002) comprueba que los universitarios tienen una baja intención de crear su propia empresa. El 86,5% de los estudiantes de universidad prefieren ser contratado a crear su propio negocio y su intención de emprender es menor que la de los estudiantes de bachillerato, formación profesional o escuelas taller.

Davidsson (1991) analizó el éxito, entendido como el crecimiento empresarial, de 322 empresarios y concluye que la formación influye en la motivación emprendedora y ésta en el crecimiento de la empresa.

Pérez y Sánchez (1998) estudiaron el éxito, como crecimiento de las ventas, de 50 empresarios y concluyeron que el deseo de independencia es la principal motivación para emprender; no obstante el éxito sólo se relaciona positivamente con el nivel de formación, la participación en proyectos anteriores, la experiencia comercial y el número de fundadores.

Abdesselam, Bomnet y Le Pape (2004), analizaron la supervivencia de las nuevas empresas y el perfil demográfico y motivacional del empresario y concluyeron que existen relaciones significativas entre algunas variables del perfil del empresario y la supervivencia de la nueva empresa: necesidad de logro, formación específica, experiencia, etc.

Con relación a la experiencia laboral los resultados obtenidos son heterogéneos. Guillén et al. (2004) y en Benavides et al., (2004) la experiencia laboral no fue una variable que se relacionara positivamente con la intención emprendedora de los estudiantes. Sin embargo, otros han demostrado que los emprendedores que han

desempeñado ya un trabajo remunerado presentan mayor ventaja con respecto a los que nunca han vivido experiencias de este tipo. Rubio et al., (1999), afirman que la falta de experiencia puede suponer una importante limitación para aquellos interesados en la puesta en marcha de nuevas ideas. A través de la experiencia laboral, el emprendedor conoce el significado e importancia del trabajo en equipo, aprende a trabajar para generar intereses mancomunados y a identificarse con grupos de trabajo eficientes.

Es importante destacar que la experiencia necesaria para el emprendedor no se refiere sólo al conocimiento del ramo o de la industria en la cual establecerá su empresa, también significa la obtención de todo un conjunto de herramientas gerenciales y la aplicación de los principios básicos de la administración que le permitan dirigir exitosamente el rumbo de su organización.

El estatus laboral previo a la opción de autoemplearse es determinante en la decisión de abordar un proyecto emprendedor (Beaucage, Laplante & Légaré, 2004). No sólo influyen en el emprendimiento los factores externos y los factores personales, sino que hay circunstancias como el empleo previo que pueden influir en la consideración de la iniciativa empresarial como posible válvula de escape.

Las condiciones laborales, obtención de reconocimiento social, unido a la necesidad de mejora en el puesto de trabajo son factores que promueven la acción de emprender; así lo dicen en sus estudios Shapero y Sokol (1982) y también Evans y Lighton (1989).

Cooper (1971) analizó el resultado empresarial de 30 emprendedores y concluye que el papel de la institución incubadora y de la experiencia empresarial previa del fundador son determinantes en su resultado, aunque no hay que olvidar la importancia del ímpetu y de la motivación que el mismo posee para emprender.

March y Yagüe, (1997) concluyen que “la razón principal para iniciar un negocio está vinculada directamente con el trabajo anterior que tenía el fundador” (p. 22).

Los estudios de Barba, Jiménez & Martínez (2012) nos muestran que, junto a otros factores personales y sociales, la experiencia empresarial previa del empresario emprendedor influyen en el incremento del número de trabajadores de las empresas de reciente creación, en consonancia con lo que afirmaban autores como Wainer y Rubin (1969), Smith y Miner (1985); Johnson (1990), Davidsson (1991) o Box, White y Barr

(1993), si bien el modelo analizado explica un porcentaje no muy alto de la variación del mismo (17,3%).

Planellas (2003) analizó el nivel de éxito de las nuevas empresas y concluyó que hay determinadas características del empresario que influyen en los resultados, si bien todas están relacionadas con la experiencia y los conocimientos previos del emprendedor. Determinadas características biográficas del empresario tienen un claro impacto sobre los resultados (la experiencia previa en un puesto directivo y en la creación de empresas, y el conocimiento del producto) mientras que otras son menos relevantes (los años de experiencia empresarial).

Los datos del informe GEM en España (2014) recogidos en la figura 1.3.2, muestran que la percepción de poseer conocimientos, habilidades y experiencias para emprender se ha mantenido estable en la última década. En la población involucrada en actividades de emprendimiento casi duplicaba a la de la población no involucrada en los datos de 2014 (84,2 vs. 43,1%).

Figura 1.3.2. Evolución de la percepción de posesión de conocimientos, habilidades y experiencia para emprender

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Población no involucrada	46,4%	50,9%	47,0%	47,0%	51,2%	50,2%	41,2%	44,2%	42,7%	43,1%
Población involucrada	85,8%	92,3%	84,2%	82,3%	87,3%	85,2%	83,4%	86,0%	84,2%	84,2%
Total	48,6%	50,1%	47,2%	46,5%	51,2%	49,8%	50,9%	50,4%	48,4%	48,1%

Fuente: GEM en España (2014), p. 39

Asimismo se observó que los grupos de edad que iban de los 25 a los 54 años poseían un índice de TEA⁴ superior al TEA general (de 6,1% a 6,4% en la población de 25 a 53 años frente al general que fue de 5,5%) en 2014, lo cual parece tener relación con la mayor posesión de conocimientos y experiencia laboral en dichos grupos de edad.

Respecto al nivel de estudios se constata que los mayores grupos de emprendedores son los que poseen educación secundaria o superior, suponiendo conjuntamente un 75,8% de los emprendedores potenciales, un 72,5% de los nacientes, un 73,8% de los nuevos y un 68,5% de los consolidados. Ambos grupos muestran

⁴ El índice TEA es el principal analizado por el GEM es la Tasa de Actividad Emprendedora (Total Early-stage Entrepreneurial Activity -TEA), ratio que mide las iniciativas empresariales de entre 0 y 3,5 años en el mercado sobre la población de 18-64 años de un país.

grandes diferencias con los poseedores de educación primaria, de postgrado y especialmente de los sin estudios (cuya presencia es anecdótica).

El proyecto GEM recaba además información relativa a la formación recibida específicamente para emprender. De los datos relativos a 2014 se desprende que las personas que se hallan en las primeras fases del proceso emprendedor han recibido dicha formación en mayor medida que los empresarios consolidados o los que han abandonado la actividad empresarial (43,1-43,5% en etapas iniciales frente al 28,0% en empresarios consolidados y el 36% en fase de abandono). Si tomamos en cuenta el total de la población adulta, el nivel educativo correlaciona positivamente con el porcentaje de emprendedores tal como se observa en la figura 1.3.3. Si bien las diferencias entre los grupos varían cada año, el nivel educativo superior siempre es el que puntúa más alto y el bajo el que lo hace en menor medida. En el año 2014 la diferencia entre el superior fue la más acusada de la última década (7,5% en el nivel de estudios superiores frente al 4,8 en el nivel medio y el 3,8% en el nivel bajo).

Figura 1.3.3 Evolución del índice TEA por nivel de educación en España

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
TEA_bajo	4,7%	6,0%	6,1%	5,7%	3,9%	3,0%	4,2%	3,5%	3,2%	3,8%
TEA_medio	5,0%	7,7%	7,2%	7,0%	4,7%	4,5%	5,0%	6,4%	5,3%	4,8%
TEA_superior	7,3%	8,2%	9,0%	8,1%	6,3%	5,3%	6,8%	7,3%	7,2%	7,5%

Fuente: GEM 2014: España, p 66

1.3.6. EDAD Y EMPRENDIMIENTO

Para Bonnet y Furnhan (1991), los jóvenes perciben en menor medida el éxito o el fracaso y por tanto tienen menos miedo a iniciar experiencias emprendedoras. Sin embargo, Blanchflower y Meyer (1994) afirman que la posibilidad de emprender aumenta con la edad y la experiencia laboral, mientras que Jackson y Rodkay (1994) señalan que cuanto mayor sea el individuo menor propensión a crear una empresa tiene. El rango de edad 25-40 años es el periodo más proclive porque tienen energía, cuentan con cierta experiencia y conocimientos, poseen un adecuado nivel de autoconfianza, no tienen excesivas responsabilidades familiares o no tienen una posición social consolidada que arriesgar.

En la investigación realizada por Salvador (2009) los resultados indican, en la muestra española, que a mayor edad menor es la posibilidad de emprender negocios, lo cual no se confirma con la muestra mexicana.

Álvarez, Noguera y Urbano (2012) indican una relación cuadrática entre el emprendimiento y la edad, así pues la probabilidad de ser emprendedor incrementa con la edad hasta llegar a un punto máximo a partir del cual empieza a decrecer (Levesque & Minniti, 2006). Sobre este comportamiento emprendedor relacionado con la edad y el emprendimiento no se manifiestan diferencias entre hombres y mujeres.

El Informe GEM en España, de 2014, señala que el grupo de emprendedores más joven es el de emprendedores potenciales, con una edad media de 37,0 años, seguidos del conjunto de los que se hallan en fase inicial, con una media de 40,2. Las edades aumentan en el grupo de empresarios consolidados alcanzando en 2014 los 48,2 años. Por último, la media de edad de las personas involucradas en el cierre de empresas fue de 45,4 años.

En cuanto al porcentaje respecto a la población total, de cada grupo de edad (figura 1.3.4), en el año 2014, los mayores porcentajes se encontraban en los intervalos de edad 25-34, 35-44 y 45-55 años hallándose todas por encima del 6% mientras que los intervalos de los extremos (18-24 y 55-64 años) eran sensiblemente inferiores.

Si atendemos a la serie histórica, se puede apreciar un aumento del índice TEA en la antesala y primeros momentos del período de crisis económica en todos los grupos de

edad de manera que los mayores porcentajes se hallan entre los años 2006 y 2008. Este aumento fue seguido de un decremento que alcanzó su suelo de forma generalizada en el año 2010 para volver a elevarse de nuevo y lograr cierta estabilidad.

Figura 1.3.4 Evolución del índice TEA por edades en España

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
TEA 55-64	3,0%	3,5%	4,3%	4,8%	1,7%	1,4%	2,3%	2,9%	1,9%	3,1%
TEA 45-54	4,6%	6,4%	6,4%	6,0%	4,0%	3,2%	4,7%	5,5%	5,5%	6,1%
TEA 35-44	7,1%	8,6%	8,1%	8,1%	5,8%	5,8%	7,6%	6,6%	7,1%	6,4%
TEA 25-34	6,6%	10,5%	11,8%	9,4%	8,5%	6,2%	6,9%	7,9%	6,1%	6,3%
TEA 18-24	4,8%	4,9%	5,0%	5,0%	3,0%	2,8%	4,4%	3,4%	3,3%	3,8%

Fuente: GEM 2014 España. p. 62

1.3.7. CAPITAL SOCIAL

Doh y Zolnik (2011) sostienen que el capital social puede ser uno de los elementos fundamentales para los individuos en la identificación de nuevas oportunidades de negocio. Se entiende por capital social un tipo de recurso insertado en las propias redes sociales al que se puede acceder y que se puede movilizar a través de los lazos de la red social. El capital social puede facilitar el acceso a la información y la financiación, siendo un factor importante que favorece la creación de empresas.

Cuando se habla de emprendimiento es importante hablar de la estructura social, y específicamente del capital social. Este se valora considerando la posición social de las organizaciones, los vínculos de intercambio, las redes de contactos y las relaciones con los demás en términos de cooperación y confianza. El capital social es un proveedor de redes que facilitan flujos de conocimiento, oportunidades, acceso a recursos que contribuyen al éxito y una mayor cooperación (Davidsson & Honig, 2003; Markman & Baron, 2003). En estas redes el emprendedor encuentra los recursos que le permiten valorar las oportunidades y no escatimar en los esfuerzos para poner en marcha un proyecto empresarial.

La literatura vincula el capital social a la actividad empresarial (Ali, 1995; Dubini & Aldrich, 1991; Elfring & Hulsink, 2003; Minniti, 2004 y 2005). En un estudio de las empresas familiares chinas en Singapur, Lee y Tan (2001) encontraron que en las etapas

iniciales de crecimiento de las empresas, existe una fuerte dependencia en las relaciones personales de crédito, así como para la ayuda laboral de la familia. Gallup indica que "tener a alguien con quien contar", y "tener a alguien que no sea un miembro de la familia, en quien se confía lo suficiente como para hacer pareja de negocios", son predictores globales consistentes de intención emprendedora y aumentan la probabilidad de iniciar un negocio. Del mismo modo, Ramachandran y Ramnarayan (1993) encontraron que los empresarios que establecen redes más allá de sus amistades y de la familia inmediata, con la comunidad en general y la industria, es probable que sean más exitosos. El establecimiento de amplias redes está estrechamente vinculado al acceso a la información. Parker (2008) encontró que las redes empresariales permiten a los empresarios a compartir la información, lo que conduce a una mayor eficiencia y mayores tasas de supervivencia.

Dentro del capital social, hay distintas variables. Algunas de las que se consideran indicadores positivos son el tamaño, la diversidad, la densidad de la red, si los vínculos son fuertes o débiles, y la redundancia de la red (Brüderal & Preisendorfer 1998). Los lazos fuertes son definidos en base a la intensidad de la relación entre los actores; cuando la intensidad es alta es cuando los lazos se consideran como fuertes. Generalmente aquí se incluye a los miembros de la familia y a los amigos más cercanos. Granovetter (1974) dijo que la diversidad de la red a través de los vínculos débiles es esencial para obtener información no redundante sobre el mercado laboral.

Las nuevas empresas son un aspecto muy importante en el estudio del desarrollo organizacional, ya que determinan el punto en el que algunos emprendedores tienen éxito en la creación de su empresa y otros fracasan. El capital social es un elemento clave para la creación de empresas. Numerosas aportaciones llegan desde la Teoría de las Redes Sociales (Granovetter, 1985). Davidsson y Honig (2003) y observan que el capital social de los emprendedores ayuda a predecir quién crea una empresa y quién consigue avanzar en dicho proceso y lo culmina de forma exitosa; por lo que los contactos empresariales son una fuente de información sobre las oportunidades del negocio y permiten acceder a recursos adicionales que sirven como modelos de referencia, con un papel muy importante en la motivación de los emprendedores en el proceso de creación de la nueva empresa.

Hobfoll (1998, 2001) considera que los emprendedores organizan sus recursos personales y sociales en función y desde su relación con los demás y su empresa para, así, hacer frente o ajustarse a una vida en circunstancias desfavorables.

1.3.8. COGNICIÓN SOCIAL, MODELOS SOCIALES DE REFERENCIA Y APRENDIZAJE SOCIAL EN EL EMPRENDIMIENTO

Los autores que prestan más atención a la cognición social, subrayan la necesidad de considerar la dinámica entre las personas y su entorno, al entender que el emprendimiento es una actividad que se produce en el contexto social, a la vez que se encuentra en la representación cognitiva que las personas hacen con relación a la actividad emprendedora (Mitchell et al., 2002; Shaver & Scott, 1991).

El estudio realizado por Lüthje y Franke (2003) reveló que los factores contextuales relacionados con los obstáculos y los apoyos percibidos para crear una empresa afectaban a la preferencia por seguir una trayectoria empresarial, al mismo tiempo que moderaban la relación actitud-intención. Así, en aquellos casos en que se percibía un contexto hostil, los estudiantes no mostraban su deseo de iniciar una empresa pese a su actitud favorable hacia el autoempleo. Para estos autores, la percepción de barreras a superar y de apoyo a recibir, tienen un importante papel en la conducta empresarial de los estudiantes. Con lo cual se puede afirmar que la creación de una empresa ocurre en un contexto socioeconómico y cultural, donde son relevantes la identificación de las oportunidades y la viabilidad de un proyecto empresarial frente a la consideración de los riesgos potenciales.

También los resultados contribuyen a enfatizar la importancia de la detección de oportunidades. Juzgar como fuente de oportunidades el estado del entorno hace que la propensión emprendedora se incremente con carácter general, especialmente en entornos de crisis. “Ello implica que en entornos económicos hostiles cobra todavía más importancia disponer los mecanismos necesarios para facilitar a los individuos, tanto información acerca de posibles negocios en su contexto, como herramientas para identificar y juzgar la factibilidad de las oportunidades” (Martínez, Mira y Gómez, 2012, p.60).

Autores como Scherer, Brodzinsky y Wiebe (1991) realizan investigaciones en las que han adaptado los principios de la Teoría del Aprendizaje Social de Bandura (1977) al emprendimiento. El núcleo central de la teoría es la autoeficacia, la cual sugiere que las capacidades reales de un individuo sólo importan si este tiene confianza en las mismas y en que podrá conseguir el resultado deseado (Bandura, 1989).

Gibson (2004) defiende los modelos de referencia como las personas que son similares a uno mismo y, por lo tanto, al vincularse el individuo a estos modelos puede motivarse, aprender y definir su propia percepción. Por tanto, se puede considerar los modelos de referencia como expertos contextuales que proporcionan las funciones instrumentales o psicosociales dentro de la red social de una persona. Cabe nombrar que la noción de los modelos de referencia se origina en la Teoría del Aprendizaje Social y la Teoría del Desarrollo Cognitivo.

La Teoría del Aprendizaje Social defiende que los individuos prestan atención a los modelos de referencia, ya que éstos son útiles para aprender nuevas tareas, habilidades o normas que dan sentido a su entorno (Bandura, 1989). Según esta teoría, una de las formas indirectas en que se produce el aprendizaje es mediante la observación de otros individuos que son vistos como modelos a seguir. Por lo que conocer a otras personas emprendedoras hace que merme la sensación de ambigüedad ante la creación de un nuevo negocio y, a su vez, fomenta el crecimiento del espíritu empresarial (Davidsson & Honig, 2003).

La creación de empresas es un fenómeno que se encuentra arraigado en el contexto social del sujeto y en las percepciones subjetivas del individuo sobre su entorno, su posición en el mismo son muy importantes ya que están correlacionadas con la decisión de crear una empresa, y más si cabe en las mujeres (Minniti & Nardone, 2006; Verheul et al., 2005; Wagner, 2004). Dichas percepciones no son innatas, si no que vienen influidas por el contexto sociocultural y en muchas ocasiones, por los modelos de referencia (Minniti, 2009).

Baron (2000a) y Begley y Boyd (1987a) demostraron la incidencia de los modelos de referencia en mayores niveles de autoeficacia que se puede mejorar a través de la persuasión social o el estímulo positivo y la retroalimentación que los individuos reciben de sus modelos de referencia (Cox, Mueller, & Moss, 2002).

Uno de los mecanismos básicos por los que la actividad emprendedora se genera, se basa en los procesos de aprendizaje social (Bygrave & Minniti, 2000; Minniti & Bygrave, 1999). Según la Teoría del Aprendizaje Social de Bandura (1977), la mayor parte del comportamiento humano es aprendido mediante la observación de modelos que ejecutan el comportamiento en cuestión, siendo éste uno de los medios más poderosos para transmitir valores, actitudes y patrones de pensamiento y comportamiento (Sánchez, 2006).

De acuerdo con la teoría de Bandura, se observa que la importancia del aprendizaje indirecto de los individuos a través de los modelos de referencia, refuerza la autoeficacia y la capacidad para percibir nuevas oportunidades. Pero, por otro lado, la Teoría del Desarrollo Cognitivo plantea que las mujeres tenderían a identificarse con otras mujeres en el contexto empresarial, pero la falta de modelos de referencia femeninos les hace realizar operaciones de cognición más sofisticados e identificarse en más casos con hombres (Justo & Díaz, 2012).

Los grupos de referencia o pertenencia actúan como modelos, como factores importantes que permiten explicar la intención o actitud emprendedora a partir de la interacción entre aspectos personales y sociales (Ortiz y Millán, 2010).

Los modelos sociales son un factor influyente en la conducta emprendedora, son aquellas personas que forman el círculo social del individuo, son las personas de referencia, las cuales actúan como ejemplos para él. Contar con algún miembro de la familia directo, o amistad próxima que son o hayan sido empresarios, estará positivamente relacionado con la intención de emprender. El conflicto entre las demandas del rol familiar y profesional da pinceladas a la explicación de por qué existe un menor porcentaje de mujeres emprendedoras. Las diferencias de género influyen a la hora de crear una empresa, incluso de pensar la idea. Además, dependiendo de la zona geográfica en la que se encuentre el individuo, habrá una cultura empresarial más o menos arraigada, lo cual también influirá a la hora de emprender.

Desde la Teoría Social Cognitiva se sostiene que una de las principales fuentes para generar autoeficacia en las personas es el modelado de rol o experiencia vicaria. El modelado afecta a los sentimientos de competencia a través de un proceso de comparación social, debido a que la gente, a menudo, juzga sus propias capacidades en comparación con las de otros (Bandura, 1997). De ello se desprende que la presencia de

modelos del rol emprendedor influye positivamente sobre los sentimientos de autoeficacia emprendedora de las personas (Baron, 2000; Boyd & Vozikis, 1994; Erikson, 2003). En concreto, Scherer, Adams, Carley & Wiebe, (1989) encontraron que la presencia de un padre emprendedor, se asociaba con mayores aspiraciones de educación en materia emprendedora, mayor autoeficacia emprendedora, y mayor preferencia por emprender.

Se ha visto que la existencia de modelos positivos del rol emprendedor en el entorno del individuo influye sobre la decisión de emprender y se asocia con la probabilidad de crear una empresa propia en el futuro (Brockhaus & Horwitz, 1986; Dyer, 1994; Kolvereid, 1996; Scherer et al., 1989; Scott & Twomey, 1988). Es decir, los individuos con más posibilidades de observar directamente a emprendedores serán más propensos a convertirse en emprendedores, puesto que experimentarán una mayor interiorización de los conocimientos y destrezas necesarios para crear una empresa y tendrán una percepción más positiva sobre la deseabilidad de convertirse en empresarios (Bygrave & Minniti, 2000; Minniti & Bygrave, 1999).

El propósito del estudio de Sánchez (2009) ha sido explicar las diferencias encontradas entre los niveles de actividad emprendedora de México, España y Portugal a partir de un efecto auto-reforzante, por medio de mecanismos de aprendizaje social. Se planteó que el país de residencia, como variable indicadora del nivel de exposición a modelos de rol emprendedores, predeciría la autoeficacia emprendedora y las intenciones de emprender de los jóvenes implicados en decisiones de carrera. Se recogieron datos de auto-informe a partir de una muestra de 377 participantes de los tres países. Los análisis de MANOVA y regresión mostraron mayores niveles de autoeficacia e intenciones emprendedoras en los jóvenes mexicanos en comparación con sus iguales españoles y portugueses, y que el país de residencia influyó sobre la intención de emprender por mediación de la autoeficacia emprendedora.

El entorno social transmite al individuo normas, lenguaje, aspiraciones educativas y preferencias de carrera a través del aprendizaje social y el modelado (Bandura, 1977). En este contexto, la socialización emprendedora se refiere a las experiencias que impulsan al individuo para elegir la opción de emprender (Dyer, 1994) en un proceso de aprendizaje a través del cual la persona adquiere y se familiariza con el conocimiento y las destrezas necesarias para desempeñar el rol emprendedor. Por tanto, la socialización emprendedora es un conjunto de experiencias relacionadas con la realización exitosa de

las tareas emprendedoras que pueden ser fácilmente establecidas, a partir de la interacción con personas que poseen características emprendedoras, que sirven como modelos de rol. Siguiendo la teoría de Bandura (1986), tales modelos dirigen la atención del individuo hacia el fenómeno empresarial, le inculcan los conocimientos y habilidades necesarios para crear una nueva empresa y activan, facilitan y proporcionan apoyo al surgimiento de comportamientos emprendedores.

Encontrarse rodeado de una cultura empresarial, por el interés al emprendimiento que existe en el área geográfica en la que se reside, o por tradición familiar, produce la aparición de modelos a imitar, y por lo tanto generación de conocimientos y transmisión de los mismos, lo cual favorece la creación de nuevas empresas (Audretsch & Keilbach, 2008; Bergmann & Sternbert, 2007; Reynolds, Storey & Westhead 1994).

Como ya hemos visto el informe GEM (2014) también recoge que el surgimiento de la actividad emprendedora requiere la conjunción de dos tipos de elementos:

- a) Características individuales: propias de cada sujeto como son conocimientos, modelos de referencia o habilidades.
- b) Factores contextuales: como la imagen social de emprendedor o los estándares de vida.

La conjunción de ambos elementos da lugar a un estado de alerta del propio emprendedor que posibilita el reconocimiento o la generación de oportunidades de negocio y que con el paso del tiempo va configurando una serie de valores, percepciones y aptitudes propias de una población vinculada a la actividad emprendedora. De este modo se pueden evaluar y comparar dichas características en poblaciones involucradas y no involucradas en actividades emprendedoras.

Una de esas características es *la percepción de oportunidades para emprender*. El informe GEM España (2014), muestra la evolución de este indicador desde el año 2005 (figura 1.3.5). Atendiendo a estos datos se puede observar que las diferencias entre ambas poblaciones se mantienen estables durante la serie temporal, siendo en torno a diez puntos porcentuales superior en la población implicada en actividades emprendedoras. Se constató un aumento en 2006 que supuso el máximo en el período evaluado para después descender hasta alcanzar mínimos en los años 2011 y 2012. Es remarcable el aumento acontecido desde entonces de tal manera que los datos de 2014 se aproximan a los obtenidos en 2008 en los comienzos de la crisis económica.

Figura 1.3.5 Evolución de la percepción de oportunidades para emprender en los próximos seis meses

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Población no involucrada	28,3%	34,2%	24,9%	20,3%	16,9%	18,8%	12,7%	12,9%	14,7%	21,5%
Población involucrada	40,2%	45,7%	38,8%	31,0%	25,3%	26,4%	20,2%	19,6%	24,5%	30,7%
Total	28,0%	25,7%	25,0%	23,4%	16,9%	18,8%	14,4%	13,9%	16,0%	22,6%

Fuente: GEM 2014: España p. 38

También se evaluó la presencia de modelos de referencia en el entorno cercano mediante el reconocimiento de la existencia de emprendedores en la zona de residencia (figura 1.3.6).

Figura 1.3.6 Evolución de la percepción de la existencia de modelos de referencia

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Población no involucrada	31,3%	36,3%	35,3%	30,2%	32,6%	32,4%	24,2%	28,3%	27,7%	32,8%
Población involucrada	53,1%	56,2%	55,4%	57,3%	53,7%	50,3%	44,2%	48,3%	50,6%	56,3%
Total	31,8%	35,8%	35,5%	37,6%	32,6%	32,4%	28,7%	31,1%	30,8%	35,7%

Fuente: GEM 2014: España, p.40

Los datos del GEM España 2014 muestran diferencias estables entre grupos; la población involucrada en procesos emprendedores puntúa en torno a un 20% más que la no involucrada. En los últimos diez años se puede apreciar cierta continuidad con un ligero aumento hasta el año 2008, a partir del cual se produce un paulatino declive que llega al mínimo en 2011. Desde 2011 se aprecia un aumento continuado de la percepción de modelos de referencia hasta el 2014.

El comportamiento emprendedor se puede ver influido por las opiniones sobre aspectos socio-culturales, tales como si el emprendimiento es una buena opción profesional, la percepción del estatus socio-económico del emprendedor, la opinión sobre la equidad en las condiciones de vida o el papel de los medios de comunicación en la difusión de iniciativas emprendedoras. La opinión sobre el emprendimiento como una buena opción profesional en España se encontró en sus niveles más bajos en los años 2013 y 2014 (54,3% y 53,9% en la población total), mostrando un acusado descenso, de casi diez puntos, respecto a los datos obtenidos en 2012 y poniendo de manifiesto un menor atractivo como opción profesional. Respecto a la opinión de que emprender brinde estatus social y económico en España la situación es análoga, apreciándose un continuo descenso desde el año 2011 (donde se obtuvieron puntuaciones de entre un 64,9% y un 67,0% según los grupos de población), hasta alcanzar el mínimo de los

últimos diez años en 2014 (49,0% para todos los grupos). Este indicador podría estar vinculado al anterior, ya que al reducirse el emprendimiento como opción profesional le hace perder valor y atractivo. Sobre la preferencia de equidad en los estándares de vida en España se produjo un espectacular aumento (superior a cuarenta puntos) entre los datos de 2012 y 2013 y que se mantuvieron estables con una ligera reducción en 2014 (aproximadamente de dos puntos en todos los grupos de población), cuando se situó en torno al 72%. Por último, y respecto a la difusión del emprendimiento en los medios, las puntuaciones se hallaban en paulatino aumento desde 2009 (con un acusado repunte en 2012 que descendió al año siguiente) en el año 2014 resultaba un 45,2% para la población no involucrada en procesos de emprendimiento y en un 54,0% para la sí involucrada.

En el apartado 6 del cuestionario cuantitativo (anexo 3) preguntamos a los sujetos sobre su experiencia laboral y de liderazgo antes de crear su empresa, si algún miembro de su familia o de sus amistades próximas ha sido o es empresario, cómo le han influido distintas personas cercanas a la hora de crear su empresa, la forma en que se formó y adquirió las competencias para desarrollar su negocio... Más adelante analizaremos las diferencias en estas variables sociales entre emprendedores y no emprendedores y su relación con el éxito emprendedor.

1.4. CONSTRUCTOS PSICOSOCIALES Y EMPRENDIMIENTO

En la literatura científica encontramos recurrentemente una serie de constructos psicosociales que se han relacionado con la predisposición al emprendimiento y con el éxito emprendedor recogeremos a continuación los más relevantes: el locus de control, la autoeficacia, la motivación de logro, la innovación, la asunción de riesgos y la proactividad.

1.4.1. LA TEORÍA DEL LOCUS DE CONTROL Y EL EMPRENDIMIENTO

El locus de control es un constructo que representa la atribución que una persona lleva a cabo sobre si el esfuerzo que realiza es o no contingente a su conducta. Fue Rotter (1966) el primero en definirlo e incorporarlo a su teoría e investigaciones de forma sistematizada. Propone este concepto para hacer referencia al grado en que un individuo percibe el éxito y/o el fracaso de su conducta como dependiente de sí mismo (locus de control interno) o del contexto (locus de control externo).

Por tanto, el concepto de locus de control se refiere al grado con que el individuo cree controlar su vida y los acontecimientos que influyen en ella, y podemos referirnos a dos extremos de locus de control: el interno y el externo.

Las personas con un locus de control interno piensan que su éxito o fracaso dependen de su conducta y esfuerzo. Las personas con un locus de control externo, creen que su éxito o fracaso no están sujetos a un control personal, sino que se explica por la suerte, la fortuna, el destino o por lo que otras personas hacen.

Estableció la hipótesis de que los individuos con control interno luchan con más fuerza para conseguir logros personales, que los que creen en el destino. Las personas que juzgan que los resultados de sus acciones no dependen de sus decisiones ni de sus esfuerzos, difícilmente se decidirán por crear y dirigir una empresa (Rotter, 1966).

Basándonos en los estudios realizados por autores como Ferreira, Diogo, y Ferreira (2006) y Luna-Arocas (2002), consideramos al locus de control como componente, requisito o condición para que la conducta de éxito acontezca. Es una condición porque para que una persona establezca metas, planifique y realice actividades que la lleven a alcanzar estas metas, es necesario que sienta tener el control de la situación, y que pueda decidir y asumir la responsabilidad personal por los objetivos alcanzados.

Desde este enfoque es más probable que una persona decida crear su propia empresa cuando percibe el curso de su acción como factible (Shapiro, 1982; Krueger, et al., 2000; Begley, et al., 2005), es decir, que posea la percepción de control de la situación (Krueger et al., 2000) y, por tanto, se decide a aprovechar o buscar una oportunidad de negocio. Así, diferentes estudios ponen de manifiesto que existe una

relación positiva entre el control interno del individuo con la puesta en marcha de la empresa (Entrialgo, Fernández & Vázquez, 2002).

1.4.1.1. Estudios sobre locus de control y emprendimiento

Varios estudios apoyan la importancia del locus de control interno sobre el rendimiento emprendedor⁵ y relacionan puntuaciones altas en locus de control interno con el hecho de ser emprendedor o tener una intención emprendedora⁶.

Estudios empíricos realizados, King (1985), Bonnet y Furnham (1991), Rahim (1996), Müller (1999), Mescon, Montanari y Tinker (1981), Robinson et al. (1991), Korunka, Frank, Lueger, & Mugler (2003), Entrialgo, Fernández, y Vázquez (1998) o Lee y Tsang (2001) encontraron tasas significativamente mayores de locus de control en emprendedores que en administradores. También se encontró que los internos tenían un mejor desempeño que los externos en situaciones de estrés, participaban, más en actividades emprendedoras, eran más activos al manejar sus propias carreras y tenían mayores niveles de participación laboral que los externos (Bonnet & Furnham, 1991; Boone & de Brabander, 1997; Cromie, Callaghan & Jansen, 1992; Hammer & Vardi, 1981; Kren, 1992).

En la bibliografía de la administración se ha constatado que los sujetos que tienen locus de control interno, están menos aislados en el entorno de trabajo, más satisfechos con él, experimentan menos tensión laboral y una mayor movilidad del puesto (promociones y cambios de empleo) que los individuos con locus de control externo. (Bernardi, 1997; Coleman, Irving & Cooper, 1999; Newton & Keenan, 1990; Seeman, 1982).

Pandey y Tewary (1979) realizaron un estudio sobre 44 sujetos que solicitaban trabajo en la industria. La comisión técnica recomendó la selección de los candidatos

⁵ Autores como Bonnett y Furnham (1991); Box, White y Starr (1993); Brockhaus (1980); Cooper y Gimeno-Gascon (1992); Gilad (1982); Kaufmann, Welsh y Bushmarin (1995); Nelson (1991); Rauch y Frese (2000); y Shapero (1975) relacionan el locus de control interno con el rendimiento emprendedor.

⁶ Boyd y Vozikis (1994); Brockhaus y Horwitz (1986); Cisneros (2000); Gürol y Atsan (2006); Kaufmann et al. (1995); Koh (1996); Moriano (2006); Shapero (1982) encuentra relación entre el locus de control interno y la intención emprendedora.

sobre la base de su potencial emprendedor. El diseño del análisis de varianza surgió sobre la base del juicio de la comisión (selección o rechazo) de cada candidato y de la edad de los candidatos. Los resultados revelaron que los candidatos seleccionados por el comité mostraron una cantidad significativamente mayor de valores de logro y puntuaban más en interioridad en la escala de locus de control. Los sujetos mayores de 35 años de edad puntuaban menos en valores de logro y en interioridad que los menores de 35 años.

Gilad (1982) establece que el locus de control interno se relaciona con el estado de alerta, descubrimiento de oportunidades y escrutinio de su entorno que realizan los emprendedores para encontrar la información necesaria que les permita aprovechar de forma óptima sus oportunidades. Gilad (1982, 1986) enlazó muy satisfactoriamente la teoría del locus de control (LOC) de Rotter, con el concepto económico de Kirzner sobre la intuición emprendedora. Gilad (1986) afirma que el locus de control de un determinado individuo, es el mejor factor para determinar su nivel de intuición o capacidad emprendedora. En particular, un locus de control interno, da lugar a un aumento de la intuición o estado de alerta con respecto a las posibilidades de emprender, algo que es necesario para el aprendizaje de tipo incidental, esto es, para reconocer por ejemplo las oportunidades beneficiosas.

La hipótesis es que la internalización de los agentes económicos depende, entre otras cosas, del marco institucional, del grado de descentralización de la economía y del carácter de la regulación que la constriñe. “Una sociedad basada en un control descentralizado parece que produce con más facilidad ciudadanos con locus de control interno, los cuales son más emprendedores que los ciudadanos que habitan una sociedad centralizada” (Gilad, 1986, p. 201).

Davidsson (1988) estudia el éxito (actitud hacia el crecimiento) en 540 empresarios obteniendo diferencias significativas, entre el empresario artesano y el oportunista, en la variable que mide el control interno y en la formación.

Gatewood, Shaver & Gartner (1995) encontraron una tendencia en las mujeres respecto de la atribución que otorgaban a su éxito empresarial: lo relacionaban con características internas (locus de control interno); mientras que en los hombres detectó que atribuían a factores externos (locus de control externo) el éxito de sus negocios.

Bellu (1999), analizó el éxito empresarial (crecimiento de ventas y de beneficio) de 43 emprendedores, y concluye que existe una relación altamente significativa entre las variables afectivas (modelos motivacionales) y las variables cognoscitivas (estilos de atribución casual del éxito y el fracaso). En este sentido, la necesidad de competencia está relacionada positivamente con el éxito empresarial, mientras que la inestabilidad en la atribución casual lo está con el fracaso. En todo caso, la necesidad de logro influye significativamente en el estilo atribucional del empresario.

Un estudio del locus de control entre los participantes ejecutivos encontró que las empresas encabezadas por internos participaban más en innovaciones, proyectos más arriesgados, tenían un mayor liderazgo en el mercado, horizontes de planeación más largos, mayor supervisión del entorno y una tecnología de mayor desarrollo que las empresas encabezadas por externos (Miller, Kets de Vries & Toulousse, 1982). Por lo tanto, no es sorprendente que las empresas pequeñas tengan menos probabilidad de fallar cuando son dirigidas por internos (Boone, Brabander & Hellemans, 2000).

Por lo que respecta al rasgo control interno, se obtuvo una relación positiva altamente significativa ($p < 0,01$), *con motivación de logro*; los estudiantes que tienden a atribuir los éxitos o fracasos a causas internas de su conducta, también manifiestan interés por asumir tareas moderadamente difíciles, que ofrece un reto y desafío a sus capacidades; situación que es trasladable a su actitud ante la creación de su propio negocio (Espíritu & Zacarías 2010).

Pandey (2011) investiga los determinantes del éxito de los emprendedores estudiando las características de empresarios rurales del cuero en la India; concluye que un significativo grado de variación en el rendimiento de los emprendedores se puede explicar por las características psicológicas, en particular el locus de control, junto a la motivación de logro y la autoeficacia.

Los resultados del estudio realizado por Sorondo y Brenlla (2011), acerca del locus de control y la autoeficacia, permiten inferir que hay una tendencia a que los emprendedores posean un locus de control más interno que los empleados; aquellos piensan que sus resultados son causados por su conducta y por sus propias características personales.

En esta misma investigación se realizaron encuestas a distintos emprendedores. Con las respuestas obtenidas concluyen que:

- a) Todos manifestaron la importancia de sentir que pueden controlar lo que sucede a su alrededor y que tienen la posibilidad de cambiar algún aspecto de la realidad por sus propios medios.
- b) Expresaron que les resultaba fundamental sentirse responsables de las consecuencias de su conducta, y capaces de realizar determinada tarea al momento de tomar una decisión determinada.

A partir de los resultados obtenidos, observan en la población estudiada, la presencia de mayor proporción de locus de control interno y niveles más elevados de autoeficacia en comparación con el grupo de control.

De Castro (2012) somete a una muestra de 475 estudiantes universitarios brasileños de la región de Amazonia, a la Batería de Escalas de Expectativas Generalizadas de Control (interno, externo, autoeficacia y éxito.). Mediante análisis de clúster los clasifico en tres grupos, en base a su grado de emprendimiento: seguidores, soñadores y emprendedores. El grupo emprendedor mostró una mayor creencia en que son ellos quienes manejan su vida (locus de control interno), percibiéndose como menos indefensos ante la adversidad, más autoeficaces y con más altas expectativas de éxito.

1.4.1.2. Desarrollo del locus de control

Algunos autores han argumentado que el locus de control puede variar con el tiempo, particularmente como una función de la posición mantenida en el trabajo. En este sentido una reflexión interesante es la que nos plantea Furmhan (1986) quien indica, sobre el locus de control interno, que mas que ser un factor que permite alcanzar una desahogada situación económica, es esta situación económica la que determina altas puntuaciones en locus de control interno.

De esta forma Banks (1989), cree que el éxito o el fracaso en la vida puede determinar el locus de control, pues, hasta ese momento, los estudios se habían realizado con emprendedores ya consagrados, es decir, que habían ejercido durante mucho tiempo como emprendedores, y este ejercicio podría ser la causa del desarrollo de ciertas características de personalidad. Desde este punto de vista, un emprendedor que lleve tiempo gestionando una empresa y haya obtenido éxito, tenderá a explicar que

sus buenos resultados se deben a su gestión, aumentando así su locus de control interno.

Ante estas constataciones Celia Bonnet y Adrian Furnham, realizan un estudio entre jóvenes estudiantes de 16 y 19 años que participan en una experiencia de creación y gestión de una empresa joven. Obtienen resultados positivos en la escala de locus de control económico (Banks 1989), confirmando la relación de locus de control interno y la actitud empresarial (Bonnet & Furnham 1991).

Los que eligieron estar en la empresa joven mostraron mayor locus de control interno y constancia en el trabajo, además se comprobó que un locus interno se puede desarrollar a través de situaciones alentadoras que ayudan a los individuos a percibir la relación entre su esfuerzo, la realización de la tarea y el resultado de la misma. Por tanto, se podría “aprender” a desarrollar una actitud emprendedora.

Decharms (1972), citado por Whittaker (1999), aportó pruebas en las cuales el profesor puede desempeñar una importante función en el desarrollo del Locus de Control Interno de sus alumnos. Desde este ámbito, planteó la hipótesis de que si el Locus de Control es aprendido y es un buen indicador del rendimiento académico, es posible a través de programas de capacitación lograr que los trabajadores modifiquen su tipo de Locus de Control y promover así un incremento en su desempeño laboral.

1.4.1.3. Críticas a la relación entre locus de control interno y comportamiento o éxito emprendedor

Además de argumentarse que el locus de control puede variar con el tiempo, particularmente como una función de la posición mantenida en el trabajo, tal como hemos visto en el apartado anterior, se ha criticado la metodología de investigación y que el locus de control externo no inhibe a los individuos de lograr posiciones de poder e influencia en lo más alto de las organizaciones.

Respecto a las metodologías de investigación, algunos autores dicen que están basadas en la aproximación de los rasgos de personalidad y no fueron desarrolladas específicamente para medir el espíritu emprendedor (Robinson et al., 1991). Estas metodologías provienen de otras áreas de la Psicología y son aplicadas al estudio de los emprendedores asumiendo los principios teóricos que las sustentaban. En esta línea, se

ha criticado la medición del locus de control de los emprendedores a través de la escala de internalismo-externalismo de Rotter (1966), porque la utilización de una escala general no permite hacer predicciones válidas en un contexto tan específico como la creación de una nueva empresa (Shaver & Scott, 1991). De hecho, resulta necesario desarrollar escalas de locus de control multidimensionales que tenga en cuenta el ámbito comercial y competitivo en el que se mueven los emprendedores (Che et al., 1991).

Otros autores, como Duchesneau y Gartner (1990) o García y García (2007), no han confirmado relación significativa entre locus de control interno y comportamiento o éxito emprendedor.

García y García (2007) han llevado a cabo su trabajo analizando la influencia de las diferencias culturales en el comportamiento emprendedor mediante un análisis cross-cultural intra-país. Se centran en variables culturales y atributos del emprendedor entre los que incluyen el locus de control, en una muestra de 448 sujetos de la República de Cabo Verde. El modelo definido en este estudio, incluye, además de la cultura nacional, dos variables características citadas por su vinculación con el comportamiento emprendedor: el nivel de estudios y el locus de control interno en el trabajo.

En lo que a esta última variable se refiere, los resultados no revelan una asociación positiva y directa con el comportamiento emprendedor, como se hipotetizó. Estos resultados son opuestos a la importancia concedida en la literatura al locus de control como atributo de personalidad del individuo, que alienta el comportamiento emprendedor, pero están en consonancia con algunos trabajos que han cuestionado la influencia real de este rasgo en el comportamiento emprendedor.

La utilización de herramientas de modelización estadísticas complejas, no obstante, ha permitido detectar una influencia indirecta del locus de control sobre el comportamiento emprendedor debido a su efecto en la variable nivel de estudios. Estos resultados podrían encontrar justificación en los bajos niveles formativos de la población caboverdiana estudiada, lo que magnifica la importancia de los recursos de conocimiento de los que dispone el individuo, frente al rasgo de personalidad estudiado, en la decisión de emprender un negocio, si bien no excluye el efecto del control interno en la decisión personal de invertir en una mayor formación.

El estudio verifica la relación del locus de control interno con un mayor nivel educativo y el efecto positivo del individualismo sobre el locus de control interno.

Begley (1995) estudia la diferencia entre emprendedores y directivos de 239 pymes y concluye que los emprendedores se caracterizan por un mayor locus de control externo. Y lo explican porque la fragilidad y la exposición de una empresa joven a los caprichos de la ambiente de negocios pueden generar en los encargados menos sentido de control sobre sus vidas.

En un estudio realizado por Caliendo y Kritikos (2007) se recopiló información sobre los rasgos de personalidad más importantes para ser emprendedores de éxito. Entre las variables que se recopilaron está el locus de control de Rotter, con respecto a dicha variable, y a diferencia de una investigación anterior en la que se encontró que la variable locus de control, entre otras, correlacionaba positivamente con el éxito emprendedor, en este estudio no se halló tal correlación.

Otros autores señalan que el locus de control interno no es siempre positivo para el emprendimiento. Se ha encontrado que personas con locus de control externo están más inclinadas a iniciar una organización como líderes. Los internos tienen menos probabilidad de cumplir con las instrucciones del líder y son menos precisos al procesar retroalimentación acerca de los éxitos y fracasos que los externos. Los internos también tienen más dificultad para llegar a decisiones con consecuencias serias para otros (Coleman et al. 1999; Rothenberg, 1980; Wheeler & Davis, 1979).

En consonancia con los estudios vistos en este apartado, en el punto 2 de la batería de cuestionarios cuantitativos (anexo 3), recogemos la escala de locus de control compuesta por 13 ítems que pertenecen al factor general y al factor de rendimiento de la escala original de Rotter (1996). Con el análisis de las puntuaciones de esta escala pretendemos poner a prueba si los emprendedores puntúan más alto en locus de control interno que los no emprendedores, y si un alto nivel de control interno predice éxito, entendido como supervivencia de la iniciativa empresarial. Además comprobaremos si hay relación entre la puntuación en locus de control con otras variables como sexo, años gestionando la empresas o tipo de emprendedor.

1.4.2. AUTOEFICACIA Y EMPRENDIMIENTO

La autoeficacia se define como el conjunto de creencias sobre la eficacia personal para manejar las demandas y los desafíos con los que nos encontramos, y la convicción individual con la que se es capaz de realizar una tarea. La teoría surgió con Bandura (1987) que defiende que, cuanto mayor sea la autoeficacia de un individuo, mayor será su capacidad de realizar una tarea, y esa capacidad es proveniente del sentimiento de seguridad que el mismo experimenta en relación a lo que le es propuesto.

La autoeficacia implica las “creencias en las propias capacidades para organizar y ejecutar los cursos de acción requeridos que producirán determinados logros o resultados” (Bandura, 1997, p. 3) y se considera de vital importancia en el control de los elementos externos. Por consiguiente, la autoeficacia percibida actúa como un aspecto clave en la competencia humana y determina, en gran medida, la elección de actividades, la motivación, el esfuerzo y la persistencia en las mismas ante las dificultades, así como los patrones de pensamiento y las respuestas asociadas (Salvador & Morales, 2009). Las personas con elevados niveles de eficacia poseen confianza en sus habilidades para responder a los estímulos del medio.

El nivel de autoeficacia influye sobre la forma de percibir y procesar las demandas o amenazas ambientales. De esta manera, en condiciones o situaciones estresantes, si las personas creen que pueden manejar con eficacia los posibles estresores ambientales, éstos no serán perturbadores para ellas. Los individuos con elevados niveles de autoeficacia tienden a interpretar las demandas y los problemas más como retos que como amenazas o sucesos subjetivamente incontrolables (Bandura, 1999, 2001). En este sentido, se postula que la autoeficacia puede ejercer de amortiguador ante los estresores, ya que a niveles superiores de autoeficacia, menores niveles de malestar psicológico (Jex, Bliese, Buzzell & Primeau, 2001).

Por otro lado, la autoeficacia positiva se ha asociado con la persistencia, la dedicación y la satisfacción de las acciones que realizamos (Garrido, 2000; Martínez, Marques, Salanova & López da Silva, 2002; Salanova, Grau, Cifre & Llorens, 2000). Teóricamente hablando, una persona puede sentirse más o menos eficaz, dependiendo de la actividad concreta a la que se enfrenta (Bandura 1997, 1999). De manera que las

creencias de eficacia serán más determinantes cuanto más se ajusten al área o dominio concreto.

Tal como relata Bandura (1977, 1995), la autoeficacia percibida es producto de diversas fuentes, tales como, la persuasión social o verbal, es decir, el refuerzo social, las críticas positivas, los halagos y las palabras de ánimo, la observación de logros y fracasos de los demás, la experiencia propia o logros de ejecución, esto es, el éxito repetido en determinadas tareas, aumenta las evaluaciones positivas de autoeficacia, mientras que los fracasos frecuentes las disminuyen.

Atendiendo a los planteamientos establecidos por Bandura (1982), consideramos que la autoeficacia se sustenta sobre una base construida por dos tipos de expectativas:

- a) Eficacia, o juicios sobre la capacidad personal de organizar y ejecutar acciones requeridas para afrontar una determinada situación, y
- b) Resultados, o creencias sobre que tales acciones, llevarán a conseguir el resultado deseado o esperado.

Por tanto, se concibe la autoeficacia como el grado de confianza que los individuos manifiestan a la hora de explorar una variedad de actividades profesionales. En cuanto a los pensamientos, la percepción de autoeficacia, facilita las cogniciones referidas a las habilidades propias, actuando estos pensamientos como motivadores de la acción. Por último, en lo que respecta a la acción, las personas que se sienten eficaces eligen tareas desafiantes, se proponen metas más altas y persisten más en sus propósitos. No obstante, generalmente cuando se habla de autoeficacia se hace referencia a un sentido concreto, esto es, la eficacia percibida en una situación específica.

Palenzuela (1984) distingue entre dos componentes de la auto-eficacia: una expectativa de eficacia y una expectativa del resultado o de éxito.

La expectativa de resultado, llamado también resultado o éxito esperado, se refiere a la creencia de que si la persona desarrolla una determinada conducta obtendrá un resultado específico; de que el objetivo propuesto puede ser alcanzado. Es decir, la expectativa de eficacia es la convicción de que la propia persona es capaz de generar el comportamiento requerido para obtener un resultado o lograr las metas y retos que se le presenten.

Hall, Gardner y Campbell (2000) hacen hincapié en que el constructo teórico supone que la autoeficacia, afecta al inicio y a la persistencia del comportamiento. Las

personas temen y evitan las situaciones que requieren un grado de habilidad superior al que creen poseer, pero entran confiados en situaciones en las que esperan tener éxito.

Cuanto mayor sea el sentido de la autoeficacia y la expectativa de resultado, más ambiciosa será la meta fijada. Una vez alcanzada una meta considerada ambiciosa, el sentimiento de autoeficacia será reforzado, creando así un ciclo virtuoso (Lent & Brown, 2006).

1.4.2.1. La autoeficacia, base de la conducta emprendedora

Es fundamental el análisis de las creencias de autoeficacia en el contexto laboral, ya que se trata de uno de los factores más determinantes del modo de pensar, sentir, motivarse y actuar de las personas, que contribuye de forma significativa a alcanzar sus logros (Gil, García & Caro 2006; Salvador, 2008; Salvador & Morales, 2009).

Las creencias de autoeficacia actúan frente a las demandas del entorno, favoreciendo el desempeño y la adaptación a los cambios. Además, la autoeficacia actúa como amortiguador ante los elementos estresores.

La autoeficacia percibida, elemento destacado por Shane (2003) como uno de los factores psicológicos con influencia en la disposición a explotar oportunidades, es una variable centrada en el individuo que hace referencia a la percepción de la propia capacidad de ejecución y rendimiento. Ha sido referido como elemento con influencia positiva sobre la generación de intenciones empresariales.

El constructo de autoeficacia emprendedora (De Noble, Jung, & Ehrlich, 1999), corresponde a la creencia de la persona en sus propias habilidades para llevar a cabo eficazmente las acciones y tareas específicas implicadas en la creación y desarrollo de una nueva empresa.

En el contexto laboral las creencias de autoeficacia actúan frente a las demandas del entorno, favoreciendo el desempeño y la adaptación a los cambios. Además, la autoeficacia actúa como amortiguador ante situaciones estresantes, es decir, las personas con elevados niveles de autoeficacia tienden a interpretar las demandas y los problemas más como retos que como amenazas. A grandes rasgos, convendría resaltar que las personas que tienen una percepción de autoeficacia afrontan las amenazas con

perseverancia, incrementando su nivel de esfuerzo y teniendo la absoluta seguridad de que las pueden controlar.

Este razonamiento se encuentra adaptado a las tareas que usualmente tiene que enfrentarse un empresario, demostrando parcialmente cómo la autoeficacia puede influir en el ejercicio del comportamiento empresarial.

Dentro de esta línea, encontramos los planteamientos de Allison, Chell y Haynes (2000), quienes argumentaron que el medio ambiente en que opera el empresario está marcado por incertidumbres, riesgos y ambigüedades, entre otros aspectos, que probablemente le demandan ciertos tipos de habilidades y comportamientos. De acuerdo a ellos, la naturaleza de la actividad emprendedora involucra una operación de incertidumbre, pocos precedentes de información y la necesidad de tomar decisiones bajo la presión del tiempo. Ciertamente, el ejercicio del emprendedor, así como todas las tareas características de la actividad empresarial, demandan un fuerte sentido de autoeficacia por parte del individuo.

Por todo ello, De Noble, Dong y Ehrlich (1999) consideran que la autoeficacia tiene numerosas implicaciones prácticas y teóricas para el éxito empresarial. Se convierte así, en un componente importante para el comportamiento emprendedor porque puede afectar desde el momento de la toma de decisiones relacionadas con el comienzo de la actividad empresarial, hasta el desarrollo del negocio y, finalmente, el cierre del mismo.

Desde la teoría del comportamiento planificado de Ajzen, la viabilidad percibida es el grado en el que un individuo cree que es capaz de poner en marcha una empresa. Supone el mayor o menor grado en el que se considera dicha posibilidad como factible. Las percepciones de viabilidad parecen estar estrechamente relacionadas con las percepciones de autoeficacia (Ajzen, 1987).

En este modelo hay tres actitudes clave que predicen las intenciones:

- a) “Actitud hacia el acto”, que subsume las percepciones de probabilidad de los resultados personales de manera intrínseca y extrínseca.
- b) “Normas sociales”, que subsume las influencias extrapersonales percibidas en la toma de decisiones.

- c) “Control percibido del comportamiento”, que supone las percepciones personales de la viabilidad de la conducta. Este último constructo coincide en gran medida con el constructo de autoeficacia percibida de Bandura.

La autoeficacia percibida ha sido relacionada teórica y empíricamente con los fenómenos relacionados con el comportamiento directivo, cognición gerencial y directamente a la actividad empresarial. La autoeficacia ha sido relacionada a la iniciación y duración del comportamiento altamente incierto, al marcarse metas cada vez mayores y a reducir la rigidez de las amenazas y la indefensión aprendida (Bandura, 1986). Las percepción de oportunidades o de amenaza están fundadas en la percepción de controlabilidad situacional (Dutton, 1993) y por las percepciones de autoeficacia situacionales (Krueger & Dickson, 1993). A su vez, la percepción personal de controlabilidad y de autoeficacia están fuertemente relacionadas con la percepción de riesgo (Yates & Stone, 1992), y la autoeficacia está también vinculada a la reducción de la rigidez conductual frente a amenazas y a la persistencia y rendimiento frente adversidad (Bandura & Wood, 1989).

Otra relación interesante es la que se plantea entre las variables autoeficacia y propensión al riesgo en la configuración de las intenciones emprendedoras por mediación de la personalidad proactiva.

Dado que la autoeficacia predice el reconocimiento de oportunidades, no es sorprendente que la percepción de autoeficacia tenga un papel central en el emprendimiento (Scherer et al., 1989).

El reconocimiento acerca de la importancia de las creencias de autoeficacia para el ejercicio del comportamiento emprendedor, así como para el proceso empresarial, presupone que la generación de una sensación fuerte de autoeficacia emprendedora en los individuos puede ayudar significativamente el desarrollo empresarial; por consiguiente, se considera que la autoeficacia emprendedora es una característica distintiva de los empresarios, encontrándose ésta fuertemente marcada por el control emocional.

1.4.2.2. Estudios sobre autoeficacia y emprendimiento

El nivel de autoeficacia predice la elección de carrera y los intereses ocupacionales (Bandura, 1997), lo que incluye la opción del autoempleo. La gente evita carreras y ambientes que creen que exceden sus capacidades y emprenden vocaciones para las que se juzgan capaces (Krueger & Dickson, 1993). En este sentido, cabe argumentar que las personas podrían estar inclinadas a desarrollar carreras emprendedoras en la medida en que se juzguen en posesión de las destrezas necesarias para desenvolverse en ese ambiente (Chen et al., 1998; Krueger & Brazeal, 1994). Por ello, la autoeficacia es una de las variables más frecuentemente incluidas en los modelos de intenciones emprendedoras (Kolvereid, 1996; Krueger & Brazeal, 1994; Krueger et al., 2000).

De hecho, en los últimos años, algunas investigaciones⁷ han demostrado con éxito el poder predictivo de las percepciones de autoeficacia sobre la formación de intenciones emprendedoras, tanto por su influencia directa sobre éstas, como por su asociación con otras variables de interés.

Diversos estudios sugieren relaciones significativas entre la autoeficacia, la intención emprendedora y las características de una personalidad emprendedora⁸, siendo la variable de percepción habitualmente la más destacada.

En la tabla 1.4.1 presentamos algunos de los estudios más destacados sobre autoeficacia y emprendimiento.

Tabla 1.4.1 Estudios sobre autoeficacia y emprendimiento

<i>Autores.</i>	<i>Orientación del estudio.</i>	<i>Aportación o conclusión.</i>
Herron y Robinson (1993)	Confianza en sí mismo como predictora de éxito.	Aquellos emprendedores caracterizados por una excepcional creencia en sí mismos y en sus habilidades y conocimientos para crear y dirigir una nueva empresa, suelen tener una fuerte tendencia a generar expectativas favorables respecto de los resultados a alcanzar, que pueden culminar en la consecución del éxito empresarial.
Dutton (1993)	Percepción de oportunidades y controlabilidad	Ha mostrado que las percepciones de oportunidad dependen de las percepciones de que la situación dada sea valorada positivamente y controlable.

⁷ Entre otras las de Boyd y Vozikis (1994); Chen et al. (1998); De Noble et al. (1999); Jung et al. (2001); Krueger y Brazeal (1994); Krueger et al. (2000); Moriano, Palací y Morales (2006a); Sánchez (2009); Sánchez et al. (2005); Zhao et al. (2005)

⁸ Asi concluyen Alsos y Carter (2006); Arenius y Minniti (2005); Chen et al. (1998); De Clercq y Arenius (2006); Diochon, Gasse, Menzies, y Garand (2002); Köllinger y Minniti (2006); Köllinger, Minniti y Schade (2005); Lee et al. (2005); Tamasy (2006); Wagner (2004).

Krueger y Dickson (1994)	Autoeficacia y propensión a emprender.	Puesto que las percepciones de controlabilidad están, a su vez, fuertemente influenciadas por las percepciones de competencia personal, la autoeficacia es un antecedente de las percepciones de oportunidad. Cuanto mayor es la autoeficacia emprendedora del sujeto, mayores serán también sus percepciones de factibilidad y oportunidad en una situación dada y mayor su propensión a actuar proactivamente sobre la posibilidad de emprender, puesto que la propensión a actuar sobre las oportunidades se ve también fuertemente influida por las percepciones de control sobre la situación.
Chen et al. (1998)	Autoeficacia como característica distintiva del emprendedor.	Situaron la autoeficacia emprendedora como una de las características distintivas y más influyentes en la persona emprendedora, distinguiendo dos componentes de la misma que diferenciaban a los ejecutivos fundadores de su empresa del resto: innovación y asunción de riesgos. Y se han interesado, de manera particular, por la relación entre autoeficacia y la creatividad.
Busenitz y Lau (1996)	Autoeficacia y éxito empresarial en situaciones complejas.	Alertan de la importancia que tiene para el empresario conocer cómo manejar situaciones de incertidumbre y complejidad, con el principal propósito de garantizar que no pierda ciertas oportunidades. Así, la capacidad de trabajar bajo tensión continua y enfrentar los retos inesperados de los negocios, es extremadamente importante para el éxito de la empresa, principalmente en medio ambientes de alta competencia.
Chen et al. (1998)	Baja autoeficacia y emprendimiento en mujeres.	Defienden que ciertos grupos de individuos minoritarios, como las mujeres, aunque tienen competencias emprendedoras, pueden evitar el verse involucradas en dicha actividad cuando, en general, tienen una baja autoeficacia empresarial elaborada a partir de los estereotipos y prejuicios del contexto sociocultural donde se desenvuelven.
De Noble, Jung y Ehrlich (1999)	Escala para medir la autoeficacia emprendedora.	Proponen una escala para medir la autoeficacia emprendedora -Entrepreneurial Self-Efficacy, ESE-, existe una versión adaptada y validada en castellano por Moriano, Palací y Morales (2006), compuesta por 23 ítems con formato de respuesta tipo Likert.
De Noble et al. (1999)	Autoeficacia y éxito empresarial.	La autoeficacia tiene numerosas implicaciones prácticas y teóricas para el éxito empresarial. Consideran la autoeficacia un componente importante para el comportamiento emprendedor porque puede afectar desde el momento de la toma de decisiones relacionado con el comienzo de la actividad empresarial, hasta el desarrollo del negocio y, finalmente, cierre del mismo.
Vesalainen y Pihkala (1999)	Las creencias de Autoeficacia en proceso empresarial.	Afirman que el proceso emprendedor ha sido considerado usualmente para incluir etapas de preinicio, inicio, crecimiento y madurez del negocio, además que las actividades empresariales van identificando oportunidades de negocio y de creación de la compañía, implicando asimismo la capacidad de madurez de la empresa. Seguramente el sentido de autoeficacia emprendedora influye en todas estas actividades. El reconocimiento acerca de la importancia de las creencias de autoeficacia para el ejercicio del comportamiento emprendedor, así como para el proceso empresarial, presupone que la generación de una sensación fuerte de autoeficacia emprendedora en los individuos puede ayudar significativamente el desarrollo empresarial. Por consiguiente, llegan a considerar que la autoeficacia emprendedora es una característica distintiva de los empresarios, encontrándose ésta fuertemente marcada por el control emocional.
Allison et al. (2000)	Necesidad de autoeficacia para	Argumentaron que el medio ambiente en que opera el empresario está marcado por incertidumbres, riesgos y

	actuar en situaciones de incertidumbre.	ambigüedades, entre otros aspectos, que probablemente le demandan ciertos tipos de habilidades y comportamientos. De acuerdo a ellos, la naturaleza de la actividad emprendedora involucra una operación de incertidumbre, pocos precedentes de información y la necesidad de tomar decisiones bajo la presión del tiempo. Ciertamente, el ejercicio del comportamiento emprendedor, así como todas las tareas características de la actividad empresarial, demandan un fuerte sentido de autoeficacia por parte del individuo.
Krueger et al. (2000)	Variable más influyente en la intención emprendedora.	En estos trabajos, el constructo de autoeficacia emprendedora se refiere a que la persona cree poseer las capacidades y habilidades para desempeñar de manera eficaz los roles y las acciones específicas implicadas en la creación y el ejercicio de una actividad empresarial, proporcionando suficiente evidencia como para que Krueger señalara que ésta es el antecedente sustancial de la percepción de oportunidades: "si nos vemos como competentes tendremos más probabilidad de ver un curso de acción como factible, así veremos con mayor probabilidad una oportunidad" (Krueger et al. 2000, p. 7) lo que además constituye un elemento diferenciador en la percepción de oportunidades frente a las amenazas.
Pandey (2011)	Autoeficacia y éxito empresarial.	Investiga los determinantes del éxito de los emprendedores estudiando las características de empresarios rurales no organizados del cuero en Uttar Pradesh, India concluye que un significativo grado de variación en el rendimiento de los emprendedores se puede explicar por las características psicológicas, en particular la autoeficacia, junto a la motivación de logro y el locus de control.
Sorondo y Brenlla (2011)	Alto nivel de autoeficacia diferencia emprendedor de no emprendedor.	Realizaron encuestas a distintos emprendedores, sobre la base de las respuestas obtenidas a través de las entrevistas realizadas, a partir de los resultados obtenidos, se puede observar en emprendedores, la presencia de niveles más elevados de autoeficacia en comparación con el grupo control.
Vidal y Lopez (2013)	Autoeficacia e intención emprendedora.	Aplicando un modelo de ecuaciones estructurales, observan que la percepción de capacidades (autoeficacia) incide positiva y significativamente tanto sobre la percepción de oportunidades como sobre la intención emprendedora, así como que la percepción de oportunidades incide sobre la intención emprendedora.
Salazar, Herrera, Rueda y León (2014)	Autoeficacia e intención emprendedora en situación de crisis.	Confirman a la autoeficacia como la variable más influyente y decisiva en el estudio de la intención emprendedora. Además proporcionan evidencia empírica de que la autoeficacia en circunstancias potencialmente estresantes como la crisis económica constituye un elemento diferenciador en la percepción de oportunidades frente a las amenazas.

Fuente: elaboración propia

1.4.2.3. Relación entre la autoeficacia y otras variables de la personalidad emprendedora

El propósito de la investigación realizada por Salvador (2009) se centra en averiguar si, con independencia del contexto socio-cultural, existe cierta similitud en la percepción del perfil del emprendedor. Para ello, utiliza tres constructos (inteligencia emocional, sexo y edad) como predictores de la autoeficacia. Los resultados obtenidos en dicho estudio exponen que existe similitud con respecto a la percepción de autoeficacia entre

jóvenes españoles y mexicanos. En concreto se corrobora que las variables sexo y edad son elementos importantes para la percepción de eficacia emprendedora. Observa que independientemente del contexto sociocultural, las emociones serán una variable determinante en la autoeficacia emprendedora y la inteligencia emocional influye en la autoeficacia emprendedora.

En el estudio realizado por Sánchez, Lanero y Yurrebaso (2005), en relación con las variables que determinan la intención emprendedora, los resultados plantean una doble vía de interacción entre las variables autoeficacia, propensión al riesgo y personalidad proactiva en la predicción de las intenciones emprendedoras. Por un lado, se encuentra una influencia directa de la autoeficacia sobre la proactividad, variable que a su vez determina las intenciones de emprender. Por otro lado, se observa que la variable propensión al riesgo se convierte en mediador entre la autoeficacia y personalidad proactiva, con el mismo resultado predictivo sobre las intenciones emprendedoras.

El matiz que aporta el trabajo es que la influencia de la autoeficacia sobre la formación de intenciones no se da de una forma directa como ha sido hallado en otros estudios, sino que está mediatizada por la proactividad del sujeto, con la que mantiene una doble relación directa e indirecta por mediación de la propensión al riesgo.

Una posible explicación de la asociación entre autoeficacia y proactividad, parte del constructo de percepción de oportunidad, como una de las dimensiones de la personalidad proactiva. La variable autoeficacia juega el papel de antecedente de la propensión del sujeto a asumir riesgos en la formación de intenciones. En este sentido, cabría decir que, cuanto mayor sea la confianza del individuo en sus propios recursos y habilidades para desempeñar con éxito la conducta emprendedora, mayor será su disposición a asumir el riesgo de fracaso de la misma por su mayor tolerancia al estrés causado por dicha posibilidad.

Lo que sí puede decirse es que, según los resultados encontrados, las tres variables de interés interactúan significativamente en la determinación de las intenciones emprendedoras. De esta forma, parece que la alta autoeficacia percibida por el potencial emprendedor, unida a la consecuente mayor disposición a asumir los riesgos de la situación, determinan la mayor tendencia del sujeto a actuar proactivamente sobre la

situación, lo que se convierte en el predictor más potente de las intenciones emprendedoras.

La confianza en las capacidades propias es imprescindible para asumir riesgos (Stewart & Roth, 2001), y tomar decisiones en situaciones de incertidumbres, riesgos y ambigüedades (Allison et al., 2000). Zhao, Seibert y Hills (2005) han encontrado evidencia de la relación entre ambas, de forma que la propensión al riesgo del sujeto resultó ser un antecedente de la autoeficacia como principal determinante de la intención de emprender. Los autores explican este resultado en relación a la premisa de que los individuos con mayor propensión al riesgo poseerán una mayor tolerancia al estrés de situaciones inciertas, como puede ser el comienzo empresarial, y tenderán en mayor medida a perseguir una carrera emprendedora por mediación de una alta autoconfianza en las propias capacidades para desempeñar los roles y tareas necesarias para tener éxito en el intento empresarial.

Según investigaciones realizadas por Salvador (2008) la inteligencia emocional muestra relaciones positivas y estadísticamente significativas con la autoeficacia emprendedora. Todo ello presenta una gran relevancia práctica para el óptimo desarrollo de la actividad laboral autónoma. De este estudio se extrae que las personas que disponen de inteligencia emocional no sólo son mejor recibidas socialmente, sino que además ante las adversidades no se sienten mal, o mejor dicho, no se “hunden”. Así las personas emprendedoras que cuenten con dicha habilidad emocional tendrán ciertas estrategias que les permitirá automotivarse.

La autoeficacia es la base de la capacidad para idear algo nuevo y original, al tiempo que útil y beneficioso, la podemos considerar la base de la innovación (Vid. Boix & Lazzeretti, 2012).

Oliveira, García y Martín (2005), que llevaron a cabo un estudio con un grupo de 120 emprendedores, verifican la hipótesis de que la autoeficacia del emprendedor está influida por el ambiente micro social (restricciones y apoyo familiar, modelos a seguir y redes sociales) y macro social (redes sociales, referentes sociales, situación de empleo, y ayuda del gobierno) del emprendedor en el momento de creación del negocio. También identificaron diferencias significativas de género en los niveles de autoeficacia en personas emprendedoras.

En línea con los estudios vistos en este apartado incluimos los 10 ítems de la escala de Autoeficacia General Schwarzer y Baessler (1996) en el apartado 2 escala de CE de la batería de cuestionarios cuantitativos (anexo 3). El análisis de las puntuaciones de esta escala nos confirmarán si los emprendedores puntúan más alto en autoeficacia que los no emprendedores, y si un alto nivel de autoeficacia predice éxito (supervivencia de la iniciativa) empresarial. Además comprobaremos si hay relación entre la puntuación en autoeficacia con otras variables como el sexo.

1.4.3. LAS MOTIVACIONES DE LOS EMPRENDEDORES

La motivación empresarial sirve de base para analizar las características personales en la investigación sobre el emprendimiento (Aldrich, 1992). Pioneros en este sentido fueron los trabajos de Collins, et al. (1964a) y los de McClelland (1968), que nos proporcionan ciertos rasgos personales del empresario que motivan su comportamiento y han sido aceptados, no sin cierta polémica, por la mayoría de los estudiosos del tema. Estas líneas de investigación tratan de explicar no solo las diferencias de comportamiento existente entre los empresarios y el resto de la población, a partir del estudio de los motivos que influyen y dirigen su comportamiento, sino también el éxito logrado por los emprendedores.

En la literatura especializada existen planteamientos que infieren correlaciones positivas entre la motivación del emprendedor entendida como el grado en el que el fundador está dispuesto a invertir su tiempo, energía y dinero en su proyecto de empresa, su comportamiento y resultados (Dubini, 1988; Shaver & Scott, 1991; Miner, Smith & Bracker, 1992; Entrialgo, 1998). Se ha desarrollado un cuerpo teórico que trata de identificar el proceso y las variables que intervienen en el comportamiento empresarial (Davis, Morris & Aller, 1991; Davidsson, 1991; Herron & Robinson, 1993; Entrialgo, 1998), entre las que destacan la capacidad y la motivación del empresario como constantes en todos ellos.

Los resultados obtenidos por varios autores⁹ nos permiten afirmar que la necesidad de logro y de independencia, así como las motivaciones económicas, influyen significativamente en el resultado empresarial.

Dada la importancia de la necesidad de logro en el estudio del perfil emprendedor dedicaremos el próximo apartado a esta motivación.

“La mayoría de los trabajos e investigaciones realizadas en países anglosajones y centroeuropeos apuntan, inequívocamente, a destacar la necesidad de independencia como la motivación más específica y general del empresario” (Díez et al., 1995, p. 244). De hecho, muchas son las investigaciones¹⁰ que sostienen que los empresarios encuentran una especial importancia en su independencia.

Por supuesto, la importancia de la motivación económica, aunque deberíamos distinguir entre ganar más dinero y ganar lo suficiente, se ha confirmado en distintos estudios.¹¹ Si bien, “la mayoría de los estudios internacionales coinciden en señalar que las motivaciones para emprender van más allá de los asuntos meramente económicos” (Kantis, 2004, p.42), sobre todo cuando se habla de emprendimientos por oportunidad más que por necesidad (GEM, 2006).

Algunos estudios detectan en el emprendedor motivaciones altruistas (Blais & Toulouse, 1990); el deseo de contribuir a la sociedad (Crowe, 2010); de crear empleo (Medina, Rodríguez & Fuentes, 1996) o altruismo comunitario, (Blais & Toulouse 1990). En esta línea el estudio de Wickremarachi (2003) analiza las motivaciones y barreras de los nuevos cooperativistas en Australia. Encontró que la elección de la fórmula jurídica de los presidentes de las cooperativas entrevistados fue debida, sobre todo, a razones de tipo ideológico tales como los valores cooperativos y la naturaleza democrática de las mismas. Si bien es cierto, que otros autores señalan que los factores ideológicos fueron considerados en los últimos lugares por los cooperativistas de

⁹ Autores como Barba, Jiménez y Martínez (2012); Box et al. (1993); Davidsson (1991); Johnson (1990); Smith y Miner (1985); o Wainer y Rubin (1969).

¹⁰ Entre estas investigaciones las de Anna et al. (2000); Barba (2012); Barba et al. (2012); Blais y Toulouse (1990); Blanchflower (2000); Blanchflower y Oswald (1998); Blanchflower, Oswald y Stutzer (2001); Crowe (2010); Douglas y Shepherd (1997); Driessen y Zwart (1999); Feeser y Dugan (1989); Fernández et al. (2012); Frey y Benz (2003); Genesca y Veciana (1984); Hamilton (2000); Hundley (2001); Jenssen y Kolverid (1992); Leiva (2008); Medina et al. (1996); Rubio et al. (1999); Westhead y Wright (1997).

¹¹ La importancia de la motivación económica en el emprendimiento ha sido confirmada por Anna et al. (2000); Barba (2012); Barredo y Llorens (1993); Blais y Toulouse (1990); Crowe (2010); Fernández et al. (2012); Kantis, Ishida y Komori (2002); y Leiva (2008).

manera que las personas se encuentran más atraídas hacia la fórmula cooperativa más por los beneficios personales que reporta que por planeamientos ideológicos.

No pocos autores¹² señalan como motivación del emprendedor la necesidad de desarrollo personal, autorrealización o el desarrollo de la carrera profesional (Fernández et al. 2012).

Sin embargo, los emprendedores no están motivados por la necesidad de seguridad (Anna, Chandler, Jasen & Mero, 2000; Westhead & Wright, 1997), ni la necesidad de poder (McClelland & Burnham, 1976).

1.4.3.1. Motivaciones según el tipo de emprendedor y el proceso

Las conclusiones obtenidas por diversos autores no pueden ser generalizables a todos los sectores de actividad, como afirman Cooper, Woo y Dunkelberg (1988), ni a todos los emprendedores. En este sentido, a los empresarios denominados ‘artesanos’ les impulsa a crear una empresa la necesidad de autorrealización personal y de logro, siendo su objetivo construir una organización exitosa; mientras que a los denominados ‘oportunistas’ les motiva la necesidad de independencia y el deseo de ganar más dinero.

Así Entrialgo (1998) estudia el éxito de 233 empresarios y concluye que la clase de motivación es un factor determinante para distinguir al empresario emprendedor del resto; la capacidad y la motivación del empresario determinan su comportamiento.

Para Feeser y Dugan (1989) cabe diferenciar entre las motivaciones que llevan a un individuo a crear una empresa de aquellas que el empresario posee una vez creada. Al respecto las conclusiones de su investigación se pueden resumir en los siguientes puntos: (1) las principales motivaciones para emprender son la frustración laboral, la necesidad de independencia, la necesidad de logro y la necesidad de autorrealización; (2) una vez creada la empresa, las motivaciones del empresario para seguir en ella son las mismas, salvo por que la necesidad de competencia cobra importancia en detrimento de la frustración laboral; y (3) los empresarios cuyas empresas experimentan altos crecimientos poseen una mayor necesidad de independencia, siendo también éstos los

¹² Entre los que podemos citar a Blais y Toulouse (1990); Westhead y Wright (1997); Kantis, Ishida y Komori (2002); Barredo y Llorens (1993); Rubio, Cordón y Agote (1999); y Crowe (2010).

que más tiempo permanecen al frente de su empresa. De esta misma forma Westhead y Wright (1997) afirman que los fundadores “novatos” tienen mayores necesidades de independencia y de aprobación mientras que a los experimentados les mueve el deseo de desarrollo personal.

Smith, Bracker y Miner (1987) identifican dos tipos de empresarios en función de su nivel de motivación: ‘artesanos’ y ‘oportunistas’. Los primeros, cuyas empresas crecen muy lentamente, no presentan ninguna diferencia con los directivos, mientras que los segundos, cuyas empresas experimentan rápidos crecimientos, muestran niveles de motivación significativamente más elevados y son considerados como empresarios exitosos; de manera que tampoco en este ámbito se produce un comportamiento motivacional homogéneo.

1.4.3.2. Algunos estudios sobre las motivaciones de los emprendedores

Son numerosos los estudios que relacionan la intención emprendedora y el éxito empresarial con las motivaciones. En la tabla 1.4.2 comentamos los estudios más destacados sobre las motivaciones de los emprendedores.

Tabla 1.4.2 Estudios sobre las motivaciones de los emprendedores

<i>Autor</i>	<i>Motivaciones y aspecto que estudia</i>	<i>Aportaciones y conclusiones</i>
Wainer y Rubin (1969)	Motivaciones Éxito emprendedor.	Analizaron el crecimiento, incremento de las ventas anuales, de 51 empresas y concluyeron que las características motivacionales influyen significativamente en el crecimiento.
McClelland y Burham (1976)	Logro y necesidad de poder. Emprendedor/directivo.	Los emprendedores tienen una alta motivación de logro y baja necesidad de poder (no les motiva tener influencia sobre otros y la posibilidad de ejercer control sobre ellos). Mientras que los altos directivos tendrían alta necesidad de poder y baja necesidad de logro.
Genesca y Veciana (1984)	Independencia. Intención emprendedora.	Analiza la actitud hacia la creación de empresas de 1.733 estudiantes y 1.515 directivos. El motivo más relevante en la intención emprendedora es el deseo de independencia.
Smith et al. (1987)	Autorrealización, propensión al riesgo, retroalimentación. Emprendedores/directivos y éxito emprendedor.	Cuanto mayor nivel de motivación posea el empresario, más rápidamente crecerá su empresa. El nivel motivacional viene definido por la puntuación media obtenida en los cinco aspectos que configuran la MSCS-T (Miner Sentence Completion Scale-Form 7): autorrealización, propensión al riesgo, retroalimentación de los resultados, innovación personal y planificación para el futuro. Estos autores, a partir de una muestra de 118 empresarios fundadores y 41 directivos de empresas de alta tecnología, identifican dos tipos de empresarios en función de su nivel de motivación: ‘artesanos’ y

		'oportunistas'. Los primeros, cuyas empresas crecen muy lentamente, no presentan ninguna diferencia con los directivos; mientras que los segundos, cuyas empresas experimentan rápidos crecimientos, muestran niveles de motivación significativamente más elevados y son considerados como empresarios exitosos.
Woo, et al. (1988)	Logro e independencia. Éxito emprendedor.	Analizaron el resultado de 921 empresas comerciales en los dos primeros años de vida midiendo el crecimiento del número de empleados y de la cifra de negocio. Las motivaciones del empresario al crear la empresa influyen en los resultados de la misma. Así, los empresarios con una elevada necesidad de logro y de independencia tienen mejores cifras de negocio y reducciones más pequeñas en el número de empleados.
Feeser y Dugan (1989)	Independencia. Crecimiento empresarial.	Analizaron el crecimiento de 42 empresas, las que experimentaron un crecimiento en la cifra de negocio correlacionan con el tipo de motivación inicial y concretamente con una mayor necesidad de independencia.
Blais y Toulouse (1990)	Reconocimiento social, desarrollo personal, Económica, independencia, altruismo. Emprendedor.	La investigación se apoya en las respuestas de 2278 empresarios en 14 países sobre su motivación para establecer una nueva empresa. Tras un análisis factorial Varimax por rotación de los datos se desprende las siguientes motivaciones: necesidad de reconocimiento social, necesidad de desarrollo personal, necesidad de dinero, necesidad de independencia y autonomía, altruismo comunitario, necesidad de evasión, y oportunismo. La distribución de estos factores y de las variables que los constituyen muestra que las motivaciones empresariales traspasan las fronteras nacionales y trascienden los sistemas culturales de los países.
Barba y Gonzalez (1990 citado en Barba y Atienza, 2011a)	Logro, independencia económica. Éxito emprendedor	La necesidad de logro, la necesidad de independencia y las motivaciones económicas influyen significativamente en el resultado empresarial, entendido como incremento del número de trabajadores.
Jenssen y Kolverid (1992)	Logro e independencia. Éxito emprendedor.	Analizaron la supervivencia de 148 empresas y afirman que los empresarios con éxito tienen mayor necesidad de logro y de independencia.
Medina et al. (1996)	Independencia y altruismo. Emprendedor.	Encontraron que la mayoría de las respuestas señalaban el "acogerse a las ayuda públicas" como principal motivación frente a otras de carácter más personal tales como el "deseo de autogestionar la empresa" o la "necesidad de creación de puestos de trabajo.
Lorrain, Dussault y Belley (1993)	Motivaciones en general. Éxito emprendedor.	Analizaron el resultado económico de 312 nuevas empresas para concluir que las motivaciones no influyen significativamente en el resultado inicial de la empresa.
Barredo y Llorens (1993)	Autorrealización personal y conseguir mayores ingresos. Intención emprendedora.	Analizando la intención emprendedora de los estudiantes concluyen que los factores que incentivan al empresario son la autorrealización personal y la esperanza de conseguir mayores ingresos.
Douglas y Shepherd (1997)	Independencia. Intención emprendedora.	La intención emprendedora, estudiada en 102 estudiantes, está asociada con los atributos del individuo, sobre todo con el deseo de independencia y la propensión al riesgo.
Westhead y Wright (1997)	Independencia, aprobación desarrollo personal, seguridad.	Estudian la tipología de emprendedores en 621 empresarios. Los fundadores "novatos" tienen mayores necesidades de independencia y de aprobación mientras, que a los experimentados les mueve el deseo de desarrollo personal. Por último los fundadores de carrera

	Tipo de emprendedor.	solo pretenden dar a su familia una seguridad.
Pérez y Sánchez (1998)	Independencia. Éxito emprendedor.	Analizaron el éxito, crecimiento de las ventas, de 50 empresarios y concluyeron que el deseo de independencia es la principal motivación para emprender aunque el éxito solo se relaciona positivamente con el nivel de formación, la participación en proyectos anteriores y la experiencia comercial.
Rubio, Cordón y Agote (1999)	Independencia, autorrealización, subsistencia, económica. Intención emprendedora	Establece que la principal razón que llevaría a 337 alumnos universitarios a crear su propio negocio es la puesta en marcha de ideas propias, la autorrealización, encontrar un empleo y la independencia económica.
Driessen y Zwart (1999)	Logro, independencia, competencia. Éxito empresarial.	Analizaron el éxito empresarial, supervivencia, de 45 emprendedores y concluyeron que existen diferencias significativas entre los empresarios de éxito y los que fracasan respecto a las siguientes características: necesidad de logro, necesidad de independencia, necesidad de competencia y perseverancia.
Anna et al. (2000)	Económica, independencia, seguridad. Éxito empresarial.	Analizaron en 170 empresarias el nivel de ventas y las características personales de las empresarias y concluyeron que en las que se dedican a actividades tradicionales las motivaciones basadas en el reconocimiento de oportunidades y en la gestión económica, como las expectativas de autonomía y riqueza se relacionan positivamente con las ventas y consecuentemente con el éxito de la nueva empresa mientras que la necesidad de seguridad se relaciona negativamente. Por otra parte, para las empresas no-tradicionales la eficacia de la planificación y la expectativa de autonomía están positivamente relacionadas con las ventas, y las expectativas de riqueza lo están negativamente.
Hamilton (2000)	Independencia. Empresarios	Entre las motivaciones de carácter no económicas que guían a los empresarios, la autonomía o la independencia, se destaca como una consideración de primer orden.
Frey y Benz (2003)	Independencia. Satisfacción del emprendedor.	Utilizando datos de la encuesta del Reino Unido, Alemania y Suiza, sostienen que la mayor independencia y autonomía de los trabajadores por cuenta propia es en gran parte responsable de su particular satisfacción en el trabajo.
Kantis, Ishida y Komori (2002)	Económicas, desarrollo personal. Emprendedor.	Identifican que las motivaciones de los emprendedores son tanto económicas como no económicas, entre las que se destaca la necesidad de desarrollo y realización personal, así como que sería preciso focalizar el análisis en los distintos factores que intervienen en cada una de ellas.
De Pablo y Bueno (2004)	Independencia, logro, competencia e innovación. Emprendedor.	Infiere como propias de los emprendedores las siguientes características: deseo de independencia, mayor propensión al riesgo, alta necesidad de logro y de competencia, y mayor preferencia por la innovación.
Leiva (2008)	Logro, independencia, aplicación de conocimientos, altruismo, económica. Empresarios, emprendedores y no emprendedores.	Estudió la motivación para emprender, en una muestra de 131 personas, que se dividían en tres grupos: emprendedores activos (aquellos que ya tienen su empresa funcionando), emprendedores nacientes (quienes están haciendo gestiones pero no han iniciado como empresa formal) y no emprendedores. En los datos aportados por los resultados de los cuestionarios que se aplicaron, la motivación más citada (73,5%) por el grupo de emprendedores activos fue la definida como de carácter personal (16,3 %), influencia de familia o amigos (28,6 %)

		y del sistema educativo (10, 2 %).
Crowe (2010)	Autorrealización, independencia, económica altruismo. Emprendedores	La principal motivación para emprender es la de autorrealización. Ésta, encabeza la clasificación en un 95% de los emprendedores analizados. El resto de las motivaciones para emprender según orden de importancia son: poner en práctica los conocimientos, ser su propio jefe, enriquecerse y contribuir a la sociedad.
Barba et al. (2012)	Logro, independencia, económica. Éxito empresarial	La necesidad de logro y de independencia, así como las motivaciones económicas influyen en el incremento del número de trabajadores de las empresas de reciente creación, si bien el modelo analizado explica un porcentaje no muy alto de la variación del éxito (17,3%) por lo que han de tenerse en cuenta otros factores.
Fernández et al. (2012)	Independencia, económica, desarrollo de la carrera profesional, liderazgo, autorrealización. Mujer y hombre emprendedor.	Realizan un análisis descriptivo e identifican que la razón principal para iniciar un nuevo negocio, con independencia del género, se configura en la búsqueda de libertad e independencia laboral; y que son motivos de carácter organizativo, tales como el descontento con la retribución, desarrollo de la carrera profesional y la toma de decisiones, lo que empuja a la mujer hacia el autoempleo, frente a los motivos del hombre que se centran en aspectos de liderazgo o autorrealización, fundamentalmente, en el hecho de poner en práctica sus propias ideas. Asimismo, destacar que, al contrario de lo esperado, la insatisfacción con el empleo por cuenta ajena ha sido la variable que menos incidencia presentaba en la decisión de emprender.

Fuente: elaboración propia

1.4.3.3. Motivaciones “pull” por oportunidad y “push” por necesidad

Numerosos autores, siguiendo a Gilad y Levine (1986) distinguen entre factores *pull* y *push* como motivadores para emprender. Los *pull* incentivan a empezar un negocio por el propio atractivo de crear una empresa. Por el contrario, los factores *push* impulsan a comenzar un negocio por causas ajenas al propio emprendimiento, por ejemplo, porque se quiera evitar una situación indeseable como el desempleo.

Los resultados de la investigación de Muir (1999) sobre intención emprendedora de 32 empresarias y 20 directivas indican que tanto los factores motivacionales positivos *push* como los negativos *pull* se entrelazan en la decisión de crear una nueva empresa. Si bien para Birley y Westhead (1994) la mayoría de las personas empiezan un negocio debido a factores *pull*.

Olofsson, Petersson y Wahlbin (1986), a partir de una muestra de 47 empresas y del estudio en profundidad de 10 de ellas, analizan los factores que han motivado el nacimiento de una empresa, dividiéndolos en dos tipos: los motivos negativos o *push*,

entre los que se encuentran, por ejemplo, el riesgo de ser despedido, los conflictos en el lugar de trabajo, el descontento con el proceso actual de la carrera profesional o la percepción de oportunidades limitadas para la búsqueda de otro trabajo; y los motivos positivos o *pull*, entre los que se encuentran, por ejemplo, el deseo de ser tu propio jefe, de desarrollar una idea, de probarse a sí mismos que son capaces de iniciar un negocio o enriquecerse. La importancia relativa de cada una de estas dos clases de motivos es lo que diferencia cada época. Así, en periodos de recesión económica los motivos denominados *push* son los predominantes, mientras que en periodos de auge económico son los factores *pull* determinan del surgimiento de nuevas empresas.

Para Dubini (1988) los factores de motivación *pull*, motivaciones negativas, son los que en entornos deficientes u hostiles¹³ impulsan la creación de nuevas empresas; mientras que en entornos propicios¹⁴ son los *push*, motivaciones positivas, los que la condicionan.

Solymossy (1997) analizó el éxito, incremento de los ingresos, del número de empleados y satisfacción personal, y no pudo confirmar la significatividad de la existencia de una relación entre la orientación motivacional (*push* o *pull*) y las variables que median el éxito de la empresa de reciente creación. Resultado que, según Muir (1999), se debe a que dicha relación debe ser moderada por las aspiraciones personales propias de cada grupo homogéneo de individuos, y sería conveniente, al analizar el éxito o el fracaso de las empresas de reciente creación, incluir, como posible medida del mismo, la satisfacción de las necesidades personales que impulsaron la decisión del empresario de crear una empresa (Saporta, 1994; Solomossy, 1996; Muir, 1999).

En el informe GEM, las motivaciones son vistas bien como oportunidades o bien necesidad. De los datos que se recogen en el informe GEM de 2014 (ver tabla 1.4.3 motivos para emprender) alrededor de un 66,10% de las personas que deciden emprender lo hacen por oportunidad, mientras que un 29,80% lo hacen por necesidad; en 2008 sólo un 15% del total de las personas que emprendían era por necesidad.

¹³ Los entornos hostiles se caracterizan por la ausencia de tradición empresarial, de cultura y valores empresariales, de redes, de industrias innovadoras y de organizaciones incubadoras, por deficientes infraestructuras y mercados de capital, y por escasos e ineficientes incentivos a la creación de empresas.

¹⁴ Los entornos propicios se caracterizan por una fuerte presencia de los negocios familiares, una economía diversificada en términos de tamaño de las empresas existentes, infraestructuras adecuadas, abundante disponibilidad de recursos, sólida comunidad financiera y la existencia de interesantes incentivos gubernamentales para la puesta en marcha de una empresa.

El emprendedor por necesidad es aquel que se encuentran inmersos en el proceso emprendedor por no tener una mejor opción en el mercado laboral; el emprendedor por oportunidad, el que escoge crear una empresa basándose en la percepción de que existe una oportunidad de negocio, no aprovechada de forma completa por las empresas existentes (GEM 2014).

Dentro del grupo que emprende por oportunidad destaca como motivación principal la búsqueda de independencia con el 39,2%.

Tabla 1.4.3 Motivos para emprender

Motivos para emprender		%	
Ven una oportunidad	66,10%	Mas independencia	39,2%
		Aumento de ingresos	35,9%
		Mantener los ingresos	16,6%
		Otro	8,4%
Por necesidad	29,80%		
Otros motivos	4,2%		

Fuente: elaboración propia a partir de los datos obtenidos del GEM 2014

Los datos recogidos en el informe GEM, (ver tabla 1.4.4, evolución de los principales motivos para emprender en el periodo 2008-2014) en los últimos años reflejan que el principal motivo emprendedor sigue siendo por qué ven una oportunidad; sin embargo podemos apreciar que a lo largo de los años de crisis existe un significativo aumento de las personas que deciden emprender por necesidad, que pasa del 12,96% en 2008, al 29,8% en el 2014.

Tabla 1.4.4 Evolución de los principales motivos para emprender en el periodo 2008-2014

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Ven una oportunidad	81,15%	80,1%	73%	71,6%	72,3%	66,8%	66,1%
Por necesidad	12,96%	15,8%	25,4%	25,8%	25,6%	29,2%	29,8%
Otros motivos	5,89%	4,1%	1,6%	2,6%	2,1%	3,95%	4,2%

Fuente: elaboración propia a partir de los datos obtenidos del GEM 2014

En virtud de lo visto, hemos elaborado un listado de las posibles motivaciones para decidir trabajar por cuenta propia o ajena y hemos preguntado en el cuestionario cuantitativo (anexo3):

¿Señale el grado de importancia que tienen los diferentes tipos de motivaciones en su decisión de trabajar por su cuenta o poner en marcha su empresa?

- Motivación de seguridad: tranquilidad de tener un trabajo fijo y un sueldo estable.
- Motivación subsistencia: interés por ganar lo suficiente para vivir dignamente.
- Motivación económica: ganar el máximo dinero posible.
- Motivación de reconocimiento: conseguir prestigio social y la admiración de los

demás.

- e) Motivación de logro: impulso para fijarse constantemente nuevos retos y superarse a sí mismo para alcanzar objetivos.
- f) Motivación de poder: deseo de dirigir una organización y tener influencia sobre los demás.
- g) Motivación de autonomía: independencia para tomar las propias decisiones y ser mi propio jefe.
- h) Motivación de afiliación: buscar situaciones cooperativas donde poder ayudar a los demás y relacionarse con las personas que le rodean.

Además incluimos una pregunta para identificar si el emprendedor ha creado su empresa por motivos *pull* o vocacionales o *push* por necesidad:

¿Por qué razón ha creado su propia empresa? (señale sólo una).

- a) Vocación, deseaba tener su propio negocio y realizar un proyecto empresarial.
- b) Estaba en paro, precariedad laboral o no le gustaban las condiciones en las que trabajaba.

Analizaremos cómo estas motivaciones están presentes en los emprendedores y, si los que mantuvieron su empresa a pesar de la crisis, presentan un perfil motivacional diferente al resto de los emprendedores y de la muestra en general.

1.4.4. EMPRENDEDORES Y LA MOTIVACIÓN DE LOGRO

Las personas con alta necesidad de logro tienden a asumir la responsabilidad personal por el resultado de sus actuaciones, porque éstas son las condiciones que dan lugar a que tenga la sensación de hacer algo mejor y obtener mayor satisfacción con lo que realizan.

La motivación de logro ha sido descrita como una necesidad de superar las situaciones de reto, la preocupación por las tareas para realizarlas mejor, alcanzar objetivos retadores y lograr un nivel óptimo de rendimiento. McClelland (1968, 1973, 1975, 1989) define a la motivación de logro como una necesidad que la persona tiene que esforzarse para tener éxito y alcanzar los objetivos fijados por él mismo, ofreciéndose como un comportamiento natural o como un incentivo para la búsqueda de algo mejor.

Se trata pues del deseo que tienen ciertas personas por mejorar los resultados de su acción y de sentirse responsable de los mismos (McClelland, 1968). Una persona con una elevada necesidad de logro pasa mucho tiempo pensando cómo hacer mejor un

trabajo, o cómo lograr algo importante. Comenta Timmons (1991) que "este hecho podría explicarse como una competencia continua entre una persona y unos estándares que ella misma se ha fijado"(p. 193).

Por tanto, este rasgo está asociado con el impulso de sobresalir a través del logro en relación con un grupo de estándares y la lucha por el éxito. Definición ésta dada por McClelland en 1961 al desarrollar la Teoría de las Necesidades. Robbins (1999) destaca que las personas con altos niveles de necesidad de logro, poseen fuerzas impulsoras que les activa el deseo de hacer mejor las cosas con criterio de excelencia y eficiencia, buscando siempre la responsabilidad en su desempeño y considerándola como factor atribuible al éxito y no por suerte, por lo que se inclinan a la realización de tareas de dificultad moderada, para así asumir riesgos moderados. Toda persona que posee cierto nivel de necesidad de logro prefiere tareas retadoras, de tal manera que cuando alcanza el éxito en su realización se siente satisfecha de haber conseguido un logro personal.

Los trabajos de investigación han seguido una línea por la cual se pretendía analizar las ventajas de una alta motivación de logro. De este modo, algunos autores (Sagie, Elizur & Yamauchi, 1996; Ward, 1997) han destacado que dicho perfil se caracteriza por ser individuos con gran capacidad de concentración, competitivos, que centran sus pensamientos y acciones en los modos de mejorar el trabajo, se comprometen a ejecutar sus objetivos, tienen alta potencialidad de dirección, son proactivos y líderes potenciales. Se caracterizan por un deseo del éxito, poco miedo al fracaso, niveles de aspiración realistas y un control interno de las situaciones. Algunos estudios han conectado un grado medio de motivación (o menor en su caso) con la tendencia a la evitación del fracaso, mientras que un grado superior era vinculado con el éxito. Así también se ha vinculado la motivación de logro con el establecimiento de metas (metas cercanas y de riesgo moderado), con la persistencia en obtener la solución y con la necesidad de feedback (Heckhausen, Schmalt & Schneider, 1985).

1.4.4.1. La motivación de logro y emprendedores

McClelland (1961 [1968]) observa que la motivación de logro es característica en la mentalidad del comerciante, donde la acumulación a corto plazo de activos altamente líquidos domina toda la actividad económica. Encontró una fuerte correlación entre las

personas con alta motivación de logro y el patrón de conducta que caracteriza la actividad empresarial independiente. McClelland evaluó la motivación de logro de estudiantes universitarios e hizo un seguimiento de sus actividades laborales catorce años más tarde. La actividad laboral de cada universitario se clasificó como actividad empresarial independiente o no independiente. Encontró que el 83% de los empresarios independientes habían tenido puntuaciones de motivación de logro altas catorce años atrás. El 79% de las personas relacionadas con la actividad laboral no independiente habían tenido puntuaciones bajas en necesidad de logro.

McClelland (1961) 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 una elevada motivación de logro, y 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.

La investigación de McClelland (1961) ha sido una de las mayores contribuciones en el área de la psicología del empresario, ofreciendo una forma diferente de concebir las motivaciones. 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 y Winter (1969) a tres: logro, poder y afiliación. Y en el caso de los emprendedores la principal necesidad se centra en la motivación de autorrealización, denominada motivación de logro (nAch), y aunque no es la única variable que condiciona la decisión de crear una empresa, sí que es determinante en la viabilidad empresarial, puesto que el proceso de creación es de por sí un reto que conlleva numerosos obstáculos, de distinta índole, en cada una de sus fases (Barba, 2007).

En virtud de las investigaciones, la teoría sobre motivación de logro de McClelland (1985) considera que los emprendedores tienen una alta motivación de logro (tienden a afrontar objetivos moderadamente desafiantes, buscan conseguir

objetivos y resultados cada vez más satisfactorios, planteándose constantemente nuevas metas) y baja necesidad de poder (no les motiva tener influencia sobre otros y la posibilidad de ejercer control sobre ellos). Mientras que los altos directivos tendrían alta necesidad de poder y baja necesidad de logro (McClelland & Burham, 1976).

Por tanto los emprendedores se caracterizan por una alta motivación de logro que les impulsa a: 1) realizar tareas moderadamente desafiantes, 2) persistir en estas tareas y 3) perseguir el éxito laboral y la actividad empresarial. Las personas que tienen una motivación de logro baja están satisfechas con su posición y no se esfuerzan por mejorar y superar sus metas. Sin embargo, quienes tienen una motivación alta de logros, les gusta mejorar, asumir nuevas responsabilidades y comprometerse con nuevos objetivos; son propensos a tomar riesgos calculados. Frente a situaciones de puro azar prefieren situaciones retadoras que pueden controlar si se esfuerzan.

La teoría de logro de McClelland (1961) es una de las más aplicadas sobre la capacidad empresarial. La motivación de logro es una de las características personales más importantes que se relaciona con la capacidad empresarial. (Littunen, 2000; Utsch & Rauch, 2000). Mientras se identificaba a la necesidad del logro como una necesidad básica que influía en el comportamiento, McClelland (1961) estableció el concepto en la literatura sobre el emprendimiento, postulando que una necesidad alta para el logro predispone a que una persona opte por un puesto empresarial, para conseguir más satisfacción de logro que la que podría obtener de otras clases de trabajo (Espíritu & Zacarías, 2010).

De esta forma, el emprendedor suele aparecer a los ojos de los demás como alguien guiado internamente por un imparable deseo de lograr sus objetivos, como alguien que busca la excelencia. Su fuerte carácter competitivo le lleva a aceptar ciertos riesgos y a perseguir objetivos que le motiven¹⁵.

¹⁵ La búsqueda de consecución de objetivos que le motiven por el emprendedor ha sido documentada por Kent, Sexton y Vesper (1982); Montagno y Kuratko (1986); Begley y Boyd (1987); Timmons (1976); Bumm (1988); Hisrich (1988); Hatch y Zweig (2000); y Mariotti (2007).

1.4.4.2. Algunos estudios sobre la relación entre motivación de logro y conducta emprendedora

Numerosas investigaciones concluyen que la elevada necesidad de logro es una característica esencial de los emprendedores¹⁶. En algunos estudios comparativos dirigidos entre empresarios y no empresarios, aparece que la necesidad de logro tiene más importancia que otras características, así lo argumentan en la literatura Hansemark (1998) o Littunen (2000) y, numerosos estudios¹⁷, confirman a la necesidad de logro como la principal motivación del empresario que determina su decisión de crear una empresa.

Una alta motivación de logro se ha relacionado con el éxito del emprendedor¹⁸ ya sea porque la necesidad de logro influyen en el incremento del número de trabajadores de las empresas de reciente creación¹⁹, en las probabilidades de supervivencia empresarial (Abdesselam et al., 2004), en obtener un alto ratio de liquidez (Begley & Boyd, 1987a), en el grado de internacionalización (Ripollés, Menguzzato & Iborra, 1998), en el crecimiento de las ventas (Johnson, 1990; Bellu, 1999) o en la solvencia (Pandey & Tewary, 1979).

Adicionalmente, autores como Durand (1975), Hull, Bosley y Udell (1980), Brockhaus (1982) o Julien y Jacob (1999), Barba, et al., (2012) consideran que la necesidad de logro es insuficiente para explicar la creación de empresas y su éxito, pues, como señala Brockhaus (1982), las razones que incitan a la creación de una empresa debería buscarse también en ciertos condicionantes ambientales, por ejemplo en los

¹⁶ Entre estas investigación destacan las de McClelland y Winter (1969); Collins et al. (1964a); Hornaday y Aboud (1971); Atkinson y Birch (1979); Di Carlo y Lyons (1979); Feather (1986); Carsrud y Olm (1986); Weiner (1986); Gasse (1987); Francès (1987); Woo et al. (1988); Bruns y Kippenberg (1988); Dubini (1988); Gartner (1989); Johnson (1990); Jenssen y Kolvered (1992); Box et al. (1993); Gatewood, Shaver y Gartner (1995); Stewart et al. (1999); Smith- Hunter et al. (2003); Collins et al. (2004); De Castro y Costa Rizzato (2012); Barredo y Llorens (1993); De Pablo y Bueno (2004); Díez de Castro *et al.* (1995); Koh (1996); McClelland (1968); y Rusque (2002).

¹⁷ En los estudios comparativos entre empresarios y no empresarios de McClelland (1968); Carsrud y Olm (1986); Johnson (1990); Carland y Carland (1991); Stewart *et al.* (1999); Begley y Boyd (1987); Barba et al. (2012); Gartner (1989); Gürol y Atsan (2006); Espiritu y Zacarías. (2010); De Castro y Costa Rizzato (2012). aparece que la necesidad de logro es la características más importancia.

¹⁸ Han relacinado una alta motivación de logro con el éxito del emprendedor estudio como los de Jenssen y Kolverid (1992); Entrialgo et al. (1998); Pandey (2011); Begley y Boyd (1986); Johnson (1989); Schrage (1965); Smith y Miner (1983 y 1985); Smith *et al.* (1987).

¹⁹ La necesidad de logro influyen en el incremento del número de trabajadores de las empresas según las investigaciones de Wainer y Rubin (1969); Smith y Miner (1985); Johnson (1990); Davidsson (1991); Box et al. (1993); Woo et al. (1988); Smith y Miner (1984); Smith y Milner (1985); Driessen y Zwart (1999).

factores *push* y *pull* (Olofsson, et al. 1986; Dubini, 1988; Scheinberg & MacMillan, 1988; Solymossy, 1996 y 1997; Muir, 1999), en la experiencia previa del empresario o en las características del entorno donde está inmerso, cuya presencia determina en mayor parte la capacidad de crecimiento de las organizaciones en sus primeros años de vida, como ya sugerían otros autores como Cooper (1971), Birley y Westhead (1994), Solymossy (1997) o Planellas (2003).

Sin embargo, Nandy (1978), Box, et al. (1993), Sexton y Bowman (1983) no observan ninguna relación entre la motivación de logro y los resultados realmente obtenidos en la empresa. Se han criticado los resultados obtenidos por McClelland y sus colaboradores sobre la motivación de logro, ya que utilizaban pruebas proyectivas como el Test de Apercepción Temática (TAT) o el Miner Sentence Completion Scale (MSCS) para medir la necesidad de logro (Shaver & Scott, 1991).

En la tabla 1.4.5, comentamos brevemente algunos de estos estudios.

Tabla 1.4.5 Estudios sobre la relación entre motivación de logro y conducta emprendedora

<i>Autor</i>	<i>Variable dependiente.</i>	<i>Aportación y conclusiones</i>
Sexton y Bowman (1983)	Intención emprendedora.	Midiendo la intención emprendedora de 401 estudiantes hallaron que los potenciales empresarios no obtienen diferencias significativas en su puntuación en la escala de necesidad de logro en relación al resto de estudiantes.
Smith y Miner (1984)	Crecimiento empresarial.	Los empresarios (de 51 empresas de alta tecnología) con mayor necesidad de logro obtuvieron mayor crecimiento, en número de empleados.
Begley y Boyd (1987)	Alto ratio de liquidez.	Encuestaron a 239 miembros de la Asociación de Negocios Pequeños de Nueva Inglaterra, (147 emprendedores). Los fundadores puntuaban significativamente más alto que los no fundadores en la necesidad de logro, asunción de riesgos, y la tolerancia a la ambigüedad. La alta necesidad de logro estaba asociada con un alto ratio de liquidez.
Smith y Milner (1985)	Crecimiento en el número de empleados.	Analizaron 97 empresas de alta tecnología y concluyeron que los empresarios que logran un mayor crecimiento de sus empresas, poseen niveles más altos de necesidad de logro que el resto.
Woo et al. (1988)	Crecimiento del número de empleados y la cifra de negocio.	Analizaron el éxito de 921 empresas comerciales en los dos primeros años de vida medido por el crecimiento del número de empleados y la cifra de negocio y concluyeron que los empresarios con una elevada necesidad de logro tienen mejores cifras de negocio.
Carland y Carland (1989)	Llevar a cabo un proceso de planificación.	De los 368 propietarios de pymes estudiados los que llevan a cabo un proceso de planificación, tienen mayor necesidad de logro que la media de la población.
Gartner (1989a)	Intención de emprender.	También señaló, entre otras variables, la motivación de logro como un efecto que actúa sobre la intención de emprender.
Gartner (1985)	Éxito emprendedor.	Sugiere que las personas con una alta motivación de logro tendrán éxito a la hora de emprender y esto puede proporcionarles un feedback positivo por sus propios esfuerzos.

Johnson (1990)	Crecimiento empresarial.	Analizó el éxito de 79 empresarios en los que la necesidad de logro se relacionaba positivamente con el crecimiento de las ventas, con la rentabilidad sobre las mismas y con el incremento del empleo generado por la empresa.
Jenssen y Kolvereid (1992)	Supervivencia empresarial.	Estudiaron la supervivencia de 148 empresas y concluyeron que los empresarios con éxito tienen mayor necesidad de logro y de independencia.
Box, et al. (1993)	Crecimiento del número de empleados.	Analizaron la tasa anual de crecimiento del número de empleados de 95 empresas industriales, y concluyeron que la necesidad de competencia del empresario, se relaciona negativamente con el resultado empresarial y la necesidad de logro no es determinante en el resultado de este tipo de empresas.
Entrialgo, et al. (1998)	Éxito de la empresa.	Intentaron comprobar cómo afectan los rasgos del empresario y el proceso estratégico en el éxito de la empresa. El estudio confirma que los rasgos del empresario son los que afectan al éxito de las empresas a través de la influencia que ejercen en el proceso estratégico, que también el proceso ejerce una influencia directa sobre el éxito y además se observó la influencia directa de los rasgos del empresario en el éxito de las empresas. Por lo que respecta a la necesidad de logro, la mayor puntuación en la orientación emprendedora se obtiene entre individuos con alta necesidad de logro. La necesidad de logro y el control interno ejercen su influencia directa, no en los resultados que la empresa obtiene finalmente, sino en el proceso de llegar al éxito, es decir en la toma de decisiones, en las estrategias tomadas por el emprendedor, el trato con los clientes, etc.
Ripollés et al. (1998)	Grado de internacionalización.	El grado de internacionalización alcanzado por 55 empresa de reciente creación se explica por la intensidad emprendedora-actitud proactiva e innovadora y la aceptación moderada de riesgos, derivados de la necesidad de logro y del deseo de autodeterminación en los emprendedores.
Bellu (1999)	Crecimiento de ventas y el beneficio.	Analizó el éxito empresarial -crecimiento de ventas y el beneficio- de 43 emprendedores, demostrando que existe una relación altamente significativa entre las variables afectivas (modelos motivacionales) y las variables cognoscitivas (estilos de atribución casual del éxito y el fracaso). En este sentido, la necesidad de competencia está relacionada positivamente con el éxito empresarial, mientras que la inestabilidad en la atribución casual lo está con el fracaso. En todo caso, la necesidad de logro influye significativamente en el estilo atribucional del empresario.
Driessen y Zwart (1999)	Supervivencia empresarial.	El éxito empresarial –supervivencia- de 45 emprendedores marcaban diferencias significativas entre los empresarios de éxito y los que fracasan respecto a las siguientes características: necesidad de logro, necesidad de independencia, necesidad de competencia y perseverancia.
Stewart et al. (1999)	Perfil emprendedor de empresarios y directivos.	Estudia el perfil emprendedor de 428 empresarios y 342 directivos que se caracteriza por una mayor motivación de logro, mayor propensión al riesgo y preferencia por la innovación.
Díaz y Rodríguez (2003)	Hombres y mujeres emprendedores.	Encuestaron a 38 emprendedores andaluces, de cooperativas diferentes. Tras analizar las respuestas al test de Motivación de Logro de Lynn (1969) observaron que al comparar los resultados en motivación de logro para los diferentes géneros las mujeres obtienen puntuaciones más altas que los hombres obtienen. Y consideran una explicación plausible de estos datos atendería al esfuerzo adicional que las mujeres deben realizar para llevar a cabo una posición directiva en una cultura de mando donde no han sido aceptadas durante siglos.

Abdesselam, et al., (2004)	Supervivencia.	Encontraron relaciones significativas entre algunas variables del perfil del empresario como la necesidad de logro en la implantación y la supervivencia de la nueva empresa.
Gürol y Atsan (2006)	Intención de emprender.	Obtuvieron que el rasgo necesidad de logro mostraba una relación positiva en la actitud emprendedora de los estudiantes.
Barba (2007)	Decisión de crear una empresa.	Concluye que la principal motivación del empresario que determina su decisión de crear una empresa es la necesidad de logro, argumentando que, aunque no es la única variable que condiciona la decisión de crear una empresa, sí que es determinante en la viabilidad empresarial, puesto que el proceso de creación es de por sí un reto que conlleva numerosos obstáculos, de distinta índole, en cada una de sus fases.
Espíritu y Zacarías y (2010)	Actitud emprendedora.	Respecto al rasgo necesidad de logro, hipotetizaron que influía positivamente en la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios, y obtuvieron un resultado altamente significativo con un $p < 0,01$ por lo que se confirma su hipótesis.
Barba y Gonzalez (1990 citado en Barba y Atienza 2011a)	Intención emprendedora.	Existe una relación positiva y significativa entre la necesidad de logro y la intención emprendedora de los emprendedores que presenta niveles altos en esta variable. Asimismo la necesidad de logro, junto a la de independencia, la económica y la experiencia empresarial influye significativamente en el resultado empresarial medido con la variable incremento del número de trabajadores.
Pandey (2011)	Éxito emprendedor.	Investiga los determinantes del éxito de los empresarios rurales en India, concluye que un significativo grado de variación en el rendimiento de los emprendedores se puede explicar por las características psicológicas, en particular, la motivación de logro, junto a la autoeficacia y el Locus de Control.
Barba, et al., (2012)	Decisión de crear una empresa.	La principal motivación del empresario que determina su decisión de crear una empresa es la necesidad de logro, argumentando que, aunque no es la única variable que condiciona la decisión de crear una empresa, sí que es determinante en la viabilidad empresarial, puesto que el proceso de creación es de por sí un reto que conlleva numerosos obstáculos, de distinta índole, en cada una de sus fases. Estando relacionada con el incremento del número de trabajadores de las empresas de reciente creación.
De Castro (2012)	Actitud emprendedora.	En una muestra de 475 estudiantes universitarios brasileños de la región de Amazonia buscó el perfil de personalidad que caracteriza a los emprendedores. Aplicado el Cuestionario de Metas de Logro Académico, mediante análisis de clúster obtuvo tres grupos según su grado de emprendimiento: seguidores, soñadores y emprendedores. El grupo emprendedor está más motivados por el logro (placer en hacer lo que les gusta y hacerlo bien) que por los resultados (obtener beneficios secundarios como dinero, ascensos). Además obtienen que los estudiantes de más edad tienen más motivación de logro que los más jóvenes. También los estudiantes motivados por el logro tienen una mayor creencia en que son ellos quienes manejan su vida (control interno), percibiéndose como menos indefensos, más autoeficaces y con más altas expectativas de éxito. Los estudiantes con mayor actitud emprendedora se diferencian significativamente de los otros dos grupos en su más alto nivel de motivación de logro, también están más motivados por los resultados y tienen mayor equilibrio emocional.

Fuente: elaboración propia

En línea con los estudios vistos en este apartado incluimos la escala de motivación de logro compuesta por 12 ítems de la escala original de Ray (1979) adaptada por Heaven (1990). Las 12 preguntas se incluyen en el apartado 2 CE de la batería de cuestionarios cuantitativos (anexo3). El análisis de las puntuaciones de esta escala nos confirmaran si los emprendedores puntúan más alto en motivación de logro que los no emprendedores, y si un alto nivel de motivación de logro predice éxito (supervivencia de la iniciativa) empresarial. Además comprobaremos si hay relación entre la puntuación en motivación de logro con otras variables como el sexo.

1.4.5. CAPACIDAD DE ADAPTACION, INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD

La innovación es la esencia del progreso, aunque es importante tener en cuenta que no todo lo nuevo es innovador. La idea de innovación debe ir unida a la de progreso y significa aprovechar el conocimiento para alcanzar de modo más eficaz metas valiosas.

Toda actividade creadora de negocio suelen tener un componente innovador, entendiendo dichas actividades como algo capaz de producir riqueza social o económica. Para algunos autores, la innovación es el uso social de la creatividad. Nieto (2008) define la innovación como creatividad práctica.

La creatividad es la capacidad de producir novedades eficaces para resolver un problema o realizar un proyecto. Se opone a la rutina, a la repetición o a la ineficacia. Las economías desarrolladas descansan sobre la creatividad y el conocimiento. Para Marina (1993), la creatividad se puede definir como el desarrollo de ideas que son nuevas y potencialmente útiles y depende siempre del contexto.

Lubart (2001) define proceso creativo como la secuencia de pensamientos y acciones que conducen a algo nuevo, a una producción adaptativa.

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”.

(p. 122)

La autora Ivcevic (2009), defiende que es necesario hacer una distinción entre el potencial creativo y el comportamiento creativo. El primero hace referencia a ciertas habilidades, procesos cognitivos y disposiciones de personalidad que facilitan la expresión creativa. El segundo se refiere al comportamiento observable, la comunicación de ideas y productos que son el resultado de la interacción entre el potencial individual y situacional y/o las influencias culturales. La interacción entre el potencial personal y el entorno social es la que determinará si la creatividad es expresada y que frutos dará..

Messick (1976) 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.

Más tarde, Binnewies, Ohly y Sonnentag (2007) demostraron que la iniciativa personal era importante pero sólo para el comienzo del proceso emprendedor (dos primeras etapas) y no para todo el proceso. El comienzo de todo proceso creativo será el surgimiento de un problema y dependiendo de si se identifica interna o externamente y de la iniciativa personal, el compromiso de resolver ese problema de forma creativa, será mayor o menor. Además, introduce otro factor, el de la comunicación de la idea creativa. Cuando esto ocurre, el compromiso con el proceso también aumenta y se llega a mayores resultados creativos.

1.4.5.1. La innovación en el proceso emprendedor

La *creatividad* y la *innovación* son el instrumento específico de los emprendedores, la manera por la cual ellos explotan el cambio como una oportunidad inexistente anteriormente (Drucker, 2003). Además, los emprendedores son individuos que innovan, identifican y crean nuevas formas de oportunidades de negocios, establecen y coordinan nuevas combinaciones de recurso, para extraer los mayores beneficios de sus innovaciones, elevando así sus posibilidades de éxito en el mercado (Amit & Villalonga 2004).

Profundizando más en el concepto, la creatividad se refiere a la generación de ideas originales, útiles y apropiadas. De conformidad con esta línea de pensamiento y

con una mayor orientación hacia el desempeño creativo, Amabile (1983) sugiere que para que la respuesta a un problema se considere creativa debe ser novedosa, apropiada, útil, correcta y valiosa. Además, se requiere que sea heurística en el sentido de que no siga una ruta identificable de solución. En este sentido, la creatividad presupone una serie de procesos cognitivos en los que subyacen dominios específicos como procesamiento relacional, independencia de campo o control cognitivo en el proceso atencional (Hennessey & Amabile, 2010). Situándonos en el contexto emprendedor, la creatividad es considerada la capacidad de partida para el proceso de innovación (Zhou & George, 2001), entendido éste como un conjunto de etapas sucesivas necesarias para crear nuevos productos y métodos de producción, abrir nuevos mercados y desarrollar nuevas fuentes de suministro, de materias primas y otros insumos, y nuevas formas de organización (León-Rubio, 2013). Con estos argumentos podemos sugerir que la creatividad en el emprendimiento es fundamental, teniendo en cuenta que para el desarrollo de iniciativas emprendedoras es necesario el aprovechamiento de las oportunidades y la resolución de las tareas, de forma que las personas deben encontrar la mejor manera de llevar a buen término su proyecto.

La orientación a la innovación representa la propensión de las empresas a promover la generación de nuevas ideas, la experimentación y las actividades de I+D, dando lugar a la creación de nuevos productos y procesos (Gupta, Tesluk & Taylor, 2007; Lumpkin & Dess, 1996).

Para competir en los actuales entornos cada vez más cambiantes, las empresas han de crear nuevos productos, servicios y procesos (O'Connor & Ayers, 2005). Precisamente la orientación a la innovación es la capacidad para introducir nuevos productos, procesos o ideas en las empresas (Hurley & Hult, 1998).

Esta línea de estudio, de la actividad emprendedora en relación con la innovación, tiene como antecedente la aportación del economista francés Baudeau (1771) que fraguó la idea del empresario innovador. Su propuesta, desarrollada en Chell et al. (1991), consistía en que el autoempleado era una persona que inventa, aplica nuevas técnicas para reducir sus costos y por eso mejora sus ganancias. Para conseguir estos aspectos identificó ciertas habilidades y competencias. A través de tales habilidades, el empresario puede obtener buenos resultados, independientemente de algunos sucesos económicos.

Schumpeter (1984), desarrolla la teoría del empresario-innovador introduciendo, a la corriente económica, elementos psicológicos como la innovación. Schumpeter 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. Joseph Schumpeter (1943) analizó a los emprendedores como innovadores, es decir como aquellos que desean cambiar las cosas o hacer las cosas de forma diferente. Definió al emprendedor como alguien que implementa nuevas combinaciones de medios de producción. Esto puede ser hecho a través de introducir nuevos bienes económicos o productos, introducir un nuevo método de producción o proceso, abrir un nuevo mercado, obtener una nueva fuente de materias primas o inputs (incluyendo la financiación), o cambiar la organización de una empresa en particular o de una industria. Esto puede ocurrir en organizaciones con y sin fines de lucro. A pesar de que la innovación es un componente importante del emprendedor, debe incluir la implementación de una nueva idea o actividad y no sólo en generar una idea como haría un inventor.

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 generadores 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. (p. 11).

Gibb (1993) define al emprendedor como un innovador y oportunista en el sentido que se enfrenta a cosas que previamente no han sido emprendidas o no han sido exploradas. El término emprendedor lo merecen aquellas personas que crean nuevas empresas gracias a su iniciativa, decisión y constancia para establecerse como empresarios y efectuar negocios.

En la década de los 90, se pone el énfasis en las características personales del emprendedor como son la innovación y el cambio, retado a 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 et al (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.

Según Corley (1993) y Lumpkin y Dess (1996) estas estrategias creativas que definen al emprendedor son estilos y no capacidades, que no pueden considerarse permanentes ni mucho menos que en su ausencia, el sujeto deje de considerarse emprendedor; por ello, no hablan de capacidad creativa, sino de estilo creativo.

Varela (1998) tiene muy en consideración la creatividad como factor decisivo e importante en la actividad emprendedora. 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.

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 ventaja en relación con sus competidores.

La literatura ha manifestado recientemente un significativo interés en el capital social y las *redes de negocios como factores claves para la innovación* (Ahuja, 2000; Capaldo, 2007). Laursen y Salter (2006) han enfatizado en los efectos de las redes, las comunidades y las relaciones sobre el logro de un desempeño innovador. El efecto positivo de las redes y las relaciones sobre la innovación se basa en el potencial de colaboración, que facilita la transferencia de conocimiento y el aprendizaje activo entre los miembros de las empresas (Inkpen & Tsang, 2005; Maurer, Bartsch & Eber, 2011). De esta manera, los nuevos modelos de innovación destacan el carácter abierto del proceso innovador, en el cual los resultados dependen del grado de interacción de las empresas con sus principales clientes, competidores, proveedores y un amplio rango de instituciones (Chesbrough, 2003; Dhanaraj & Parkhe, 2006).

Algunos autores han analizado la capacidad de adaptación de los empresarios *desde el concepto de resiliencia* como Manzano y Ayala (2013). La resiliencia es un proceso dinámico en el que las habilidades adaptativas individuales ejercen un efecto positivo a pesar de experimentar situaciones adversas; es una medida de la capacidad de

lidar con el estrés, el conjunto de capacidades y recursos dentro de la persona y el medio ambiente que facilitan esta capacidad de adaptación y resistir frente a la adversidad (Windle, Bennert & Noyes 2011). Es un proceso dinámico que tiene por resultado la adaptación positiva en contextos de gran adversidad (Luthar, & Cicchetti 2000). Las personas resilientes aceptan la realidad sin desmayos y tienen una extraordinaria capacidad de adaptación al cambio (Burns & Anstey, 2010). La resiliencia, o la capacidad de resurgir de la adversidad fortalecido y con más recursos, es una cualidad importante para los empresarios (Sutcliffe & Vogus 2003).

La resiliencia se refiere a la capacidad de los empresarios, a pesar de los eventos desestabilizantes, y las dificultades y las condiciones de la economía, para seguir proyectando su proyecto en el futuro. Es decir, es la capacidad de los empresarios para superar circunstancias especialmente difíciles, gracias a sus capacidades de comportamiento y adaptación, teniendo en cuenta la situación en la que están inmersos.

De acuerdo con Cooper, Estes y Allen (2004), los empresarios resilientes muestran una alta tolerancia a la ambigüedad, son adaptables a las circunstancias cambiantes, y en lugar de rendirse a los cambios tienen una resistencia sobre ellos que proviene de su voluntad de adaptarse y trabajar duro para llegar a sus metas y aspiraciones; demuestran la determinación en su búsqueda para el éxito, sobre todo cuando se enfrentan a un gran desafío. Al hacerlo, a menudo responden a problemas con más poder y más inteligencia; son optimistas, tienen una actitud positiva, son capaces de aprender de sus errores y, donde otros ven amenazas, ellos ven oportunidades.

Los empresarios resilientes son más capaces de adaptarse a los cambios, pueden utilizar los éxitos del pasado para hacer frente a los retos actuales y utilizar las emociones positivas para recuperar de las experiencias negativas (Tugade & Fredrickson, 2004). La actitud positiva mostrada por los empresarios resilientes hacia la desviación de los resultados deseados, pueden aumentar su disposición a aprender de un error y ayuda a obtener conocimientos y a cambiar la estrategia.

1.4.5.2. Estudios sobre innovación y emprendimiento

Distintos autores consideran que se pueden inferir como característica propia de los emprendedores la innovación: Anna et al. (2000); De Pablo y Bueno (2004); Dubini (1988); García y Wandoseel (2004); Jenssen y Kolvered (1992); Smith et al. (1987); Engle, Mah, y Sadri (1997).

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”. (p. 6)

Algunas investigaciones sugieren que las empresas emprendedoras pueden beneficiarse más de la imitación que de altos niveles de innovación (Nelson & Winter, 1982). Por ejemplo, Schollhammer (1982) describe cinco tipos diferentes de la iniciativa empresarial: adquisitivo, administrativo, oportunista, incubador, e imitativo. Las empresas que emplean el tipo adquisitivo de emprendimiento compran o pagan un traspaso por una empresa ya existente. Este enfoque requiere poca o ninguna capacidad de innovación y, si la empresa adquirida es un negocio establecido, puede implicar un riesgo relativamente bajo. Cooper y Dunkelberg (1986) sugirieron que diferentes rutas de acceso a la propiedad de negocios constituyen diferentes grados de la iniciativa empresarial. Estuvieron de acuerdo en que poner en marcha un negocio requiere de iniciativa, creatividad, y la toma de riesgo personal, pero los propietarios empresariales que obtengan su posición mediante la compra o la herencia en general, no están obligados a ser innovadores.

Smith et al. (1987) analizaron el nivel de éxito de la empresa: crecimiento del número de empleados y de la cifra de negocio, beneficio neto e ingresos anuales de 118 emprendedores y 41 directivos y concluyeron que los empresarios cuyas empresas presentan un mayor nivel de crecimiento, tienen un nivel de motivación más alto que los

empresarios cuyas empresas presentan un nivel de crecimiento menor, los cuales se parecen mucho a los que son sólo gerentes de una empresa. La motivación emprendedora la entendían compuesta por cinco dimensiones: autorrealización, propensión al riesgo, retroalimentación, innovación personal y planificación a largo plazo

Para Filley y Aldag (1988) las empresas que experimentan crecimiento disfrutan de una ventaja competitiva basada en la innovación; según Miner et al. (1992), el empresario emprendedor se caracteriza por tener una orientación favorable hacia la innovación y el crecimiento empresarial; y Stewart, Watson, Carland y Carland (1999) estudia el perfil emprendedor de 428 empresarios y 342 directivos que se caracteriza por una mayor motivación de logro, mayor propensión al riesgo y preferencia por la innovación.

Frese (1995) reafirma que la iniciativa es un aspecto de la persona emprendedora. Los emprendedores demuestran una gran curiosidad por los nuevos productos y 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 (...). Y el contacto que mantiene el emprendedor con el riesgo se hace patente cuando hablamos de innovación.

Ripollés (1995), estudió el éxito en 29 empresarios e identificó la figura de empresario-inventor motivado por la introducción de innovaciones en la empresa. El grado de internacionalización alcanzado por 55 empresa de reciente creación se explica para Ripollés et al. (1998) por la intensidad emprendedora, actitud proactiva e innovadora y la aceptación moderada de riesgos, derivados de la necesidad de logro y del deseo de autodeterminación en los emprendedores.

El nivel macro del enfoque psicológico presenta la teoría del empresario de Kirzner (1998). Para este autor el empresario es aquel que está alerta a las oportunidades de negocio que no han sido identificadas por otros. El término central es “alertness” (estar alerta, también traducido como perspicacia frente a las oportunidades de negocio).

Chen et al. (1998) contemplaron la innovación como factor que abarca un conjunto de roles y tareas relacionadas con la conducta de emprendimiento, entre estas tareas se encuentra la producción de nuevas ideas. De hecho, en el presente estudio la autoeficacia emprendedora y la percepción creativa presentaron una correlación positiva significativa.

La innovación supone desarrollar nuevos productos y oportunidades de mercado, la capacidad del individuo para estimular la creatividad y la iniciativa. Esta dimensión se refiere a un conjunto de habilidades relacionadas con el reconocimiento de oportunidades, y es considerada por diferentes autores como fundamental para el autoempleo (Chell, 2000; Chen et al., 1998; Krueger et al., 2000).

Ciertas características del entorno organizacional, como la presión del tiempo, la presencia de acciones de apoyo a la creatividad o la autonomía, pueden condicionar el proceso creativo en las personas (Hennessey & Amabile, 2010), lo cual va en línea de lo que señalan Byron, Khazanchi y Nazarian (2010) y nos lleva a plantear en qué medida la presencia de eventos que generan pérdida de recursos pueden activar mecanismos cognitivos y motivacionales que promuevan la creatividad e impulsen la intención emprendedora.

En el Modelo de Proceso Creativo de Amabile (1998) se plantea que la iniciativa influirá en todas las etapas de este proceso, las cuáles son: (1) identificación del problema -interna o externa-, (2) preparación, (3) generación de ideas y (4) validación de ideas, para llegar a culminar la idea creativa.

Koellinger (2008), basándose en los datos recopilados por el análisis del GEM sobre la población adulta (Reynolds et al., 2005), investigó más en profundidad la innovación en emprendedores, teniendo en cuenta diferentes aspectos. Los resultados más importantes del análisis empírico aportaron algunos datos interesantes. Distingue entre conducta innovadora e imitativa, como formas de iniciativa empresarial, encontrando que ambas formas coexistían en todos los países, pero variando considerablemente de un país a otro.

Sus resultados revelan también que la innovación empresarial no es explicada totalmente por factores específicos individuales, sino que tienen un componente objetivo que implica que hay una cantidad sustancial de nuevos conocimientos o ideas

comercializables que están en la sociedad al alcance de cualquier empresario, incluso de cualquier otro agente humano.

Por otro lado, el estudio empírico reveló además una significativa influencia de diferentes características a nivel individual como la educación, situación en el empleo, y la autoconfianza del emprendedor. Esto implica que, incluso si existen oportunidades, hasta cierto punto objetivas, en el mundo exterior, esto no desencadena inevitablemente la creación de un número determinado de nuevas empresas innovadoras en una sociedad, si no que el acto de percibir, desarrollar y explotar una oportunidad sigue siendo un acto individual que está inseparablemente ligada a factores que influyen en las decisiones individuales y, finalmente, hacer que algunas personas son más propensas que otras para convertirse en empresarios innovadores.

Por último, demostró que tanto la actividad innovadora como la imitativa, podría ser un importante factor económico para el desarrollo y la prosperidad de las naciones. La diferencia entre estos dos diferentes tipos de creación empresarial, es que seguramente varíen con el nivel de desarrollo económico.

Maddux, Leung, Chiu y Galinsky (2009) afirman que el hecho de tener o haber tenido experiencias multiculturales influye positivamente en la capacidad creativa de estas personas. Las personas definidas como “de mente abierta” (Leung, Maddux, Galinsky & Chiu, 2008.) o capaces de adaptarse a nuevas culturas, tienen más posibilidades de mostrar una creatividad derivada de esa experiencia multicultural.

A las personas que han vivido en el extranjero o que se identifican con una identidad multicultural, les agrada más la idea de convertirse en emprendedores o de tener nuevas ideas en su trabajo (Maddux, Galinsky, Gregersen & Dyer, 2008).

Byron et al. (2010) afirman que la autoeficacia puede promover el efecto moderador positivo de la creatividad sobre la intención emprendedora, ante la pérdida de recursos, al generar una evaluación de controlabilidad del evento. Por esta razón, hay que considerar la relevancia que puede tener la creatividad en un contexto de crisis económica, donde la demanda de soluciones creativas para hacerle frente es indispensable. En definitiva, se entiende que la creatividad genera ideas novedosas y útiles, tanto para la obtención de nuevos recursos como para un mejor aprovechamiento y optimización de los recursos existentes, siempre que la persona se considere capaz.

Lee, Hallak y Sardeshmukh (2012), en una revisión de la literatura científica muestran la ausencia de estudios dedicados al empresario turístico y sus comportamientos innovadores como predictores del éxito de las pequeñas empresas turísticas. Partiendo de que la innovación y la creatividad son claves en la iniciativa empresarial, desarrolla un modelo conceptual que demuestra que la autoeficacia del empresario del sector turístico y las conductas innovadoras, juegan un papel en la mejora de los resultados comerciales de su empresa. También Chalí (2012) indagó los factores que favorecen el emprendimiento y sitúa en primer lugar la creatividad.

Tras lo presentado en este apartado, es de esperar que los emprendedores puntúen más que los no emprendedores en una escala de adaptación (retroalimentación y adaptación a los cambios y demandas del entorno) e innovación. Y que los emprendedores que han subsistido también obtengan mejores resultados que los que cerraron ante la crisis. Por esto hemos introducido, en el cuestionario cualitativo (anexo 3), una escala de capacidad de adaptación, que inicialmente consta de siete ítems sobre adaptación e innovación de elaboración propia más 27 ítems del BFQ que miden apertura mental, creatividad e innovación, y una subescala de innovación que inicialmente consta de 8 elementos (3 de elaboración propia y 5 del BFQ, en el anexo 3) y evalúan capacidad y disposición a la innovación.

1.4.6. EL SIGNIFICADO DEL TRABAJO Y ACTITUD EMPRENDEDORA

El trabajo es una realidad social que se ha ido modificando y que seguirá cambiando a lo largo del tiempo. En la sociedad actual, el trabajo es una de las esferas de mayor peso (Giddens, 1991; Peiró, 1990) y repercusión social, por esta razón es importante la percepción que el sujeto posee del trabajo (el significado del trabajo). El trabajo puede percibirse como un constructo actitudinal, un producto dinámico que actúa en la construcción de la realidad personal y social del individuo, y que está determinado por dicha realidad.

El significado del trabajo resulta relevante por dos razones (MOW, 1987; Ruiz Quintanilla & Wilpert, 1991; Peiró, 1990; Salanova, 1992), la primera porque influye de

forma significativa en procesos y conductas individuales, organizacionales y societarias; y, en segundo lugar, porque puede actuar como un indicador de la motivación laboral de la persona, como una estructura actitudinal hacia el trabajo, o como un determinante de la realidad social.

Para Peiró (1993), el trabajo es un referente importante ante el cual los individuos adoptan una postura. Tal y como ya hemos señalado, el significado del trabajo se adquiere a través de las experiencias laborales reales y de la observación de modelos culturales. Como resultado de esos conocimientos, creencias y valores aprendidos, se configuran distintos significados del trabajo que van cambiando acordes al momento histórico en el que nos situemos, a los modelos culturales, y a las variables individuales y, que influyen en la manera de percibir y afrontar las experiencias laborales.

El significado del trabajo está compuesto por aspectos cognitivos, afectivos, por predisposiciones de conducta y estructuras macro (Mow, 1987). Si tuviéramos que dar una definición sobre el significado del trabajo, podríamos decir que hace referencia a un conjunto de creencias, valores y actitudes de las personas hacia el trabajo. Todos estos aspectos varían en función de las experiencias subjetivas y, de aspectos situacionales que se producen en el contexto laboral y organizacional (Salanova, 1992).

El trabajo es entendido como un rol básico y central en la vida de las personas, debido a factores como la cantidad de tiempo que se dedica, que permite la satisfacción de necesidades económicas y psicosociales, su interrelación con otras áreas de la vida, como la familiar, tiempo libre, etc.

El trabajo, además de posibilitar una supervivencia, otorga un significado a la vida y es una de las dimensiones centrales que posibilitan la integración y participación en la sociedad, posee la función de proporcionar una identidad personal y social a los individuos. En este sentido, la identidad se construye, en gran medida, en/a través del desempeño de un trabajo. Se nos prepara y se nos forma para el trabajo, se nos identifica con la actividad laboral realizada; merced al trabajo, pues, logramos un estatus, jugamos unos roles y nos construimos una identidad, tanto social como personal.

Al abordar los valores y concepciones en relación con el trabajo, Blanch Ribas (2003) identifica tres posibilidades: polo negativo, centro del continuo y polo positivo. La primera está de acuerdo con la idea del *tripalium*, o sea, de castigo, coerción, esfuerzo y penalidad. En la posición central están las representaciones del trabajo en una

perspectiva instrumental, en la medida en que él proporciona la supervivencia e implica dedicarse a la consecución de ese fin. El polo positivo del trabajo es asociado a posibilidades de satisfacción y de autorrealización, misión, valor. En la sociedad capitalista contemporánea, el trabajo está predominantemente asociado a valores positivos en la vida cotidiana, en razón de la valorización de la ética del trabajo influenciada por la doctrina protestante, conforme a lo argumentado por Weber (Blanch Ribas, 2003; Borges & Yamamoto, 2004).

La centralidad está relacionada con la identificación personal con el trabajo y, para Ruiz Quintanilla y Claes (2000), “es definida como el grado de importancia que el trabajo tiene en la vida de un individuo en algún punto dado del tiempo” (p. 340). La centralidad está constituida por dos componentes: el valor atribuido al trabajo y su importancia en relación con otros papeles/funciones en la vida.

Podemos decir que la importancia del trabajo varía de una persona a otra, siendo un componente central del conjunto de creencias, valores y actitudes que constituyen el significado del trabajo. Harpaz, (1999) se ocupa de la importancia del rol del trabajo para el desarrollo humano general. El rol del trabajo es una fuente de identidad importante, por la que la persona es juzgada y se juzga a sí misma (Kalleberg & Loscocco, 1983).

1.4.6.1. Significado y origen psicosocial del trabajo

Los significados y los sentidos del trabajo han sido objeto de estudio más reciente, especialmente en el curso de la llamada crisis del trabajo, como apunta De la Garza (2001), y otros autores del campo de la sociología. Los diferentes abordajes psicológicos sobre significados y sentidos del trabajo presentados en este texto, corresponden a las concepciones teóricas predominantes en esta ciencia. Si, de un lado, existen diversos estudios que enfatizan la centralidad del trabajo y la predominancia de concepciones positivas, la psicología necesita ser capaz de entender mejor las contradicciones, las disyunciones, que hacen que el trabajo pueda ser fuente de placer, y también de sufrimiento (Cimbalista, 2007). En esta dirección el diálogo con teorías críticas, como el construccionismo y el abordaje socio-histórico, se puede constituir en un fundamento consistente para estudios sobre los procesos de significación en el

trabajo. Más que optar por una determinada teoría, se defiende la posición de comprender los sujetos trabajadores insertados en un determinado contexto político, económico y social cuya racionalidad, autonomía, eficacia y participación dependen de la realidad social allí construida.

Desde la infancia vamos adquiriendo una serie de valores acerca del trabajo. Estos pueden cambiar a lo largo del proceso de socialización laboral, y pueden variar en función de las expectativas subjetivas y de aspectos situacionales que se producen en el contexto del individuo y de la organización (Salanova, 1992).

El significado psicosocial del trabajo es un constructo multidimensional compuesto por cinco factores interdependientes: centralidad del trabajo, normas sociales sobre el trabajo, valoración de los resultados del trabajo, metas laborales e identificación con el control de trabajo. Siguiendo los pasos que da el grupo MOW (International Research Group, 1987) podemos considerar fundamental en el significado del trabajo:

- a) La centralidad del trabajo, se ha identificado con la creencia de que el trabajo es importante en la vida de una persona formando parte de la identidad personal. También implica una priorización entre esferas preferidas de vida, la centralidad de la actividad laboral está en relación con la centralidad de otros aspectos también importantes como la familia, tiempo libre, amigos...
- b) Las normas sociales sobre el trabajo, son creencias de las que parte la gente cuando realiza evaluaciones normativas sobre el trabajo y reflejan valores culturales. Hay una orientación normativa hacia el trabajo como obligación y otra como derecho.
- c) Valoración de los resultados del trabajo. se definen como un conjunto de resultados que la persona busca al trabajar, junto a la importancia relativa dada a los mismos.
- d) Metas laborales. Desde una perspectiva interaccionista, para explicar los comportamientos de las personas ante la realidad laboral, consideran que tanto las características situacionales como las personales inciden en el sentido y el valor que el trabajo tiene para el individuo.
- e) Identificación con el control de trabajo.

Dentro de un mismo momento histórico, existen diferencias en la socialización laboral, dependiendo de la interacción entre variables situacionales -clase social, situación del mercado laboral, ciudad y región, redes de apoyo social.- y variables personales -estilos de comportamiento, habilidades y capacidades, valores y actitudes...-. Si nos centramos en las variables personales, el patrón de conducta puede ser determinante en la postura que el sujeto adopte ante el trabajo.

Banatini, Simonetti, Michelini y Napione (1999), plantean el vínculo con el trabajo como una interrelación que regula la vida del ser humano, tornándose imprescindible. Esto supone un cambio en la visión del trabajo como medio de subsistencia; por tanto el que trabajo sea un elemento necesario para la manutención de su vida es lo que lo torna obligatorio.

Asimismo, Sarriera, Sá y Teixeira (1997) explican que se evidencia dentro de la escala de prioridades cambios sustantivos en la jerarquización del trabajo cuando se ubica a la salud, familia y amistad en los primeros lugares, mientras que el trabajo queda postergado para ser considerado como una condición.

Estos resultados están en línea a lo aportado por Gracia, Martín, Rodríguez y Peiró (2001) que consideran el trabajo como un deber, y un aumento en el valor que conceden a aspectos extrínsecos del trabajo.

Para Ginzberg, Ginsburg, Axelrad y Herma (1951) las variables implicadas en la elección vocacional son la realidad (respuesta a las presiones del ambiente), la cantidad y calidad de la educación, los factores emocionales y de personalidad, y los valores del individuo.

Los valores asociados a los resultados se refieren a las razones para trabajar, tales como estatus y prestigio, satisfacción, contactos sociales (Ruiz-Quintanilla & Claes, 2000). La importancia de las metas del trabajo está relacionada a estudios sobre satisfacción, valores e incentivos. Los investigadores del Grupo MOW identificaron dos dimensiones relacionadas con las metas individuales: aquellas relativas a aspectos económicos, instrumentales y extrínsecos -pago y seguridad en el empleo, por ejemplo- y las referidas a aspectos intrínsecos o expresivos, como autonomía y uso de habilidades.

1.4.6.2. Valores en el trabajo

Super (1957) afirma que el patrón de valores en el trabajo está formado por el interés, el patrón de maduración, la afición a un trabajo, la preocupación por el éxito en un trabajo, la independencia vocacional, y la aceptación de responsabilidad. Super considera que la satisfacción en el trabajo y en la vida depende de las salidas que el individuo encuentre para sus habilidades, intereses, rasgos de personalidad y valores.

Respecto a los valores laborales, Super (1970) los define como cualidades que las personas desean de su trabajo, más fundamentales que los intereses.

Gottfredson (1981) también otorga una especial relevancia a los valores, están presentes en dos de las seis variables implicadas en su teoría del desarrollo de aspiraciones vocacionales: el autoconcepto (lo que uno desearía ser en función de la percepción que tiene de sí mismo, y que integra habilidades, intereses, características de personalidad, sexo, inteligencia, autoconcepto social o de clase social de pertenencia, destrezas y valores) y las aspiraciones ocupacionales (ocupación concreta elegida en un momento determinado, y que está relacionada con el sexo, la clase social y la inteligencia, y también con los intereses vocacionales y los valores personales y familiares).

Dawis y Lofquist (1993), con la Teoría de la Correspondencia Persona–Ambiente, tiene en cuenta el ajuste entre las habilidades personales y las demandas del trabajo, así como el ajuste entre los valores del individuo y los refuerzos ambientales. En otras palabras, lo que aporta y solicita individuo y lo que el trabajo requiere y ofrece a cambio.

La importancia relativa del rol del trabajador respecto a otros roles vitales (padre, deportista, miembro de una comunidad, etc.) fue estudiado también por Dubin (1956), Dubin, Champoux y Potter (1975), Mannheim (1975, 1986) y Mannheim y Dubin (1996). El concepto utilizado por estos autores es el de centralidad del trabajo, que el grupo MOW (1987) define como el grado de importancia general que tiene el trabajo en la vida de un individuo, en cualquier punto dado en el tiempo. Además distingue entre centralidad absoluta, referida a la importancia del trabajo para el individuo en términos globales (el valor que se atribuye al trabajo como rol a desempeñar en la vida), y

centralidad relativa, la importancia del trabajo frente a otras facetas de la vida: el ocio, la comunidad, la religión y la familia.

Schwartz (1999) empareja los siete tipos de valores básicos con la centralidad del trabajo, y la percepción del trabajo como derecho. Parece que una centralidad del trabajo alta resulta compatible con competencia (mastery) y jerarquía (hierarchy); y conflictivo con autonomía afectiva (affective autonomy), igualitarismo (egalitarianism), armonía (harmony), y conservadurismo (conservatism). Percibir el trabajo como un derecho es compatible con igualitarismo y autonomía intelectual (intellectual autonomy) y conflictivo con conservadurismo y jerarquía.

1.4.6.3 Autonomía, independencia y emprendimiento

Varios estudios²⁰ identifican la necesidad de independencia en el trabajo como una de las características esenciales del emprendedor. Incluso los resultados obtenidos por Barba et al. (2012) les permite afirmar que la búsqueda de independencia, influye en el éxito emprendedor, medido como incremento del número de trabajadores en la empresa.

Estos estudios señalan entre las causas que guían a los empresarios, la búsqueda de autonomía o independencia, y se destaca como una consideración de primer orden (Hamilton, 2000) la evidencia de que el autoempleo ofrece beneficios no pecuniarios substanciales, tales como "ser su propio jefe".

Los empresarios dan una especial importancia a su independencia laboral²¹. Utilizando datos de la encuesta aplicada en Reino Unido, Alemania y Suiza, Frey y Benz (2003) sostienen que la mayor independencia y autonomía de los trabajadores por cuenta propia es, en gran parte, responsable de su mayor satisfacción en el trabajo. Una serie de estudios recientes sobre las naciones miembros de la OCDE muestra, además, que la gente más a menudo se mueven en el autoempleo cuando están insatisfechos con

²⁰ Anna et al. (2000); Collins et al. (1964); De Pablo y Bueno (2004); Douglas y Shepherd (1997); Dubini (1988); Duchéneaut y Orham (1998); Feeser y Dugan (1989); García y Wandoseel (2004); Jenssen y Kolvered (1992); McClelland (1968); Sheinberg y MacMillan (1988); Woo et al. (1988) identifican la necesidad de independencia laboral como una de las características esenciales del emprendedor.

²¹ Los estudios de Blanchflower y Oswald (1998); Blanchflower (2000); Blanchflower et al. (2001); Hundley (2001) confirman que los empresarios dan una especial importancia a su independencia laboral.

su vida, y que el acto mismo de la creación de su propio negocio tiende a hacerlos más satisfechos que la persona promedio en su país (Hofstede, 1998).

Noorderhaven, Wennekers, Hofstede, Thurik y Wildeman (1999) y Falter (2002) sostiene que la mayor satisfacción en el trabajo exhibido por el trabajador por cuenta propia en Suiza, proviene más bien de las características laborales que de los ingresos. Falter observa que esto puede ser debido a que se trata de personas optimistas y que buscan libertad en su trabajo.

Existen en la literatura otros planteamientos que intentan inferir correlaciones positivas entre la motivación del emprendedor, entendida como el grado en el que el fundador está dispuesto a invertir su tiempo, energía y dinero en su proyecto de empresa, y su comportamiento, respecto a cuestiones tales como la estrategia o la voluntad de crecimiento empresarial (Dubini, 1988; Shaver & Scott, 1991). En esta línea, se ha desarrollado un cuerpo teórico que trata de modelizar el proceso y las variables que intervienen en el comportamiento empresarial (Davidsson, 1991; Herron & Robinson, 1993), entre las que destacan la capacidad y la motivación del empresario.

Relacionándolo con la motivación, hay estudios que señalan a que las personas que trabajan por razones externas a su propia persona no tendrían internalizado el valor del trabajo, mientras que las personas que tienen una motivación intrínseca por el trabajo sí se identificarían con él.

Orrego Correa (2010) intenta explorar el emprendimiento desde una dimensión humana en la que se percibe al hombre como un ser que aprende a lo largo de la vida, interesado en saber ser, saber hacer y emprender. Reconocer la cultura desde lo humano es aceptar que el trabajo es una construcción social; desde este punto de vista tiene sentido abordar los nuevos emprendimientos, como los lugares donde se estructuran las relaciones sociales, y donde se produce el conocimiento.

A este respecto, Durkheim (2001) reconocía que en la sociedad moderna este asunto es contradictorio, pues el ser humano de un lado ha de desarrollar necesariamente la autonomía individual ya que el proceso de diferenciación e innovación es permanente y, de otro, cada vez está más presente la interdependencia del individuo con la red de conexiones laborales, el grupo profesional y el órgano central. Se exige al tiempo mayor desarrollo de las diferencias y mayor interdependencia de lo diferente.

En el mismo sentido, uno de los aspectos más preocupantes de nuestra cultura es la pérdida del sentido humano y social de las acciones que se reflejan en los actos del trabajo. Las organizaciones presionadas por la búsqueda de competitividad y productividad, han desconocido la libertad y autonomía del trabajo, lo que trae como consecuencia la falta de responsabilidad, compromiso y cierta predisposición para la innovación.

Los hombres no pueden trabajar sin dar sentido a su acción. Es así como el emprendedor, con la puesta en marcha de su iniciativa, persigue dar significado a su trabajo, y desde esta perspectiva contribuye a desarrollar la inventiva, la iniciativa, la imaginación, y el compromiso con lo que se hace, porque como plantea Aktouf (1998), se sabe que el acto humano por excelencia es el acto del trabajo.

Es trascendental recuperar el sentido del trabajo, el cual no constituye exclusivamente un fin para mantener la vida. Es preciso comprender la diferencia entre la utilidad que deviene de su acción y el pleno significado en la esfera social. Así, el emprendimiento debe considerarse motor de iniciativas que tienen un objetivo social, toda vez que las organizaciones se conciben como urdimbres donde se entretajan relaciones y redes de colaboración, y se posibilita la realización de proyectos de vida.

Por ello, el emprendedor desde un punto de vista sociológico, debe empeñarse en recuperar el sentido del trabajo como una forma de lograr mayor compromiso con sus iniciativas y generar espacios apropiados en las organizaciones para la formulación de innovaciones y nuevos emprendimientos.

Algunos resultados sobre valores en estudios transnacionales, como el realizado por el equipo WIS (Work Importance Study) ponen de manifiesto que los valores intrínsecos (desarrollo del personal, utilización de habilidades y logro) ocupan un rango superior, frente a otros menos importantes, como la asunción de riesgos, la ambición por la autoridad y el prestigio, y los valores utilitarios clave, ocupan un rango medio. Frente a todo ello, la autorealización aparece como una meta muy importante en la vida de la mayoría de los sujetos, en el sentido de aprovechar su potencial (García, 2004).

Por su parte, Gorgievski (2014 citado en Gorgievski, Moriano & Bakker, 2014) investiga la relación entre *engagement*, la pasión por trabajo relacionado a la experiencia de efecto más positivo, y la adicción al trabajo relacionado a la experiencia más negativa, y el rendimiento empresarial. Encontró evidencia de una doble vía el

engagement, la pasión positiva por trabajo relacionado con un comportamiento más innovador, el crecimiento empresarial, y el éxito subjetivo del negocio. Por el contrario, la adicción al trabajo, una experiencia negativa, que se relacionó negativamente con el crecimiento del negocio y el éxito subjetivo empresarial. Los resultados entre empresarios, subrayan la idea de que la experiencia más positiva y estados afectivos menos negativos, juegan un papel importante en la explicación del alto rendimiento.

La apertura es un requisito importante para llevar a cabo actividades empresariales. Otra posibilidad es que los diferentes tipos de estados afectivos se refieren a diferentes tipos de fijación de objetivos. Vallerand (2008) ha mostrado que esa pasión armoniosa se relaciona con el establecimiento de metas retadoras, que predicen la práctica deliberada y de alto rendimiento. Establecer metas retadoras ha sido asociado con la sensibilidad a la ausencia o presencia de emociones positivas y sentimientos a lo largo del eje de la alegría - decepción. En contraste, la pasión obsesiva está relacionada con bajo rendimiento (Higgins, 1997).

Con el objeto de comprobar si los emprendedores presentan un perfil en el significado del trabajo diferente a los no emprendedores, hemos aplicado una escala de elaboración propia en la que se pide al sujeto que señale la importancia que tienen las siguientes características del trabajo para usted y se le ofrece una listado con 15 ítems:

- 1.-Oportunidades para aprender nuevas cosas.
2. Buenas relaciones interpersonales (con supervisores y compañeros).
3. Buenas oportunidades de ascenso o promoción.
4. Horario adecuado.
5. Mucha variedad.
6. Realizar un trabajo interesante (que le guste).
7. Buena estabilidad en el empleo.
8. Un buen ajuste entre las exigencias del trabajo y tu preparación y experiencia.
9. Buen sueldo.
10. Buenas condiciones físicas de trabajo (temperatura, limpieza, poco ruido).
11. Autonomía (decidir cómo hacer su trabajo).
12. Posibilidades de fijarse constantemente nuevos retos y superarse a sí mismo para alcanzarlos.
13. Poder (dirigir y tener influencia sobre los demás).
14. Posibilidades de innovar (hacer cosas nuevas).
15. Reconocimiento (conseguir prestigio social y la admiración de los demás).

En el cuestionario, también se pregunta “¿Hasta qué punto es importante y significativo el trabajo en su vida?”.

Además, de acuerdo con los estudios presentados en este apartado sobre el carácter emprendedor y los análisis de discriminación, hemos calculado la escala de significado del trabajo emprendedor, ponderando positivamente los items aprender, autonomía, nuevos retos e innovar y negativamente los valores de horario y estabilidad.

1.4.7. ASUNCION DE RIESGOS Y EMPRENDIMIENTO

El emprendedor se caracteriza por poseer espíritu de riesgo para explotar oportunidades, mediante el planteamiento de objetivos alcanzables a fin de manejar en un futuro las posibles fallas, asumiendo para ello la responsabilidad implícita. Es preciso mencionar que el grado de propensión al riesgo inherente a los procesos emprendedores no se traduce sólo en riesgos financieros por el perjuicio que representa para el individuo la pérdida de capital invertido o por posibles quiebras y fracasos, sino también viene dado por los daños psicológicos que pueden conllevar los mismos, frustraciones, decepciones, desmoralización, desaliento y pesimismo para intentarlo de nuevo. A menudo se distingue entre el riesgo personal, riesgo social y riesgo psicológico (Gasse, 1982b).

Brockhaus (1980) define la propensión a asumir riesgos como la preferencia por las situaciones que pueden aportar recompensas en caso de éxito y graves consecuencias si se da el fracaso. Miller y Friesen (1978) como el grado en que los emprendedores están dispuestos a invertir recursos y arriesgarlos, es decir, que tienen una probabilidad razonable de que un fracaso sea muy costoso.

Cantillon (1734) argumenta que el principal factor que separa a los emprendedores de los empleados contratados era la incertidumbre y el riesgo del trabajo por cuenta propia; Cantillon (1755) veía al emprendedor como alguien que compra a un precio conocido pero vende a un precio incierto. Por lo tanto, asumían el riesgo y la incertidumbre del negocio pero conservaban el excedente luego del pago contractual. El beneficio resultaba de la aceptación de la incertidumbre, y la función del emprendedor era llevar a cabo estos negocios arriesgados. Es importante aclarar que, en economía, el riesgo (se puede asignar una probabilidad a un resultado) se distingue de la incertidumbre (no se puede asignar una probabilidad de ocurrencia) pero aquí el término riesgo incluye a los dos.

Mitton (1989) ha definido al emprendedor como la persona a quien le gusta tomar riesgos, siempre listo a buscar y manejar situaciones desorganizadas y aceptar riesgos, así como a evitarlos.

Jean-Baptiste Say (1803) consideró al emprendedor como un organizador de factores de producción. Éste intercambia recursos económicos (trabajadores, habilidades, educación y capital) de áreas de poca productividad a áreas de gran productividad y alta rentabilidad. Esta función de coordinador contiene un elemento de riesgo. La iniciativa de identificar oportunidades, trae consigo la necesidad de adoptar conductas arriesgadas por parte del emprendedor, quien a mayor riesgo, va en busca de mayores recompensas.

Mark Casson (1990) entiende que el emprendedor es un coordinador de recursos, un negociador y un exitoso arriesgado. Los cambios en el ambiente externo (como por ejemplo la tecnología, los mercados, etc.) otorgan oportunidades, y el emprendedor juzgará si toma o no la oportunidad basándose en las recompensas, el riesgo y la incertidumbre.

De esta forma, Hisrich (2002) reconoce que todo emprendimiento lleva asociado un riesgo ya sea financiero, social o psicológico. Al enumerar los rasgos de la personalidad emprendedora, señala como la principal competencia personal del emprendedor la capacidad de buscar oportunidades, asume riesgos con posibilidades de error y esta alerta a las ocasiones. Para Hisrich (1990) el emprendedor desarrolla una “Conducta (...) aceptando el riesgo y el fracaso” (p. 209).

Es decir, el emprendedor, además, debe tener capacidad para *sobrellevar el riesgo* no sólo ante el peligro de que la empresa fracase, sino sobre todo saber convivir con cierto nivel de inseguridad y sobreponerse a contradicciones y dificultades para continuar impulsando su idea empresarial con energía.

Las obligaciones financieras personales que los emprendedores asumen, pueden resultar con pérdidas realmente importantes y comprometer la calidad de vida futura del sujeto, y dado que, probablemente, el emprendedor se ha involucrado en la empresa a nivel personal, puede llevar a problemas emocionales relevantes. Así Bird (1989) divide el riesgo en cinco tipos, cuatro de los cuales son claramente relevantes a cualquier emprendedor potencial: riesgo económico, riesgos en las relaciones sociales, riesgo en el desarrollo de la carrera, además el riesgo psicológico y de salud.

Guillén et al. (2004) se basan en Hull, Bosley & Udell (1980) para reconocer que el empresario es una persona que asume riesgos. De hecho, la asunción de riesgos es una cualidad que se utiliza con frecuencia para describir el espíritu empresarial. No pocos autores han considerado que la propensión al riesgo está positivamente relacionada con el éxito empresarial ya que la asunción de riesgos es una parte esencial de la actividad empresarial (Begley, 1995; Van Praag & Cramer, 2001; Stewart & Roth, 2001). Además, los emprendedores que dirigen sus propios negocios, se sienten más seguros de emprender en condiciones de incertidumbre, si bien, en muchos casos, sea cauteloso y precavido.

Se ha descrito a los emprendedores como tolerantes a la ambigüedad y a la incertidumbre. Entendiéndose la ambigüedad e incertidumbre como la capacidad para actuar en un ambiente imprevisible, discordante y ambivalente. Los emprendedores, se encuentran frente a un continuo cambio, un entorno que aporta ambigüedad e incertidumbre en todos los aspectos de la organización (McClelland, 1987; Bird, 1989; Ibrahim & Ellis, 1990). Los mejores emprendedores navegan entre esa incertidumbre y logran generar ventajas que aprovechan para su proyecto (Wennekers & Thurik, 1999; Ibrahim & Soufani, 2002). Para el emprendedor, como para todo aquel relacionado con el mundo de la empresa, el cambio es permanente (Mariotti, 2007).

Esta propensión general a la toma de riesgos se puede definir como la probabilidad percibida de que se recibirán unos determinados beneficios asociados al éxito de una situación propuesta por el potencial emprendedor, y que dicho sujeto valora antes de que se someta a las consecuencias asociadas a un fracaso. Esta definición puede ser una buena descripción de la situación que ha de enfrentar un emprendedor cuando decide emprender un nuevo negocio.

En definitiva, el riesgo empresarial se puede dividir en tres componentes:

- a) La propensión que existe generalmente por parte de un potencial emprendedor a tomar riesgos.
- b) La probabilidad percibida de que fracase una determinada empresa.
- c) Y las consecuencias percibidas que conllevaría dicho fracaso.

El estudio de estos componentes es muy dificultoso, principalmente porque los dos últimos necesitan de un conocimiento a fondo de la empresa.

A pesar de ello, se han realizado estudios que, por ejemplo, permiten conocer la propensión general a tomar riesgos por parte de los emprendedores y gerentes comparándola empíricamente, de manera que permite determinar si este componente de riesgo difiere entre los distintos emprendedores.

1.4.7.1. Riesgos calculados

Los emprendedores exitosos no buscan deliberadamente situaciones de riesgo elevado, ni se esfuerzan en evitar el riesgo en conjunto. Esencialmente están dispuestos a aceptar el riesgo y la incertidumbre inherentes a las nuevas oportunidades. Cuando estos deciden perseguir un proyecto empresarial lo hacen calculando al máximo los riesgos²², analizando el proyecto y su entorno, en definitiva teniendo claro el resultado previsible de su operación (Marinelli, 1998). Además, con su gestión y su esfuerzo personal intentan poner todas las posibles circunstancias a su favor para evitar riesgos innecesarios²³.

McClelland (1987) matiza la disposición al riesgo, afirmando que los emprendedores, como individuos con alta motivación de logro, son propensos a tomar riesgos calculados. Es decir, prefieren situaciones arriesgadas en las que tienen algún control sobre lo que va a suceder frente a situaciones de puro azar.

Tomar riesgos y asumir sus consecuencias, tanto buenas como malas, puede ser una forma aceptable de proceder cuando la persona emprendedora se encuentra en la posición de gestionarse a sí mismo, pero lo es menos cuando se encuentra a cargo de una gran compañía.

No pocas son las empresas que han fracasado de forma temprana dado que, a pesar de las ideas creativas de personas con visión y grandes expectativas, y un optimismo desmesurado, han prestado muy poca atención a los detalles y a la necesidad de tener precaución. Por ello, un emprendedor con grandes expectativas, dispuesto a asumir cualquier riesgo, ha de considerar que hay hechos que parecen menos

²² Kuratko, Morris y Covin (2011); Gutiérrez (1999); McClelland (1987); Bird (1989); Ibrahim y Ellis (1990), concluyen que los emprendedores calculan al máximo los riesgos.

²³ Para Bumm (1988); Kolchin (1987); Hatch y Zweig (2000); Littunen (2000); Hisrich (1992); Kent et al. (1982); Begley y Boyd (1987); Montagno y Kuratko (1986), los emprendedores buscan evitar riesgos innecesarios.

importantes pero que también han de tenerse en cuenta, y que pueden llevarle al fracaso. Por ello, un alto optimismo en la persona emprendedora es bueno, pero siendo conscientes del alcance de lo que puede perder si las cosas no salen como se planean.

Los resultados indican que los empresarios, en general, asumen riesgos moderados. Dado que la asunción de riesgo está estrechamente asociada a la innovación los emprendedores deben asumir mayor riesgo que los no-emprendedores (Brockhaus 1980; Vesper, 1990).

Se puede argumentar que todos los negocios implican algún grado de riesgo, de tal manera que no tiene sentido pensar en términos extremos de riesgo o seguridad, sino en un continuo en el que el nivel de riesgo varía ampliamente. Brockhaus (1980) define la propensión al riesgo como la disposición a asumir una situación incierta en virtud de la probabilidad percibida de recibir recompensas y conseguir éxito. Brockhaus (1980) utilizó una versión temprana del cuestionario Kogan y Wallach (1964) sobre dilemas y elección, para evaluar las preferencias de riesgo mediante la presentación a los encuestados de doce situaciones hipotéticas y pidiéndoles que "eligieran entre una alternativa segura y otra más atractiva, pero arriesgada" (Brockhaus, 1980, p. 514).

Sitkin y Pablo (1992) consideran la propensión al riesgo como mediadora entre las preferencias de riesgo y las conductas arriesgadas, con el argumento de que "en general, las preferencias de riesgo, el deseo de evitarlo o perseguirlo no determina conductas de riesgo específicas, sino que afecta a la probabilidad general de un comportamiento más o menos arriesgado" (Sitkin & Pablo, 1992, p. 15). Otros factores también pueden ser importantes para la predicción de la asunción de riesgos, tales como el problema de enmarcar el riesgo (Kahneman & Tversky, 1979), los resultados en el pasado cuando se asumieron riesgos (Thaler & Johnson, 1990), y la capacidad para actuar bajo condiciones de inseguras y soportar el riesgo (Slovic, Fischhoff & Lichtenstein, 1980).

1.4.7.2. Estudios sobre emprendimiento y asumir riesgos

La evidencia previa ha demostrado que este es un factor especialmente determinante del espíritu emprendedor de un sujeto (Cross & Travaglione, 2003; Mullins & Forlani, 2005). En efecto, la asunción de riesgos es una parte esencial de la actividad empresarial, dado que una de las causas más frecuentes de que no se inicie una actividad de creación de empresas o de que se abandone en el camino es el miedo a que fracase (Erikson, 2002; Wagner, 2006). El temor al fracaso constituye una importante barrera psicológica que frena a muchos empresarios potenciales y que los hace menos proclives a abordar iniciativas emprendedoras (Stewart & Roth, 2001).

Los primeros estudios sobre emprendimiento ya pusieron de manifiesto que las empresas emprendedoras tienden a asumir más riesgos, y la literatura ha incidido sistemáticamente en que la propensión a asumir riesgos y la inexistencia de miedo al fracaso, son atributos que suelen coincidir en la figura del emprendedor y que tienden a desembocar en la puesta en marcha de una empresa y en su éxito²⁴.

La “toma de riesgos” como una de las principales características del emprendedor se ha asociado a los mismos en una gran cantidad de trabajos en las últimas dos décadas²⁵.

El temor al fracaso constituye una importante barrera psicológica que frena a muchos empresarios potenciales y que los hace menos proclives a abordar iniciativas emprendedoras (Stewart y Roth, 2001; Erikson, 2002; Wagner, 2006).

Espíritu y Zacarías (2010), Guillen et al. (2004) o Gürol y Atsan (2006) encontraron que el rasgo de personalidad con propensión al riesgo influía positivamente en la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios. Y Begley (1995) estudia la

²⁴ La propensión a asumir riesgos y la inexistencia de miedo al fracaso del emprendedor ha sido estudiado por Brockhaus (1980); Douglas y Shepherd (1997); Dubini (1988); Entrialgo et al. (1998); Gartner (1990); Gupta y Govindarajan (1984); Lambing y Kuehl (1997); Schwer y Yucelt (1984); Smith, Bracker y Miner (1987); Teoh y Foo (1997); Kao (1989); Bracker y Miner (1987); Díez de Castro et al. (1995); Hisrich (1990); Miller y Friesen (1984); Shapero (1975); Dubini (1988); Timmons (1994).

²⁵ La toma de riesgos se ha asociado a los emprendedores en trabajos reciente como los de Arenius y Minniti (2005); Balakrishnan, Kumar y Kanungo (1998); Carsrud, Olm y Eddy (1996); Douglas y Shepherd (1997); De Pablo y Bueno (2004); Engle et al. (1997); Smith y Begley (1995); Smith, Kapp y Yonkers (2003); Stewart y Roth (2004); Cross y Travaglione (2003); Wagner (2006); Mullins y Forlani (2005); García, Martínez y Fernández (2010); De Pablo y Bueno (2004); Korunka et al. (2003);

diferencia entre emprendedores y directivos de 239 pymes, y concluye que los emprendedores se caracterizan por su propensión a la asunción de riesgos.

Además, se ha estudiado este rasgo en relación con otros rasgos atribuidos al emprendedor; así Dvir, Sadeh, Pines, y Shenhar (2009) mostraron que los rasgos empresariales tales como la aceptación del desafío, la iniciativa, el optimismo, la creatividad y la energía, están altamente correlacionados con la propensión de toma de riesgos.

Dicho atributo constituye un factor del emprendedor con potencial para influir en su percepción del resultado esperado de la iniciativa abordada. Las características cognitivas de propensión al riesgo de los emprendedores hacen que perciban menos riesgos asociados a la creación y desarrollo de una empresa que otros individuos y que, por tanto, muestren un menor temor al fracaso empresarial (Baron, 2004). No obstante, cuanto mayor sea el miedo a fracasar, menos exacta será la valoración que realicen de tales riesgos y peores serán sus expectativas respecto del éxito derivado de las actividades emprendedoras (Iakovleva & Kolvereid, 2005).

Para configurar el acto de emprender a este nivel se han tomado, en la literatura de dirección estratégica, tres vectores que permiten caracterizar y distinguir los procesos emprendedores clave: orientación a la innovación, predisposición a asumir riesgos y la proactividad (Hisrich, Peters & Shepard, 2005).

En tabla 1.4.6 recogemos algunos de los más destacados estudios sobre lo dicho respecto al emprendimiento y asumir riesgos.

Tabla 1.4.6. Estudios sobre emprendimiento y asumir riesgos

<i>Autor</i>	<i>Variable independiente</i>	<i>Aportaciones y conclusiones</i>
Smith et al. (1987)	Éxito de la empresa: crecimiento del número de empleados y de la cifra de negocio, beneficio neto e ingresos anuales.	Analizaron 118 emprendedores y 41 directivos y concluyeron que los empresarios cuyas empresas presentan un nivel de crecimiento más alto, tienen un nivel mayor de: autorrealización, propensión al riesgo, retroalimentación, innovación personal y planificación a largo plazo.
Begley y Boyd (1987)	Emprendedor- no emprendedor y desempeño financiero.	Encuestaron a 239 miembros de la Asociación de Negocios Pequeños de Nueva Inglaterra; 147 de ellos emprendedores que puntuaban significativamente más alto que los no emprendedores en la necesidad de logro, asunción de riesgos, y la tolerancia a la ambigüedad. Se relaciona el desempeño financiero con la alta tolerancia a la ambigüedad y esta asociada a una alta rentabilidad sobre activos. La prueba de la curvilinealidad revela un "efecto umbral" en la

		asunción de riesgo moderado que se asocia con mayor rendimiento. Sin embargo, el rendimiento de las empresas se reduce cuando la toma de riesgos se hace excesiva. Una tolerancia a la ambigüedad excesiva puede conducir a una falta de mecanismos de respuesta para hacer frente a los cambios ambientales.
Carland y Carland (1989)	Emprendedores - media de la población.	Estudiando a 368 emprendedores concluyen que los propietarios de pymes que llevan a cabo un proceso de planificación son más propensos a los riesgos que la media de la población.
Begley (1995)	Emprendedores y directivos.	Estudia la diferencia entre emprendedores y directivos de 239 pymes y concluye que los emprendedores se caracterizan por su propensión a la asunción de riesgos.
Douglas y Shepherd (1997)	Intención emprendedora.	Estudian si la intención emprendedora de 102 estudiantes está asociada con los atributos del individuo, sobre todo con el deseo de independencia y la propensión al riesgo.
Entrialgo, et al. (1998)	Éxito empresarial (satisfacción del empresario).	Estudian el éxito empresarial (satisfacción del empresario) de 233 empresarios concluyendo que la tolerancia a la ambigüedad influye directamente en el éxito empresarial.
Ripollés et al. (1998)	Grado de internacionalización.	El grado de internacionalización alcanzado por 55 empresas de reciente creación se explica por la intensidad emprendedora, actitud proactiva e innovadora y la aceptación moderada de riesgos, derivados de la necesidad de logro y del deseo de autodeterminación en los emprendedores.
Stewart et al. (1999)	Emprendedor y directivos.	Estudiaron el perfil emprendedor de 428 empresarios y 342 directivos que se caracteriza por una mayor motivación de logro, mayor propensión al riesgo y preferencia por la innovación.
McCarthy (2003)	Tipo de emprendedor.	Encuentra que la propensión al riesgo de los emprendedores está fuertemente vinculada con la personalidad que poseen. Los emprendedores de tipo carismático son visionarios, altamente persuasivos, ambiciosos y poseen metas ideales.
Hopenhayn y Vereshchagina (2003)	Recursos económicos del emprendedor.	Estudian las razones que llevan a un empresario a asumir riesgos o no. Su modelo predice que, en concordancia con la evidencia empírica, los emprendedores con menos medios económicos emprenden proyectos más arriesgados, y que el tomar riesgos, dado el beneficio que ello conlleva, es mayor en emprendedores impacientes.
Espíritu y Zacarías (2010)	Intención emprendedora.	Encontraron que el rasgo de personalidad con propensión al riesgo influiría positivamente en la actitud positiva de los estudiantes universitarios a emprender. Al respecto obtuvieron una relación positiva altamente significativa.
García et al. (2010)	Intención emprendedora.	Analizan el impacto que la disposición al riesgo ejerce sobre la probabilidad de emprender; los resultados confirman que el temor al fracaso empresarial de los individuos frena significativamente la puesta en marcha de nuevos negocios.

1.4.7.3. Críticas a la importancia de la asunción de riesgos en los emprendedores

Algunos investigadores han informado de inconsistencias en la propensión de asunción de riesgos de los emprendedores (por ejemplo Brockhaus, 1982) y desmintieron la relación entre la asunción de riesgos y el rendimiento emprendedor (por ejemplo Begley & Boyd, 1987).

Esto nos lleva a otro tipo de reflexión respecto del riesgo, diferenciar entre un individuo con aversión al riesgo, del que prefiere estudiar a fondo la oportunidad antes de embarcarse en él. Es decir, una aversión individual a iniciar una nueva empresa específica puede ser superada tras un cuidadoso estudio y la investigación o confianza en una buena idea.

Se ha criticado que *las metodologías de investigación* basadas en la aproximación de los rasgos de personalidad no fueron desarrolladas específicamente para medir el espíritu emprendedor (Robinson et al., 1991). Estas metodologías provenían de otras áreas de la psicología y fueron aplicadas al estudio de los emprendedores asumiendo los principios teóricos que las sustentaban. Asimismo, la mayoría de las investigaciones realizadas sobre disposición a asumir riesgos han empleado alguna versión de la Encuesta de Dilemas (CDQ) de Kogan y Wallach (1964), citado en Shaver & Scott, (1991). Esta prueba está compuesta de doce viñetas donde el protagonista de la historia debe decidir entre una opción segura y aburrida, u otra situación más interesante pero también más arriesgada. Según Shaver y Scott (1991), la utilización de esta prueba para evaluar la disposición a asumir riesgo de los emprendedores presenta las siguientes debilidades metodológicas: 1) Los juicios emitidos hacen referencia al protagonista de la historia, pero se interpretan incorrectamente como la tendencia a asumir riesgos de la persona que realiza la prueba. 2) Se utiliza una prueba para medir aspectos para los que no fue diseñada, ya que Kogan y Wallach en 1964 elaboraron el CDQ como instrumento para medir el cambio en el riesgo producido por el efecto de la discusión en grupo.

En todo caso, es importante que el potencial emprendedor tome en consideración, de manera muy cuidadosa, los riesgos que están asociados a su propuesta empresarial y, tras ello, determinar si está dispuesto o no a emprender realmente. La decisión que

tomará finalmente el potencial emprendedor estará altamente influenciada por la percepción que tiene sobre los riesgos en los que está involucrada su propuesta.

Más adelante analizaremos a través de dos escalas, (1) la capacidad de soportar y sobrellevar una situación de riesgo y (2) la disposición del sujeto a asumir riesgos, elaboradas a partir de seis ítems de la batería de cuestionarios cuantitativos (anexo 3). Y evaluaremos si existen, en estos parámetros, diferencias entre grupos de emprendedores y no emprendedores, entre emprendedores que sobrevivieron a la crisis y los que no, y entre distintos tipos de emprendedores.

1.4.8. TEORIAS EN TORNO A LA PROACTIVIDAD Y LA CONSTANCIA EN EL TRABAJO DE LOS EMPRENDEDORES

La constancia y la plena dedicación a su iniciativa posibilita al emprendedor sobreponerse a los obstáculos derivados de su actividad (Ibrahaim & Soufani, 2002). En muchas ocasiones, la dedicación, la perseverancia y la constancia en el trabajo permiten tener éxito o al menos continuar con el negocio superando, a base de esfuerzo, las dificultades del contexto económico y compensar incluso las posibles limitaciones competenciales del emprendedor²⁶. En busca del éxito de su proyecto, el emprendedor dedicará interminables jornadas a la empresa, sacrificará su ocio personal, su estancia con la familia, incluso reducirá sus estándares de vida con tal de empujar su proyecto (Hatch & Zweig, 2000; Ibrahim & Ellis, 1990; Bird, 1989). Energía, determinación y persistencia, se refieren a una reserva de fuerza física y emocional que le permite al individuo adaptarse y continuar cuando otros podrían rendirse (Covey, 1993).

²⁶ Así lo confirman autores como Kuratko y Hodgetts (1995); Hatch y Zweig (2000); McGinnis y Frehn (1987); Kent et al. (1982); Montagno y Kuratko (1986); Begley y Boyd (1987).

1.4.8.1. Proactividad y emprendimiento

El término proactividad se define como actuar en previsión de futuros problemas, necesidades o cambios. Como tal, la proactividad pueden ser crucial para un emprendedor, ya que sugiere una perspectiva de futuro que se acompaña por la actividad innovadora. En una formulación temprana, Miller y Friesen argumentaron que la proactividad de las decisiones de una empresa se determina al responder a la pregunta, "¿Se anticipa al medio ambiente (puntuación más alta) mediante la introducción de nuevos productos, tecnologías o técnicas administrativas, o se limita a reaccionar?" (Miller & Friesen 1978, p. 923).

Venkatraman (1989a) sugirió que la proactividad se refiere a los procesos destinados a anticipar y actuar sobre las necesidades futuras, a la búsqueda de nuevas oportunidades que puede o no estar relacionada con la línea actual de operaciones, "introducción de nuevos productos y marcas por delante de la competencia, y estratégicamente con la eliminación de las operaciones que están en las etapas maduras o en declive del ciclo de vida" (p. 949).

Por lo tanto, una empresa proactiva es líder en lugar de seguidora porque tiene la voluntad y la visión para aprovechar las nuevas oportunidades.

Además de la definición anterior de la proactividad, también ha habido una tendencia en la literatura del espíritu empresarial a equiparar proactividad con la agresividad competitiva. Los términos se usan indistintamente por algunos autores. Aunque estrechamente relacionada con la agresividad competitiva, consideramos que hay que realizar una distinción importante entre ésta y la proactividad. Agresividad competitiva se refiere a cómo las empresas se relacionan con sus competidores, es decir, cómo las empresas responden a las tendencias y la demanda que ya existen en el mercado.

Proactividad señala cómo una empresa se refiere a las oportunidades de mercado en el proceso de constitución. Lo hace aprovechando la iniciativa y actuando de manera oportunista con el fin de responder al medio ambiente, es decir, influyendo en las tendencias y, tal vez, incluso creando demanda. Las dos ideas son similares pero proactividad tiene más que ver con satisfacer la demanda, mientras que la agresividad

competitiva se trata de competir por la demanda. La combinación inapropiada de estos conceptos puede explicar por qué Stuart y Abetti (1987), encontraron que, una variable que denominan "agresividad estratégica", no era útil como predictor de éxito en nuevas empresas.

Covin y Slevin (1989) explicaron que en su modelo de postura estratégica empresarial emprender se basa en la innovación, proactividad y asunción de riesgos. Describen el proceso emprendedor "caracterizado por la innovación tecnológica y de producto frecuente y extensa, una orientación competitiva agresiva, y una fuerte propensión a la toma de riesgos por parte de la alta dirección" (p. 79).

Frese et al. (1996) proponen la iniciativa personal como el rasgo esencial de las personas que crean su propia empresa; la iniciativa es la base del emprendedor. Para Michel Frese la conducta de iniciativa se define como un síndrome de conducta caracterizado por un acercamiento activo al trabajo y lo sustancial del emprendedor es el *Self starting*: automotivación, autoimpulso. Por tanto, los emprendedores se diferencian por su iniciativa personal, son personas caracterizadas por:

- a) Ser consistentes con la misión de la organización.
- b) Tener un enfoque a largo plazo.
- c) Estar dirigidas hacia el objetivo y orientadas a la acción.
- d) Son persistentes al afrontar barreras y contratiempos.
- e) Están automotivadas (*Self- starting*) y son proactivas.

Se completan estas explicaciones con las que consideran los factores recogidos en lo que se ha denominado ética del trabajo protestante. Esta línea se empezó a investigar con Weber (1904/1995):

“Fueron precisamente ciertas cualidades éticas claramente acusadas las que le hicieron ganar confianza indispensable de la clientela y de los trabajadores, dándole además la fortaleza suficiente para vencer innumerables resistencias con las que hubo de chocar en todo momento y, sobre todo, a esas cualidades debería la extraordinaria capacidad para el trabajo que se requiere en un empresario de esa naturaleza, y que es del todo incompatible con una vida regalada”. (p. 69)

Ares (2004) incide en la importancia de la proactividad como mecanismo diferencial entre conducta productiva y no productiva. Opone la reactividad a la

proactividad sin alegar que una sea positiva y la otra negativa ya que ambas pueden resultar imprescindibles en momentos diferentes. Para Ares la proactividad implica un acercamiento activo a los problemas que puedan surgir y la capacidad de prever y adelantarse a los cambios, todo ello mediante la innovación; la reactividad consistiría en responder a los problemas y los cambios una vez estos han tenido lugar. El problema de las organizaciones tradicionales es un exceso de reactividad; cuando las cosas van bien se tiende a la placidez y a valorar dichas etapas con base en la ausencia de problemas. La proactividad posee un componente estratégico que impulsa a actuar en momentos de bonanza y no sólo en situaciones críticas, permitiría adelantarse a los cambios y a detectar y rectificar fallas de eficiencia que podrían evolucionar a problemas más graves.

Sánchez et al. (2005), a través de una muestra de sujetos compuesta por estudiantes de distintos sectores de conocimientos, por considerarse población potencialmente emprendedora, quiso comprobar si la proactividad influiría positivamente en las intenciones emprendedoras de los sujetos. Una vez obtenidos los datos de la muestra, el análisis factorial de tales datos demostró la existencia de una relación positiva directa entre la personalidad proactiva y las intenciones emprendedoras. Además de la proactividad, comprobaron la relación entre otras dos variables: la autoeficacia y la asunción de riesgos. A pesar de que el análisis estadístico no mostrara una clara influencia de éstas sobre el emprendimiento, sí encontraron que tenían una relación unidireccional con la proactividad en el sentido de que tanto la autoeficacia como la asunción de riesgos, aumentaba la proactividad de los sujetos.

En esta línea, la variable de personalidad proactiva tal vez sea, como se viene sugiriendo, la que más ha visto confirmada su importancia en el terreno del emprendimiento al haberse hallado una doble influencia de esta dimensión, directa y como mediadora, sobre la formación de intenciones emprendedoras. Como quiera que sea dicha relación, podemos afirmar, en la línea de investigaciones previas, que determinados rasgos del sujeto como la persistencia en las acciones y la búsqueda e identificación de oportunidades constituyen un potente predictor de la iniciativa hacia el autoempleo (Crant, 1996; Krueger & Brazeal, 1994; Shapero & Sokol, 1982). Igualmente, estos resultados son consistentes con otras investigaciones previas que han sugerido la importancia de la propensión a actuar. El modelo sobre el Evento Emprendedor de Shapero (1982), en el contexto de la teoría de Ajzen, argumenta que la

decisión de iniciar una actividad emprendedora requiere de una creencia preexistente de que dicha actividad es deseable y factible, unida con alguna propensión personal a actuar sobre las oportunidades y algún tipo de factor precipitante. En este marco, poseer una personalidad proactiva puede ser un importante elemento de la propensión a la acción de emprender.

1.4.8.2. Persistencia, constancia en el trabajo y emprendimiento

La perseverancia consiste en la firme y constante persecución de un objetivo. El trabajador perseverante es aquel que no se desalienta con facilidad. Para muchos autores la persistencia constante será el predictor del éxito más fuerte en su faceta emprendedora. Se manifiesta por una voluntad constante de buscar enfoques diferentes y métodos nuevos en la resolución de problemas, pues tiene la firme determinación de lograr el objetivo a pesar del sacrificio personal. La resolución positiva está renovada en cada nueva etapa. Esta cualidad es denominada por Gasee y D'Amours (1993) bajo el término tenacidad. En no pocas ocasiones la perseverancia se ha investigado a través de analizar el tiempo que los empresarios se encuentran involucrados en su lugar de trabajo.

Hornaday y Aboud (1971) analizan la perseverancia a través de la energía contabilizada mediante el horario aplicado a la jornada laboral. Estos autores concluyeron que era más larga que la de los asalariados, y mucho más aún al comienzo del negocio. Su jornada correspondía a 69 horas/semana. Las sensaciones de los emprendedores se centran en que su labor empresarial no interfería con su vida familiar, y que no eran unas personas que se cansaran fácilmente. En esta misma línea, Hammermesh (1990) y Chay (1993) observaron que existía una diferencia de 17 horas y media adicionales por semana trabajada por los emprendedores con respecto de los trabajadores por cuenta ajena.

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, e 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). Y 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 encontrar más resultados psicológicos positivos relacionados con su actividad” (p. 92).

La perseverancia se encuentra matizada por la teoría de *las expectativas* de Vroom (1967); Fishbein y 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 influenciada, 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.

Por su parte, Gorgievski et al. (2014) investigan la relación entre el rendimiento empresarial y *engagement*, *la pasión por el trabajo* relacionada con la experiencia de efecto positivo, y la adicción al trabajo, relacionada con la experiencia negativa. Encontraron evidencia de una doble vía: el *engagement*, la pasión positiva por el trabajo relacionada con un comportamiento más innovador, con crecimiento empresarial y el éxito subjetivo del negocio; por el contrario, la adicción al trabajo vinculada a una experiencia negativa que se relacionó negativamente con el crecimiento del negocio y el éxito subjetivo empresarial. Los resultados entre empresarios subrayan la idea de que la experiencia más positiva y estados afectivos menos negativos juegan un papel importante en la explicación del alto rendimiento.

Lo anterior se alinea con el modelo dualista de la pasión por el trabajo, según el cual se manifiestan dos formas de la misma: pasión armoniosa y pasión obsesiva que se relacionan diferencialmente con el desempeño. La pasión armoniosa se ha relacionado con estados afectivos positivos y un mejor rendimiento. En contraste, la pasión obsesiva ha sido asociada con estados afectivos negativos, mientras que su asociación con el rendimiento era bastante compleja (Vallerand, 2008). El estudio de Gorgievski et al. (2014) identificó que uno de los procesos posibles que pueden hallarse involucrados

consistirían en que los estados afectivos positivos conducen a respuestas cognitivas y conductuales y la creación de recursos, mientras que el afecto negativo, adicción al trabajo, conduce a un túnel cognitivo y repertorios de acción más estrechos (Frederickson & Branigan, 2005).

Vallerand (2008) propone que los diferentes tipos de estados afectivos se refieren a diferentes tipos de fijación de objetivos, ha demostrado que esa pasión armoniosa se relaciona con el establecimiento de metas retadoras, que predicen la práctica deliberada y de alto rendimiento. El establecimiento de metas retadoras ha sido asociado con la sensibilidad a la ausencia o presencia de emociones positivas y sentimientos a lo largo del eje de la alegría-decepción (Higgins, 1997). En contraste, la pasión obsesiva está relacionada con las metas de evitación del rendimiento, que influye negativamente en el rendimiento (Higgins, 1997).

No obstante, tanto el engagement como la adicción al trabajo se relacionan directamente con un comportamiento más innovador. Engagement en el trabajo supone un mayor estado de excitación, activación, persistencia, el estado de alerta y la preparación para la acción, en un entorno empresarial, donde la innovación se reconoce como crucial para el éxito, se puede esperar que aumente el comportamiento innovador (George & Zhou, 2002).

Sin embargo, Burke (2006) concluye que el trabajar más horas a la semana no conllevaba un mejor rendimiento. Esto contrasta con la suposición de sentido común en los negocios de que el trabajo duro significa una ventaja empresarial competitiva y por lo tanto el éxito del negocio. Hasta ahora disponíamos de no poca evidencias de que trabajar muchas horas se relaciona con un buen rendimiento, pero hay nuevas pruebas de que un alto compromiso laboral o adicción al trabajo puede conllevar efectos adversos, tales como el conflicto trabajo-familia y problemas de relación (Bakker et al., 2009), la mala salud y el bienestar (Shimazu, Demerouti, Bakker, Shimada & Kawakami, 2011), y el aumento de errores y la ineficiencia (Diochon, Menzies, & Gasse, 2005).

La relación entre el tiempo de trabajo y el rendimiento es compleja. La pregunta surge en torno a si se pueden identificar ciertas condiciones en las que trabajar más horas mejora el rendimiento empresarial. La respuesta puede encontrarse, por ejemplo, en tener en cuenta si se dispone de los recursos suficientes para satisfacer sus

necesidades o en estudiar relaciones no lineales entre horas de trabajo y rendimiento. Por tanto, la relación tiempo de trabajo y rendimiento está matizada por la voluntad, satisfacción y eficiencia con que se realiza ese exceso de trabajo y las repercusiones psicosociales que pueda tener el exceso de trabajo en el emprendedor.

En el apartado 2 escala CE de la batería de cuestionarios cuantitativos (anexo 3), preguntamos en qué grado consideran que “trabajar con entusiasmo y perseverancia es clave del éxito” y si “para tener éxito es necesario trabajar sin horario” además el BFQ incluye la escala de “tesón: perseverancia, capacidad de esfuerzo” y la de “energía, dinámico y activo”. A partir de las respuestas de emprendedores y no emprendedores analizaremos si hay diferencias significativas entre estos y entre los tipos de emprendedores en los parámetros de proactividad y persistencia en el trabajo.

1.4.9. MODELOS INTEGRADOS SOBRE FACTORES PSICOSOCIALES DEL EMPRENDIMIENTO

En un primer momento, los estudios sobre los factores de éxito en las nuevas empresas, se intentó aislar un único factor clave, pero rápidamente se vio que se trata de un fenómeno complejo donde se producen un conjunto de interrelaciones (Miller & Friesen, 1983; Gartner 1985).

Esta complejidad condujo las investigaciones²⁷ hacia la construcción de modelos donde se relacionan diversos factores para ver el impacto que tienen sobre los resultados de la nueva empresa.

Entendemos que, más allá de análisis estrictamente económicos o empresariales, hay que concebir el espíritu emprendedor como una actitud personal y como una conducta que se estimula desde determinadas variables sociales. Existen factores que

²⁷ los factores de éxito se han estudiado como un conjunto de interrelaciones compleja por Van de Ven, Hudson y Schroeder (1984); Sandberg y Hofer (1987); Keeley y Roure (1990); Eisenhardt y Schoonhoven (1990).

envuelven a los individuos, y que resultan de gran utilidad para predecir y explicar comportamientos innovadores en el ámbito empresarial.²⁸

Otros estudios²⁹ han encontrado que las actitudes empresariales hacia la autonomía, el riesgo, el trabajo y los ingresos eclipsan otros factores tales, como la ubicación, para determinar el éxito de una empresa. Además de la capacidad inherente de reconocer una oportunidad de negocio, la decisión de continuar con la propiedad del negocio depende de la utilidad esperada del empleo por cuenta propia (Douglas & Shepherd, 2000, 2005; Eisenhauer, 1995). Sin embargo, el conocimiento y diferentes tipos de sesgos inherentes a la personalidad individual o el medio ambiente pueden distorsionar la percepción de utilidad, añadiendo complejidad a la comprensión del fenómeno de la toma de decisiones empresariales (Minniti & Nardone, 2007; Schade & Koellinger, 2007; Tversky & Kahneman, 1974). Los ejemplos de las formas en que el juicio individual difiere de la racionalidad incluyen el exceso de confianza, el optimismo, la percepción de probabilidad, y el anclaje o punto de referencia del individuo (Kahneman, Slovic, & Tversky, 1982; Lévesque & Schade 2005). Estos sesgos son típicos del comportamiento emprendedor, porque el empresario por lo general se ocupa de situaciones complejas y toma decisiones sin un conocimiento completo de todos los factores pertinentes (Casson, 2005; Knight 1921).

Entre los estudios que mayores citas académicas han tenido con respecto a la actitud emprendedora están los de Ajzen (1991), que dan origen a la Teoría del Comportamiento Planeado; según ésta, la conducta se encuentra prescrita por sus intenciones, y las intenciones de creación de empresas se encuentran supeditadas por la actitud, las normas subjetivas y el control percibido.

Según Ajzen (1991), la actitud hacia la conducta de crear una empresa parte de la evaluación que puede ser favorable o desfavorable, por parte del emprendedor; es decir, si la persona evalúa favorablemente la acción de crear empresa, tiene uno de los tres determinantes para que la intención se convierta en acción, de acuerdo con la Teoría de la Conducta Planificada. El segundo predictor para la conducta de creación de empresas son las normas subjetivas -la percepción, que tiene el emprendedor, de la presión social

²⁸ Esta posición ha sido mantenida por importantes investigadores como Brockhaus (1980); Ahmed (1985); Bonnett y Furnham (1991); Cromie (2000); Markman y Baron (2003); Sánchez (2003); Brüderl, Preisendörfer y Ziegler (1992); Cooper, Gimeno y Woo (1994); Box, et al., (1993); y Chandler y Hanks (1994).

²⁹ En este sentido se expresan autores como Davidsson y Honig (2003); Dimov y Shepherd (2005); Duchesneau y Gartner (1990); Haber y Reichel (2007); Lerner y Haber (2001); y Shaw y Williams (1998).

para que cree o no la empresa-. Y el último predecesor de la intención es la percepción de control conductual, en la cual el emprendedor percibe destrezas o inhabilidades para la la creación de empresa y prevé las dificultades y problemas que se puedan presentar. Cuando se conjugan positivamente estos tres determinantes, se produce la intención de crear la empresa para luego pasar a la conducta en sí de emprender.

Gartner, Mitchel y Vesper (1989) estudian los tipos de empresas en 106 proyectos de negocio, parte de una combinación de factores diferentes que clasifica en cuatro dimensiones:

- a) Individual (habilidades y motivaciones),
- b) Organizativa (estrategias competitivas y estructura),
- c) ambiental (entorno económico y sociocultural) y
- d) la relativa al proceso (esfuerzo y tiempo dedicados a cada aspecto del proceso).

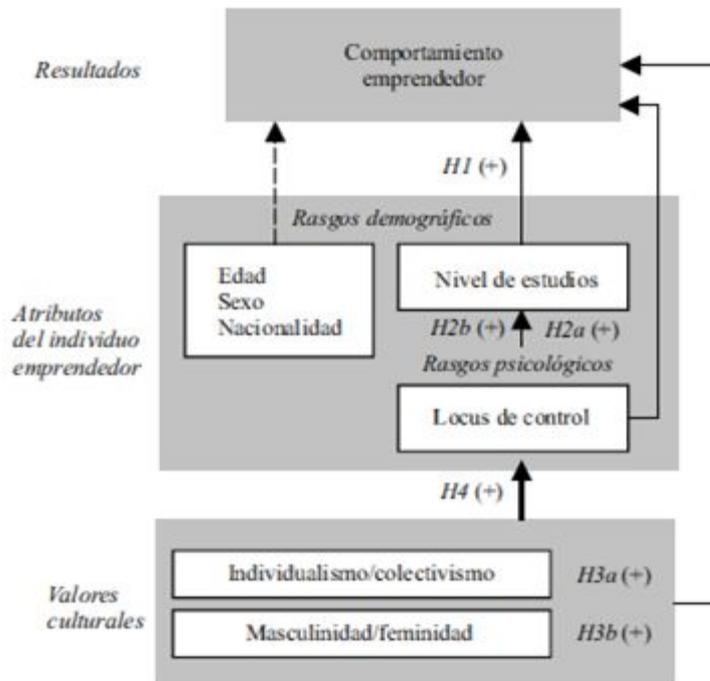
Para Begley (1995), Stewart et al. (1999) se pueden inferir como propias de los emprendedores el deseo de independencia, mayor disposición al riesgo, alta necesidad de logro y de competencia, y tendencia a la innovación.

Gea, García y Cano (2005) seleccionaron una muestra de 528 estudiantes de últimos cursos de varias titulaciones de grado medio y superior que se imparten en la Universidad de Almería. Además, se seleccionaron otras dos muestras; una de ellas estaba formada por los participantes en un premio de iniciativas empresariales y otra, compuesta por empresarios de la provincia de Almería. Se elaboró una escala cuyo objetivo es medir las actitudes emprendedoras, incluyendo ítems para definir las facetas de creatividad, perseverancia, capacidad de organización, independencia, confianza en sí mismo, riesgos calculados, tolerancia a la incertidumbre, actitud competitiva, capacidad de negociación y locus de control. La escala se diseñó desde una perspectiva unidimensional, compuesta por las características indicadas. Con esta escala, se ha identificado un perfil general de alta propensión hacia la creación de empresas. Asimismo, este perfil de emprendedor se ha encontrado en mayor medida en personas que se han presentado al premio de iniciativa empresarial y en empresarios que en estudiantes universitarios.

García y García (2007) han llevado a cabo su trabajo analizando la influencia de las diferencias culturales en el comportamiento emprendedor mediante un análisis cross-

cultural intra-país. El conjunto de variables incluidas en este trabajo de investigación y las relaciones hipotéticas que establecen se representan en la figura 1.4.1.

Figura 1.4.1 Modelo conceptual cross-cultural



Cabrera y Soto 2007, p. 57

Para comprobar dicho modelo han empleado una muestra de 448 sujetos obtenida en Cabo Verde y analizada para seis territorios diferenciados dentro de este país, lo que permite confirmar la existencia de diferencias culturales en individualismo entre territorios, así como la capacidad de éstas para explicar el comportamiento emprendedor en dichos territorios. Han utilizado como variables el sexo, la edad, el nivel de estudios, el concepto y el tipo de municipio (rural/urbano) donde el individuo reside.

Concretamente, el modelo definido tras este estudio, incluye, además de la cultura nacional, dos variables características citadas por su vinculación con el comportamiento emprendedor: el nivel de estudios y el locus de control interno en el trabajo.

La utilización de herramientas de modelización estadísticas complejas, ha permitido encontrar una influencia indirecta del locus de control sobre el comportamiento emprendedor debido a su efecto en la variable nivel de estudios. La investigación vincula los mayores niveles educativos al comportamiento emprendedor, recoge la influencia del locus de control interno sobre el mayor nivel educativo, relaciona el mayor individualismo con el comportamiento emprendedor y enuncia el efecto positivo del individualismo sobre el locus de control interno.

La presencia de algunas características personales, tales como necesidad de logro, necesidad de control, propensión a tomar riesgo, orientación al pensamiento más intuitivo y a la acción, autoconfianza y optimismo, resultan fundamentales como elementos asociados a la adquisición de la motivación para crear una empresa. En la misma dirección juegan los conocimientos técnicos y la experiencia empresarial previa, constituyéndose en factores determinantes de la disposición a actuar de los nuevos empresarios. Una vez que la empresa nace, las capacidades gerenciales se vuelven críticas para el éxito empresarial. Así como en el caso de las redes empresariales, las características mencionadas tienen una influencia positiva en cada uno de los casos analizados en el trabajo Kantis (2000).

Según De Castro (2012), cabe señalar que las variables de motivación de logro, locus de control interno y sentimiento de autoeficacia se complementan para que el individuo pueda obtener los resultados que se propone. Sin embargo, estas dimensiones de la personalidad están sujetas a un factor más profundo: el rasgo de la personalidad. En una muestra de 475 estudiantes universitarios brasileños buscó el perfil de personalidad que caracteriza a los emprendedores. Los instrumentos aplicados fueron el NEO PI-R para medir los cinco grandes factores de la personalidad normal y sus treinta facetas, el Cuestionario de Metas de Logro Académico, la Batería de Escalas de Expectativas Generalizadas de Control (interno, externo, autoeficacia y éxito) y el Brief Cope para evaluar las estrategias de afrontamiento de los problemas con estrés. Mediante análisis de clúster obtuvieron tres grupos según su grado de emprendimiento: seguidores, soñadores y emprendedores. El grupo emprendedor se mostró con las siguientes características de personalidad: el más alto grado en responsabilidad en todas sus facetas, el más bajo en neuroticismo, sobre todo en las facetas de depresión, vulnerabilidad y ansiedad social; son más activos y asertivos, más abiertos a nuevas ideas e innovadores. Están más motivados por el logro (placer en hacer lo que les gusta y hacerlo bien) que por los resultados (obtener beneficios secundarios como dinero, ascensos). Sus estrategias de afrontamiento elegidas para resolver los problemas con estrés son el afrontamiento activo, la planificación y la reinterpretación positiva, utilizando menos la desconexión, la distracción y la negación del problema. También tienen una mayor creencia en que son ellos quienes manejan su vida (locus de control interno), percibiéndose como menos indefensos ante la adversidad, más auto eficaces y con más altas expectativas de éxito.

Teniendo en cuenta el aspecto de los factores psicológicos envueltos en el proceso emprendedor, Smith et al. (2003) decidieron organizarlos en tres grandes dimensiones, caracterizando los aspectos de la personalidad, la autoevaluación socio-cognitiva y la de la conducta. Entre los que más se destacaron están presentes: la necesidad de logro, el gusto por la innovación, la autoeficacia y el locus del control.

McCrae (1982) postula que los rasgos de la personalidad constituyen la base de comportamientos concretos, asociando los rasgos a otras variables cognitivas de la personalidad, tales como motivos, creencias y valores. Este estudio para tratar de extrapolar la investigación más allá de la teoría de los rasgos, incluyendo la motivación y algunas de las variables cognitivas de la personalidad: el locus del control y la autoeficacia. Correlacionan las variables estudiadas entre sí y las añaden a las formas y defensas del estrés. Si bien el afrontamiento no es considerado una variable directa de la personalidad, la estrategia utilizada está estrechamente influenciada por sus características (McCrae, Costa & Busch 1986).

Gallup (2007) desarrolló un marco multidimensional para la medición de la actividad empresarial, que hace hincapié en la interacción mutua entre variables individuales (talento, actitud, experiencia, habilidades y conocimiento) y las variables contextuales (capital social, el acceso al crédito, papel del gobierno, la tecnología y la infraestructura, el acceso a la información, y el acceso a los mercados).

El Modelo de Talento de Gallup (2007) incorpora variables estudiadas en la literatura sobre el espíritu empresarial y probadas empíricamente. Este modelo incluye cinco dimensiones claves que Gallup ha asignado a las etapas específicas del ciclo de la vida de un negocio:

- a) Ego drive (fuerte sentido de sí mismo),
- b) el pensamiento de negocios (orientación de lucro),
- c) orientación al trabajo (capacidad de trabajar largas horas),
- d) pensamiento crítico (capacidad de generar una idea o producto), y
- e) la construcción de relaciones (capacidad de construir relaciones para lograr objetivos específicos).

La literatura existente muestra que las características de personalidad precisas para poner en marcha un negocio difieren, en muchos aspectos, de las características necesarias para gestionarlo e impulsar su crecimiento (Chandler, 1962; Leontiades,

1980; Scott, 1973; Smith, 1967; Smith & Miner, 1983; Steiner & Miner, 1982). El enfoque de Gallup se centra en las primeras etapas de la iniciativa empresarial dado el hecho de que casi la mitad de las nuevas empresas cierran en los tres primeros años (Spletzer, 2000). En vista de esto, Gallup ha identificado características de la personalidad que son críticas durante la fase inicial de creación de una empresa, tales como la creatividad en la toma de una idea y convertirla en algo útil, un fuerte sentido de la responsabilidad y la competencia, diferentes a las que facilitan la expansión y el crecimiento de la empresa como la autoeficacia, la orientación a los beneficios y la capacidad de delegar tareas. El enfoque de Gallup tiene en cuenta el sistema de creencias, actitudes y percepciones de la persona que le permitan considerar un cambio en el estilo, acelerando así el crecimiento de la empresa.

La perspectiva ecológica supone que la tendencia a participar en la actividad empresarial se explica por un comportamiento aprendido y factores situacionales. Según los defensores de este enfoque, la actividad empresarial requiere comportamientos variados que pueden ser difíciles de relacionar con un conjunto limitado de rasgos de personalidad (Aldrich & Wiedenmayer, 1993; Gartner, 1989; Low & MacMillan, 1988). Los posibles motivos para participar en la actividad empresarial presentados por estos académicos son la exposición a los negocios en general o experiencia de gestión del medio ambiente (Aldrich & Kim, 2007), los conocimientos adquiridos sobre la experiencia específica de la industria de los padres o el medio ambiente, y la transferencia de capital social y financiero de padres a hijos (Sorenson, 2007). Del mismo modo, Fairlie y Robb (2007) encontraron que el tener un miembro de la familia empresario jugó un papel menor que la experiencia laboral previa en el negocio.

Para Lumpkin y Dess (1996), las dimensiones que caracterizan una orientación emprendedora incluyen una propensión a actuar de manera autónoma, la voluntad de innovar y asumir riesgos, y una tendencia a ser agresivo ante los competidores y proactivo en relación a las oportunidades del mercado. Estos factores están presentes en las personas que promueven una nueva empresa; no obstante, emprendedor de éxito puede contar sólo con algunos de estos elementos. En la medida en que cada una de estas dimensiones es útil para predecir el éxito de una nueva empresa depende de factores externos -el sector, la situación económica, el entorno- o factores internos -las características de los emprendedores.

Para Gartner (1985) la creación de una nueva empresa es un fenómeno multidimensional, cada variable del fenómeno no se puede tomar por sí sola; emprendedores, sus empresas, las acciones que realizan y los entornos en que actúan son diversos y forman complejas combinaciones, únicas en el proceso de creación de cada nueva empresa.

El pensamiento sobre el emprendimiento no ha permanecido estático, registrándose una evolución desde los enfoques centrados en los atributos de la personalidad del empresario, hacia otros que se focalizan en el proceso de nacimiento de empresas como un fenómeno más complejo y en el cual intervienen e interactúan factores sociales, culturales y económicos (Gartner, 1988; Shapero, 1984; Gibb & Rotchie, 1982; Buame, 1992). Aún dentro de estos autores es posible observar perspectivas que se diferencian según el énfasis que coloquen el plano individual o el rol del contexto, llegando algunos autores a sostener recientemente la necesidad de concebir el fenómeno del emprendimiento como de naturaleza colectiva o social (Johannisson, 1998).

Para Gartner el enfoque a utilizar para el estudio del *entrepreneurship* debe focalizarse en las actividades *asociadas al proceso de creación*, en oposición a quienes se focalizan en las características personales. El autor construye una tabla en la que reúne los trabajos de los autores que asocian el evento empresarial a las características de los individuos (empresarios), y demuestra que existen contradicciones entre las características identificadas en distintos trabajos. Indica que si se elabora un perfil general a partir de la tabla construida, dicho perfil no permite distinguir, por ejemplo, entre un empresario, el dueño de un pequeño negocio y un gerente.

Según Gartner estos enfoques parten de una pregunta equivocada: respecto a ¿quién es el emprendedor? propone que la pregunta correcta debiera ser ¿cómo nacen las organizaciones? El foco del estudio debiera entonces incluir las siguientes dimensiones: el/los individuos involucrados en la creación, las actividades desarrolladas por esos individuos durante el proceso, la estructura organizacional y estrategia resultante, y el ambiente en que se desarrolla.

Para Shapero (1984) la formación de empresas es la culminación de un proceso único en el que inciden el sector industrial, el lugar y el período en que éste se desarrolla. Es un evento contextual, resultado de la influencia de factores culturales,

económicos, sociológicos y psicológicos. El foco de análisis en este caso es el proceso vinculado a la carrera empresarial. El modelo que presenta indica unas condiciones necesarias, pero no suficientes, para que un evento empresarial ocurra: desplazamiento, disposición a actuar, credibilidad y disponibilidad de recursos:

- a) Desplazamiento: Es un hecho que impacta sobre una situación de estabilidad previa y precipita a la acción. Para que ello ocurra las personas deben considerar la carrera empresarial deseable y factible. Los factores que provocan estos cambios de situación pueden dividirse en positivos (ej.: necesidad de logro) o negativos (ej.: desempleo).
- b) Disposición a actuar/credibilidad en la acción: depende de ciertas características personales del empresario, de la existencia de modelos de rol y de un contexto estimulante. La educación y los antecedentes laborales del individuo constituyen dos elementos de relevancia para explicar la disposición a actuar. El empleo anterior transmite capacidades, conocimientos y experiencia, y por esto se le da el carácter de incubadora a la organización en la que el individuo trabajaba previamente. El futuro emprendedor debe creer en la viabilidad de su proyecto, imaginarlo de forma realista y sentir que puede ejecutarlo. Para ello es importante la existencia de ejemplos creíbles (modelos de rol).
- c) Disponibilidad de recursos: para concretar la creación de la firma, el emprendedor debe tener u obtener recursos.

Según Gibb y Ritchie (1982), el desarrollo exitoso del emprendimiento depende de cuatro factores clave: la idea en sí misma, la disponibilidad y obtención de recursos, la habilidad del emprendedor y sus asociados, y el nivel de motivación y compromiso. La importancia de estos factores clave sobre el éxito diferirá con las circunstancias. Cuanto más innovadora sea la idea, por ejemplo, la influencia de la tecnología y el tamaño del mercado potencial harán más compleja la penetración del negocio en el mismo. Los recursos que el potencial empresario tiene para el proyecto también varían considerablemente, así como las necesidades de apoyo externo (dependiendo de la escala y naturaleza del negocio con relación a los recursos personales). Las habilidades del empresario con respecto al proyecto también variarán. La historia laboral previa del empresario es importante en términos de la experiencia gerencial y técnica para el desarrollo del proyecto. El apoyo ofrecido desde la familia y los amigos puede también

ser un factor crítico, así como el grado en que sus habilidades pueden ser aplicadas a la empresa.

En este sentido, autores como Verheul et al. (2002) o Shane (2003) abogan por el desarrollo de modelos integrados que tengan en cuenta tanto las características del emprendedor como la influencia del contexto social.

Gómez-Gras et al. (2010) recogen estos argumentos y proponen un marco integrado de trabajo, y que facilite la incorporación de múltiples enfoques de análisis, tanto de los determinantes como de los efectos de la actividad de creación de empresas.

Martínez et al. (2012) señalan que el estudio de elementos con influencia en la creación de empresas, frecuentemente, se desarrolla bajo perspectivas centradas en el análisis de variables individuales (características personales, rasgos emprendedores,...) o ambientales (económicas, socio-culturales o institucionales). Sin embargo, si bien el individuo es el actor clave que toma las decisiones y ejecuta las acciones del proceso de la puesta en marcha de una empresa, este proceso no ocurre en el vacío, sino en un contexto dado, de modo que tanto las características del individuo como la influencia del entorno juegan un importante papel (figura 1.4.2).

El esquema propuesto asume la actividad emprendedora como un proceso de descubrimiento y explotación de oportunidades (Shane & Venkataraman, 2000; Eckhardt & Shane, 2003), desarrollado por individuos que acometen actuaciones para poner en marcha un negocio, siendo el principal output la creación de una nueva organización (Gartner & Carter, 2003).

Esta conducta se desarrolla en un entorno que la condiciona, del cual el individuo tiene percepciones subjetivas que adquiere en función de sus propios filtros cognitivos (Greenberger & Sexton, 1988; North, 1990; Fornahl, 2003; Shane, 2003; Wagner & Sternberg, 2004; Arenius & Minniti, 2005). Además, este entorno es el destinatario de los efectos de la creación de empresas en términos de generación de empleo, innovación, crecimiento y desarrollo (Acs & Audretsch, 2003; Wagner & Sternberg, 2004; Reynolds et al., 2005; Mueller, 2006; entre otros), lo cual revierte a su vez en la modificación de los condicionantes de la actividad emprendedora del territorio.

El marco planteado clasifica las variables ligadas al individuo en dos bloques, de acuerdo con los criterios usados por Mazzarol, Volery, Doss & Thein (1999), Shane

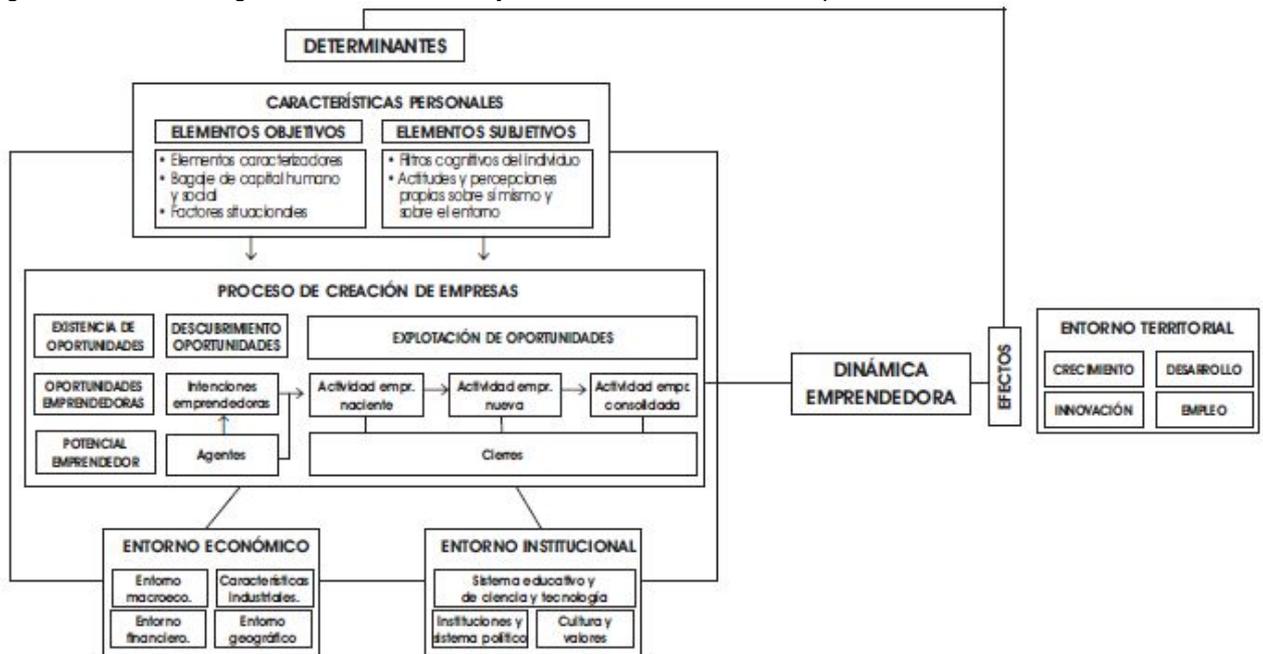
(2003), Arenius y Minniti (2005), Langowitz y Minniti (2007) y por diversos modelos de intenciones emprendedoras (Krueger et al. 2000).

Un primer bloque, de carácter objetivo, recoge factores de tipo sociodemográfico, caracterizadores del individuo; factores relacionados con su bagaje de capital humano y social, y factores situacionales.

Un segundo bloque, de carácter subjetivo, asume la existencia de una serie de características cognitivas individuales, las cuales intervienen en el modo en que se filtran determinados hechos objetivos a través de las percepciones y actitudes, influyendo sobre las decisiones y el comportamiento.

En cuanto a las variables del entorno, se contemplan elementos de tipo socio-cultural, político, económico y de infraestructuras disponibles (Mazzarol et al., 1999). El marco de trabajo asume la propuesta de Shane (2003) adaptada por Cuervo (2005), que considera un entorno de carácter económico y otro de tipo institucional, conformado por los bloques de factores que se pueden observar en la figura 1.4.2.

Figura 1.4.2 Marco integrado de determinantes y efectos de la creación de empresas

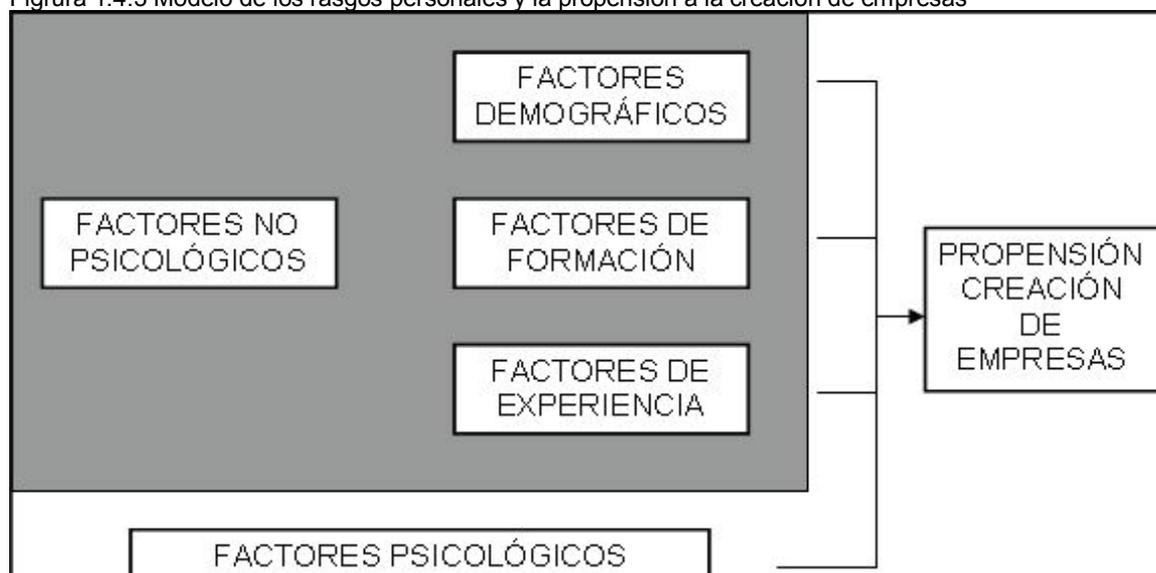


Fuente Gomez, Mira, & Martinez, (2010) p.14

En la figura siguiente 1.4.3 el modelo de rasgos personales y propensión a crear empresas (Shane, 2003; Hernangómez, Martín, Rodríguez & Saboia, 2005) muestra una serie de relaciones entre atributos del individuo que influyen en el valor esperado de la oportunidad y, en consecuencia, de la probabilidad de que el individuo se lance a

explotarla. Se diferencian los factores psicológicos y no psicológicos del individuo. Ambos tipos de características se han mostrado especialmente relevantes en la explicación de la existencia de actitudes y motivaciones emprendedoras (Baum & Locke, 2004). Entre los principales factores no psicológicos cabe destacar los rasgos demográficos, como la edad y el sexo, las variables de formación y las de experiencia. Los rasgos demográficos sobresalen por su importancia en la toma de decisiones estratégicas; la formación y la experiencia son consideradas cada vez más importantes como factores de éxito en la explotación de oportunidades empresariales (Lazear, 2004; Fayolle, 2004).

Figura 1.4.3 Modelo de los rasgos personales y la propensión a la creación de empresas

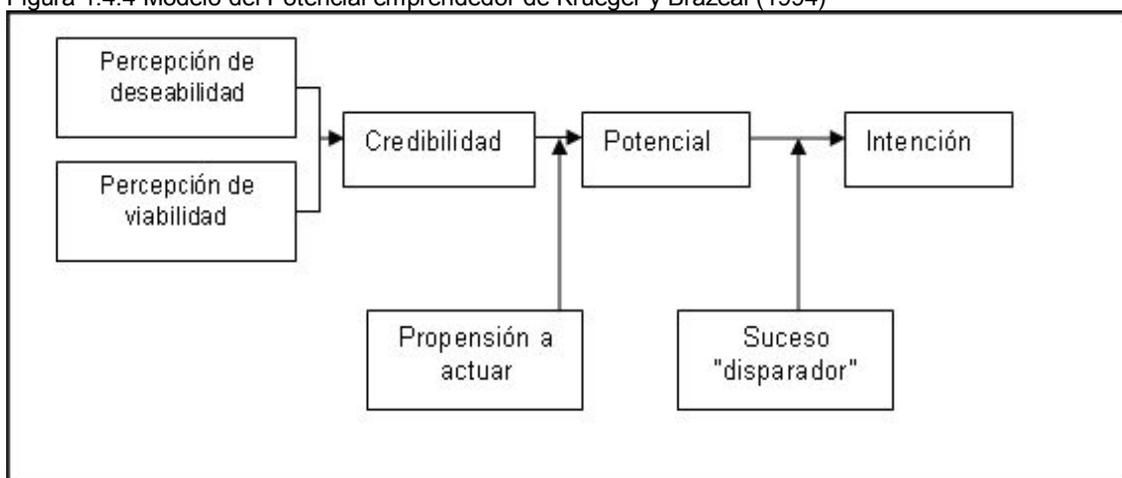


Shane (2003) y Hernangómez, Martín, Rodríguez & Saboia, (2005) p.220

El modelo de Krueger y Brazeal (1994) establece también unas relaciones entre las percepciones de deseabilidad y viabilidad, la credibilidad de poder crear empresas, el potencial y un “suceso disparador” o “desencadenante” que hace que alguien pase de la intención al hecho de fundar una nueva empresa (figura 1.4.4).

Según Veciana y Urbano (2004) esta teoría se complementa con la Teoría del Comportamiento Planificado de Ajzen (1991) según la cual los individuos adquieren un comportamiento u otro en función de que ese comportamiento tenga consecuencias deseables o indeseables para dicho individuo. En ello influye cómo evalúan de forma favorable o desfavorable un determinado comportamiento, es decir, cómo las personas de su alrededor (familia, amigos, grupos étnicos, entorno educativo y profesional, etc.), valorarán esa conducta, en este caso cómo pensarán acerca de la decisión de crear una empresa.

Figura 1.4.4 Modelo del Potencial emprendedor de Krueger y Brazeal (1994)



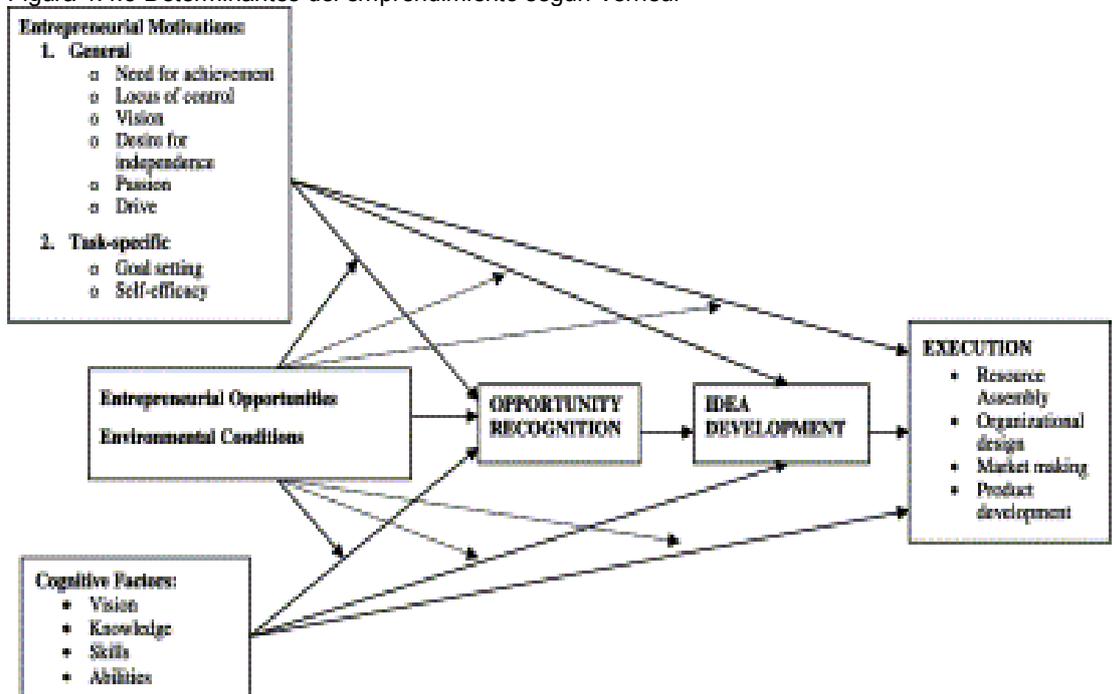
Fuente: Krueger y Brazeal (1994) p.91

Entre los autores que más han aportado al análisis del emprendedor se encuentra indudablemente, el profesor Veciana (1988). Este autor plantea los factores principales que condicionan la creación de una empresa distinguiendo los factores fundamentales de los factores precipitantes. Los primeros, los factores fundamentales, se refieren a los antecedentes y atributos personales del empresario, a la organización incubadora y al entorno, mientras que los factores precipitantes aluden a la insatisfacción o el deterioro del rol y la oportunidad o la necesidad de crear una empresa. Además, Veciana relaciona estos factores con las fases de creación de una nueva empresa (gestación, creación, lanzamiento y consolidación).

Si deseamos elaborar un marco conceptual para el emprendimiento se requiere un enfoque interdisciplinar. Los campos de la psicología, sociología y economía parecen aportar información como distintas piezas del puzle, pero ninguna explica el fenómeno al completo. Scott Shane (2003) evitando los modelos habituales centrados exclusivamente en las personas, sus motivaciones y acciones o basados, casi siempre ex-post, sobre el aspecto económico de las oportunidades, enfocan su estudio en el nexo de la persona y la oportunidad, para una mejor comprensión del fenómeno emprendedor. De esta forma, amplía el análisis de la iniciativa empresarial, ofreciendo un marco general conceptual que explica las diferentes partes del proceso emprendedor de las oportunidades, las personas que los persiguen, las habilidades y estrategias para organizar y aprovechar las oportunidades y las condiciones ambientales favorables para ellos de una manera coherente. Scott Shane resuelve esto considerando el nexo de las personas emprendedoras y oportunidades valiosas y usando ese nexo para entender los

procesos de descubrimiento y explotación de oportunidades, la adquisición de recursos, estrategia empresarial y el proceso de organización.

Figura 1.4.5 Determinantes del emprendimiento según Verheul



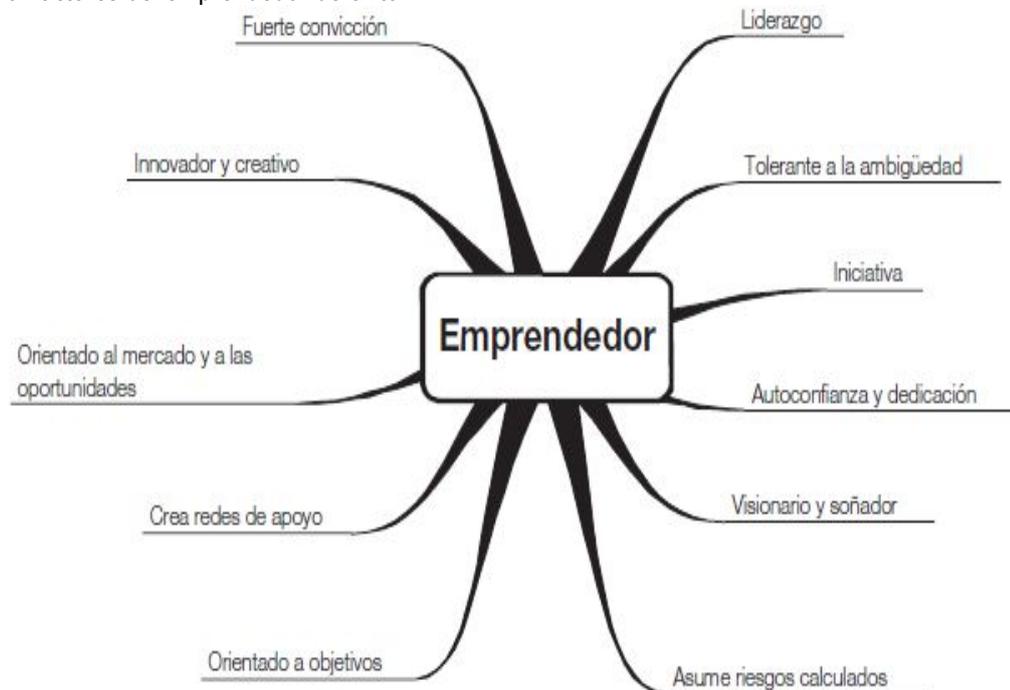
Fuente: Verheul et al. (2002) (p. 7)

Una amplia gama de determinantes explica el nivel de la capacidad empresarial, incluyendo los factores económicos y sociales. La discusión de los determinantes de la capacidad empresarial no se puede limitar a una sola disciplina, los estudios de psicología se han centrado en los motivos y los rasgos de carácter de los potenciales empresarios; los estudios sociológicos se han centrado en el aspecto colectivo de los empresarios; los estudios económicos se han centrado en el impacto de la coyuntura económica, incluyendo los costos, la escasez de oportunidades, de los rendimientos y evolución tecnológica de la actividad empresarial y “la perspectiva demográfica se centra en gran medida en el impacto de la composición demográfica del emprendimiento”. (Verheul et al. 2002, p. 7)

El modelo que se presenta en la figura 1.4.6 de Gutiérrez (2011) resume los factores que determinan el éxito emprendedor. Para desarrollar la actitud emprendedora, en primer lugar, se debe tener una idea de la previa de la empresa, que se refleja en el componente cognoscitivo. El emprendedor debe anhelar fundar su organización, el componente emocional, o como, destacan algunos autores, el deseo de ser independiente y tener autonomía (Auken, 1999; Boyd & Gumpert 1983; Montagno & Kuratko, 1986;

Begley & Boyd, 1987; McClelland, 1987), y este deseo dependerá de la valoración que haga de múltiples factores y circunstancias, tranquilidad, aversión al riesgo, necesidad de logro, entre otros.

Figura 1.4.6 Factores del emprendedor de éxito

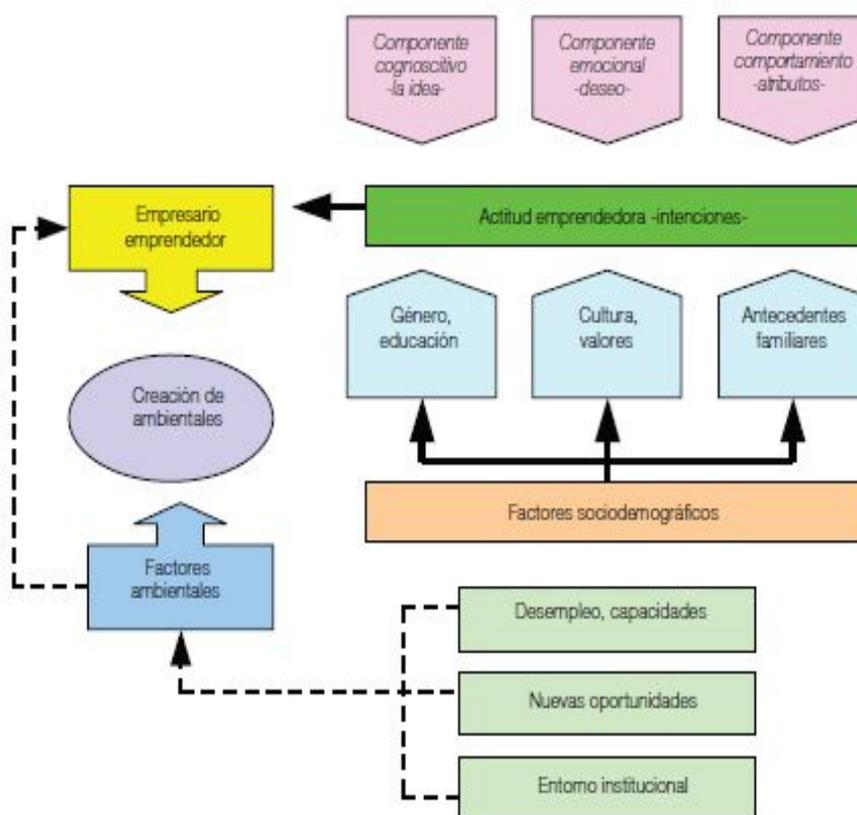


Fuente: Gutiérrez (2011) p. 142

Herron y Robinson (1993) encontraron que el comportamiento y las habilidades del empresario tienen un impacto significativo en el funcionamiento de la empresa. Varios autores han indicado que la personalidad también tiene un impacto considerable en la decisión de lanzamiento empresarial y en el comportamiento (Carter, Gartner, y Reynolds, 1996; Schindehutte, Morris & Brennan, 2003). En tanto que Robinson et al (1991) argumentan que las actitudes personales son los mejores predictores de las tendencias y características emprendedoras.

Aunado a lo anterior, también se han de considerar una serie de factores socio demográficos que intervienen en la actitud emprendedora desde el impacto que tienen en sus diversos componentes, a saber: género, educación (Johnson, 1994), cultura y valores (Hatch, 2000; Kiggundu, 2002; McClelland, 1961; Dunkelberg & Cooper, 1982; Hornaday & Aboud, 1971; Timmons, 1978), y antecedentes familiares (Shaver y Scott, 1991).

Figura 1.4.7 Factores del emprendimiento según González Domínguez.



Fuente: González Domínguez (2005).

Fuente: González Domínguez (2006) p. 58

Los valores y la cultura tienen mucha influencia en el desarrollo de una actitud emprendedora. Ya lo afirma Godley (2001), cuando dice que parece razonable suponer que la cultura pudo ser de importancia particular cuando viene a explicar variaciones en la fuente de las iniciativas empresariales. El emprendimiento es una actividad donde se toma mucho riesgo, en contraste a la alternativa de tener un salario fijo en el trabajo. La fuente del emprendimiento dentro de una economía procede, no solamente en relación a los beneficios económicos, sino también debido a ciertos valores culturales referentes al riesgo y a la incertidumbre.

Otro aspecto interesante a considerar son los antecedentes familiares. Se constata que muchos emprendedores descienden de familias en las que alguno de sus miembros ha sido o es empresario o autoempleado, facilitándose así una cultura y unos valores proclives al emprendimiento (González Domínguez, 2006). Morris (1998) plantea que los antecedentes familiares son muy importantes, y que una vida personal con experiencia familiar autoritaria de parte de los progenitores impulsa al emprendimiento,

en tanto que una familia unida, paternalista, proteccionista, influye en que exista un nivel muy bajo, igual sucede con la educación, experiencias de grupo y experiencias de trabajos anteriores (figura 1.4.7).

Incluyen también los factores ambientales, que según González Domínguez (2006), son muy diversos y constituyen, uno o varios de ellos, los desencadenantes de la actividad emprendedora. Son los motivos, según diversas investigaciones, que provocaron a los emprendedores a dar el primer paso en la creación de su empresa. Entre estos factores se mencionan los siguientes: pérdida del trabajo, oportunismo, aprovechamiento de la experiencia adquirida, una salida ante la falta de alternativas laborales y aprovechar ayudas institucionales.

La educación influye de manera positiva en los emprendedores (Morris, 1998). Existen registros donde se sugiere que la enseñanza no convencional ayuda a los empresarios a tener éxito; de hecho, los empresarios actuales tienen altos niveles de estudio y probablemente sean graduados de la universidad. Una experiencia educativa creativa y ambigua, eleva el nivel de emprendimiento (Morris, 1998).

Kolchin y Hyclak (1987), con relación a la educación, expresa que “no se puede predecir de dónde florecerán los emprendedores, se requiere hacer un trabajo cultivando el espíritu emprendedor que está en todos nosotros”, lo que Rae y Carswell (2001) denominan “aprender a emprender”. Hoy se sugiere que la enseñanza no convencional ayuda a los empresarios a alcanzar el éxito (Tortella, Quiroga y Moral., 2010). Silva Duarte (2009) establece que el ambiente educativo es fundamental, dado que el niño y el joven afianzan dos papeles esenciales para el ejercicio de la vida adulta: la sumisión o la autonomía.

Figura 1.4.8 Experiencias vividas y emprendimiento.



Fuente: Adaptado de Morris (1998, p. 68).

1.5. EMPRENDEDORES: GÉNERO, TIPOLOGIA, Y SUPERVIVENCIA EN TIEMPOS DE CRISIS

1.5.1. PERFIL PSICOSOCIAL DE LA MUJER EMPRENDEDORA

Las diferencias entre hombres y mujeres ante la iniciativa empresarial son importantes, no obstante la mayoría de los estudios existentes no cuentan con el enfoque de género ni con la disgregación de datos por sexo. Para analizar el papel de la mujer en el emprendimiento es necesario diferenciar entre los factores psicosociales de la mujer emprendedora en potencia, los estímulos que la animan a crear su propia empresa, o los obstáculos a los que se tiene que enfrentar para poder llevarlo a cabo. (Fuentes García & Sánchez Cañizares, 2010).

Algunas investigaciones realizadas han puesto de manifiesto la importancia de los factores sociodemográficos como la edad, ingresos, situación laboral y educación para explicar y las diferencias de género relacionadas con el comportamiento emprendedor.

Los resultados de Álvarez, Rebollo, Catalán y Rodríguez, (2013) destacan los obstáculos al emprendimiento femenino, unos tangibles como la burocracia, la escasez de ayudas económicas y la conciliación familiar, y otros invisibles, como las creencias sociales sobre el empresariado y la valoración social de la mujer empresaria.

Algunos estudios recientes siguen confirmando que las mujeres tienen menos intención emprendedora que los hombres (Schoon & Duchworth, 2012). El informe GEM 2014 recoge que la distribución de la población emprendedora por género (figura 1.5.1) refleja que, al igual que en años anteriores, casi seis de cada diez emprendedores en fase inicial eran de género masculino (58,5%). El índice TEA³⁰ del informe GEM confirma esta tendencia ya que el 6,35 de la población adulta masculina estaba involucrada en actividades emprendedoras en fase inicial, mientras que en el caso de la población adulta femenina estaba involucrada apenas el 4,57%. Estas diferencias se mantienen durante todo el periodo 2005-2014, el TEA masculino ha variado entre el 5,4 y el 9,7 y el femenino entre el 2,9 y el 6.0%. La diferencia entre el TEA femenino y el

³⁰ Recordar que el índice TEA, Tasa de Actividad Emprendedora es el principal índice analizado por el informe GEM que mide las iniciativas empresariales de entre 0 y 3,5 años sobre la población de 18-64 años de un país.

masculino se redujo ligeramente entre 2005 cuando se obtiene una diferencia de 3 puntos, y 2014 con una diferencia de 2,8 puntos. Por tanto, aunque muy lentamente, la presencia y participación de las mujeres en el desarrollo empresarial en general y en la creación de nuevos negocios en particular, cada vez es mayor (Brush, De Bruin, & Welter, 2009); (Langowitz & Minniti, 2007). Poco a poco hay una mayor incidencia y participación por parte de las mujeres en la creación de empresas y en general, en el desarrollo empresarial (Brush et al., 2009; Langowitz & Minniti, 2007).

A las dificultades existentes en la creación de una empresa hay que añadir para el caso de la mujer emprendedora otras barreras específicas. Alsos y Ljunggren (1988) mostraron que la reducida presencia de las mujeres se debía a la existencia de barreras sociales vinculadas a los roles atribuidos y desempeñados por la mujer y a los prejuicios y estereotipos de sus capacidades y habilidades para el desempeño de ciertas actividades profesionales (Kantor, 2002).

Brenner (1982) expresa que si una mujer tiene éxito en los negocios no cumple con las expectativas sociales sobre su rol femenino y experimenta consecuencias negativas, como la impopularidad y la pérdida de feminidad. En cambio, los hombres son más dominantes y están más orientados al logro que las mujeres. Con este argumento explicaría el por qué los varones son más propensos a crear empresas que las mujeres; otros autores inciden en que esto es debido a características psicológicas como Sexton y Bowman, (1990). Sonfield, Lussier, Corman, y McKinney, (2001) encontraron que no existen diferencias significativas de género en cuanto a las situaciones de innovación/riesgo o las estrategias elegidas por los propietarios de las empresas. Las empresarias estaban más influidas por situaciones desagradables y buscaban en la empresa un medio de compatibilizar sus propias necesidades y las de sus hijos (Cromie, 1987).

Carosio (2004) afirma que los objetivos centrales de las mujeres al iniciar un negocio no están tan relacionados con la búsqueda de ganancias económicas crecientes, como en otras metas - independencia, flexibilidad para combinar familia y compromisos de trabajo y asegurar la subsistencia de la familia-. Se considera que muchas de ellas se interesan más por objetivos sociales que los emprendedores varones, tienen empresas más pequeñas y debido a ello, sus negocios no alcanzan altos niveles de rendimiento en términos de volúmenes e incremento de la facturación, y tienen una menor tasa de

supervivencia y crecimiento en comparación con las empresas lideradas por varones (Carosio, 2004).

La investigación de Romano (1994), realizada 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 resultados materiales.

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 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 su estudio, Donoso, Figuera y Rodríguez Moreno (2011) documentan, en las empresas dirigidas por mujeres, el predominio de un liderazgo competencial basado el trabajo en equipo, la gestión y organización y el desarrollo de un buen clima de trabajo

Las explicaciones causales que generan la base de esas evidencias, se sitúan en un plano generalista hipercoherente, coherencia que facilita al mismo tiempo la definición excluyente del emprendedor. Por ejemplo hay más mujeres emprendedoras en los países con bajos ingresos porque hay más restricciones en el mercado laboral. Las mujeres en el primer mundo gozan de un sistema de seguridad social que les permite no emprender.

Díaz, Hernández, de la Cruz y Postigo (2008) analizaron varias características psicológicas, sociales o económicas de los emprendedores buscando diferencias de géneros y, si bien encontraron algunas diferencias entre hombres y mujeres, las variables tenían niveles explicativos muy escasos en cuanto al género del empresario. Los análisis efectuados parecían indicar que en España existen determinadas características socioeconómicas o psicosociales que diferencian a hombres y mujeres a la hora de crear sus empresas y que se inclinan más a favor de los hombres, pero son variables que tienen una capacidad explicativa sobre la actividad emprendedora muy pequeña, por lo que afirman que no existen diferencias apreciables entre hombres y

mujeres que incidan en la actividad emprendedora, y que las que existen parecen deberse más a las propias características socioculturales de la población.

1.5.1.1. Motivaciones de las emprendedoras

En general, se han encontrado las mismas motivaciones para abrir un negocio en mujeres que en hombres; tener una oportunidad comercial de una idea o producto, independencia económica, poner en práctica sus talentos, independencia respecto a un jefe, búsqueda de autonomía...

Gromie (1987), encontró que las mujeres estaban menos motivadas que los hombres por ganar dinero y enfatizaban más la calidad del producto y menos la competitividad.

En cuanto a la influencia del trabajo anterior Watkins y Watkins (1983), obtuvieron que la nueva empresa estaba determinada por su anterior trabajo en un 84% en los hombres y tan sólo en un 40 % en las mujeres.

Duchéneaut y Orhan (1998) estudian las expectativas de crecimiento empresarial de 403 empresarias, encontraron diferencias significativas entre hombres y mujeres para las necesidades de poder y de prestigio o estatus social, siendo las mujeres las que menores valores presentaban en ambas.

Goffée, Scase y Pollack (1982) encontraron que las mujeres estaban más motivadas por la búsqueda de independencia; tener su propio negocio y dejar de estar dominadas por el hombre. Para López, Romero y Díaz (2012) el análisis descriptivo ha llegado a identificar que la razón principal para iniciar un nuevo negocio, con independencia del género, se configura en la búsqueda de libertad e independencia laboral, y que son motivos de carácter organizativo, tales como el descontento con la retribución, desarrollo de la carrera profesional y la toma de decisiones, lo que empuja a la mujer hacia el autoempleo, frente a los motivos del hombre, que se centran en aspectos de liderazgo o autorrealización, fundamentalmente, en el hecho de poner en práctica sus propias ideas. Asimismo, destacar que, al contrario de lo esperado, la insatisfacción con el empleo por cuenta ajena, ha sido la variable que menos incidencia presentaba en la decisión de emprender.

Según Calás, Smircich, & Bourne (2007) en la sociedad actual:

“la ausencia de medios económicos en la familia puede ser la principal razón para que la mujer emprenda un nuevo negocio, más que eludir el techo de cristal u obtener un equilibrio con la vida familiar (...); las diferencias de sexo/género son el efecto y no la causa de los múltiples condicionamientos estructurales, y la creencia en un camino propio de la mujer, puede contribuir a una mayor explotación y devaluación de las actividades emprendedoras de la mujer”. (pp. 99-100)

Este enfoque, similar al de Bruni, Gherardi y Poggio (2004), es cierto en buena medida. Las concepciones que subyacen a la interpretación de la mujer emprendedora, condicionan los modelos de referencia y su propia actuación. Pero las observaciones de Brush (1992, 1997) y Brush, Bruin y Welter (2009), compartidas por muchos otros investigadores (Konrad y Mangel, 2000; Cowling y Taylor, 2001; Sanberg, 2003; Burke, 2007; Konrad, 2007; Eagly y Johannesen-Schmidt, 2007), no son menos ciertas; por tanto, las características propias y diferentes de las mujeres (biológicas y sociales), una vez corregidas las diferencias injustas de carácter social, existen, y debe examinarse en qué medida esas diferencias pueden proporcionar ventajas, habilidades diferentes y formas distintas de alcanzar el éxito en los negocios.

La investigación que llevaron a cabo Quevedo, Izar y Romo (2010) identifica los factores endógenos y exógenos de mujeres y hombres emprendedores en la constitución de su empresa. Se diseñó un cuestionario en el que estudiaron variables endógenas, como las motivaciones y las oportunidades. En cuanto a variables exógenas consideraron la cultura emprendedora; así como el uso de medios electrónicos, nivel educativo y formación empresarial. Las muestras se recabaron en Andalucía (España), Distrito Federal (México) y South East Border, (Estados Unidos), con 100 personas empresarias en cada país. En los factores exógenos, sólo encontraron diferencias en la importancia que atribuyen a los programas educativos y a tener acceso a financiación, donde las mujeres han obtenido mayores puntuaciones que los hombres. En las variables endógenas - motivaciones y percepción de oportunidades para crear nuevas empresas- las puntuaciones obtenidas por las mujeres han sido mayores que las de los hombres, por lo que afirman que las mujeres no son menos exitosas que los hombres, al contrario de lo que varias investigaciones afirman, sino que a pesar de que no hay igualdad de oportunidades para la creación de nuevas empresas, las mujeres aún así

emprenden con éxito. Esto también es un indicador de que las mujeres se apasionan más por sus empresas que los hombres.

De los factores exógenos, se concluye que las mujeres emprendedoras han realizado un gran esfuerzo para adaptarse a las nuevas exigencias de su entorno, capacitándose y adquiriendo una mayor formación empresarial, aun cuando hagan menos uso de la tecnología en sus empresas que los hombres. En la muestra encuestada, hay diferencias significativas entre mujeres y hombres emprendedores, destacando las mujeres en audacia, pasión y capacidad de gestión, como motivaciones para crear la empresa. El hecho de que las mujeres, que han puntuado menos en formación específica en emprendimiento, presenten valores máximos en algunas variables endógenas, nos invita a pensar en un efecto compensatorio, es decir, que al no tener formación empresarial, suplen tal carencia con otras aptitudes (Quevedo et al. 2010).

González (2001) quiso conocer cuáles eran las motivaciones de algunos jóvenes, y las respuestas que daban a la hora de valorar algunas características laborales y el deseo de crear una empresa, no encontrando diferencias significativas de género.

1.5.1.2. Características psicológicas de la emprendedora y autoeficacia

Los atributos y características psicológicas de la mujer emprendedora han sido estudiados por algunos autores³¹. Así Neider (1987), estudió la diferencia entre las mujeres emprendedoras y el resto de la población y encontró que aquéllas puntuaban más en:

- a) Constancia (no paran hasta ver su trabajo terminado).
- b) Dominar (necesidad de influir en otros).
- c) Logro.
- d) Empatía (necesidad de analizar los motivos de los demás).
- e) Autonomía.

Los resultados obtenidos por Fuentes y Sánchez (2010) ponen de manifiesto una menor iniciativa emprendedora en las intenciones de las mujeres, que además consideran en mayor medida el temor al fracaso como un obstáculo a la hora de pensar

³¹ Los atributos y características psicológicas de la mujer emprendedora han sido estudiados por autores como Humphreys y McClung (1981) Hisrich and O'Brien (1981) y Neider (1987); Fuentes y Sánchez (2010); Sexton, y Bowman (1990).

en la creación de una empresa propia. También son distintos los atributos asociados a una mayor probabilidad de acometer este tipo de proyectos en el futuro. Así, si para las mujeres destaca la iniciativa, la creatividad y la autoconfianza como aspectos asociados al emprendimiento; a los varones, en cambio, el emprendimiento se relaciona con características como el deseo de enfrentarse a nuevos retos o el entusiasmo ante los proyectos. Consideran que estas diferencias se explica en gran medida por el distinto papel social que nuestra cultura atribuye al varón y a la mujer; sus distintos roles en la célula social básica, la familia, influyen inevitablemente en sus ambiciones personales, en su propensión a aceptar retos, etc.

Varios estudios concluyen que las emprendedoras tienen un mayor nivel educativo que el emprendedor pero menos autoconfianza. Las mujeres confían menos en sus habilidades de gestión económicas y más en sus posibilidades de generar ideas y en las relaciones personales (Hisrich & Brush, 1984).

Sexton y Bowman (1990) encontraron que las mujeres puntuaban más en autonomía y cambio, las mujeres se adaptaban mejor a las nuevas circunstancias aunque preferían los resultados más seguros, y puntuaban menos en energía y asumir riesgos.

Buttner and Rosen (1992) detectaron que las mujeres, aun teniendo las mismas capacidades emprendedoras que los hombres, se percibían a sí mismas como menos preparadas para el éxito empresarial.

Wilson, Kickul, y Marlino, (2007) examinaron las relaciones entre el género, la autoeficacia y las intenciones emprendedoras en dos grupos de muestra: adolescentes y estudiantes adultos de un máster en administración de negocios. Los efectos de la educación empresarial en los programas de MBA en la autoeficacia empresarial fueron más notorios en las mujeres que en los hombres; la formación en autoeficacia tiene más efecto en las mujeres. Las mujeres obtuvieron puntuaciones significativamente más bajas en autoeficacia emprendedora que los varones, tanto en nivel medio como alto de escolarización y en los programas de MBA. Las distintas expectativas que impone la sociedad instauran una autoeficacia a una edad temprana, mucho antes de que las experiencias reales consoliden una confianza en sí mismo en diferentes dominios (Eddleston, Veiga, & Powell, 2006). Sin embargo, incluso con el trabajo y/o experiencia de vida, las diferencias en autoeficacia emprendedora persisten. Podría ser debido a que las mujeres estudiantes de MBA han seleccionado una carrera históricamente dominada

por los hombres. De modo que las habilidades reales parecen importar menos que la auto-percepción de las mismas (Bandura, 2001; Betz & Hackett, 1981; Scherer Brodzinski & Wiebe, 1990), especialmente cuando las autopercepciones están influenciadas por estereotipos de género. Si bien los resultados de Wilson et al (2007) indican que las intenciones emprendedoras fueron mayores para los adolescentes varones que para las adolescentes, no han podido probar causalidad, es decir, no pueden afirmar que la baja autoeficacia observada en las jóvenes adolescentes origine sus escasas intenciones emprendedoras.

El estudio de Oliveira et al. (2005), con un grupo de 120 emprendedores, verifica la hipótesis de que la mentalidad de autoeficacia del emprendedor está influida por el ambiente micro social (restricciones familiares y apoyo, modelos a seguir y redes sociales) y macro social (redes sociales, modelos a seguir, situación de empleo, y ayuda del gobierno), en el momento de la creación del negocio. También buscaron identificar si hay diferencias significativas de género en los niveles de mentalidad de autoeficacia del empresario en un grupo compuesto por empresarios españoles de diferentes firmas en la ciudad de Salamanca, con un promedio de once años de actividad empresarial. Los resultados de la MANOVA llevados a cabo con cinco factores concernientes de la mentalidad de autoeficacia del emprendedor, aplicados a dos grupos de empresarios de diferentes ambientes micro sociales, revelan que los empresarios que tienen un ambiente caracterizado como desfavorable, tanto hombres como mujeres, se sienten menos efectivos que sus contrapartes en la capacidad de trabajar bajo tensión continua y en la capacidad de enfrentar retos inesperados.

Salvador (2009), en un estudio comparativo que deposita el interés en conocer las variables determinantes de la autoeficacia emprendedora, utiliza una muestra de jóvenes emprendedores mexicanos y otra muestra de jóvenes españoles y tres constructos (inteligencia emocional, sexo y edad) como predictores de la autoeficacia. Concluyen que la inteligencia emocional y el sexo influyen en la percepción de autoeficacia emprendedora, y consideran que serán las mujeres quienes tengan más dificultades para afrontar el reto de emprender.

Chen et al. (1998) defienden que ciertos grupos de individuos minoritarios, como las mujeres, aunque tienen competencias emprendedoras, pueden evitar el verse involucradas en dicha actividad cuando, en general, tienen una baja autoeficacia

empresarial elaborada en base a los postulados básicos del contexto sociocultural donde se desenvuelven.

Eccles (1994) propone una jerarquía de las expectativas y la eficacia, en la que la elección de una profesión está orientada hacia donde las personas sienten que tienen la mayor probabilidad de éxito. Por ejemplo, aunque las mujeres creen tener algunas de las habilidades necesarias para ser empresaria, es probable que elijan otra carrera si creen que poseen mejores habilidades en esa área. De esta manera, la menor autoeficacia en las mujeres puede considerarse una barrera para el espíritu emprendedor, incluso en las mujeres realmente preparadas pueden excluir de su lista de posibles opciones el autoempleo.

1.5.1.3. Entorno, redes y factores sociales en el emprendimiento de la mujer

El estudio cuantitativo de Álvarez, Noguera y Urbano (2012), tiene por objetivo analizar los factores del entorno que influyen en la probabilidad de que las mujeres emprendan, el estudio se realiza en el ámbito español, usando la Teoría Económica Institucional (North, 1990 y 2005), apoyándose también en los modelos de regresión logística, con datos del proyecto *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM). Los resultados de dicho estudio, indican que los factores informales, como la percepción de habilidades para emprender, el rol familiar y las redes sociales, son más relevantes para el emprendimiento femenino que los factores formales como la financiación, formación, políticas de apoyo no económicas, etc.

En las mujeres, la percepción subjetiva de las normas relacionadas con la actividad empresarial puede afectar en mayor o menor medida a la hora de tomar la decisión de crear o no crear una empresa. La decisión es influida por las normas sociales y los roles atribuidos a las mujeres por la sociedad, a los cuales las mujeres, están muy condicionadas (Welter et al., 2007). Este condicionante acerca de los roles atribuidos a las mujeres, y las normas sociales de las sociedades en las que viven, les lleva a tener una percepción menos favorable del entorno empresarial y de su autoeficacia para crear una empresa (Langowitz & Minitti, 2007).

Con frecuencia, las mujeres conocen a menos emprendedores de su mismo género, que en el caso masculino (Langowitz & Minniti, 2007); por otro lado, éstas, tienen más familiares en sus redes (Renzulli, Aldrich & Moody, 2000). Como ya vimos, la falta de modelos de referencia femeninos lleva a que las mujeres experimenten con mayor dificultad, que los hombres, el desarrollo de sus ideas y su carrera profesional, pues tienen que realizar unas operaciones de cognición más satisfactorias que los hombres para identificarse con modelos de referencia del sexo opuesto (Justo & Díaz, 2012).

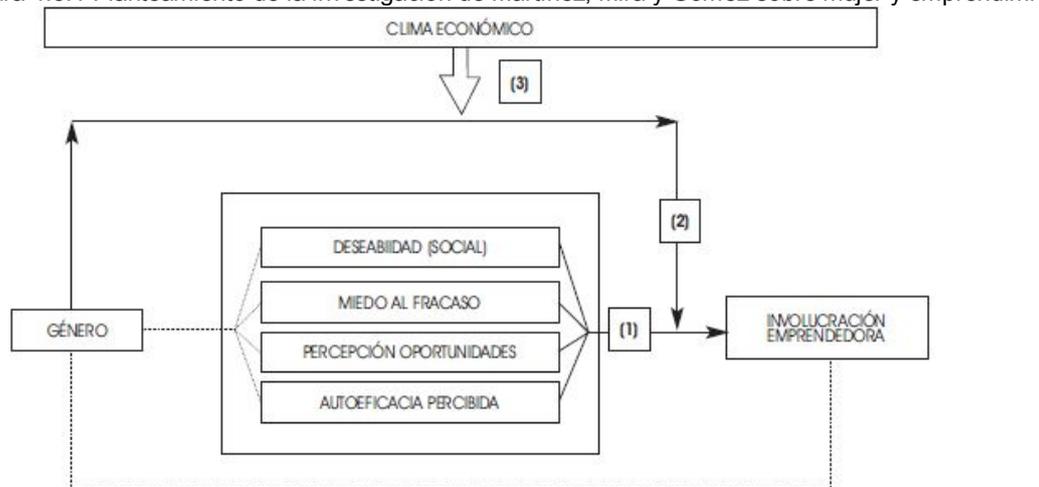
La participación en redes empresariales, podría ser muy beneficiosa, incluso más, para las mujeres, ya que estas se considerarían como una fuente de recursos (Rosa & Hamilton, 1994). Algunos estudios observan que las redes empresariales vienen a caracterizarse por la homofilia de género. Con esto nos referimos a la tendencia de las personas a relacionarse con personas similares, que se parezcan a ellas, respecto a diferentes atributos como creencias, clase social, educación, edad, sexo etc. (Aldrich, 1989; Ruef et al., 2003). En el caso de las mujeres, precisan de los beneficios psicosociales de encontrar modelos de referencia del mismo sexo (Kram, 1988). Para las mujeres, tener modelos de referencia, no sólo les proveen de orientación empresarial, sino también conocen los problemas a los que se enfrentan las mujeres empresarias, derivados del conflicto trabajo–familia y de encontrarse ante una posición menos legitimada socialmente (Ridgeway & Smith-Lovin, 1999).

Álvarez, Noguera, y Urbano (2012), constatan que las redes sociales tienen un efecto positivo sobre la probabilidad de ser emprendedor y que dicho efecto es superior en el caso del emprendimiento masculino; las redes sociales incrementan la probabilidad de ser emprendedor en 2.19 veces para los hombres frente a 1.44 veces para las mujeres. Estos resultados son consistentes con los trabajos de Aldrich, Reese y Dubini (1989), Rosa y Hamilton (1994), Dahl and Sorenson (2012) y Gatewood et al. (2009), los cuales analizan la preferencia (o necesidad) que tienen las emprendedoras de utilizar redes sociales; si bien observando, como también indicaron Greve y Salaff (2003), que estas redes en el caso de las mujeres emprendedoras son básicamente familiares.

Martínez et al. (2012) exploran la contribución de las percepciones a la propensión emprendedora desde una perspectiva de género y en función del entorno, analizando su papel contingente en los determinantes sociales y en las diferencias por

género. Los resultados destacan la significación de la autoeficacia, la percepción de oportunidades y el miedo al fracaso, y muestran como fundamental el conocimiento personal de otros emprendedores. Se centran en analizar (figura 1.5.1): “(1) la influencia de las percepciones sobre la decisión de iniciar una actividad emprendedora; (2) la influencia del género como elemento moderador o de interacción en dichas influencias, y (3) el papel contingente del entorno en que se desenvuelve la actividad.” (p. 55)

Figura 1.5.1 Planteamiento de la investigación de Martínez, Mira y Gómez sobre mujer y emprendimiento



Fuente: Martínez et al. (2012), p. 54

Martínez et al (2012), observan que las probabilidades de involucración emprendedora de la mujer se ven reforzadas positivamente por la percepción de autoeficacia, la percepción de oportunidades, y la presencia de emprendedores recientes en el entorno, que pueden ejercer como modelos de rol, mientras que se ven minoradas por el miedo a fracasar que constituye una importante barrera emprendedora. En un contexto positivo como es el de 2007, además, las influencias señaladas registran algunas diferencias significativas respecto a las encontradas para los hombres. En concreto, en lo que se refiere a la barrera ejercida por el miedo a fracasar, no significativo en el caso de los hombres, y a la presencia de modelos de rol, también sin significación en el caso de éstos. Respecto a percepción de oportunidades y autoeficacia, no se puede hablar con rigor de diferencias significativas.

En 2009, las diferencias señaladas se diluyen, no registrándose ninguna interacción significativa con el género. Tanto en hombres como en mujeres, se incrementa la influencia de la percepción de la existencia de una buena oportunidad y descende la influencia de la confianza en las habilidades y capacidades propias, mientras que la importancia de contar con ejemplos de emprendedores en el contexto de

conocidos así como con modelos de rol cercanos, se incrementa en ambos grupos, siendo su importancia todavía más relevante para la implicación empresarial entre las mujeres. Las diferencias encontradas en 2007 en la influencia del miedo a fracasar, se diluyen en 2009 al aumentar este miedo en los hombres y descender levemente en las mujeres, este cambio puede ser consecuencia, en parte, de los distintos modos de contemplar un entorno de crisis (Martínez et al, 2012).

Álvarez, Noguera y Urbano (2012) parten de que la literatura sobre el tema indica que el nivel de desarrollo económico es un factor clave para explicar la actividad emprendedora (Wennekers et al, 2005; Carree et al, 2007). Los resultados confirman que la anterior relación es válida para explicar el emprendimiento masculino, pero que el desarrollo económico no tiene un efecto significativo en el emprendimiento femenino. En el caso de ingresos familiares medios o bajos, tanto hombres como mujeres se deciden a emprender por igual, pero que en el caso de los ingresos familiares sean altos, las mujeres no ven la necesidad de emprender, mientras que los hombres sí (Carree et al, 2007).

1.5.1.4. Mujeres emprendedoras y cargas familiares

Las mujeres están más condicionadas que los hombres a la hora de tomar la decisión de emprender por necesidad de hacer compatibles los aspectos laborales con cuestiones personales (Ortiz y Millan, 2010).

Parasuraman et al. (1996) examinaron la influencia del trabajo y la familia en el éxito profesional y en el buen estado psicológico de 111 hombres y mujeres emprendedoras. El resultado muestra que el peso del trabajo representa variaciones significativas en el tiempo obligatorio a dedicar al trabajo y que el peso de la familia representa una variación sustancial al tiempo obligatorio de dedicación familiar. El tiempo obligatorio de trabajo y el dedicado a la familia juegan un importante papel a efectos de género, las características de la familia y del trabajo y de los roles demandados en los conflictos trabajo-familia y familia-trabajo. Estos conflictos, el tiempo obligatorio dedicado a la familia y al trabajo, así como las variables familiares, se interponen en el éxito de la carrera empresarial.

Aldrich y Cliff (2003) comprueban que en las mujeres todavía recaen las principales tareas domésticas, incluso cuando trabajan a tiempo completo fuera de casa, por lo que tienen menos actitud hacia el emprendimiento. En sociedades en las que el rol de la mujer sigue muy ligado a las responsabilidades familiares, la actitud emprendedora no se percibe como deseable para ellas.

Para Álvarez, Noguera y Urbano (2012) dedicarse a las responsabilidades familiares reducen en un 33,1% la probabilidad de ser mujer emprendedora, mientras que en los hombres tan sólo se reduce en un 2,4%.

Aspecto importante de la gestión de las microempresarias y empresarias es el manejo del tiempo, en el que necesariamente –obligadas por la socialización o por la necesidad– deben combinarse las actividades del hogar con las actividades del negocio. En muchos casos, esta limitación determina el tipo de negocio que las mujeres escogen: por ejemplo, el sector comercio resulta ampliamente preferido por los emprendimientos femeninos, porque aunque demanda una dedicación horaria importante, la atención de los clientes tiende a concentrarse principalmente en sólo algunas horas del día. Esto facilita a las mujeres la administración de su hogar y su negocio, y puede recurrir al apoyo de sus hijos y otros familiares para atenderlo (Carosio, 2004).

En su estudio, Donoso, Figuera y Rodríguez (2011) afirman que si bien las mujeres valoran el mundo profesional, buscan compatibilizarlo con otros roles vitales y su satisfacción se asocia a la planificación de su trayectoria profesional y la anticipación de los conflictos de roles. Algunos trabajos señalan la multiplicidad de roles que se superponen en la vida de las mujeres (Coria, Freixas & Covas, 2005; Biggs & Brough, 2005) y que es preciso considerar en el análisis y comprensión de las trayectorias profesionales de las mujeres. Gimeno y Rocabert (1998) señalan la evidencia de que el desarrollo de la carrera de la mujer no sólo es diferente al de los hombres, sino más compleja, debido a la influencia que ejercen en su caso esas otras facetas. Nicholson (1997) considera que en el desarrollo de las carreras de las mujeres existen barreras visibles, como las responsabilidades familiares que asumen las mujeres como un rol social atribuido, barreras invisibles como las actitudes, las creencias y conductas de los hombres en el contexto laboral, que conforman la cultura de las organizaciones; y barreras derivadas del impacto psicológico inconsciente que esta cultura androcéntrica de las organizaciones tiene sobre la motivación y autoestima de la mujer. Sánchez-Apellániz, (1999) plantea que la creación de empresas se adopta como una ‘estrategia de

acoplamiento' por las mujeres para compatibilizar sus carreras con el cuidado de los hijos y las tareas domésticas.

Los resultados de Álvarez, Noguera, y Urbano (2012) indican que dedicarse a las labores del hogar disminuye la probabilidad de ser emprendedor, efecto que es especialmente importante en el caso de las mujeres. Ser mujer y tener responsabilidades familiares reduce en un 33.1% la probabilidad de ser emprendedora, mientras que en el caso de los hombres dicha disminución es solo del 2.4%. Este resultado indicaría que dedicarse a las labores del hogar es una situación coyuntural para los hombres y que, gracias a su movilidad profesional, podrían incorporarse nuevamente al mundo laboral como emprendedores; pero, en el caso de las mujeres, la movilidad es baja y dedicarse a las labores del hogar disminuye considerablemente la probabilidad de emprender. Estos últimos resultados son coherentes con los obtenidos por Baughn et al (2006) y Langowitz y Minniti (2007), donde se apunta que en una sociedad en la que el rol de la mujer está muy ligado a las responsabilidades familiares, se inculca implícitamente una menor deseabilidad de la actividad emprendedora.

Autores como Kantor (2002) observan en su estudio la existencia de roles familiares que limitan en exclusiva al emprendimiento femenino pero no al masculino (*women exclusive constraints*); también se indica en este estudio la existencia de otros roles familiares, que limitan tanto el emprendimiento masculino como el femenino, pero lo hace de manera más relevante para las mujeres (*women intensive constraints*).

1.5.1.5. Tipos de negocios de la mujer emprendedora

Numerosos estudios han puesto de manifiesto que los negocios controlados por mujeres, son fundamentalmente en el sector servicios; ventas al por menor (tienda) o en profesiones de ayuda y en general, la mujer emprendedora, gestiona pequeños negocios que exigen menos inversión y producen menos beneficios.

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 (Capowski, 1992; Zellner, King, Byrd, De George & Birnbaum, 1994; Envick & Langford 1998).

Los factores positivos (cualidades) y los factores negativos (obstáculos, riesgos) no son valorados de la misma manera por la mujer que desea crear una empresa que por el hombre. La mujer suele utilizar estrategias de riesgo e inversión más prudentes y calculadas. Por estos motivos, aquellas que inician una actividad empresarial, crean habitualmente pequeños negocios que les permiten obtener resultados inmediatos (González, 2001).

Los estudios también han descubierto que la media de edad de mujeres emprendedoras es menor y, en muchos casos, compaginan la gestión de su negocio con las responsabilidades familiares, trabajando a tiempo parcial en la empresa.

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). 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 lleva la dirección a partir de un centro de una red y no verticalmente.

1.5.1.6. Tipologías de mujeres emprendedoras

Algunos autores consideran que resulta difícil describir a la mujer emprendedora dada su diversidad y que para entender el tema es más conveniente establecer una tipología de mujeres emprendedoras.

De esta forma Goffe y Scase (1985), comparando los valores del emprendedor y los valores femeninos, establecieron cuatro tipos:

- a) Convencionales: combinan las motivaciones domésticas con las emprendedoras. Sin gran motivación por el éxito económico.
- b) Radicales: baja motivación doméstica. Intenta superar la subordinación de la mujer y con una clara motivación por el éxito económico.
- c) Innovadoras: con importantes valores empresariales. Buscan obtener éxito económico y personal con sus negocios.

- d) Domésticas: su actividad empresarial está limitada por las funciones de madre y esposa que siguen desempeñando. Sus negocios son pequeños.

Gromie y Hayes (1988) establecen una tipología de mujeres emprendedoras que se basa en las motivaciones por las que inician el negocio y el tipo de satisfacción que buscan en su gestión:

- a) Dualistas: necesidad de logro y autonomía. Pero su negocio no tendrá un gran crecimiento. Tienen alguna experiencia de gestión.
- b) Innovadoras: centradas en el desarrollo de su carrera, insatisfechas con su anterior trabajo, no suelen tener hijos. Alta motivación de logro y de autonomía. Gran preparación en dirección y gestión.
- c) Retornadas: vuelven al trabajo después de haber sacado adelante una familia; no necesitan el dinero, buscan su satisfacción personal. Generalmente poco preparadas.

Langan-Foxand y Roth (1995), establecen tras su estudio una tipología con tres grupos:

- a) La directora emprendedora.
- b) La emprendedora pragmática.
- c) Emprendedora con alta puntuación en necesidad de logro.

Más adelante analizaremos los datos recogidos en el estudio disgregadamente por sexo con el objeto de identificar si nuestros datos confirman las diferencias de puntuación entre géneros en las características psicológicas que definen al emprendedor, las motivaciones y los factores sociales vistos en este capítulo.

1.5.2. TIPOLOGÍA DE EMPRENDEDORES

Varios autores han clasificado a los emprendedores atendiendo a diferentes criterios: la motivación principal, la fase en que se encuentra la iniciativa emprendedora, el grado de innovación, el tamaño o éxito de la empresa, considerando que el perfil psicosocial difiere en virtud del tipo de emprendedor que analicemos.

Se ha criticado que las teorías de personalidad tratan de ser aplicables a un amplio espectro de situaciones y, por tanto, miden tendencias generales. Por lo que, estas

teorías muestran poca eficacia cuando son aplicadas a un ámbito tan diverso como el estudio de los emprendedores (Robinson et al., 1991). Además, los estudios realizados no tienen en cuenta las diferencias existentes entre los emprendedores, ya que no todos los emprendedores son iguales ni crean el mismo tipo de empresas (Shane & Venkataraman, 2000). Los resultados sobre el espíritu empresarial, en ocasiones han sido contradictorios en cuanto a los rasgos de los emprendedores. Parte de la confusión en la literatura, puede explicarse por hallazgos como el de John Miner que identificó cuatro tipos de personalidad, todos capaces de conseguir el éxito empresarial (Miner & Raju, 2004).

La tipología más habitual es la distinción que los investigadores hacen entre empresarios por oportunidad y por necesidad. En los emprendedores por necesidad predomina una motivación inicial causada por factores negativos tales como la frustración o insatisfacción con el trabajo actual y/o el estilo de vida. Por el contrario, son factores positivos, que caracterizan a los empresarios por oportunidad, la percepción de oportunidades de negocio, la socialización o la formación empresarial, el deseo de independencia y de aumentar los ingresos, o el reconocimiento de una buena oportunidad para poner en práctica su idea de negocio. Los empresarios impulsados a iniciar sus negocios por necesidad han demostrado tener una menor estimación de sus propios recursos (GEM, 2007).

Numerosos autores como Gilad y Levine (1986), Everett y Watson (1998), Olofsson et al. (1986) o Dubini (1988), como ya hemos visto, distinguen entre emprendedores *pull* y *push*. Los emprendedores *pull* incentivados a promover un negocio por el propio atractivo de crear una empresa, el deseo de ser tu propio jefe, de desarrollar una idea, de demostrarse a sí mismos que son capaces de implantar una empresa o de ganar dinero. Por el contrario, los emprendedores *push* están impulsados a comenzar un negocio por causas ajenas al propio emprendimiento, por ejemplo, porque se quiere evitar una situación indeseable como el desempleo, el riesgo de ser despedido, los conflictos en el lugar de trabajo, el descontento con el proceso actual de su carrera profesional o la percepción de oportunidades limitadas para la búsqueda de otro trabajo.

Vesper (1990) también utiliza la descripción *pull* y *push* que originan dos tipos de emprendedores (tabla 1.5.1):

- a) 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.
- b) Emprendedor situacional es aquella persona que crea su empresa al producirse un desencadenante externo.

Tabla 1.5.1 Tipología de emprendedores según Vesper y Gilad y Levine

Desencadenante	Gilad y Levine	Vesper
Internos	<i>Pull</i>	Vocacional
Externo	Push	Situacional

Fuente: elaborado a partir de Vesper (1990) y Gilad y Levine (1986)

Audretsch, y Thurik (2004) analizaron el doble efecto que produce la crisis: por un lado, la falta de expectativas reduce el número de empresas. Por otro lado, la situación de desempleo hace que muchas personas emprendan ante las dificultades de encontrar un empleo. El emprendedor por “oportunidad” es aquel que emprende a partir de una identificación de oportunidad de mercado que cree rentable y lleva a cabo las acciones necesarias para tener éxito. Según Díaz et al. (2008), son aquellos que ponen en marcha una empresa para explotar una oportunidad de negocio. En cambio, el emprendedor por necesidad viene más determinado por las circunstancias, por la falta de expectativas, si bien existen numerosos casos de éxitos de personas que habiendo perdido su puesto de trabajo han sido empresarios capaces de crecer, competir, pues no es tan importante por qué se emprende, sino la propia capacidad competitiva. Según el informe de Navarro, Ordaz y Martínez (2012), en nuestro país, la creación de empresas por oportunidad es cinco veces y media superior a la motivada por necesidad en el caso de los hombres y, prácticamente, cuatro veces y media en el caso de las mujeres.

En esta línea de pensamiento, Global Entrepreneurship Monitor, realiza una contribución importante al analizar la motivación que lleva a iniciar una empresa. Si bien existen una variedad de motivos que pueden llevar a la adopción de la opción emprendedora, se distinguen básicamente dos situaciones (tabla 1.5.2):

- a) Aquellos que buscan aprovechar una oportunidad única de negocios, es decir, emprendedores por oportunidad, que escoge crear una empresa basándose en la

percepción de que existe una oportunidad de negocio no aprovechada de forma completa por las empresas existentes.

- b) Los que no encuentran un trabajo adecuado a sus capacidades y necesidades y comienzan un negocio para sobrevivir, es decir emprendedores por necesidad, que no perciben una mejor opción en el mercado laboral (GEM 2014).

Tabla 1.5.2 Emprender según informe GEM

Emprendedor	Motivos para emprender
Oportunidad	Más independencia Aumento de ingresos Mantener los ingresos
Por necesidad	Desempleo Precariedad laboral.

Elaborado a partir de GEM 2014

Collins, et al. (1964a) utilizan el grado de innovación para clasificarlos en dos categorías:

- a) Innovador: quien desarrolla o mejora un producto, proceso o sistema. Su educación y experiencia se centran en aspectos técnicos.
- b) Administrador: se caracteriza por ser el dueño de una gran empresa.

Smith (1967) utiliza el nivel formativo para identificar dos categorías:

- a) 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.
- b) 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:

- a) Artesano inventor: tiene las mismas características que el emprendedor innovador de Collins, et al. (1964a).
- b) Promotor: se concentra en los apartados del marketing y las ventas, es un como un gerente-general que ejerce un rol de coordinador.
- c) Domina el mercado exterior: ofrece lo que le interesa al público.

Singer (1990) utiliza los rasgos de personalidad presentando una tipología en virtud del grado de innovación y la variedad de productos, que se recogen en la tabla 1.5.3.

Tabla 1.5.3 Tipología de emprendedores según Singer

		Innovación		
		Innova		No innova
Producto servicio o proceso	Uno	Descubridores Crean nuevas ideas	Generadores Promueven nuevo uso	Reproductores Ofrecen lo que ya existe
	Varios	Sintetizadores Agrupan varias ideas		

Elaborado a partir de Singer (1990)

Mundet (1991) utiliza la procedencia inicial, independientemente del tipo de emprendedor, como se refleja en la tabla 1.5.4.

Tabla 1.5.4. Tipología de emprendedores según Mundet

		Creadores	Emprendedores Organizadores	Otros
Vocacionales	Menos	Independiente	Accidental	
	Más	Especulador	Gran proyecto	Familiar

Elaborado a partir de Mundet (1991)

Husenman y Ettinger (1996) centran su clasificación según las motivaciones. Conjugan la faceta de la búsqueda de la autonomía frente al poder con la necesidad de creación de logro, según se recoge en la tabla 1.5.5.

Tabla 1.5.5 Tipología de emprendedores según Husenman y Ettinger

		Motivaciones	Predominio de 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	

Elaborado a partir de Husenman y Ettinger (1996)

Gray y Cyr (1993) tienen en cuenta la forma de trabajar, sólo o con socios, la motivación y su grado de implicación, clasificación que recogemos en la tabla 1.5.6.

Tabla 1.5.6 Tipología de emprendedores según Gray y Cyr

Motivación		Emprendedor	
		Creador	Organizador
Individual	No económica	Iniciador (negociador) Adquirientes Inventor – investigador Alta tecnología	Unipersonal Profesional
	Económica	Multiplicador Especulador Artista de la rehabilitación Manipulador de valores Tomador de capital	Empresario de imagen Manager comprometido
Equipo	No económica	Empresa familiar (matriarcado/patriarcado)	Socios clave Miembro de un grupo Constructor de equipos
	Económica	Creador de conglomerados o grupos	Constructor de equipos

Elaborado a partir de Gray y Cyr (1993)

Miner (1996a, 1997) combina la personalidad del emprendedor, centrado en la motivación hacia la tarea y su influencia sobre el crecimiento de su empresa para categorizarlos. Miner, Bracker y Smith (1989) consideran 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). La combinación de los roles y motivaciones se traduce en cuatro categorías de emprendedores que posibilitará su éxito o su fracaso en la creación de la empresa:

- a) 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.
- b) 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.
- c) 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.

- d) 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.

Lambing y 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, empresario, franquiciador o emprendedor (tabla 1.5.7).

Tabla 1.5.7. Tipología de emprendedores según Lambing y Kuehl

		Idea	
		Idea ya existente	Nueva idea
Negocio	Existente	Empresario (no existe creatividad ni innovación)	
	Le crea	Franquiciador (poca creatividad e innovación)	Emprendedor (máxima creatividad e innovación)

Elaborado a partir de Lambing y Kuehl (1997)

Lee y Chan (1998) utilizan las motivaciones y las características que los identifican para clasificar a los emprendedores (tabla 1.5.8).

Tabla 1.5.8 Tipología de emprendedores según Lee y Chan

Tipología	Motivaciones para emprender	Características personales
Conquistador	Desea autonomía e independencia	Investiga el ambiente Es ambicioso Se involucra en su trabajo Planifica sistemáticamente Descubre oportunidades e innova Toma la iniciativa
Comerciante	Antecedentes familiares relacionados con el comercio	Orientado hacia el cliente Demuestra habilidades interpersonales Es flexible y adaptable
Gran trabajador	Desencadenantes negativos	Trabaja duro Es optimista Persistente

Elaborado a partir de Lee y Chan (1998)

Smith (1967) tras estudiar el éxito de 51 empresarios concluye que el artesano crea empresas rígidas y menos propensas al crecimiento, mientras que el oportunista crea empresas flexibles y que experimentan un crecimiento. Y Smith y Miner (1983), en un estudio del éxito de 38 empresarios, distinguen entre el empresario directivo y la de empresario de reto-riesgo.

Según Smith et al. (1987), cuanto mayor nivel de motivación posea el empresario, más rápidamente crecerá su empresa. El nivel motivacional viene definido por la puntuación media obtenida en los cinco aspectos que configuran la MSCS-T (Miner

Sentence Completion Scale-From 7): autorrealización, propensión al riesgo, retroalimentación de los resultados, innovación personal y planificación para el futuro. Estos autores, a partir de una muestra de 118 empresarios fundadores y 41 directivos de empresas de alta tecnología, identifican dos tipos de empresarios en función de su nivel de motivación: ‘artesanos’ y ‘oportunistas’. Los primeros, cuyas empresas crecen muy lentamente, no presentan ninguna diferencia con los directivos; mientras que los segundos, cuyas empresas experimentan rápidos crecimientos, muestran niveles de motivación significativamente más elevados y son considerados como empresarios exitosos. Sin embargo, las conclusiones obtenidas por estos autores no pueden ser generalizables a todos los sectores de actividad, como afirman Woo et al. (1988), pues en el caso de empresas comerciales los empresarios orientados a construir una organización exitosa son aquellos cuyas empresas tienen menores tasas de crecimiento. En este sentido, lo que a los empresarios denominados ‘artesanos’ les impulsa a crear una empresa es la necesidad de autorrealización personal y de logro, siendo su objetivo construir una organización exitosa; mientras que a los denominados ‘oportunistas’ les motiva la necesidad de independencia y el deseo de enriquecerse.

Bhide et al. (1999) han identificado varios tipos de empresarios en lo que respecta a sus motivaciones al crear la empresa. Los empresarios que buscan principalmente la autonomía y aquellos preocupados fundamentalmente por conseguir beneficios, los que buscan la seguridad de un trabajo y aquellos otros que tienen un tipo diferente de expectativas, relacionadas con la variedad y la improvisación en el trabajo que rodea a la actividad empresarial.

En cuanto a las clasificaciones basadas en la fase en que se encuentra la iniciativa emprendedora, la literatura existente muestra que las características de personalidad esencial para lanzar una exitosa puesta en marcha, difieren en muchos aspectos de las características necesarias para gestionar la organización en las distintas etapas posteriores de crecimiento (Chandler, 1962; Leontiades, 1980; Scott, 1973; Smith, 1967; Smith & Miner, 1983; Steiner & Miner, 1982). Sobre la base de esta corriente de investigación, Gallup (2007) ha identificado dos primeras etapas en desarrollo del ciclo de vida de una organización: principio del negocio o puesta en marcha y formalización o estabilidad empresarial.

El enfoque de Gallup (2007) se centra en las primeras etapas de la iniciativa empresarial derivado del hecho de que casi la mitad de las nuevas empresas se quedan

sin trabajo en los tres primeros años (Spletzer, 2000). En vista de esto, Gallup (2007) ha identificado características de la personalidad que son críticas durante la creación de una empresa (fase inicial), tales como la creatividad en la toma de una idea y convertirla en algo útil, un fuerte sentido de la responsabilidad; y durante la fase de expansión y el crecimiento (fase estructurada) como tener una fuerte seguridad en sí mismo, la orientación de beneficios, y la capacidad de delegar tareas. El enfoque de Gallup (2007) tiene en cuenta el sistema de creencias, actitudes y percepciones de la persona en el diseño de retroalimentación que permita al empresario considerar un cambio en el estilo, acelerando así el crecimiento de la empresa.

El Informe GEM establece tres etapas: emprendedor naciente, (entre 0 y 3 meses trabajando en ello) o consolidando el mismo, el propietario gerente de una actividad nueva, (de 3 a 42 meses trabajando en ello) y el propietario gerente de una actividad consolidada (más de 42 meses trabajando en ello).

Westhead y Wright (1997) estudian la tipología de emprendedores en 621 empresarios. Los fundadores “novatos” tienen mayores necesidades de independencia y de aprobación mientras que a los experimentados les mueve el deseo de desarrollo personal. Por último, los fundadores de carrera sólo pretenden dar a su familia una seguridad.

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. No obstante deben coordinarse los objetivos y los valores personales.

Con el objeto de poder clasificar a los emprendedores y estudiar si presentan características psicosociales diferentes en virtud del tipo de emprendedor, en el apartado 6, de la encuesta para trabajadores por cuenta propia, de la batería de cuestionarios cuantitativos (anexo 3), hemos introducido las siguientes preguntas:

¿Cuál es el origen de su empresa?:

- Nueva creación.
- Herencia.
- Filial o establecimiento secundario.

- Franquicia.
- Transformación de una empresa anterior.
- Compra de una empresa existente.
- Otro.

¿Por qué razón ha creado su propia empresa?

- Vocación, deseaba tener mi propio negocio y realizar un proyecto empresarial.
- Estaba en paro, precariedad laboral o no me gustaban las condiciones en las que trabajaba.

¿Cuánto tiempo ha transcurrido desde que empezó a trabajar por su cuenta en este u otro negocio?:

Señale en qué grado ha aplicado en su empresa o actividad las siguientes propuestas:

1: Nada / 5: Totalmente

- a) Ha introducido un nuevo producto/servicio o ha desarrollado una nueva característica de un producto existente.
- b) Ha introducido un nuevo método o proceso de producción o ha modificado un método existente.
- c) Se ha abierto a un nuevo mercado o empleado una nueva estrategia de marketing en un mercado existente.
- d) Ha encontrado nuevas formas de tratar con clientes y/o proveedores (fuentes de suministro).

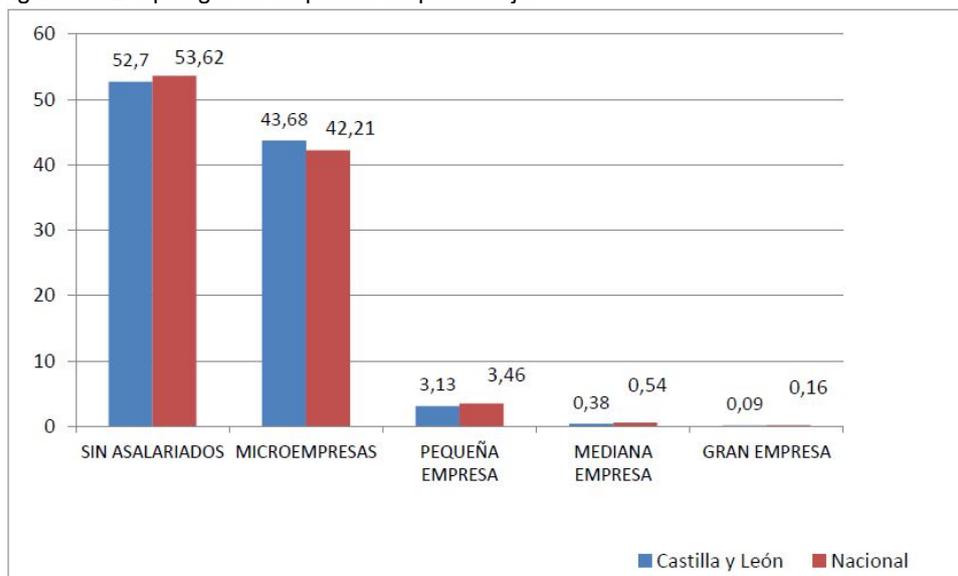
1.5.3. CRISIS, ÉXITO Y SUPERVIVENCIA DE LAS INICIATIVAS EMPRENDEDORAS

1.5.3.1. Datos sobre apertura y cierre de empresas en el periodo de crisis

Según los datos del INE (2014), el 52,70% de las empresas en Castilla y León no tienen trabajadores (son autónomos); un 43,68% son microempresas, es decir, entre 1 y 9 trabajadores; el 3,13% son pequeñas empresas (entre 10 y 50 trabajadores); un 0,38% son medianas empresas (entre 50 y 200 trabajadores), y el 0,09% son grandes empresas (más de 200 trabajadores).

La estructura empresarial de Castilla y León sigue patrones similares al sector industrial a nivel nacional, estableciendo el principal porcentaje en empresas «sin asalariados» y aquellas que tienen en su organización entre 1 y 10 trabajadores que suponen en su conjunto a nivel nacional el 95,83% y el 96,38% en Castilla y León. (Negro, Fernández y Tovar 2015).

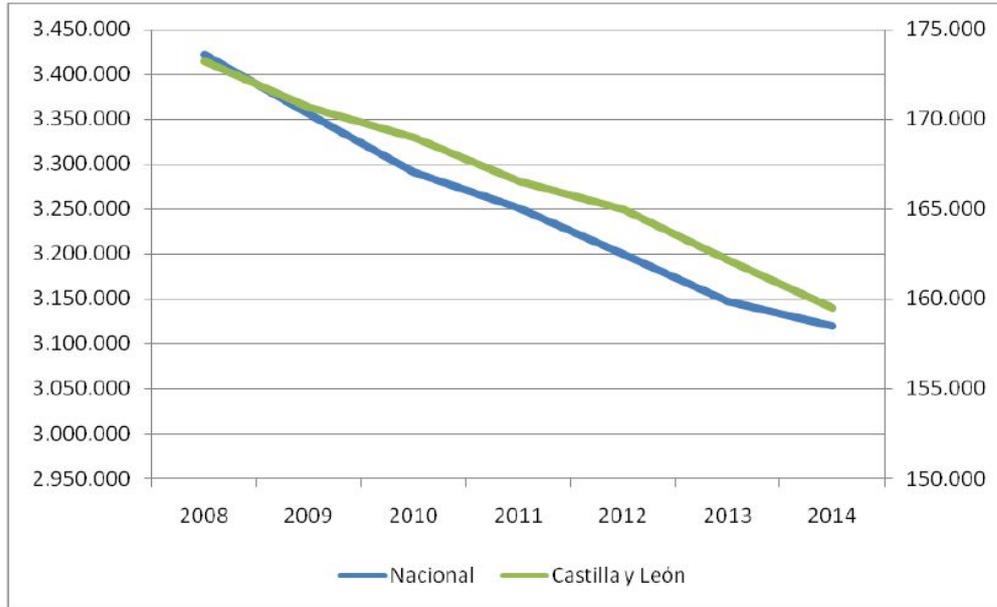
Figura 1.5.2 Tipología de empresas en porcentaje



Fuente: Negro et al. (2015) p.78, elaborado a partir del Directorio Central de Empresas, INE 2014

La evolución del número de empresas en el período que transcurre desde el 2008, año en que podemos considerar que comenzó la crisis, al 2014, es de claro descenso tanto a nivel nacional, como en Castilla y León. En el año 2008 Castilla y León contaba con un directorio de empresas de 173.209; en 2012 de 164.994 y en 2014 la cifra desciende a 159.473. Esto supone una destrucción de 13.736 empresas; es decir, en seis años se han perdido un 7,9% de la estructura empresarial de Castilla y León. Los datos no son mejores a nivel nacional que pasan de 3.422.239 empresas en 2008(,) a las 3.291.263 en 2010 o las 3.146.570 de 2013, tendencia que se prolonga hasta el año 2014 con 3.119.310, lo que supone una «muerte», en estos años de crisis, de 302.929 empresas en el ámbito nacional, es decir, el 8% del tejido industrial, (Negro et al., 2015).

Figura 1.5.3 Evolución del número de empresas 2008-2014



Fuente: Negro et al. (2015) p.81, elaborado a partir del Directorio Central de Empresas, INE 2014

Por sectores de actividad aquellos que más pérdidas de empresas han tenido entre el 2008 y 2014 son: construcción de edificios que disminuye un 43,93% en el ámbito nacional y un 38,77% en Castilla y León; actividades de construcción especializada un 25,81% y un 27,79%, respectivamente; comercio al por menor, excepto de vehículos de motor y motocicletas un 18,64% frente al 23,86% y transporte terrestre y por tubería un 13,90% y un 13,86% en la autonomía, (Negro et al., 2015).

Por su parte, aquellos sectores de actividad que han experimentado un incremento de empresas en el ámbito nacional son: actividades administrativas de oficina y otras actividades auxiliares a las empresas un 7,87%, actividades inmobiliarias un 6,47% educación el 5,39% y actividades sanitarias el 5,52%. En Castilla y León el incremento se encuentra en sectores como: actividades inmobiliarias (7,06%); actividades administrativas de oficina y otras actividades auxiliares a las empresas con un 6,82%; educación con un 5,75%, y servicios a edificios y actividades de jardinería con un 4,85%, (Negro et al., 2015).

Algunos autores han mostrado una relación directa entre la aparición de nuevas empresas con épocas de desarrollo económico (Audretsch & Thurik, 2000), dado que se considera que éstas son las principales transmisoras del crecimiento, con la innovación tecnológica y la renovación del tejido industrial y con la reducción en el nivel de desempleo. No obstante, la idea de una relación positiva entre el desempleo y la

creación de empresas bajo el argumento del surgimiento de aptitudes por parte de los parados para convertirse en emprendedores (Audretsch & Thurik, 2000), no parece que se cumpla según los datos que hemos observado en Castilla y León y en el ámbito nacional, o al menos no compensa los efectos negativos de la crisis, porque estamos en un contexto donde hay un descenso de las oportunidades de negocio que habitualmente conlleva una economía en recesión (Negro et al., 2015).

Si analizamos la evolución por tamaño de empresas en Castilla y León, aquellas que no tienen asalariados, experimentan un incremento entre 2008 y 2012 (88.878 y 102.738), para posteriormente sufrir una caída de forma que en términos generales, desde 2008 a 2014 ha habido una pérdida de 9.300 autónomos en valores absolutos, lo que representa un descenso del 10,46% dentro del grupo de «sin asalariados». (Negro et al., 2015).

A nivel nacional, la tendencia es similar a la del ámbito autonómico. En el año 2008 se cuenta con 1.754.374 empresarios sin asalariados, subiendo a 1.795.321 en el año 2011, punto a partir del cual comienza el descenso de forma acentuada entre 2012 (1.764.987) y 2013 (1.681.588) que se prolonga en el año 2014 hasta llegar a 1.672.483. La reducción ha supuesto, en números absolutos, 81.891 menos empresarios sin asalariados, es decir, un 4.7%, (Negro et al., 2015).

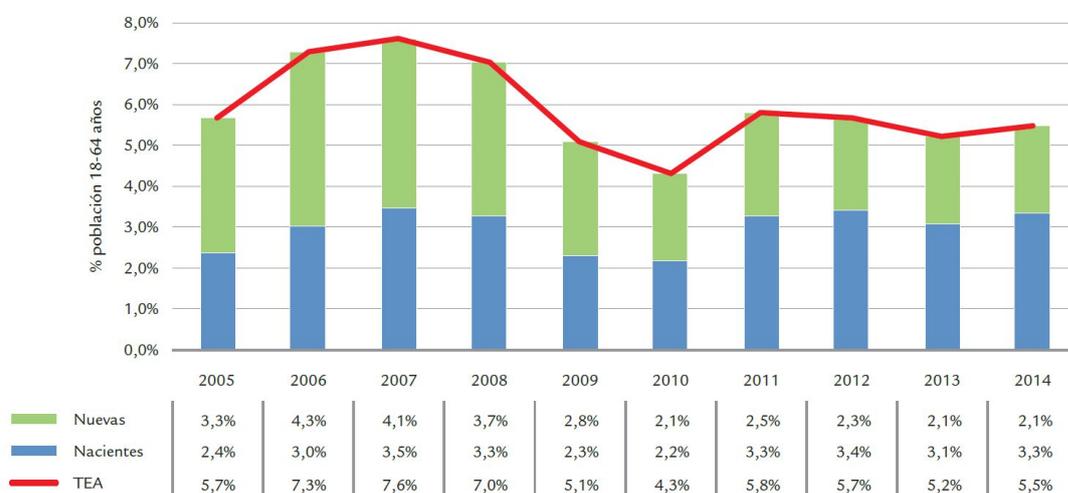
Para Negro et al., (2015) los datos demuestran que la actual crisis económica y financiera ha destruido de forma importante a un sector, el de la construcción y las actividades relacionadas y próximas a él, con una importante caída de empleo, dado que han desaparecido tanto las grandes empresas como las medianas o las pequeñas. Aunque desde 2008 hasta 2014 el tejido industrial en Castilla y León ha tenido un importante retroceso, se puede hablar de actividades que han remontado y están creando empleo. Estas son las que tienen que ver con la actividad sanitaria (el 21,21%), la asistencia en establecimientos residenciales, las actividades de servicios sociales sin alojamiento (2,05%) y las actividades administrativas de oficina y otras actividades auxiliares a las empresas.

El porcentaje de emprendedores potenciales ha experimentado una caída entre 2013 y 2014, pasando del 9,3% de la población adulta al 8,0%. Esta caída se une a la que ya había experimentado este indicador el año pasado, después de haber alcanzado un máximo de 12,0% en 2012. No obstante, desde un horizonte más amplio en el

tiempo, la evolución del porcentaje de emprendedores potenciales muestra claramente que este indicador creció notablemente en plena crisis a partir del 2009, y pese a la caída de los dos últimos años sigue manteniendo un valor por encima de las cifras arrojadas antes del comienzo de la crisis.

El informe GEM (2014) recoge que el indicador TEA alcanzó en 2014 el 5,5%, porcentaje de la población adulta española, que estaba involucrada, en actividades emprendedoras en fase inicial. Incluye emprendedores nacientes que están tratando de poner en marcha un proyecto empresarial (3,33%) y negocios nuevos ya puestos en marcha (2,14%). Este indicador ha pasado del 5,2% en 2013 al 5,5% en 2014. Aun así este nivel de actividad emprendedora se encuentra por debajo de los niveles vistos antes del comienzo de la crisis económica en 2008. Es importante destacar que también está por encima de los niveles del 2010, año en que el TEA de España cayó hasta el 4,3%, que es el valor mínimo de la serie histórica registrada desde 2003. Antes de que se acentuase la crisis actual, los niveles de actividad emprendedora en fase inicial llegaron a rebasar el 7,0%, mientras que desde 2011 los niveles parecen mantenerse más o menos entre el 5,2 y 5,8%, (véase la figura 1.5.4).

Figura 1.5.4 Evolución porcentaje de población involucrada en negocios nacientes y nuevos negocios 2005-2014

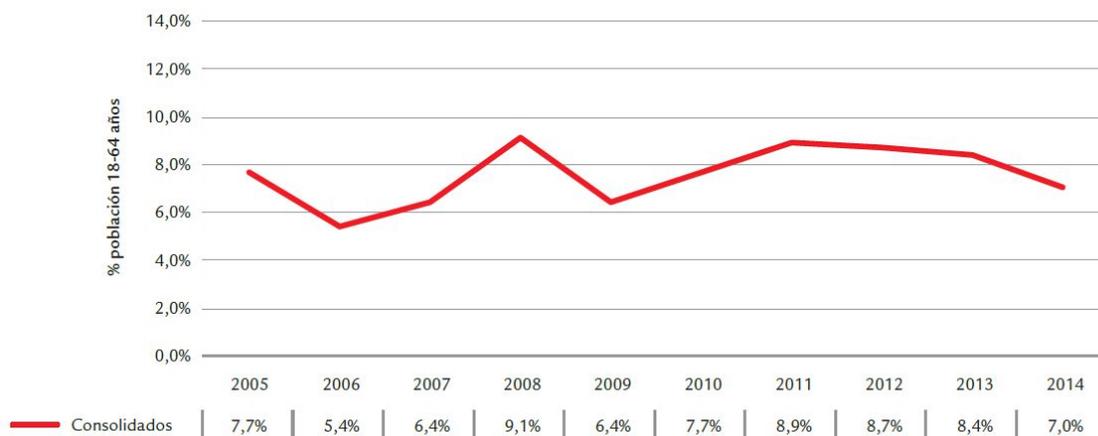


Fuente: Informe GEM (2014) p.57

Por su parte, el 7,0% de la población adulta de España que fue identificada como empresarios consolidados por el informe GEM (2014) representa una caída con respecto a 2013. No obstante, resulta difícil establecer una tendencia clara de la evolución de la población involucrada en negocios consolidados, ya que tanto antes como después del comienzo de la crisis se pueden observar años en los que este indicador ha estado por

debajo de los niveles alcanzados en los últimos años. Lo que sí resulta evidente es que desde 2008 la proporción de empresarios consolidados ha estado por encima de los niveles de actividad emprendedora en fase inicial que captura el índice TEA (véase la figura 1.5.5).

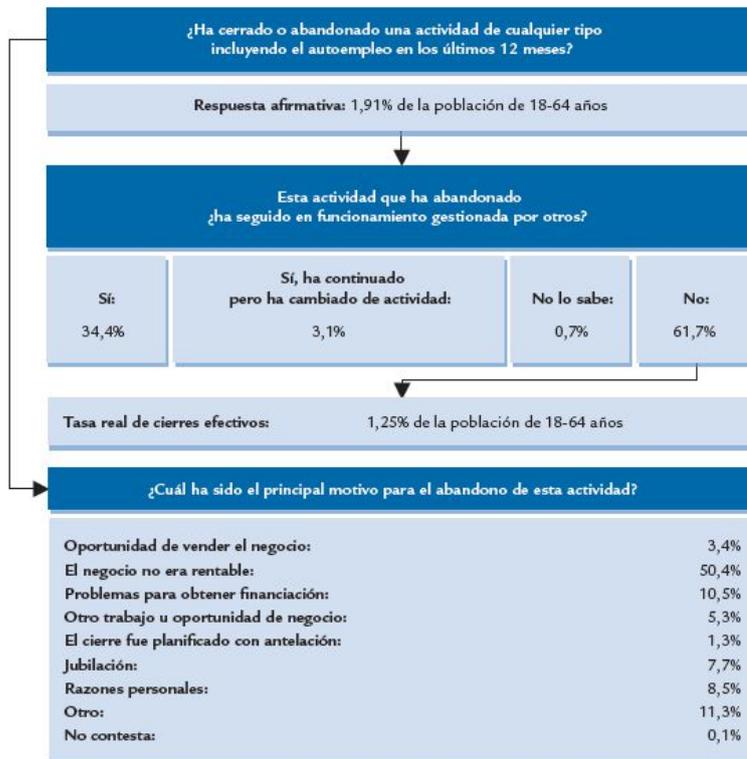
Figura 1.5.5 Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años involucrada en negocios consolidados en España durante el periodo 2005-2014



Fuente: Informe GEM (2014) p.55

En cuanto a las personas que en el último año abandonaron una actividad empresarial, según el informe GEM (2014), alcanzaron el 1,92 % (figura 1.5.2), no en todos los casos han supuesto el cierre definitivo de un negocio. En algunos casos el abandono se debe a la desvinculación de la gestión, jubilación o a la oportunidad de vender el negocio. Con lo que es el 1,25% de la población adulta la que protagoniza un cierre real de negocio. Entre las causas que condujeron al abandono empresarial en 2014, la principal fue que el negocio no era rentable (50,4%). La rentabilidad de los negocios se ha visto afectada por la crisis económica y en consecuencia muchos negocios son abandonados por esta razón. Otra razón de peso que conllevó al abandono de la actividad fue la dificultad para obtener financiación (10,5% de los casos). El 8,5% abandonaron por razones personales y el 7,7 por jubilación. Menor fue el peso de las personas que abandonaron una actividad empresarial por haber encontrado otro trabajo u oportunidad laboral (5,3% de los casos), por haber tenido oportunidad de vender el negocio (3,7% de los casos) o por haber planificado el cierre con antelación (1,3% de los casos).

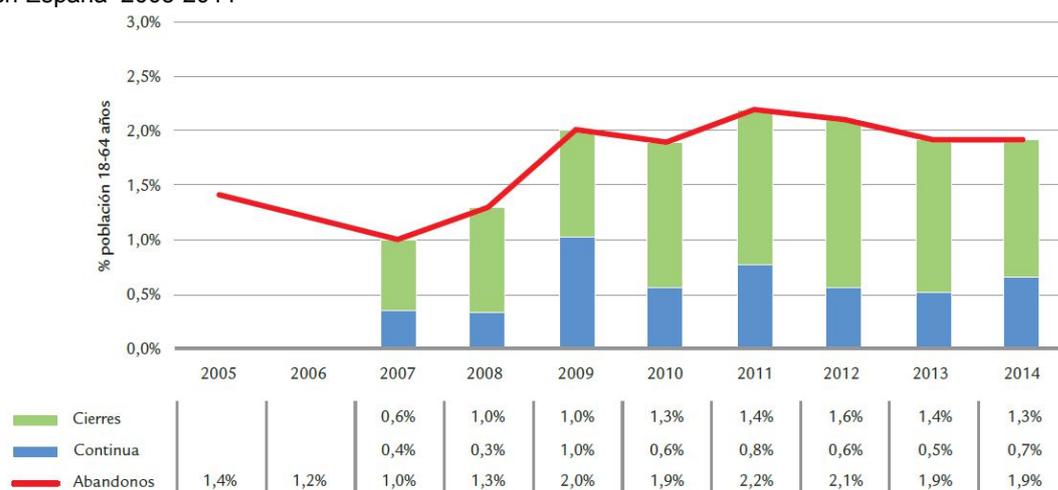
Figura 1.5.6 Abandono de la actividad empresarial en España 2014



Fuente: informe GEM (2014) p.54

Finalmente, el informe GEM (2014) nos presenta el porcentaje de personas que ha abandonado una actividad empresarial y en el último año se ha mantenido igual que en 2013. Lo que ha variado ha sido la proporción de quienes han cerrado un negocio definitivamente, que ha disminuido del 1,4% en 2013 al 1,3% en 2014, así como también la proporción de quienes han abandonado un negocio dejándolo continuar en manos de otras personas, que ha aumentado del 0,5 al 0,7%. Como se observa en la figura 1.5.7, desde 2009 el porcentaje de la población que ha abandonado un negocio se ha mantenido en torno al 2,0%, un valor que es comparativamente alto con respecto a 2008 y los años previos. Prácticamente desde el 2010, los negocios abandonados se han cerrado en su mayoría definitivamente, y solo una pequeña parte ha continuado funcionando en manos de otras personas (figura 1.5.7).

Figura 1.5.7 Evolución porcentaje de población que ha abandonado un negocio en los últimos 12 meses en España 2005-2014



Nota: No se cuenta con datos disponibles para los años anteriores al 2007 debido a que no fue hasta entonces que se empezó a formular la pregunta de manera desagregada.

Fuente: Informe GEM (2014) p.56

1.5.3.2 factores y estrategias emprendedoras de fracaso y de éxito ante la crisis

No hay consenso en la literatura sobre los efectos que produce la crisis económica en las iniciativas emprendedoras (Estruch, Ortiz, Carañana, & Armengot, 2013). Para algunos autores las situaciones de débil crecimiento, recesión o estancamiento del PIB pueden favorecer el descubrimiento de oportunidades y la innovación; mientras que para otros, esta situación, afecta negativamente a la actitud emprendedora, disminuyendo el descubrimiento de oportunidades y la inversión en innovación. La destrucción de tejido empresarial propia de una desaceleración económica, implica una disminución del número de emprendedores o una menor actividad de los mismos, pero esta constatación empírica se refiere a los emprendedores que forman el tejido económico de un país, de los cuales sólo algunos reúnen las características intrínsecas del emprendedor. Estruch, Ortiz, Carañana, y Armengot, (2013) relacionando a los emprendedores con su experiencia, habilidades y conocimientos específicos para la dirección de un negocio, sus prácticas de innovación y su actitud y percepción de las oportunidades, postulan que aquellos emprendedores que puntúen positivamente en esas características y prácticas, mantendrán su actitud emprendedora en situaciones de crisis económica. Los datos del GEM en los que se sustenta el estudio empírico, muestran una relación positiva y significativa entre este tipo de emprendedor y su actividad emprendedora en un contexto de crisis económica.

Además, los atributos personales del emprendedor también pueden determinar el resultado de la actividad desarrollada, en la medida en que es el individuo en sí mismo quien logra con sus características idiosincrásicas y habilidades, llevar al éxito su iniciativa empresarial (Herron & Robinson, 1993; Robbie & Wright, 1996). Si bien son varios los factores que condicionan el resultado de una empresa, muchos de ellos dependen o están bajo el control del propio emprendedor (Veciana, 1999).

Aclarar que las situaciones de fracaso empresarial no son procesos homogéneos, con lo cual podemos afirmar que al igual que no todas las empresas desempeñan la misma actividad laboral, el proceso de fracaso dependerá de en qué empresa se dé y de esta forma se darán unas circunstancias u otras.

Algunos emprendedores saben aprovechar en su favor situaciones económicas adversas para que no supongan una amenaza y acaben con su negocio. Entre otras cosas, aquellos que ven en estos tiempos el emprendimiento como una oportunidad en el mercado es, sin duda, porque han sabido adaptarse a los cambios.

Khelila y Hammerb (2013) señalan la fragmentación entre los estudiosos en dos grupos que defienden distintas causas de cierre o fracaso de las iniciativas de autoempleo; unos se centran en el empresario (Hayward, Shepherd, & Griffin, 2006); Ottesen & Gronhaug, 2005; Simon, Houghton & Aquino, 2000), y otros en su entorno organizacional (Vaillant & Lafuente, 2007). A pesar de las contribuciones de los estudios que aquí mencionaremos, carecemos de enfoques integradores sólidos.

Para el enfoque a nivel de organización del cierre empresarial, de acuerdo con la ecología de la teoría de las organizaciones, “el éxito de una nueva empresa se expresa en términos de supervivencia” (Aldrich & Ruef, 2006, p. 38). Los empresarios exitosos son aquellos que aseguran la supervivencia de su nuevo negocio para algunos o muchos años. Es cierto que existen múltiples definiciones de éxito empresarial, pero varios investigadores sugieren la asociación de este concepto a la puesta en marcha y supervivencia debido a que los primeros años son críticos para la estabilización de la actividad empresarial (Littunen, Storhammar & Nenonen, 1998).

La mortalidad de la empresa es considerada cuando la nueva empresa no puede sobrevivir más allá de un período de tres años, bajo la dirección y el control de su fundador. Esta posición se basa en la observación de que sólo el 50% de las nuevas empresas alcanza el umbral de los tres años, (Abdesselam et al., 2004; Van Praag,

2003). El cierre empresarial se considera un criterio fundamental para distinguir los empresarios que tienen éxito. En este contexto, se considera la desaparición de una compañía, conocida con el nombre de su fundador, como un fracaso emprendedor.

De esta forma Hay, Verdin y Williamson, (1993) sostienen que podemos hablar de éxito empresarial sólo cuando la nueva empresa se mantiene en el mercado durante un período de al menos tres años. La principal dificultad para las empresas de nueva creación no es encontrar un nuevo mercado, sino echar raíces en ellos. Estos mismos autores utilizan el concepto de "barreras de supervivencia", aunque los empresarios están constantemente sujetos al riesgo de que un evento o combinación de eventos les obliguen a cerrar su nueva empresa, inician su negocio con la esperanza de que va a sobrevivir y superar la fase de puesta en marcha (Shepherd, Douglas, & Shanley 2000).

Asegurar la supervivencia de su nueva aventura se convierte en el objetivo más importante para los empresarios (Littunen et al. 1998). Mirado desde esta perspectiva, la medida básica del éxito de los negocios emergentes es la supervivencia. Los empresarios que fracasan son los que fallan para mantener su negocio "vivo" (Chrisman, Bauerschmidt & Hofer 1999).

Cardon, Stevens y Potter (2011) dividen el fracaso empresarial en dos categorías: mala suerte y errores por parte del operador; y consideran que alrededor de la mitad de los casos de fracaso empresarial parece ser evitable, ya que el fallo se basó en errores del emprendedor, es decir causado por atributos internos de éste.

Dentro de la literatura empresarial, se utilizan diferentes significados a la palabra "fracaso". Una definición enmarcada de uso frecuente y pequeño es el de la "quiebra" o "insolvencia" (Zacharakis, Meyer & De Castro. 1999). Otros eruditos añaden elementos como "limitaciones personales de los participantes de riesgo" (Singh, Corner & Pavlovich, 2007) o "no dio valores añadidos suficientes para una integración razonable" (Everett & Watson, 1998). En este contexto, las razones de cierre están esencialmente relacionadas con aspectos individuales en lugar de los factores contextuales.

Los empresarios pueden salir de sus nuevas empresas por razones positivas que no sean el fracaso empresarial, (Aaltonen, Blackbrun & Heinonen, 2010 y Wennberg, Wiklund, DeTienne & Cardon, 2010). En algunas circunstancias las entidades pueden cambiar su nombre o reorganizarse como una nueva entidad legal, con todos o sólo algunos de los miembros de la organización; además de la quiebra legal el abandono de

la condición jurídica inicial también se puede hacer en el caso de una fusión, escisión o tomar el relevo (Khelila & Hammerb 2013).

De Castro y Szyliowicz (2004) distinguen entre una "salida voluntaria" y una "salida involuntaria". La segunda configuración incluye los empresarios que decidieron deliberadamente cerrar la iniciativa empresarial. De hecho, el empresario puede diseñar una estrategia de salida positiva para facilitar la transición a otras actividades que se perciben como más satisfactorias para él, aunque su empresa genere ganancias. También los conflictos interpersonales con los socios pueden crear graves problemas que aboquen al cierre.

Las investigaciones realizadas por Sutton (1987) sobre la base de un estudio cualitativo de ocho estudios de caso, describen el proceso que llevó al cierre, centrándose en la relación entre las organizaciones y sus miembros. Se especifican tres componentes: la lucha por la supervivencia, la disolución del entorno de la organización, y el componente de reintegración de la organización en otros sistemas sociales.

Para Khelil (2011) y Khelil y Smida (2012), la forma más común y extrema de fracaso es la dramática quiebra, que corresponde a la conjunción de dos dimensiones: el fracaso económico de la nueva empresa y decepción personal del fundador debido a la no realización de sus aspiraciones iniciales y expectativas. Esto demuestra que hay dos dimensiones predominantes de salida empresarial: económica (a nivel de la organización) y psicológica (a nivel individual).

Khelila y Hammerb (2013) incluyen distintas variables dependientes del cierre empresarial. Estas variables se organizan en torno a las dimensiones económicas y psicológicas. En la dimensión económica de la salida empresarial, los conceptos más citados por los empresarios que lamentan el mal rendimiento económico de su negocio son: no poder recuperar la inversión inicial, la degradación de la situación financiera personal del empresario, la depreciación del valor económico de la nueva empresa, la destrucción de los fondos invertidos, la crisis de liquidez, etc. Los factores psicológicos del cierre empresarial se expresan en términos de insatisfacción de la experiencia empresarial, la decepción personal, el dolor y el sufrimiento psicológico, la no-resistencia al estrés y la presión y la pérdida de confianza. Entre otras variables que comentan el cierre empresarial está la venta de la empresa a los competidores, el

abandono de la nueva empresa, el deseo de suspender la actividad empresarial, desinversión y liquidación de la sociedad, transferido al sector informal y el deseo de aprovechar la oportunidad de un trabajo bien remunerado en lugar de la actividad empresarial. También hablan de factores que afectan a un cierre involuntario por una multiplicidad de problemas que podrían poner en peligro la supervivencia de su negocio: problemas de suministro, conflictos familiares, y las relaciones conflictivas con las entidades financieras, la pérdida de credibilidad; los problemas con la insolvencia del cliente también se encuentran entre los temas más argumentados por los empresarios como amenazas para la continuidad emprendedores.

Detarsio, North & Ormaetxea, (2013) en el artículo “Sobrevivir y competir en tiempos de crisis”, analizan la evolución de las PYMES argentinas, llegando a detectar que estas tenían una serie de dificultades comunes durante periodos económicos de crisis:

- a) Competencia por precios de productos importados.
- b) Falta de demanda en el mercado interno.
- c) Dificultades de acceso al financiamiento adecuado.
- d) Dificultades para colocar productos en el exterior.
- e) Competencia de productos importados sustituidos por calidad.
- f) Dificultades en el acceso a materias primas y materiales por concentración de mercados y condiciones restrictivas de pago.

Tras realizar un estudio con una muestra de 25 empresas, observa una serie de estrategias, que clasifica en tres grupos:

A.- Estrategias preventivas. Hace referencia a empresas que han sabido planificar frente a las crisis:

- a) Abastecer diferentes nichos de mercado.
- b) Estrategia de internacionalización.
- c) Estrategia de idealización de los clientes.
- d) Estrategia de fabricación sobre pedido, fabrican a gusto del cliente.
- e) Estrategia de gestión dinámica con plazo de planificación breve.

B.- Acciones inmediatas: hay cuatro que las pymes argentinas llevan a cabo en estas situaciones:

- a) Mantener los activos líquidos o liquidables: efectivo, divisas, materia prima.

- b) Reducir los gastos no productivos.
- c) Desaceleración o corte de la cadena de pagos.
- d) Conservar el personal competente en la empresa programando nuevas actividades para aprovechar la mano de obra.

C.- Acciones para salir de la crisis

- a) Mantenimiento de la relación con los *stakeholders*. (proveedores, clientes, trabajadores...). Les explican su situación y tratan de llegar a soluciones conjuntas.
- b) Formación anti-cíclica. Las empresas que cuentan con un buen plan de gestión pueden sortear mejor la crisis.
- c) Estrategia de asociación. Utilizar alianzas estratégicas o sociedades ayuda a complementar sus propias iniciativas estratégicas y fortalece su competitividad.

Teniendo todo esto en cuenta, podemos decir que el éxito o fracaso de una empresa puede variar en función de las estrategias preventivas y las acciones para salir o sortear la crisis con las que los emprendedores puedan contar. Entre ellas destacan el tener clientes fijos, estar bien planificados, reducir gastos innecesarios, contar con planes de gestión y mantener la relación con proveedores, clientes y trabajadores.

Otros autores como García, Marco, Molina y Quer (1999), en su artículo “factores de éxito de las nuevas empresas: propuesta de un marco teórico integrador”, concluyen que hay que centrarse más en el individuo, ya que de las características, aptitudes y motivaciones que presente éste, dependerá de que sea capaz de ser competitivo y eso marca la diferencia entre el éxito o fracaso de la nueva empresa.

Trías (2007) resalta que hay catorce factores para que un emprendedor fracase: emprender con un motivo, pero sin motivación; no tener carácter emprendedor; no ser un luchador; contar con socios cuando en realidad se puede prescindir de ellos; escoger socios sin definir criterios de elección relevantes; ir a partes iguales cuando no todo el mundo aporta lo mismo; falta de confianza y comunicación con los socios; pensar que de la idea depende el éxito; adelantarse en sectores que no gustan o se desconocen; escoger sectores de actividad poco atractivos; hacer depender al negocio de las necesidades familiares y ambiciones materiales; emprender sin asumir el impacto que tendrá sobre nuestro equilibrio vital; crear modelos de negocio que no dan beneficios

rápidamente y de modo sostenible; ser emprendedor y no empresario; y no retirarse a tiempo.

Para Planellas (2003) las características individuales de los fundadores de la empresa y los conocimientos que presentan los individuos en el sector, son los que marcan la diferencia entre tener o no tener éxito. El éxito también está estrechamente relacionado con la capacidad que pueda desarrollar para aprovechar las oportunidades y gestionar eficazmente los recursos disponibles, con una buena estrategia y planificación del negocio. Se puede deducir que de todo lo que estos autores proponen, para no fracasar y así poder tener éxito, es importante tener unos conocimientos previos sobre el tema, tener una buena planificación de negocio, crear una buena campaña de marketing para darse a conocer y que la gente pueda conocer lo que la empresa ofrece. El no disponer de fondos no es algo que ayude, pues este es el punto débil de muchas empresas, no tener una buena estructura financiera, ni tener control de los gastos que, en ocasiones, son innecesarios, y si asegurarnos que las inversiones que hacemos sean rentables, y sobre todo tener muy en cuenta a nuestros clientes, y no ignorar la competencia pues podemos ver oportunidades siempre y cuando no la descuidemos.

1.5.3.3. Factores sociales en el éxito y fracaso emprendedor

La reflexión sobre la mortalidad de la organización comenzó realmente en la década de 1970 con Hannan y Freeman (1977). De acuerdo con la ecología de la población de la teoría de las organizaciones, el fracaso empresarial es sinónimo de "mortalidad organizacional" (Mellahi & Wilkinson, 2004). Otros investigadores asocian "mortalidad organizacional" con un estado de quiebra (Honjo, 2000a).

El enfoque a nivel de organización asigna un papel fundamental a los factores ambientales para explicar el fracaso (Mellahi & Wilkinson, 2004): las nuevas empresas fracasan no por culpa de los empresarios, sino más bien, debido a las dificultades inevitables derivadas de los entornos (Cardon, Stevens, & Potter, 2011).

Entre los factores contextuales están las barreras institucionales, la dificultad en el acceso a fuentes externas y la intensa competencia, las limitaciones institucionales procedimientos administrativos engorrosos, el coste de la financiación bancaria, la falta

de legitimidad social para jóvenes emprendedores, las dificultades para encontrar nuevos clientes solventes, para obtener préstamos, la falta de recursos financieros suficientes, etc. Factores que tienen más probabilidades de manifestarse en periodos de crisis (Khelila & Hammerb, 2013).

Estas causas de cierre empresarial se basan en tres elementos: la falta de experiencia, la fragilidad de las redes sociales y la subcapitalización. La falta de experiencia se expresa por factores atribuibles al capital de conocimiento. De acuerdo con el análisis de datos de la entrevista, el capital de conocimiento se puede dividir en dos componentes: el conocimiento académico adquirido a lo largo del currículo académico del empresario y/o través de la formación empresarial específica y conocimiento operativo, incluyendo las habilidades técnicas adquiridas a través de la experiencia previa en una industria (Khelila & Hammerb, 2013).

La fragilidad de las redes sociales se asocia con una serie de factores: las relaciones de conflicto con las partes interesadas, como los banqueros, la falta de credibilidad y legitimidad con otros interesados, como clientes. La debilidad de la red de apoyo social y familiar también se encuentran entre la crisis de legitimidad y credibilidad que afecta a la vulnerabilidad relacional de los empresarios noveles (Khelila & Hammerb, 2013).

La capitalización bajo-financiera es expresada por los empresarios que no tienen suficiente capital para iniciar su negocio. A continuación, tienen la obligación de solicitar un préstamo bancario. En caso de denegación de su solicitud, a menudo se ven obligados a elegir mecanismos financieros informales, como el endeudamiento de las familias. Sin apoyo financiero, algunos empresarios deciden iniciar su negocio con la esperanza de tener un flujo de efectivo de los primeros clientes. Dada la ausencia de una demanda real y efectiva, se encuentran en estado de insolvencia (Khelila & Hammerb, 2013).

Como hemos visto, el informe GEM 2014 recoge las causas y/o los motivos por la que los emprendedores cierran o abandonan sus negocio desde 2008 (tabla 1.5.7), año en el que para muchos autores es donde se podría decir que se sitúa el inicio de la crisis. Cierran fundamentalmente por la falta de rentabilidad del negocio (50,4 % en 2014). El segundo motivo son los problemas de financiación, problema que se acentúa en el año 2009, el cual corresponde con la situación de fuerte recesión que sufrió el país, mientras

que los motivos menos importantes parece ser que son la salida de otro trabajo y el cierre planificado.

Tabla 1.5.9 Principales motivos para abandonar la actividad emprendedora por años

Motivos	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
El negocio no es rentable	34,3%	39,0%	48,6%	46,1%	59,1%	48,80%	50,4%
Razones personales	16,4%	9,2%	11,7%	13,9%	5,7%	9,81%	8,5%
Problemas para obtener financiación	15,7%	24,7%	17,8%	12,0%	6,9%	12,14%	10,05%
Oportunidad de venderlo	9,6%	5,9%	5,5%	4,3%	4,6%	3,73%	3,4%
Le salió otro trabajo u oportunidad de negocio	4,3%	6,4%	2,4%	4,26%	3,6%	3,30%	5,3%
Cierre planificado	4,2%	1,3%	1,3%	1,8%	1,1%	1,48%	1,3%
Otros motivos	2,1%	9,3%	8,5%	10,5%	15,2%	16,58%	19%

Fuente: elaboración propia partiendo de los datos de los informes GEM 2008-2014

Lorrein, Dussault y Belley (1988) analizaron el resultado económico inicial de 70 empresas y concluyeron que los empresarios con éxito tienen un perfil psicológico similar a los que no han tenido éxito y, por tanto, es el comportamiento organizacional el mejor predictor del éxito. En 1993, Lorrein, Dussault y Belley (1993) analizaron el resultado económico de 312 nuevas empresas para concluir que las motivaciones no influyen significativamente en el resultado inicial de la empresa.

Planellas (2003) estudia en 41 emprendedores tecnológicos el nivel de éxito de las nuevas empresas, las características del empresario, la estructura del sector, la estrategia empresarial y la interrelación entre todos ellos. Concluye que hay determinadas características del empresario que influyen en los resultados, si bien todas relacionadas con la experiencia y los conocimientos previos del emprendedor.

Abdesselam, et al., (2004) consideran que existen relaciones significativas entre algunas variables del perfil del empresario y la supervivencia de la nueva empresa: necesidad de logro, formación específica, experiencia, etc.

Davidsson (1988) estudia el éxito emprendedor (actitud hacia el crecimiento) en 540 empresarios obteniendo diferencias significativas entre el empresario artesano y el oportunista en la variable que mide el control interno y la formación.

Entrialgo (1998), analiza el éxito de 233 empresarios afirmando que el perfil del empresario por sí no explica la obtención de resultados superiores, sino que su influencia se produce a través de un proceso y en un contexto determinado. No obstante la motivación es un factor determinante para distinguir al empresario emprendedor del resto.

Leitão y Cruz (2006) estudian los rasgos del individuo que se relacionan con proyectos duraderos. Junto a los factores psicológicos del emprendedor, los aspectos sociales inciden en la supervivencia de un proyecto empresarial. Se pone de manifiesto la importancia de variables de carácter socio-demográficas tales como la formación y la experiencia sobre la supervivencia de un proyecto empresarial, que tienen influencia significativa sobre la continuidad del proyecto. Sorprende el signo relacionado con la variable dependiente, ya que cuanto mayor es el número de experiencias profesionales, mayor el nivel de formación y más tarde ha iniciado su actividad profesional, menos probabilidad existe de que el proyecto tenga continuidad en el tiempo.

La literatura indica que los emprendedores con más formación y experiencia son los que tienen más posibilidades de éxito empresarial. Sin embargo, para la muestra de emprendedores brasileños y en el periodo analizado estas relaciones no parecen cumplirse. En todo caso, sí es cierto que cuanto antes ha empezado el emprendedor a tener experiencias profesionales, mayor es la posibilidad de que su proyecto sobreviva. Al introducir las variables sexo y edad se observa que ninguna tienen influencia sobre la supervivencia del proyecto. Es decir, la continuidad de una idea emprendedora no depende de estas características socio-demográficas del emprendedor.

1.5.3.4. La motivación del emprendedor y el éxito

Esta línea de investigación, muy extendida entre la literatura especializada, se fundamenta en la influencia de los motivos o razones para emprender en el resultado de la empresa de reciente creación, medido éste en términos de supervivencia o de crecimiento empresarial, a través de variables como el incremento de ventas y/o de trabajadores. En general, se puede afirmar la existencia de una relación significativa entre ambas variables, aunque la influencia de los distintos motivos para emprender sobre el resultado inicial de la empresa de reciente creación, difiere considerablemente en función del estudio que analicemos.

Crowe (2010), con empresas de más de cinco años de antigüedad obtiene que las que se fundaron por emprendedores “con el modelo de rol motivador” continúan operativas el 50%, mientras que del resto de empresas continúan operativas sólo el 34%. Cabe señalar que la literatura establece, desde el momento de fundación de la empresa,

tres años como el periodo crítico en el cual se producen la mayoría de los fracasos empresariales. Crowe (2010) considera en su tesis que es interesante el estudio entre la motivación a emprender y el éxito de los emprendimientos.

Asimismo la necesidad de logro, la necesidad de independencia, las motivaciones económicas y la experiencia empresarial, como hemos señalado en apartados anteriores, influyen significativamente en el resultado empresarial, y en el incremento del número de trabajadores (Barba & Gonzalez 1990 citado en Barba & Atienza 2011a).

Entrialgo et al. (1998) estudian el éxito (entendido como satisfacción del empresario) de 233 empresarios concluyendo que la clase de motivación es un factor determinante para distinguir al empresario emprendedor del resto. La capacidad y la motivación determinan su comportamiento. La tolerancia a la ambigüedad influye directamente en el éxito, mientras que la necesidad de logro y la de competencia, afecta al éxito a través de su incidencia en las características del proceso estratégico.

Los resultados obtenidos por Barba et al. (2012), les ha permitido afirmar que la necesidad de logro y de independencia, así como las motivaciones económicas y la experiencia empresarial previa del emprendedor influyen en el incremento del número de trabajadores de las empresas de reciente creación, en consonancia con lo que afirmaban autores como Wainer y Rubin (1969), Smith y Miner (1985), Johnson (1990), Davidsson (1991) o Box, et al. (1993), si bien el modelo analizado explica un porcentaje no muy alto de la variación del mismo (17,3%).

Box, et al. (1993) estudiaron el resultado de 95 empresas industriales y se centraron en la tasa anual de crecimiento del número de empleados, y concluyeron que la necesidad de competencia relaciona negativamente con el resultado empresarial y la necesidad de logro no es determinante del resultado de este tipo de empresas.

Driessen y Zwart (1999), estudiaron el éxito empresarial (supervivencia) de 45 emprendedores y concluyeron que existen diferencias significativas entre los empresarios de éxito y los que fracasan respecto a las siguientes características: necesidad de logro, necesidad de independencia, necesidad de competencia y perseverancia. También para Feeser y Dugan (1989), las 42 empresas que experimentaron un crecimiento de la cifra de negocio correlacionan con el tipo de motivación inicial y concretamente con una mayor necesidad de independencia y

Jenssen y Kolverid (1992) obtienen que la supervivencia de 148 empresas dependía de la mayor necesidad de logro y de independencia de los empresarios.

Johnson (1990), mide el éxito de 79 empresarios por el crecimiento de las ventas, la rentabilidad sobre las ventas y del empleo, y concluye que la necesidad de logro del empresario se relaciona positivamente con el crecimiento de las ventas, con la rentabilidad sobre las mismas y con el incremento del empleo generado por la empresa.

Smith y Miner (1985) analizaron el crecimiento en el número de empleados de 97 empresarios de alta tecnología y también concluyeron que el tipo de motivación influye significativamente en el crecimiento del número de empleados. En este sentido, los empresarios que logran un crecimiento mayor de sus empresas, tienen mayores niveles de necesidad de logro que el resto.

Woo et al. (1988), ante el resultado de 921 empresas comerciales en los dos primeros años de vida, centrado dicho resultado en el crecimiento del número de empleados y de la cifra de negocio, concluyen que en las empresas de menos de tres empleados las motivaciones que el empresario tiene para crear una empresa influyen en los resultados de la misma. Así, los empresarios con una elevada necesidad de logro tienen mejores cifras de negocio y reducciones más pequeñas en el número de empleados que los empresarios con una elevada necesidad de independencia.

Solymossy (1997) analizó el éxito, como aumento de los ingresos, incremento del número de empleados y satisfacción personal, y no pudo confirmar la significatividad de la existencia de una relación entre la orientación motivacional (*push* o *pull*) y las medidas utilizadas del éxito de la empresa de reciente creación, y considera que la utilización de valoraciones subjetivas del éxito, como la satisfacción personal, permiten una aproximación más fiable al constructo de éxito empresarial.

Según Muir (1999), la relación entre éxito y motivación está moderada por las aspiraciones personales propias de cada grupo de individuos. En este sentido, si nos centramos en las mujeres que han llegado a ser empresarias a través de la creación de su empresa, no se puede plantear el éxito empresarial en términos estrictos de crecimiento, pues su principal objetivo es una transformación en su relación con el trabajo en el que primen las relaciones de amistad y confianza continuadas en el tiempo como fuente del beneficio mutuo; si bien no renuncian a la rentabilidad ni al crecimiento empresarial, estos se recogen como objetivos a largo plazo. Así, sería conveniente, al analizar el

éxito o el fracaso de las empresas de reciente creación, incluir, como posible medida del mismo, la satisfacción de las necesidades personales que impulsaron la decisión de crear una empresa (Saporta, 1995; Solymossy, 1996; Muir, 1999).

Audretsch y Thurik (2004) analizaron el doble efecto que produce la crisis: por un lado, la falta de expectativas reduce el número de empresas, por otro lado, la situación de desempleo hace que muchas personas emprendan ante las dificultades de encontrar un empleo. Este concepto queda reflejado en los informes GEM al distinguir, como ya hemos visto, entre emprendedor por “oportunidad” y por “necesidad”.

Sin embargo, Birley y Westhead (1994), analizaron el tamaño y crecimiento de 405 nuevas empresa y concluyeron que si bien los motivos o razones que llevan a los fundadores a crear una empresa sean significativamente diferentes, una vez que la misma está establecida, dichas razones tienen poca influencia en su crecimiento y en la generación de riqueza y empleo.

1.5.3.5. Resiliencia y supervivencia del emprendedor

Como ya vimos, algunos autores han analizado la capacidad de adaptación de los empresarios a situaciones complejas desde el concepto de resiliencia (Manzano & Ayala, 2013). La resiliencia ejerce un efecto positivo a pesar de experimentar situaciones adversas, facilita esta capacidad de adaptación y de resistir en contextos de gran adversidad, por lo que la resiliencia o la capacidad recuperarse ante la adversidad es una cualidad importante en tiempos de crisis para los empresarios (Sutcliffe & Vogus, 2003), ya que les permite superar circunstancias especialmente difíciles, gracias a sus cualidades de comportamiento y adaptación, teniendo en cuenta la situación en la que están inmersos.

Veíamos que los empresarios resilientes muestran una alta tolerancia a la ambigüedad, son adaptables a las circunstancias cambiantes, y en lugar de rendirse a los cambios, tienen una resistencia sobre ellos que proviene de su voluntad de adaptarse y trabajar duro para llegar a sus metas y aspiraciones, demuestran la determinación en su búsqueda para el éxito, son optimistas, tienen una actitud positiva, son capaces de aprender de sus errores y, donde otros ven amenazas, ellos ven oportunidades. La actitud positiva mostrada por los empresarios resilientes hacia la desviación de los

resultados deseados puede aumentar su disposición a aprender de un error y ayudar a obtener conocimientos y cambiar la estrategia.

El trabajo de Manzano y Ayala (2013) es importante porque es el primer estudio empírico que articula las dimensiones de la resiliencia de una muestra representativa de los empresarios españoles. La resiliencia proporciona información acerca de cómo los empresarios se enfrentan a situaciones de incertidumbre y alta tensión, y cómo esto puede tener una influencia tanto en su salud mental y en el éxito de su empresa. Por esa razón, puede ser útil tener una medida válida y fiable de la capacidad de recuperación.

1.5.3.6. Estudios sobre el éxito y la supervivencia de las iniciativas emprendedoras

En cuanto a las causas, el enfoque a nivel individual del cierre empresarial asigna un papel fundamental a la expectativa de los empresarios con el fin de explicar por qué algunos empresarios deciden abandonar la iniciativa empresarial. Desde esta perspectiva, el cierre se asocia con los aspectos psicológicos relacionados con las expectativas del empresario (Ucbasaran, Westhead, Wright & Flores, 2010). El enfoque a nivel individual implica la teoría de la brecha de alcance de objetivos (Cooper & Artz, 1995). Basándose en esta teoría el cierre empresarial, está asociado con la satisfacción de los empresarios con respecto al logro de sus aspiraciones y objetivos específicos.

Además de la dimensión económica, el fracaso empresarial se asocia con estados psicológicos de desmotivación, desánimo, falta de perseverancia y resistencia. Los orígenes de este tipo de fallas se pueden aunar con la insatisfacción personal debido a la no concreción de sus expectativas iniciales y/o la aparición de un pequeño contratiempo económico que les desmotiva (Khelil, Smida & Zouaoui, 2012).

El estudio de los mapas cognitivos, enfatiza la importancia de los factores psicológicos. El miedo al fracaso, el estrés generado por la magnitud de la actividad empresarial, la aversión al riesgo, la preferencia por una actividad salarial, etc., son algunos de los factores psicológicos que podrían explicar la salida empresarial. Mediante el análisis de los mapas cognitivos, parece que las variables psicológicas tienen un efecto moderador. Estas variables se estructuran en torno a cuatro

componentes: la motivación inicial el locus de control externo, la falta de compromiso con el espíritu empresarial y la orientación conservadora (Khelila & Hammerb, 2013).

El agotamiento mental, depresión emocional, la desesperanza, la falta de voluntad para continuar y luchar para mantener vivo el proyecto emprendedor son algunas de las variables psicológicas invocadas, que se manifiestan a través de un estado de desmotivación, el desánimo y el deseo de renunciar a la actividad empresarial.

La "orientación individualista" también se expresa en términos de variables tales como la necesidad de estabilidad y seguridad económica, el desequilibrio percibido entre el esfuerzo realizado y el salario o la preferencia por la condición de asalariado. A estos factores hay que añadir los atributos psicológicos del empresario como la hiperconfianza, que se define por una visión muy ambiciosa en comparación con los recursos disponibles (Khelila & Hammerb, 2013).

Begley y Boyd (1987) encuestaron a 239 miembros de la Asociación de Negocios Pequeños de Nueva Inglaterra, (147 emprendedores). Las relaciones entre los atributos psicológicos y el desempeño emprendedor son pocas pero sugerentes: alta tolerancia a la ambigüedad asociados con una alta rentabilidad sobre activos y alta necesidad de logro asociados con un alto ratio de liquidez. Una prueba para curvilinealidad revela un "efecto umbral" en el éxito emprendedor. Por ejemplo, la asunción de riesgo moderado se asocia con mayor rendimiento. Sin embargo, el rendimiento de estas empresas se reduce cuando la toma de riesgos se hace excesiva. La tolerancia a la ambigüedad excesiva puede conducir a una falta de mecanismos de respuesta para hacer frente a los cambios ambientales.

Abdesselam, et al., (2004) analizaron la supervivencia de las nuevas empresas y el perfil demográfico y motivacional del empresario y concluyeron que existen relaciones significativas entre algunas variables del perfil del empresario y la supervivencia de la nueva empresa: necesidad de logro, formación específica, experiencia, etc.

Anna et al. (2000), estudian en 170 empresarias el nivel de ventas y sus características personales y concluyeron que las que se dedican a actividades tradicionales basadas en el reconocimiento de oportunidades y en la gestión económica, las expectativas de autonomía y riqueza se relacionan positivamente con las ventas y consecuentemente con el éxito de la nueva empresa mientras que la necesidad de seguridad se relaciona negativamente. Por otra parte, para las empresas no-tradicionales

la eficacia de la planificación y la expectativa de la autonomía esta positivamente relacionadas con las ventas, mientras que las expectativas de riqueza lo están negativamente.

Bellu (1999) consideró el éxito empresarial como el crecimiento de ventas y el beneficio de 43 emprendedores y concluye que existe una relación altamente significativa entre las variables afectivas (modelos motivacionales) y las variables cognoscitivas (estilos de atribución causal del éxito y el fracaso). En este sentido, la necesidad de competencia está relacionada positivamente con el éxito empresarial, mientras que la inestabilidad en la atribución causal lo está con el fracaso. En todo caso, la necesidad de logro influye significativamente en el estilo atribucional del empresario.

Para Cooper (1971), el resultado empresarial de 30 emprendedores está determinado por el papel de la institución que asesora el proyecto y de la experiencia empresarial previa del fundador, aunque no hay que olvidar la importancia del ímpetu y de la motivación que el mismo posee para emprender.

Según Davidsson (1991), el crecimiento empresarial de 322 empresarios se debe a la formación que influye en la motivación emprendedora y ésta al crecimiento de la empresa.

Julien y Jacob (1999) analizaron el crecimiento de 52 nuevas pymes, y concluyeron que la interacción entre las características del empresario, de la organización y del entorno parecen explicar el fuerte crecimiento de las nuevas empresas.

Pérez y Sánchez (1998) valoraron el éxito como crecimiento de las ventas de 50 empresarios y encontraron que el deseo de independencia es la principal motivación para emprender, aunque el éxito solo se relaciona positivamente con el nivel de formación, la participación en proyectos anteriores, la experiencia comercial y el número de promotores.

Shaver, Gatewood y Gatner (1992) analizan la supervivencia de 50 emprendedores teniendo en cuenta las características del fundador y la decisión de crear una empresa. Las características personales del fundador intervienen de forma decisiva. Así, la elevada necesidad de competencia conlleva consecuencias negativas para el éxito de la nueva empresa, al infravalorar los obstáculos con los que el empresario se encuentra.

Smith et al. (1987) consideran el nivel de éxito de la empresa en relación al crecimiento del número de empleados y de la cifra de negocio, beneficio neto e ingresos anuales de 118 emprendedores y 41 directivos. Hallan que los empresarios cuyas empresas presentan un nivel de crecimiento más alto, tienen un mayor nivel de motivación que los empresarios cuyas empresas presentan un nivel de crecimiento más bajo, los cuales se parecen mucho a los que son sólo gerentes de una empresa. La motivación emprendedora la entienden compuesta por cinco dimensiones: autorrealización, propensión al riesgo, retroalimentación, innovación personal y planificación a largo plazo, efecto de la conservación de recursos sobre la intención emprendedora en el contexto de crisis económica, el rol moderador de la autoeficacia y la creatividad.

Salazar et al., (2014) plantean una línea de investigación del emprendimiento que incorpora el análisis de factores personales y del contexto socioeconómico actual en el marco de la Teoría de la Conservación de Recursos. Los objetivos del estudio fueron analizar el efecto que ejercen la pérdida, amenaza de pérdida y ganancia de recursos sobre la intención emprendedora y determinar el papel moderador de la autoeficacia emprendedora y la percepción de la propia creatividad. Se realizó un estudio transversal en 278 estudiantes universitarios de posgrado. Se comprobó que la pérdida y la ganancia y los recursos contribuyeron en la decisión de crear la empresa y que el efecto positivo de ambas variables fue mayor cuando se unía el efecto de la percepción creativa, siendo la autoeficacia emprendedora la variable que presentó mayor fuerza predictiva. Se concluye que la Teoría de la Conservación de Recursos constituye un soporte teórico que permite comprender el emprendimiento en el contexto de crisis económica, si bien se precisa la realización de estudios que permitan clarificar y consolidar los resultados obtenidos, incorporando análisis prospectivos que contemplen la estructura social, las estrategias de afrontamiento y los tipos de conducta de emprendimiento.

Para Filley y Aldag (1988), las empresas que experimentan crecimiento, disfrutan de una ventaja competitiva basada en la innovación. En esta línea, el estudio realizado por Byron et al. (2010), interpreta que la autoeficacia puede promover el efecto moderador beneficioso de la creatividad sobre la intención emprendedora ante la pérdida de recursos, al generar una evaluación de controlabilidad del evento, teniendo en cuenta que, esta pérdida, no es elevada. Por esta razón, hay que considerar la

relevancia que puede tener la creatividad en un contexto de crisis económica, donde la demanda de soluciones creativas para hacerle frente es indispensable. En definitiva, se entiende que la creatividad genera ideas novedosas y útiles tanto para la obtención de nuevos recursos como para un mejor aprovechamiento y optimización de los recursos existentes siempre que la persona se considere capaz.

Pandey (2011) investiga los determinantes del éxito de los emprendedores estudiando las características de empresarios rurales no organizados del cuero en Uttar Pradesh, India. Se construyó un cuestionario para recoger datos sobre diversos factores psicológicos. Un significativo grado de variación en el rendimiento se puede explicar por las características psicológicas, en particular la autoeficacia, la motivación de logro y aptitud psicológica para emprender.

La variación del rendimiento de los empresarios se explica por la edad y la experiencia previa en emprendimiento, además de la motivación de logro. Encontraron que el rendimiento está significativamente relacionado con las cuestiones relativas a la autoeficacia y al locus de control.

Ninguna de las variables del grupo de preferencia en el tiempo confirmaba que fueran significativas la aversión al riesgo y rasgos cognitivos. Estos resultados, a primera vista, pueden parecer contrarios a la sabiduría convencional: un empresario tiene la obligación de tomar decisiones arriesgadas en un entorno de incertidumbre y por lo tanto sólo las personas que son capaces de soportar mayores riesgos deberían tener buen rendimiento. Sin embargo, midieron la propensión de tomar riesgos en emprendedores rurales del cuero ya establecidos y experimentados por un tiempo y puede ser diferente de la de los nuevos o los aspirantes a empresario de cuero (Brockhaus, 1987).

Estos autores concluyen que el nivel de rendimiento de las ventas es una función de las diferentes variables y preguntas, y esto puede ser usado como un modelo para pronosticar el desempeño en ventas de los aspirantes a empresarios del cuero. Las variables más importantes son: la motivación de logro (Mlogro), edad y otros conocimientos de los aspirantes (OCP). A continuación se muestra la influencia concreta de cada una de estas variables en la ecuación y de tres más: necesidad de dominancia (ND), Locus de Control (LC) y autoeficacia (AE):

$$\text{Ln (ventas)} = \alpha - 0.322 * \text{Mlogro} + 0.092 * \text{Edad} + 1.6 \text{ OCP} - 0.256 * \text{LOC} + 0.172 * \text{ND} + 0.272 * \text{AE}$$

Leitão y Cruz (2006) estudian los rasgos del individuo que se relacionan con proyectos duraderos. Los resultados indican que las características psicológicas del emprendedor tienen influencia sobre la continuidad de un proyecto empresarial. En concreto, todas las variables resultan significativas aunque no todas con el signo esperado. La mayor creatividad, innovación y capacidad de liderazgo, así como el menor nivel de autonomía influyen en la continuidad del proyecto de los emprendedores. Sin embargo, la menor capacidad de negociación y menor necesidad de autorrealización del emprendedor también se traduce en mayor duración del proyecto empresarial. Estos últimos resultados no corresponden a lo pronosticado por la literatura en emprendimiento, ya que se considera que cuanto mayor es la capacidad de negociar y el deseo de autorrealización, mayor es el éxito esperado de un proyecto. En la muestra analizada no parecen ser estas características necesarias para que se garantice la supervivencia de un proyecto.

En consonancia con lo expuesto en este apartado, señalar que después de al menos diez años de recoger el cuestionario cuantitativo, aplicamos una encuesta telefónica (anexo 4) para comprobar si los emprendedores continuaban con la empresa e incluimos entre otras las siguientes cuestiones:

Situación actual de la empresa

- Continúa con la misma línea de negocio.
- Ha transformado o adaptado la empresa.
- Ha cerrado.
- Ha creado otra empresa.

En caso de cerrar motivos por los que cerró

Cuál ha sido la clave para mantenerse a pesar de las circunstancias económicas.

Ante el desencadenamiento de la crisis cuál ha sido su respuesta.

- Mantener mi empresa como estaba.
- Reducir la empresa.
- Ampliar el negocio o buscar nuevas opciones.

Puntúa de 1, poco importante, a 10, muy importante, en qué medida cada una de estas razones han influido para que mantengas tu negocio:

- a) Ha influido para que mantenga su negocio a pesar de la crisis.
- b) La crisis no ha afectado a mi sector.
- c) Reducir los gastos y los costes de proveedores.
- d) Reducir salarios.
- e) Reducir los beneficios/ganar menos.
- f) Mantener la esencia del negocio.

- g) No haber crecido-endeudado por encima de mis posibilidades. cuando las cosas iban bien.
- h) Quiero tener mi negocio sea como sea.
- i) Más trabajo, constancia y sacrificio.
- j) He innovado (nuevos producto, nuevas tecnologías...).
- k) Me he adaptado a las nuevas circunstancias.
- l) Me ha apoyado/ayudado la familia y amigos.
- m) Si no mantengo mi negocio me voy al paro.

Con las respuestas dadas a estas cuestiones y su relación con las puntuaciones obtenidas en las variables y constructos psicológicos y sociales derivados del cuestionario cuantitativo analizaremos la relación entre la supervivencia empresarial y las características psicológicas y factores sociales del emprendimiento.

2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

2	OBJETIVOS Y METODOLOGÍA	209
2.1.	Objetivos e hipótesis	209
2.2.	Datos generales de la muestra	213
2.2.1.	Muestra de personas emprendedoras para el estudio cuantitativo	213
2.2.2.	Muestra de personas emprendedoras encuestadas para el análisis longitudinal y el estudio cuantitativo posterior	218
2.2.3.	Muestra de personas emprendedoras entrevistadas para estudio cualitativo exploratorio previo	220
2.2.4.	Muestra de expertos y orientadores entrevistados para estudio cualitativo exploratorio previo	221
2.3.	Procedimientos e instrumentos	222
2.3.1.	Cuestionarios cualitativos previos a emprendedores y promotores de autoempleo	224
2.3.2.	Batería de cuestionarios cuantitativos	228
2.3.3.	Encuesta longitudinal	259

2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

Una vez expuestas las teorías y estudios más destacados realizados sobre el perfil psicosocial de la persona emprendedora, plantemos a continuación, y a la luz de estas referencias, los objetivos y las hipótesis de nuestra investigación, así como los instrumentos, cuestionarios y encuestas, y las muestras a las que los hemos aplicado.

2.1. OBJETIVOS E HIPÓTESIS

El objeto de la investigación se centra en estudiar el perfil psicosocial de la persona emprendedora y de la emprendedora de que continúa a pesar de la crisis y constatar las diferencias que presentan respecto al resto de la población. Para ello desgranamos los factores personales y sociales que pueden definir la personalidad de quien abre una empresa y de quien mantiene su negocio ante las circunstancias adversas que ha conllevado la crisis económica.

A tal fin nos proponemos los siguientes objetivos y las respectivas hipótesis:

1. Comprobar si las personas emprendedoras presentan características de personalidad diferentes a las que no lo son y además, si las personas emprendedoras que continúan a pesar de la crisis, se diferencian de las demás.

Hipótesis:

1.1. Las personas emprendedoras presentan rasgos de personalidad diferenciados, caracterizados por mayores puntuaciones en las dimensiones de personalidad de energía (dinamismo y asertividad), tesón (escrupulosidad y perseverancia), apertura (apertura a la cultura y apertura a la experiencia) y menores puntuaciones en afabilidad (cooperación y cordialidad).

1.2. Las personas emprendedoras que mantienen su empresa a pesar de la crisis puntuarán de forma más notoria en las dimensiones de personalidad de energía (dinamismo y asertividad), tesón (escrupulosidad y perseverancia), apertura (apertura a la cultura y apertura a la experiencia) respecto a la población en general y a las emprendedoras que cerraron su empresa.

2. Analizar la relación de los aspectos sociales cercanos a la persona emprendedora con la creación de la empresa y con su mantenimiento a pesar de la crisis. En concreto valorar la influencia en el emprendimiento de la experiencia laboral y la forma de adquirir las competencias emprendedoras, el apoyo de la red social cercana y tener antecedentes familiares emprendedores.

Hipótesis:

2.1. La experiencia laboral anterior, la experiencia de liderazgo y emprendimiento, y la adquisición activa de competencia emprendedoras, se relacionan con emprender o no y con mantener la empresa a pesar de las dificultades económicas.

2.2. Las personas emprendedoras reciben mayor apoyo de su red social cercana (cónyuge, padres, técnicos, asesores, los hermanos, y otras personas) que las no emprendedoras para acceder a su salida laboral.

2.3. Las personas emprendedoras que mantienen la empresa a pesar de la crisis reciben un mayor apoyo y ayuda de su red social.

2.4. Ser emprendedor y mantener la empresa a pesar de las dificultades se relaciona con tener un familiar cercano (padres, hermanos o abuelos) o una amistad próxima emprendedora.

2.5 Existe relación positiva entre un mayor nivel de estudios superiores de las personas emprendedoras y el que estos hayan evitado cerrar la empresa a pesar de la situación económica.

3 Comprobar si los constructos psicosociales que se han utilizado en la literatura científica para describir a la persona emprendedora, realmente describen su perfil y el de la que continúa a pesar de la crisis.

Hipótesis:

3.1. Las personas emprendedoras, y más las que continúan a pesar de la crisis, se caracterizan por un alto locus de control interno.

3.2. Las personas emprendedoras, y más las que continúan a pesar de la crisis, muestran mayor autoeficacia general.

3.3. Las personas emprendedoras, y más las que continúan a pesar de la crisis, están más motivadas por el trabajo y especialmente por la motivación de logro

e independencia y menos por la motivación de seguridad que el resto de la muestra.

3.4. Las personas emprendedoras, y más las que continúan a pesar de la crisis, muestran mayor motivación de logro.

3.5. Las personas emprendedoras, y más las que continúan a pesar de la crisis, obtienen medias superiores en capacidad de adaptación e innovación.

3.6. Las personas emprendedoras, y más las que continúan a pesar de la crisis, le dan más importancia al trabajo y, para ellas, el significado del trabajo está más relacionado con la búsqueda de independencia, conseguir logros, y menos con las seguridad.

3.7. Las personas emprendedoras, y más las que continúan a pesar de la crisis, muestran mayor disposición a asumir riesgos y capacidad para soportarlos.

3.8. Las personas emprendedoras, y más las que continúan a pesar de la crisis, muestran mayor constancia en el trabajo y proactividad.

3.9. Podemos diseñar escalas que discriminen de forma significativa a personas emprendedoras a partir de los rasgos psicosociales de emprendedor.

4. Estudiar el perfil psicosocial de la mujer emprendedora y sus diferencias con el emprendedor.

Hipótesis:

4.1. Las emprendedoras tienen unas características similares a los emprendedores, difiriendo en la dimensión de afabilidad (empatía y cordialidad) en las que puntuarán más que los emprendedores.

4.2. Las emprendedoras puntuarán de forma similar a los emprendedores en los distintos constructos psicosociales que definen el perfil emprendedor, puntuando más en capacidad de adaptación y menos en autoeficacia y asumir riesgos que los emprendedores.

4.3. Las emprendedoras puntúan más que los emprendedores en motivación de afiliación y de logro y menos en razones económicas.

4.4. El trabajo para las emprendedoras tiene un significado afín con tener buenas relaciones interpersonales, aprender, plantearse nuevos retos y disponer de un horario adecuado.

4.5. Los factores sociales afectan de forma diferente a las emprendedoras, están más influenciadas a la hora de crear su empresas por situaciones desagradables o precariedad laboral, están mejor formadas y más influenciadas por su red social cercana.

5. Exponer las diferencias del perfil psicosocial en virtud de la tipología de persona emprendedora.

Hipótesis:

5.1. Las personas emprendedoras en fase de creación de la empresa, muestran mayor perseverancia y constancia en el trabajo, capacidad de asumir riesgos e innovación y personalidad emprendedora, en general, que las que gestionan empresas ya consolidadas.

5.2. Las personas emprendedoras vocacionales o *pull* tienen un mayor carácter emprendedor y muestran más proactividad, capacidad de adaptación, de asumir riesgo, motivación de logro, y están más motivadas especialmente por conseguir independencia que las *push* o situacionales.

5.3. Las personas emprendedoras que introducen innovaciones en sus empresas mostrarán más apertura mental, capacidad de adaptación e innovación, mayor energía, capacidad de asumir riesgo y personalidad emprendedora en general.

5.4. Las personas emprendedoras que crean una nueva empresa muestran mayor capacidad de adaptación e innovación, y menor influencia de la familia que las que han heredado el negocio, asumen una franquicia o una filial.

6. Estudiar las características psicosociales de las personas emprendedoras que continúan con la empresa tras la crisis, comprobando qué rasgos y motivaciones describen a la persona emprendedora que persevera y qué factores sociales las envuelven. Analizar asimismo las claves y razones a las que achaca haber mantenido el negocio a pesar de las dificultades.

Este objetivo se desarrolla en lo referente a las dimensiones de personalidad que distinguen a las personas emprendedoras que continua a pesar de la crisis en la hipótesis 1.2; respecto a la influencia específica de los factores sociales cercanos en las 2.1 a 2.5; y en cuanto a los constructos psicológicos en las hipótesis 3.1 a 3.8.

Hipótesis:

6.1. Las personas emprendedoras consideran que su empresa se ha mantenido gracias al esfuerzo, las ganas de mantener su negocio, la capacidad de adaptación e innovación, a reducir beneficios costes y salarios, a que la crisis no afecta a su sector ni se endeudaron, a que les apoyó su red social y mantuvieron la esencia de su negocio.

6.2. Según las propias personas emprendedoras, las claves para mantener la empresa giran en torno al mayor esfuerzo y trabajo, y a la adaptación a las nuevas circunstancias.

6.3. Las personas emprendedoras que continúan con la empresa tras la crisis consideran que sus competencias personales (habilidades, conocimientos y actitudes) han sido más determinantes para que su empresa logre éxito que el entorno socioeconómico (oportunidades del mercado, situación económica...).

2.2. DATOS GENERALES DE LAS MUESTRA

A continuación mostramos los datos sociodemográficos de los sujetos que han formado los grupos estudiados. En primer lugar, la que constituye la muestra central de la investigación, los grupos de personas emprendedoras y no emprendedoras que participaron en los cuestionarios cuantitativos (anexo 3); a continuación quienes respondieron la encuesta telefónica longitudinal (anexo 4), los profesionales que nos dieron su opinión sobre las características y competencias de quien emprende (anexo 1) y, por último, las personas emprendedoras que contestaron a la entrevista cualitativa (anexo 2).

2.2.1. MUESTRA DE PERSONAS EMPREDEDORAS PARA EL ESTUDIO CUANTITATIVO

La parte empírica cuantitativa de esta investigación sobre la persona emprendedora se ha realizado mediante la aplicación de una batería de cuestionarios a una muestra total de 1.084 sujetos.

El diseño empleado consistió en un método comparativo transversal y longitudinal. Los análisis transversales se realizan entre el grupo de estudio, personas emprendedoras, y el grupo de referencia o control, personas no emprendedoras. El carácter longitudinal se introduce con el grupo de estudio que obtenemos al aplicar el pos-test a quienes continúan a pesar de la crisis.

Considerando las dificultades existentes en la consecución de la muestra, ya que se trata de un colectivo de difícil captación, y de una batería de cuestionarios muy amplia se adoptaron varias estrategias para conseguir una muestra aleatoria con una representación suficiente, la captación de sujetos a través de asociaciones de empresarios y empresarias, federaciones de cooperativas, cámaras de comercio y sociedades anónimas laborales y a través de asesores y técnicos de orientación y formación al autoempleo a personas que participan en estos programas. Los cuestionarios de los sujetos del grupo de referencia se aplicaron paralelamente a través de organizaciones, asociaciones y asistentes a programas de formación y orientación laboral.

El grupo de estudio lo forman:

- a) 229 sujetos titulares de empresas independientes,
- b) 137 asociados y
- c) 33 en proceso de creación de la empresa.

Para formar el grupo de referencia se han encuestado a un número suficiente personas no emprendedoras en cada uno de los siguientes subgrupos:

- a) 154 personas que trabajan en empresas privadas,
- b) 47 trabajan en ONG,
- c) 229 trabajan en administraciones,
- d) 80 sin empleo y
- e) 150 estudiando (tabla 2.2.1).

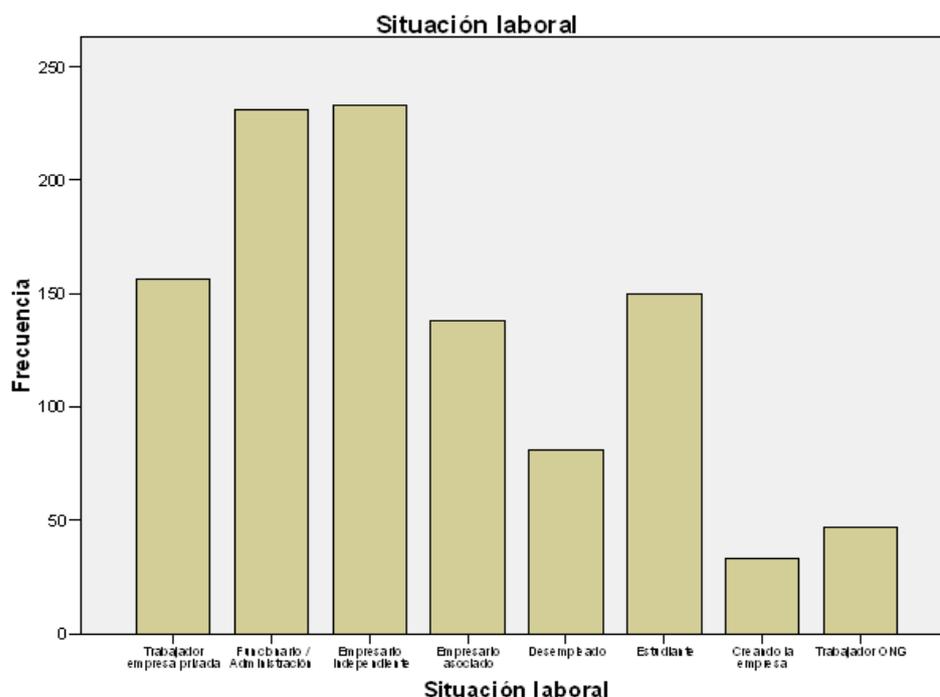
Tabla 2.2.1 De contingencia situación laboral / sexo

Situación laboral	Sexo		Total
	Hombre	Mujer	
Empresa independiente	121	108	229
Empresa asociada	85	52	137
Creando la empresa	12	21	33
Funcionario / Administración	104	125	229
En empresa privada	66	88	154

Sin empleo	23	57	80
Estudiando	49	101	150
En ONG.	20	27	47
Total válidos	480	579	1059
Perdidos sistema			25
Total			1084

Fuente: elaboración propia

Figura .2.2.1. Situación laboral de la muestra



Fuente: elaboración propia

Hemos atendido a la recomendación de seleccionar un grupo de participantes localizados en un espacio geográfico, cultural, legal y político relativamente homogéneo (Hofstede, 1980 y Busenitz, Gomez & Spencer, 2000) para evitar la interferencia de estas variables, por esto la muestra está recogida en Castilla y León, el 96%, o comunidades de características similares, el 4% (tabla 2.2.2).

Asimismo hemos procurado un número suficiente de hombres en los distintos grupos laborales, 480 y de mujeres, 576 (tabla 2.2.4). La media de edad es de 33,24 años (figura .2.2.2).

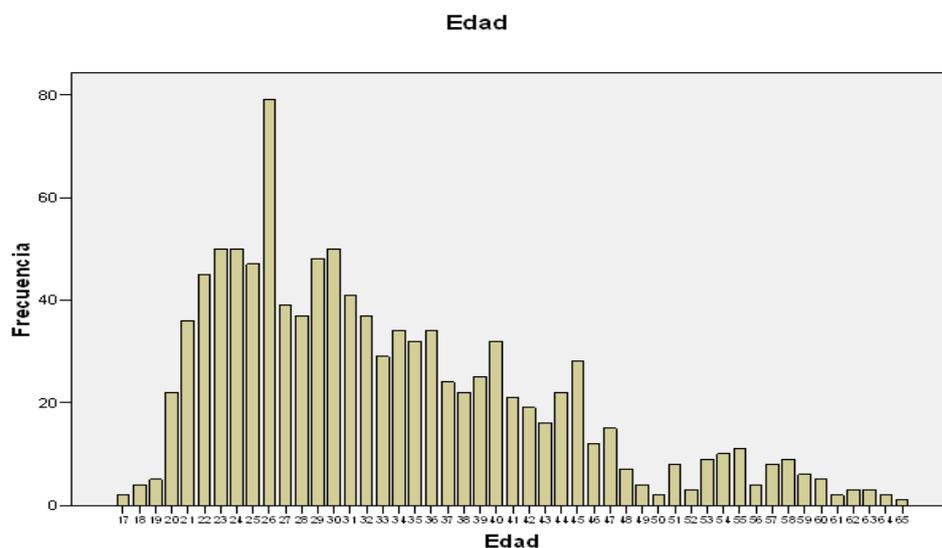
Tabla 2.2.2 Distribución de la muestra por provincias

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Valladolid	648	59,8	60,8
	Palencia	103	9,5	9,7
	Salamanca	81	7,5	7,6
	Burgos	67	6,2	6,3

	León	37	3,4	3,5
	Segovia	31	2,9	2,9
	Ávila	25	2,3	2,3
	Zamora	12	1,1	1,1
	Soria	18	1,7	1,7
	Otras	43	4,1	4,2
	Total	1065	98,2	100,0
Perdidos	Sistema	19	1,8	
Total		1084	100,0	

Fuente: elaboración propia

Figura .2.2.2. Distribución de la muestra por edad



Fuente: elaboración propia

En la variable laboral 2 agrupamos a titulares de empresas independientes, asociadas y creando la empresa (que suman 404) como personas que emprenden, el resto de las categorías, como grupo de referencia, suman 665 (trabajan en empresas privadas, en ONG, en administraciones, sin empleo y estudiando) (tabla 2.2.3).

Tabla2.2.3. Distribución de la muestra en emprendedores y no emprendedores

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No emprendedor	665	61,3	62,2	62,2
	Emprendedor	404	37,3	37,8	100,0
	Total	1069	98,6	100,0	
Perdidos	Sistema	15	1,4		
Total		1084	100,0		

Fuente: elaboración propia

Las categorías laborales las hemos agrupado en cuatro grupos en la variable laboral 4, tres grupos de referencia: quienes trabajan en empresa privada y ONG, con 201 sujetos (86 hombres y 115 mujeres); en organizaciones públicas, 229 (104 hombres

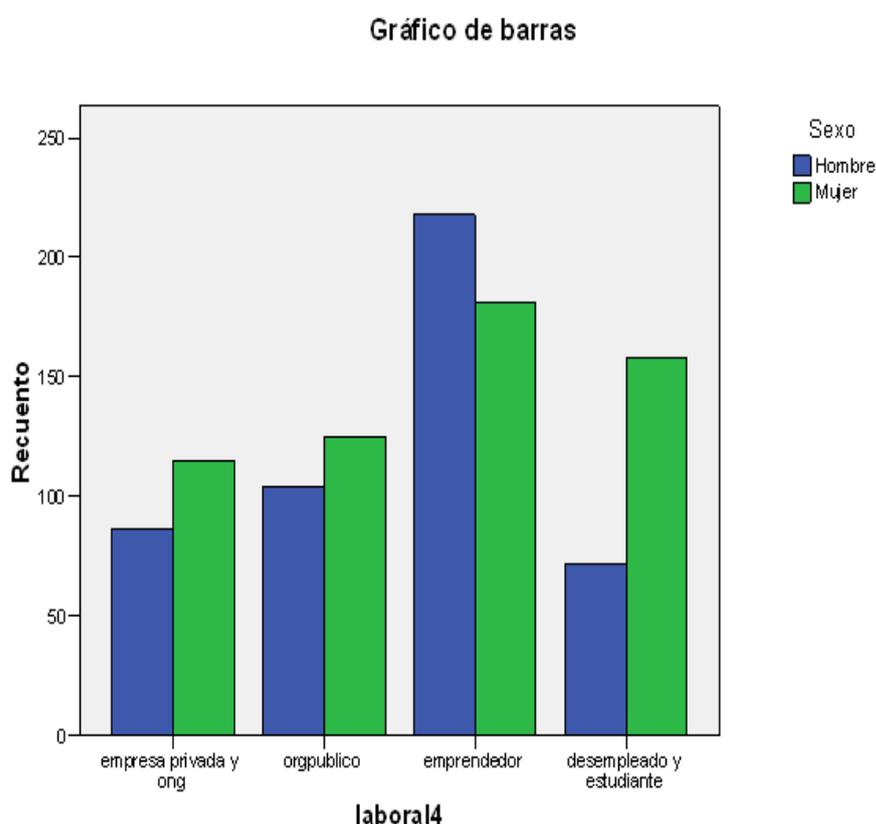
y 125 mujeres); desempleados y estudiantes, 230 (72 hombres y 158 mujeres); y el grupo de estudio formado por personas que han creado empresas y o están emprendiendo, 399 (218 hombres y 181 mujeres) (tabla 2.2.4).

Tabla 2.2.4 Distribución de la muestra de contingencia situación laboral / sexo

		Sexo		Total
		Hombre	Mujer	
Laboral4	Empresa privada y ong.	86	115	201
	Org. Público	104	125	229
	Desempleado y estudiante	72	158	230
	Emprendedor	218	181	399
Total		480	579	1059
Perdidos sistema				25
Total				1084

Fuente: elaboración propia

Figura .2.2.3 Distribución de la muestra laboral y sexo



Fuente: elaboración propia

En cuanto la fórmula jurídica que adoptaron el grupo de emprendedores-empresarios el 58,4% son autónomos, seguidos de 22,8% sociedad limitada laboral y del 8,4% de cooperativistas. El resto de las formas jurídicas están por debajo del 4% como apreciamos en la tabla 2.2.5.

Tabla 2.2.5 Contingencia forma jurídica / situación laboral

Forma jurídica		Situación laboral			Total
		Empresario independiente	Empresario asociado	Creando la empresa	
Autónomo	Recuento	175	23	4	202
	%	84,5%	17,4%	57,1%	58,4%
Cooperativa	Recuento	0	28	1	29
	%	,0%	21,2%	14,3%	8,4%
Sociedad Anónima	Recuento	5	5	1	11
	%	2,4%	3,8%	14,3%	3,2%
Sociedad Anónima Laboral	Recuento	1	6	0	7
	%	,5%	4,5%	,0%	2,0%
Sociedad Colectiva	Recuento	1	7	0	8
	%	,5%	5,3%	,0%	2,3%
Sociedad Limitada Laboral	Recuento	22	56	1	79
	%	10,6%	42,4%	14,3%	22,8%
Comunidad de Bienes	Recuento	3	7	0	10
	%	1,4%	5,3%	,0%	2,9%
Total	Recuento	207	132	7	346
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: elaboración propia

2.2.2. MUESTRA DE PERSONAS EMPREDADORAS ENCUESTADAS PARA EL ANÁLISIS LONGITUDINAL Y EL ESTUDIO CUALITATIVO POSTERIOR

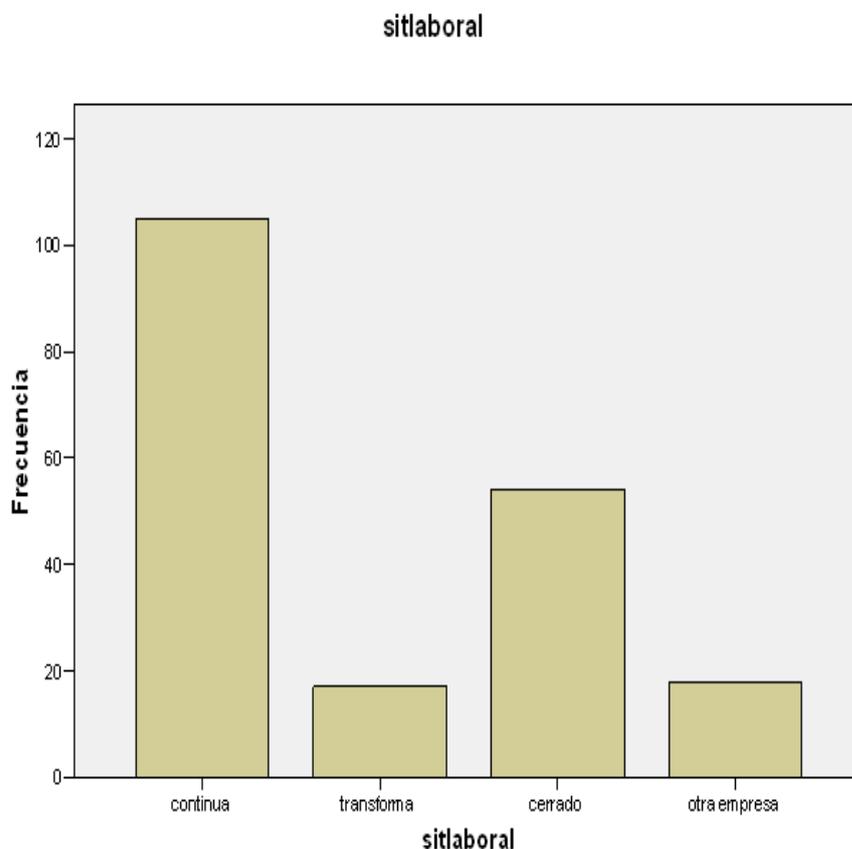
Entre octubre de 2014 y enero de 2015, después de al menos 10 años desde que se aplicó la batería de cuestionarios cuantitativo (anexo 3), se encuesta a 194 de las personas emprendedoras que contestaron a esa batería, en este momento responden a la encuesta del anexo 4. De los 194 encuestadas, 105 continúan con su negocio, 54 cierran, 17 transforman la empresa y 18 crean otra empresa (tabla 2.2.6).

Tabla 2.2.6 Muestra longitudinal situación actual

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Continua	105	9,7	54,1	54,1
	Transforma	17	1,6	8,8	62,9
	Cerrado	54	5,0	27,8	90,7
	Otra empresa	18	1,7	9,3	100,0
	Total	194	17,9	100,0	
Perdidos	Sistema	890	82,1		
Total		1084	100,0		

Fuente: elaboración propia

Figura 2.2.4. Situación actual de la empresa



Fuente: elaboración propia

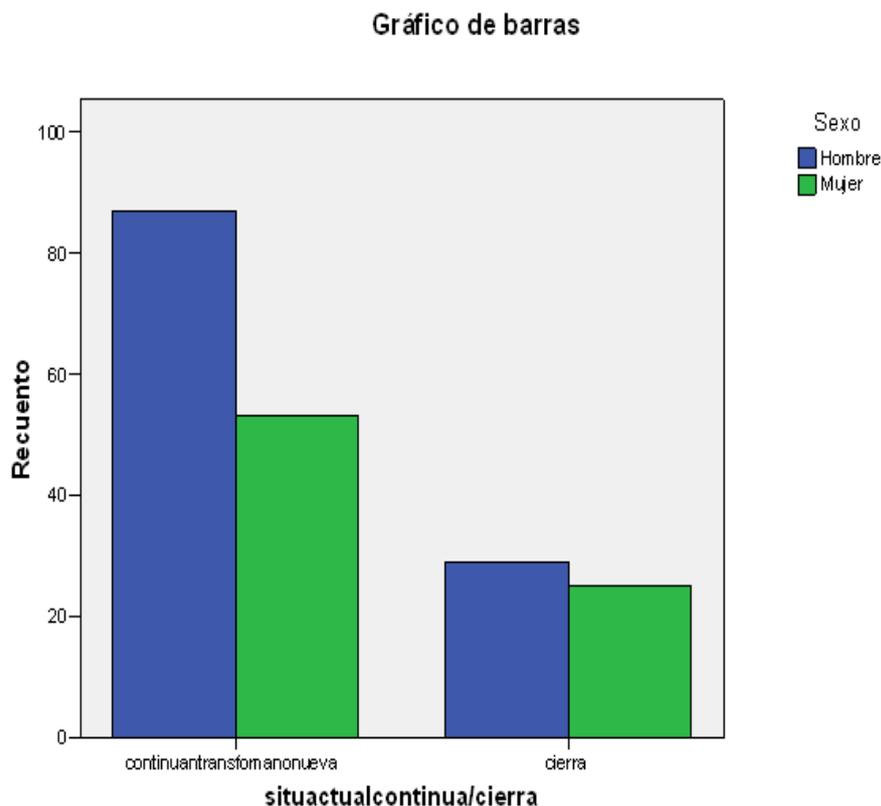
Agrupando a la muestra longitudinal obtenemos que 140 (87 hombres y 53 mujeres) continúan como emprendedores (continúan con su negocio, transforman la empresa o crean otra empresa) y 54 cierran (29 hombres y 25 mujeres).

Tabla 2.2.7 Contingencia situación actual, continua/cierra / Sexo

		Sexo		Total
		Hombre	Mujer	
Situ. actual continua/cierra	Continúan transforman o otra empresa	87	53	140
	Cierra	29	25	54
Total		116	78	194

Fuente: elaboración propia

Figura .2.2.5. Situación actual de la empresa y sexo



Fuente: elaboración propia

2.2.3. MUESTRA DE PERSONAS EMPREDEDORAS ENTREVISTADAS PARA EL ESTUDIO CUALITATIVO EXPLORATORIO PREVIO

Antes de diseñar el cuestionario cuantitativo se han realizado entrevistas exploratorias en profundidad (anexo 1) a 28 sujetos emprendedores. Las características de esta muestra son:

- a) El 64,3% de los entrevistados son hombres y el 28,6 % mujeres.
- b) Han creado microempresas desde 1 a 22 empleados, con una media de 4,27 empleados, y un 73% de las empresas tienen menos de 3 empleados. Llevan poco tiempo gestionando la empresa, son negocios de reciente creación con una media de 4,3 años, el 70,3 % llevan menos de tres años con la empresa. Son emprendedores del sector servicios predominando la venta al por menor (33,3%), hostelería (18,5%) y consultoría (14,8%).

- c) La mayoría se declaran emprendedores vocacionales con un 69,2% frente a los que se consideran circunstanciales con un 30,8%.
- d) En general disponen de experiencia previa en el sector, 84% habían trabajado en el mismo sector en el que luego crearon la empresa.

Se trata por tanto de un emprendedor estándar o el emprendedor cotidiano.

2.2.4. MUESTRA DE EXPERTOS Y ORIENTADORES ENTREVISTADOS PARA EL ESTUDIO CUALITATIVO EXPLORATORIO PREVIO

Antes de diseñar el cuestionario cuantitativo se han realizado entrevistas exploratorias en profundidad a 108 expertos y orientadores (anexo 2). La muestra está compuesta por 108 profesionales que trabajan 35 como agentes de desarrollo local, 25 técnicos de empleo, 24 técnicos de autoempleo y 19 profesores y orientadores de autoempleo (tabla 2.2.8).

Tabla 2.2.8 Profesión de los profesionales encuestados

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	ADL	35	32,4	34,0	34,0
	Tec. empleo	25	23,1	24,3	58,3
	Tec. autoempleo	24	22,2	23,3	81,6
	Profesor-orientador	19	17,6	18,4	100,0
	Total	103	95,4	100,0	
Perdidos	Sistema	5	4,6		
Total		108	100,0		

Fuente: elaboración propia

El 16,7% trabaja en centros de formación y el resto en instituciones y entidades en áreas de promoción del empleo y el autoempleo (tabla 2.2.9).

Tabla 2.2.9 Carácter de la entidad en la que trabajan los profesionales encuestados

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Centros de Formación	18	16,7	16,7	16,7
	Otras instituciones y empresas	90	83,3	83,3	100,0
	Total	108	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

Respecto a la titulación académica, 30 de la rama de economía-empresariales, 25 derecho, 19 ciencias psicosociales y 10 educativas.

El 66,6 % son mujeres, y se trata de orientadores jóvenes de hasta 50 años, el 72,4 % tienen entre 25 y 40 años. Con experiencia en autoempleo el 80% con más de dos años trabajando en el área.

El 58,3% de los encuestados trabajan en el medio rural.

2.3 PROCEDIMIENTO E INSTRUMENTOS

Podemos definir el estudio como una investigación de tipo básica, de nivel descriptivo y analítico sobre los factores de orden psicosocial de las personas emprendedoras y de las que continúan a pesar de la crisis. Hemos considerado la dimensión longitudinal, años después de aplicar la batería de cuestionarios cuantitativos, volvemos a contactar con las personas emprendedoras que cumplimentaron la batería de cuestionarios cualitativos, para realizarlas una entrevista en la que, comprobamos si continúan o no con su negocio tras la crisis y las causas a las que lo atribuyen. Por tanto, el carácter longitudinal se introduce al contrastar las características psicosociales recogidas en la batería de cuestionarios cuantitativos con los resultados de aplicar el cuestionario semiestructurado al grupo de personas emprendedoras tras la crisis económica.

El diseño empleado es descriptivo porque identifica, describe y analiza las características psicosociales de las personas emprendedoras y de quienes continúan a pesar de la crisis, y comparativo, ya que comparamos los resultados entre distintos grupos, principalmente entre personas emprendedoras y no, entre quienes continúan con la empresa a pesar de la crisis, y el resto.

Desarrollamos una metodología que combina instrumentos y análisis cuantitativos y cualitativos, de forma que aseguramos la fiabilidad de nuestros resultados a la vez que la interpretación adecuada y la utilidad práctica de las conclusiones.

Previamente, y con carácter exploratorio, realizamos una encuesta a emprendedores y otra a orientadores y expertos en autoempleo. Aplicamos ambas encuestas mediante entrevistas semiestructuradas con una guía sobre la que el entrevistador anota los resultados. El objeto de estos primeros acercamientos al tema es el de fundamentar el diseño de la batería de cuestionarios y del estudio cuantitativo, no

sólo en las aportaciones teóricas, sino también en la opinión de las propias personas que emprenden y de los profesionales y expertos en autoempleo (anexos 1 y 2).

La esencia de la investigación se genera a partir del análisis de la batería de cuestionarios cuantitativos sobre el perfil del emprendedor, aplicada a 1.084 sujetos entre los años 2001 y 2004. Este cuestionario lo cumplimentan por escrito los propios sujetos (anexo 3).

Y, posteriormente, procedemos a la encuesta telefónica a las 194 personas emprendedoras que hemos conseguido localizar, de los 404 que cumplimentaron la batería de cuestionarios cuantitativos; las respuestas se recogen en una ficha homogénea que cumplimenta el encuestador (anexo 4).

Tabla 2.3.1 Instrumentos aplicados

Instrumento	Carácter	Muestra	Fechas de aplicación
Entrevista estructurada (anexo 1).	Entrevista presencial. Cualitativo. Exploratorio	28 emprendedores.	1998-1999
Entrevista estructurada (anexo 2).	Entrevista presencial. Cualitativo. Exploratorio	108 asesores y expertos.	1999-2000
Batería de cuestionarios (anexo 3).	Autocumplimentado. Cuantitativo.	1084 sujetos de ellos 404 emprendedores.	2000-2004.
Encuesta estructurada (anexo 4).	Encuesta telefónica. Cualitativo-cuantitativo. Longitudinal.	194 emprendedores.	2014-2015

Fuente: elaboración propia

Los datos se han grabado en el programa SPSS a través del cual se han realizado diversos análisis.

En primer lugar hemos hallado la fiabilidad de las escalas de medida, mediante el α de Cronbach de consistencia interna. Las escalas iniciales, se han depurado eliminando los ítems que obtiene una correlación elemento-total corregida inferior de 0,20, límite establecido por Cattell, Kline, Zamora, & Calabozo (1982).

El nivel de discriminación de estas escalas entre grupos de emprendedores a través de análisis ANOVA considerando significativas, las que puntúan por debajo de $p=,05$.

A las variables continuas se aplica la prueba paramétrica de análisis de varianza (ANOVA), las variables independientes o factores que con más frecuencia hemos

manejado, ha sido emprende/no emprende, y continúa con la empresa/resto de la muestra; y como variable dependiente o respuesta, los distintos constructos psicosociales que estimamos configuran el perfil emprendedor. Hemos interpretado las tablas constatando el sentido de las diferencias de medias y el grado de significación de estas diferencias, considerándolas significativas cuando la probabilidad asociada al valor es menor de ,05, y muy significativas menor de ,01.

Para las variables ordinales, o nominales, utilizamos la prueba no paramétrica de chi-cuadrado de Pearson, para analizar la composición de los grupos (χ^2) y aceptamos que las categorías no son iguales significativamente, cuando la probabilidad asociada al valor es menor de ,05, y muy significativas menor de ,01.

En cuanto a la información cualitativa se ha obtenido a través del registro sistemático mediante entrevistas y encuestas estructuradas y estandarizadas (anexos 1, 2 y 4) de elaboración propia. Se ha procedido a codificar la información, agrupando las respuestas obtenidas en categorías que concentran conceptos similares, para después integrar la información relacionando las categorías obtenidas entre sí y con los fundamentos teóricos de la investigación. En este proceso nos hemos servido de listados, figuras y tablas así como de la cuantificación de la información.

A continuación vemos con detalle los distintos instrumentos, sus características y composición.

2.3.1. CUESTIONARIOS CUALITATIVOS PREVIOS A EMPRENDEDORES Y PROMOTORES DE AUTOEMPLEO

Con carácter exploratorio realizamos un estudio cualitativo basado en la encuesta a personas emprendedoras y otro a partir de encuestar a orientadores y expertos en autoempleo. Se aplica mediante sendas entrevistas semiestructuradas con una guía sobre la que se anotan los resultados de cada encuesta (anexos 1 y 2). Estos acercamientos al tema nos permitirán enriquecer la fundamentación teórica con la opinión de las propias personas que emprenden y de los profesionales y expertos en autoempleo.

2.3.1.1. Entrevista a personas emprendedoras para el estudio cualitativo previo

Para realizar el estudio de carácter exploratorio hemos utilizado una metodología fundamentalmente cualitativa basada en la recogida de información de las propias personas emprendedoras a través de una entrevista en profundidad y un sencillo cuestionario (anexo 1).

a. Entrevista: Una primera fase se desarrolla de forma abierta. Quien entrevista fomenta que el entrevistado hable en torno a estas cuestiones:

- 1 ¿Qué aspectos del entorno han influido para que crearas tu empresa?
- 2 ¿Qué dificultades y obstáculos has encontrado a la hora de crear tu empresa?
- 3 ¿Habías trabajado antes en el sector de la empresa que has creado?
- 4 ¿Cuál es la principal razón por la que has creado tu negocio?
- 5 En general, y según tus experiencias, ¿qué competencias han sido más importantes para ti a la hora de crear tu empresa?
- 6 En general, y según tus experiencias, ¿qué competencias te han facilitado la gestión cotidiana de tu empresa?
- 7 En general, y según tus experiencias, ¿qué competencias consideras determinantes para que tu empresa haya alcanzado el éxito?
- 8 ¿Cómo has adquirido las competencias necesarias para llevar a cabo tu negocio?

b. Cuestionario: en una segunda fase, estructurada y cuantificable el entrevistado:

- 9 - Puntúa el grado de importancia de un cuestionario de 17 competencias.
- 10- Elige cinco de estas competencias.
- 11- ¿Señala en qué medida fue importante el haber tenido estas características o los apoyos y oportunidades del contexto?
- 12- Puntúa el grado de importancia en un cuestionario de 9 motivaciones.
- 13- Elige 2 de estas motivaciones.

Las pregunta 9 y 12 se responden según una escala de 1 a 10. En las preguntas 9, 10, y 13 se diferencia la puntuación de competencias de gestión y de creación de la empresa.

c. Por último, se recogen los datos de identificación y si se considera emprendedor vocacional o circunstancial.

2.3.1.2. Entrevista a profesionales para el estudio cualitativo previo

Para realizar el estudio de carácter exploratorio hemos entrevistado a orientadores formadores y expertos de autoempleo utilizando una escala sobre competencias personales y varias preguntas abiertas (anexo 2):

1. ¿Qué conocimientos, habilidades y destrezas debe caracterizar al emprendedor?

2 Los profesionales puntuaban de 1 a 5 en función del grado e importancia que le otorga a cada una de las siguientes competencias:

- a) Proactivo: (visión estratégica, orientación al futuro) actuar anticipándose a los problemas futuros, necesidades o cambios.
- b) Confianza en sí mismo: seguridad en la valoración que hacemos sobre nosotros mismos y sobre nuestras capacidades.
- c) Fijación continúa de objetivos: capacidad de establecer metas claras que son desafiantes pero alcanzables.
- d) Capacidad de asumir riesgos: estar dispuesto a aceptar los riesgos y asumir las responsabilidades que esto supone.
- e) Tolerancia a la incertidumbre: soportar el riesgo. capacidad de vivir con cierta inseguridad. Soportar tensiones.
- f) Facilidad para toma de decisiones: no me cuesta tomar una decisión cuando he de hacerlo.
- g) Tolerancia al fracaso: capacidad de asumir los fracasos y superar los contratiempos.
- h) Estabilidad: procurar que las cosas se hagan siempre de la misma forma que una vez me dio resultado.

- i) Innovación: sentirse cómodo y abierto ante las nuevas ideas, enfoques e información. Tiende a hacer cosas nuevas. Ser creativo.
- j) Adaptabilidad: flexibilidad para adaptarse a los cambios.
- k) Perseverancia y constancia en el trabajo: tener capacidad de sacrificio, empeño y determinación.
- l) Capacidad de trabajar en equipo: ser capaces de crear la sinergia grupal en la consecución de metas colectivas.
- m) Liderazgo: capacidad de influir en los demás y contagiar entusiasmo.
- n) Habilidades sociales: habilidad para las relaciones interpersonales. Capacidad de interactuar y relacionarse bien con otras personas.
- o) Capacidad de comunicación: habilidad de emitir mensajes claros y convincentes.
- p) Capacidad de utilizar feedback: recurrir a la retroalimentación para evaluar mi trabajo.
- q) Reconocer los errores y tratar de mejorar (Autocrítico): conozco mis limitaciones y actúo en consecuencia. Si me equivoco no dudo en reconocerlo.

3. Señala, por un lado, las tres competencias más importantes para crear y, por otro, las tres competencias claves para gestionar una empresa.

4. ¿Además de los aspectos personales qué otras circunstancias desencadenan que una persona sea promotor de una empresa? ¿Qué influye para que una persona cree una empresa?

5. ¿En qué medida influyen estos aspectos y en qué medida las cualidades-competencias de la persona?

6. ¿Cómo evalúas la capacidad personal emprendedora?

7. ¿Cómo se adquieren las habilidades que un emprendedor debe tener? ¿Se podrían enseñar las competencias del emprendedor en acciones formativas? ¿Se ha hecho? ¿Cómo?

Por último se recogen los datos de identificación y laborales del sujeto.

2.3.2. BATERÍA DE CUESTIONARIOS CUANTITATIVOS

Se trata de una batería de cuestionario y test de preguntas cerradas sobre las competencias del emprendedor que se aplicó a 1.084 sujetos (autoempleados, funcionarios, estudiantes, trabajadores por cuenta ajena y desempleados) (anexo 3).

La batería de test se elabora a partir de indicadores de distintos instrumentos y, en su presentación a los sujetos, se estructura en los siguientes apartados:

1. Datos estadísticos generales.
2. Escala de coeficiente emprendedor (C.E.) con 43 elementos sobre autoeficacia, motivación de logro, adaptación e innovación, constancia en el trabajo, asumir y soportar riesgos.
3. Escala de locus de control (L.C.) de 13 elementos.
4. Cuestionario sobre significado del trabajo de 15 elementos.
5. BFQ, Big Five Questionnaire con 132 elementos.
6. Encuesta para trabajadores por cuenta propia o encuesta para contratados por empresas privadas u ONGS. Con 25 preguntas sobre la puesta en marcha del negocio, la experiencia y formación previa el apoyo social, motivaciones...

Con los ítems de esta batería de cuestionarios configuramos las siguiente escalas y subescalas que miden las características psicosociales que se han considerado claves en el proceso emprendedor tal y como comentamos en el marco teórico. La estructura, fiabilidad y discriminación de estas escalas las comentaremos seguidamente:

- 2.3.2.1. Big Five Questionnaire.
- 2.3.2.2. Escalas globales del coeficiente emprendedor.
 - CE43/34.
 - CE total 94.
 - CE17.
- 2.3.2.3. Escala de autoeficacia general (A.G.).
- 2.3.2.4. Escala de significado del trabajo.
- 2.3.2.5. Escala de internalismo-externalismo LC de Rotter.

- 2.3.2.6. Escala de motivaciones.
- 2.3.2.7. Escala de motivación de logro.
- 2.3.2.8. Escala de capacidad de adaptación.
- 2.3.2.9. Subescala de innovación.
- 2.3.2.10. Escala de capacidad de asumir y soportar riesgos.
- 2.3.2.11. Escala de proactividad.
- 2.3.2.12. Escala de constancia en el trabajo.
- 2.3.2.13. Escalas de apoyo social y familiares y amigos.
- 2.3.2.14. Escala de experiencia y adquisición de competencias.

2.3.2.1. Big Five Cuestionnaire (BFQ)

Estructura del cuestionario (anexo 3 punto 5)

Con el objeto de medir los rasgos de personalidad hemos aplicado el Cuestionario "Big Five"³², basado en la teoría de los Cinco Grandes Factores (CGF) o "Los Cinco Grandes". Consta de 132 elementos de respuesta múltiple (tipo Likert de 1 a 5) que mide cinco dimensiones con dos subdimensiones cada una.

Hemos aplicado el BFQ porque está especialmente indicado en el campo de las organizaciones, donde las dimensiones evaluadas tienen una gran aplicabilidad y se relacionan con las actividades habituales de la vida laboral.

A continuación enumeramos los 132 ítems distribuido en las 10 subdimensiones y éstas se agrupan en 5 dimensiones de la siguiente forma:

A - Energía, inherente a una visión confiada y entusiasta de múltiples aspectos de la vida, principalmente de tipo interpersonal:

Dinamismo: dinámico y activo: ítems que suman 1, 25, 53, 68, 94, 114;

ítems restan 7, 37, 51, 78, 99, 121.

Dominancia: dominante y asertivo: ítems que suman 13, 39, 59, 73, 102,

117; restan 19, 31, 61, 71, 95, 123.

³² Hemos aplicado el BFQ, Cuestionario "Big Five", de Gian Vittorio Caprara, Claudio Barbaranelli y Laura Borgogni, TEA Ediciones S.A.

B - Afabilidad, preocupación de tipo altruista y de apoyo emocional a los demás.

Con las subescalas:

Cooperación-empatía afectivo: ítems que suman 10, 34, 48, 86, 109, 111; restan 4, 28, 64, 70, 100, 130.

Cordialidad amabilidad: ítems que suman 22, 44, 52, 88, 93, 126; restan 16, 40, 65, 74, 108, 128.

C - Tesón, propia de un comportamiento de tipo perseverante, escrupuloso y responsable. Con las subescalas:

Escrupulosidad: meticoloso, preciso: ítems que suman 8, 26, 57, 79, 106, 129; restan 2, 32, 66, 82, 110, 132.

Perseverancia: perseverante y tenaz: ítems que suman 20, 46, 49, 75, 96, 115; restan 14, 38, 54, 85, 107, 125.

D- Estabilidad emocional, rasgo de amplio espectro, con características tales como capacidad para afrontar los efectos negativos de la ansiedad, de la depresión, de la irritabilidad o de la frustración. Subescalas:

Control de las emociones: capaz de dominar sus emociones ítems que suman 9, 27, 50, 81, 89, 122; restan 3, 33, 62, 69, 98, 120.

Control de los impulsos: capaz de dominar los impulsos ítems que suman 21, 43, 58, 76, 91, 119; restan 15, 45, 63, 83, 104, 116.

E - Apertura mental, sobre todo de tipo intelectual ante nuevas ideas, valores, sentimientos e intereses. Subescalas:

Apertura a la cultura ítems que suman 5, 29, 60, 87, 105, 112; restan 11, 42, 55, 77, 90, 124.

Apertura a la experiencia: abierto a lo nuevo, ideas y valores diferentes ítems que suman 23, 41, 56, 72, 97, 118; restan 17, 35, 47, 67, 103, 131.

- Incluye una escala de Distorsión, escala tipo 'L' para medir la deseabilidad social con los ítems 6, 12, 18, 24, 30, 36, 80, 84, 92, 101, 113, 127.

Fiabilidad del cuestionario

El cuestionario completo, 132 ítems, obtiene en nuestra muestra una alta fiabilidad de ,875 Alfa de Cronbach (tabla 2.3.2.).

Tabla 2.3.2 Estadísticos de la escala y fiabilidad BFQ

Media	Varianza	Desviación típica	N de elementos	Alfa de Cronbach
427,39	930,446	30,503	132	,875

Fuente: elaboración propia

Las fiabilidades de las dimensiones y subdimensiones del BFQ obtenidas con nuestra muestra son buenas o al menos aceptables en virtud del número de elementos, entre ,858 y ,724 Alfa de Cronbach en las dimensiones con 24 elementos y entre ,781 y ,598 en las subescalas con 12 elementos (tabla 2.3.3).

Tabla 2.3.3. Estadísticos de fiabilidad dimensiones y subdimensiones del BFQ

Dimensión	Subdimensión	Alfa de Cronbach	N de elementos
Energía		,761	24
	Dinamismo	,681	12
	Dominancia	,623	12
Afabilidad		,724	24
	Cooperación	,598	12
	Cordialidad	,567	12
Tesón		,742	24
	Escrupulosidad	,714	12
	Perseverancia	,636	12
Estabilidad		,858	24
	C, emociones	,781	12
	C, impulsos	,771	12
Apertura		,754	24
	A, cultura	,659	12
	A, experiencia	,623	12

Fuente: elaboración propia

Correlaciones de la escala

Respecto a las correlaciones entre las dimensiones del BFQ observamos una correlación significativa al nivel $p < ,01$ (bilateral de Pearson) entre todas las dimensiones excepto entre tesón y estabilidad, que obtienen una correlación significativa al nivel $p < ,05$ y entre energía y estabilidad que no muestran correlación (tabla 2.3.4).

Tabla 2.3.4 Correlaciones entre las dimensiones del BFQ.

		Energía	Afabilidad	Tesón	Estabilidad	Apertura
Energía	Correlación de Pearson	1	,151	,335	,047	,357
	Sig. (bilateral)		,000	,000	,128	,000
Afabilidad	Correlación de Pearson	,151	1	,216	,123	,403
	Sig. (bilateral)	,000		,000	,000	,000
Tesón	Correlación de Pearson	,335	,216	1	,066	,345
	Sig. (bilateral)	,000	,000		,032	,000
Estabilidad	Correlación de Pearson	,047	,123	,066	1	,126
	Sig. (bilateral)	,128	,000	,032		,000
Apertura	Correlación de Pearson	,357	,403	,345	,126	1
	Sig. (bilateral)	,000	,000	,000	,000	

Fuente: elaboración propia

Diferencias entre grupos (tabla 2.3.5)

Las dimensiones y subdimensiones que discriminan, mostrando diferencias significativas entre el grupo de emprendedores-empresarios y el grupo de no emprendedores (situación laboral 2) son: dinamismo, asertividad, empatía, energía y estabilidad.

En dinamismo, asertividad, control de las emociones, apertura a la experiencia, energía y apertura, las diferencias son significativas entre los emprendedores que han cerrado y los que aún mantienen la empresa tras la crisis (continúan-cierran).

En dinamismo, asertividad, perseverancia, control de las emociones, apertura a la cultura, apertura a la experiencia, energía, estabilidad y apertura las diferencias son significativas entre emprendedores que continúan tras la crisis y el resto de la muestra (continúan-todos).

Tabla 2.3.5 Significaciones discriminativas en las dimensiones del BFQ

	Sig. Laboral2	Sig. Continúan-todos.	Sig. Continúan-cierran
BFQ ENERGÍA	,000	,000	,008
BFQ dinamismo	,002	,000	,039
BFQ asertivo	,000	,000	,013
BFQ AFABILIDAD	,099	,431	,207
BFQ empatía	,010	,577	,082
BFQ cordialidad	,697	,395	,642
BFQ TESÓN	,892	,150	,084
BFQ escrupulosidad	,781	,891	,375
BFQ perseverancia	,568	,017	,057
BFQ ESTABILIDAD	,034	,023	,096
BFQ control emociones	,009	,003	,036

BFQ control impulsos	,255	,285	,351
BFQ APERTURA	,242	,000	,000
BFQ aper. cultura	,279	,005	,017
BFQ aper. experiencia	,322	,001	,000

Fuente: elaboración propia

2.3.2.2. Escalas globales del coeficiente emprendedor

Estructura de las escalas

Con objeto de valorar de forma integral el carácter emprendedor, presentaremos tres escalas integradas, a partir de los ítems de los cuestionarios de la batería cuantitativa anexo 3, compuestas por elementos contestados en una escala tipo Likert de 1 a 5, que miden las diferentes dimensiones del coeficiente emprendedor:

- a) CE43/34; el cuestionario CE incluye 43 ítems (anexo 3 apartado 2) sobre autoeficacia, motivación de logro, adaptación e innovación, constancia en el trabajo, asumir y soportar riesgos. Tras el análisis de fiabilidad nos queda una escala con 34 ítems.
- b) CE TOTAL 94: aglutinando los ítems de las escalas de motivación, significado del trabajo, autoeficacia, motivación de logro, adaptación e innovación, proactivo, constancia en el trabajo, asumir y soportar riesgos, conformamos una escala de 133 ítems (anexo 3 apartados 2, 4 y 5). Tras el análisis de fiabilidad queda una escala con 94 ítems.
- c) CE17: tras análisis de fiabilidad y discriminación, proponemos una escala reducida de 17 ítems (seleccionados de la escala CE total 94) que valoran autoeficacia, motivación de logro, adaptación e innovación, capacidad de trabajo, constancia en el trabajo, proactividad, significado del trabajo, motivación, asumir y soportar riesgos.

Fiabilidad de las escalas (tabla 2.3.6)

- a) CE43/34: tras el análisis de fiabilidad del cuestionario CE de 43 elementos eliminamos los que presentan una correlación inferior a 0.20 resultando una escala de 34 elementos que con los datos de la muestra recogida para este estudio obtiene un Alpha de Cronbach de ,849.

- b) CE TOTAL 94: tras el análisis de fiabilidad del cuestionario de 133 ítems, resultante de aglutinar las escalas de motivación, significado del trabajo, autoeficacia, motivación de logro, adaptación e innovación, proactivo, constancia en el trabajo, asumir y soportar riesgos conformamos una escala, se eliminan los que presentan una correlación inferior a ,20, resultando una escala de 94 elementos que con los datos de la muestra recogida para este estudio obtiene un Alpha de Cronbach de ,925.
- c) CE17 esta escala reducida del coeficiente emprendedor obtiene con los datos de la muestra recogida para este estudio obtiene un Alpha de Cronbach de ,760.

Tabla 2.3.6 Estadísticos de fiabilidad escalas globales del coeficiente emprendedor

Escala	Alfa de Cronbach	N de elementos	Elementos de la escala (en anexo 3)
CE TOTAL 133	,898	133	st1 st2 st3 st4 st5 st6 st7 st8 st9 st10 st11 st12 st13 st14 st15 ce1 ce2 ce3 ce4 ce5 ce6 ce7 ce8 ce9 ce10 ce11 ce12 ce13 ce14 ce15 ce16 ce17 ce18 ce19 ce20 ce21 ce22 ce23 ce24 ce25 ce26 ce27 ce28 ce29 ce30 ce31 ce32 ce33 ce34 ce35 ce36 ce37 ce38 ce39 ce40 ce41 ce42 ce43 bfq6 bfq5 bfq1 bfq7 bfq17 bfq14 bfq9 bfq23 bfq24 bfq25 bfq20 bfq47 bfq35 bfq38 bfq46 bfq49 bfq37 bfq39 bfq31 bfq36 bfq41 bfq42 bfq44 bfq48 ce40 bfq55 bfq60 bfq66 bfq51 bfq68 bfq61 bfq53 bfq54 bfq56 bfq105 bfq118 bfq100 bfq109 bfq103 bfq131 bfq125 bfq115 bfq107 bfq121 bfq117 bfq123 bfq114 bfq102 bfq129 bfq120 bfq61 bfq68 bfq66 bfq72 bfq86 bfq78 bfq75 bfq96 bfq99 bfq85 bfq82 bfq94 seguridad15 subsiste economic reconoci logro poder independ afiliaci
CE TOTAL 94	,925	94	Eliminando: st4 st7 ce16 ce27 bfq109 bfq41 bfq36 bfq9 bfq103 seguridad15 subsiste menores de 0.1 lc1b lc3b ce34 ce42 bfq6 bfq107 bfq100 st10 bfq125 ce43 lc10b bfq5 bfq47 bfq35 bfq86 bfq44 bfq55 bfq120 bfq72 bfq105 st9 lc4b lc2b lc13b lc13b ce4 ce11 ce33 ce36 bfq42 ce6 economic st4horario st7estabilidadinverso
CE43	,803	43	ce1 ce2 ce3 ce4 ce5 ce6 ce7 ce8 ce9 ce10 ce11 ce12 ce13 ce14 ce15 ce16 ce17 ce18 ce19 ce20 ce21 ce22 ce23 ce24 ce25 ce26 ce27 ce28 ce29 ce30 ce31 ce32 ce33 ce34 ce35 ce36 ce37 ce38 ce39 ce40 ce41 ce42 ce43
CE43/34	,849	34	Eliminando: ce43 ce27 ce16 ce42 ce11 ce4 ce33 ce34 ce36
CE17	,753	17	ce21,ce30,ce15, ce19, ce9, ce5,ce32,bfq115,ce23, bfq24,bfq25,bfq102,bfq19,bfq119,independ,logro,st14

Fuente: elaboración propia

Diferencias entre grupos (tablas 2.3.7, 2.3.8, 2.3.9, 2.3.10 y 2.3.11)

Las tres escalas, CE43/34, CE TOTAL 94, CE19, discriminan mostrando diferencias significativas entre el grupo de emprendedores-empresarios y el grupo de no emprendedores (situación laboral 2), las diferencias también son significativas entre los

cuatro grupos laborales de emprendedores, trabajadores de empresa privada, de empresa pública y estudiante-desempleado (situación laboral 4) y entre los emprendedores que han cerrado y los que aún mantienen la empresa tras la crisis (continúan-cierran) y entre emprendedores que continúan tras la crisis y el resto de la muestra (continúan todos).

Tabla 2.3.7 Significaciones discriminativas en las escalas globales del coeficiente emprendedor

	Sig. Laboral2	Sig. Laboral4	Sig. Continúan-todos	Sig. Continúan-cierran
CE432	,000	,000	,000	,000
CE94	,000	,000	,000	,000
CE17	,000	,000	,000	,001

Fuente: elaboración propia

A continuación transcribimos las tablas ANOVA en las que consta el grado de significación de las diferencias entre medias de las escalas derivadas del cuestionario cuantitativo en laboral 2, entre emprendedores y no emprendedores, tabla 2.3.8; laboral 4, entre emprendedores, trabajadores de empresa privada, de empresa pública y estudiante-desempleado, tabla 2.3.9; entre emprendedores que continúan y el resto de los sujetos, tabla 2.3.10; y entre emprendedores que continúan y los que cierran, tabla 2.3.11.

Tabla 2.3.8 ANOVA, laboral2 (emprendedores y no emprendedores) con escalas de coeficiente emprendedor

		Suma de cuadrados	Gl.	Media cuadrática	F	Sig.
Motivaciones	Inter-grupos	6,690	1	6,690	14,375	,000
	Intra-grupos	332,285	714	,465		
	Total	338,975	715			
Motivación emprendedora	Inter-grupos	35,463	1	35,463	70,169	,000
	Intra-grupos	360,853	714	,505		
	Total	396,316	715			
LCI	Inter-grupos	1,941	1	1,941	39,719	,000
	Intra-grupos	51,811	1060	,049		
	Total	53,753	1061			
St.	Inter-grupos	1,227	1	1,227	6,355	,012
	Intra-grupos	204,208	1058	,193		
	Total	205,434	1059			
St2	Inter-grupos	1,125	1	1,125	5,709	,017
	Intra-grupos	208,466	1058	,197		
	Total	209,590	1059			
St16	Inter-grupos	1,153	1	1,153	6,209	,013
	Intra-grupos	196,438	1058	,186		
	Total	197,591	1059			
St. emprendedor	Inter-grupos	4,385	1	4,385	19,172	,000
	Intra-grupos	241,960	1058	,229		
	Total	246,345	1059			

Autoeficacia	Inter-grupos	3,100	1	3,100	11,981	,001
	Intra-grupos	275,779	1066	,259		
	Total	278,879	1067			
Adaptación	Inter-grupos	,130	1	,130	1,736	,188
	Intra-grupos	79,478	1065	,075		
	Total	79,608	1066			
Adaptación 2	Inter-grupos	,049	1	,049	,549	,459
	Intra-grupos	94,281	1065	,089		
	Total	94,330	1066			
Adaptación 3	Inter-grupos	,316	1	,316	2,502	,114
	Intra-grupos	134,617	1065	,126		
	Total	134,933	1066			
Adaptación 4	Inter-grupos	2,042	1	2,042	10,951	,001
	Intra-grupos	198,573	1065	,186		
	Total	200,615	1066			
Innovación	Inter-grupos	,043	1	,043	,204	,651
	Intra-grupos	223,793	1065	,210		
	Total	223,836	1066			
Innovación 3	Inter-grupos	,385	1	,385	1,547	,214
	Intra-grupos	265,203	1065	,249		
	Total	265,589	1066			
Proactivo	Inter-grupos	2,602	1	2,602	20,079	,000
	Intra-grupos	137,989	1065	,130		
	Total	140,591	1066			
Proactivo 2	Inter-grupos	3,854	1	3,854	27,191	,000
	Intra-grupos	150,946	1065	,142		
	Total	154,799	1066			
Const. trabajo	Inter-grupos	,995	1	,995	6,205	,013
	Intra-grupos	170,824	1065	,160		
	Total	171,820	1066			
Const. trabajo 3	Inter-grupos	1,571	1	1,571	7,811	,005
	Intra-grupos	214,219	1065	,201		
	Total	215,790	1066			
Asu. y sop. riesgo	Inter-grupos	2,260	1	2,260	13,902	,000
	Intra-grupos	173,126	1065	,163		
	Total	175,386	1066			
Sop. riesgo2	Inter-grupos	3,057	1	3,057	13,152	,000
	Intra-grupos	247,560	1065	,232		
	Total	250,618	1066			
Sop. riesgo	Inter-grupos	3,057	1	3,057	13,152	,000
	Intra-grupos	247,560	1065	,232		
	Total	250,618	1066			
Asu. riesgo	Inter-grupos	3,470	1	3,470	17,913	,000
	Intra-grupos	206,297	1065	,194		
	Total	209,767	1066			
Asu. y sop. riesgo-adap.	Inter-grupos	,070	1	,070	1,041	,308
	Intra-grupos	71,497	1065	,067		
	Total	71,567	1066			

Asu. y sop. riesgo-adap. 2	Inter-grupos	,250	1	,250	3,010	,083
	Intra-grupos	88,302	1065	,083		
	Total	88,552	1066			
Asu y sop riesgo-adap 3	Inter-grupos	,916	1	,916	8,541	,004
	Intra-grupos	114,219	1065	,107		
	Total	115,135	1066			
Asu. riesgo-adap.	Inter-grupos	3,053	1	3,053	18,280	,000
	Intra-grupos	177,867	1065	,167		
	Total	180,920	1066			
Asu. riesgo-adap16	Inter-grupos	1,827	1	1,827	12,674	,000
	Intra-grupos	153,566	1065	,144		
	Total	155,393	1066			
Ce93	Inter-grupos	3,026	1	3,026	28,995	,000
	Intra-grupos	111,259	1066	,104		
	Total	114,285	1067			
Ce43	Inter-grupos	2,563	1	2,563	26,489	,000
	Intra-grupos	103,150	1066	,097		
	Total	105,713	1067			
Ce34	Inter-grupos	4,560	1	4,560	35,908	,000
	Intra-grupos	135,361	1066	,127		
	Total	139,920	1067			
Ce17 ítems	Inter-grupos	27,672	1	27,672	180,018	,000
	Intra-grupos	163,708	1065	,154		
	Total	191,380	1066			
Apoyo red social	Inter-grupos	9,403	1	9,403	26,835	,000
	Intra-grupos	244,921	699	,350		
	Total	254,324	700			
Familiares y amigos	Inter-grupos	1,370	1	1,370	19,728	,000
	Intra-grupos	49,508	713	,069		
	Total	50,878	714			
Experiencia y aquí. comp.	Inter-grupos	,902	1	,902	5,303	,022
	Intra-grupos	121,494	714	,170		
	Total	122,396	715			

Fuente: elaboración propia

Tabla 2.3.9 ANOVA, laboral 4, emprendedores, trabajadores de empresa privada, de empresa pública y estudiante-desempleado con escalas de coeficiente emprendedor

		Suma de cuadrados	Gl.	Media cuadrática	F	Sig.
Motivaciones	Inter-grupos	7,325	3	2,442	5,240	,001
	Intra-grupos	332,278	713	,466		
	Total	339,603	716			
Motivación emprendedora	Inter-grupos	38,369	3	12,790	25,471	,000
	Intra-grupos	358,018	713	,502		
	Total	396,386	716			
LCI	Inter-grupos	2,186	3	,729	14,945	,000
	Intra-grupos	51,639	1059	,049		
	Total	53,825	1062			
St.	Inter-grupos	3,104	3	1,035	5,403	,001

	Intra-grupos	202,389	1057	,191		
	Total	205,492	1060			
St2	Inter-grupos	2,654	3	,885	4,516	,004
	Intra-grupos	207,046	1057	,196		
	Total	209,700	1060			
Totalst16	Inter-grupos	2,750	3	,917	4,971	,002
	Intra-grupos	194,932	1057	,184		
	Total	197,682	1060			
St. Emprendedor	Inter-grupos	6,776	3	2,259	9,965	,000
	Intra-grupos	239,571	1057	,227		
	Total	246,347	1060			
Autoeficacia	Inter-grupos	3,600	3	1,200	4,641	,003
	Intra-grupos	275,310	1065	,259		
	Total	278,910	1068			
Adaptación	Inter-grupos	1,652	3	,551	7,511	,000
	Intra-grupos	78,001	1064	,073		
	Total	79,653	1067			
Adaptación 2	Inter-grupos	1,500	3	,500	5,730	,001
	Intra-grupos	92,860	1064	,087		
	Total	94,360	1067			
Adaptación 3	Inter-grupos	1,882	3	,627	5,013	,002
	Intra-grupos	133,112	1064	,125		
	Total	134,994	1067			
Adaptación 4	Inter-grupos	3,504	3	1,168	6,303	,000
	Intra-grupos	197,194	1064	,185		
	Total	200,698	1067			
Innovación	Inter-grupos	,917	3	,306	1,449	,227
	Intra-grupos	224,475	1064	,211		
	Total	225,392	1067			
Innovación 3	Inter-grupos	,846	3	,282	1,128	,337
	Intra-grupos	265,920	1064	,250		
	Total	266,765	1067			
Proactivo	Inter-grupos	3,730	3	1,243	9,636	,000
	Intra-grupos	137,301	1064	,129		
	Total	141,032	1067			
Proactivo 2	Inter-grupos	5,025	3	1,675	11,860	,000
	Intra-grupos	150,283	1064	,141		
	Total	155,308	1067			
Const. trabajo	Inter-grupos	3,206	3	1,069	6,732	,000
	Intra-grupos	168,892	1064	,159		
	Total	172,098	1067			
Const. trabajo 3	Inter-grupos	3,296	3	1,099	5,493	,001
	Intra-grupos	212,793	1064	,200		
	Total	216,089	1067			
Asu. y sop. riesgo	Inter-grupos	2,515	3	,838	5,160	,002
	Intra-grupos	172,874	1064	,162		
	Total	175,389	1067			
Sop. riesgo 2	Inter-grupos	4,398	3	1,466	6,332	,000

	Intra-grupos	246,324	1064	,232		
	Total	250,722	1067			
Sop. riesgo	Inter-grupos	4,398	3	1,466	6,332	,000
	Intra-grupos	246,324	1064	,232		
	Total	250,722	1067			
Asu. riesgo	Inter-grupos	4,958	3	1,653	8,584	,000
	Intra-grupos	204,861	1064	,193		
	Total	209,819	1067			
Asu. y sop. riesgo-adap.	Inter-grupos	,596	3	,199	2,977	,031
	Intra-grupos	71,049	1064	,067		
	Total	71,646	1067			
Asu. y sop. riesgo-adap. 2	Inter-grupos	,674	3	,225	2,718	,043
	Intra-grupos	87,941	1064	,083		
	Total	88,615	1067			
Asu. y sop. riesgo-adap. 3	Inter-grupos	1,869	3	,623	5,845	,001
	Intra-grupos	113,410	1064	,107		
	Total	115,279	1067			
Asu. riesgo-adap.	Inter-grupos	4,034	3	1,345	8,085	,000
	Intra-grupos	176,963	1064	,166		
	Total	180,998	1067			
Asu. riesgo-adap. 16	Inter-grupos	3,136	3	1,045	7,303	,000
	Intra-grupos	152,294	1064	,143		
	Total	155,430	1067			
Ce93	Inter-grupos	4,461	3	1,487	14,417	,000
	Intra-grupos	109,852	1065	,103		
	Total	114,313	1068			
Ce43	Inter-grupos	2,791	3	,930	9,627	,000
	Intra-grupos	102,936	1065	,097		
	Total	105,728	1068			
Ce432	Inter-grupos	4,744	3	1,581	12,458	,000
	Intra-grupos	135,179	1065	,127		
	Total	139,922	1068			
Total CE17 ítems	Inter-grupos	27,917	3	9,306	60,513	,000
	Intra-grupos	163,619	1064	,154		
	Total	191,536	1067			
Apoyo red social	Inter-grupos	9,357	3	3,119	8,886	,000
	Intra-grupos	244,994	698	,351		
	Total	254,351	701			
Familiares y amigos	Inter-grupos	2,383	3	,794	11,634	,000
	Intra-grupos	48,611	712	,068		
	Total	50,994	715			
Experiencia y adqui. comp.	Inter-grupos	1,898	3	,633	3,742	,011
	Intra-grupos	120,582	713	,169		
	Total	122,481	716			

Fuente: elaboración propia

Tabla 2.3.10 ANOVA, emprendedores que continúan/todos los sujetos con escalas de coeficiente emprendedor

	Suma de cuadrados	Gl.	Media cuadrática	F	Sig.
--	-------------------	-----	------------------	---	------

Motivaciones	Inter-grupos	,784	1	,784	1,658	,198
	Intra-grupos	338,991	717	,473		
	Total	339,775	718			
Motivación emprendedora	Inter-grupos	9,455	1	9,455	17,509	,000
	Intra-grupos	387,167	717	,540		
	Total	396,622	718			
LCI	Inter-grupos	1,674	1	1,674	34,024	,000
	Intra-grupos	52,489	1067	,049		
	Total	54,162	1068			
St	Inter-grupos	,354	1	,354	1,837	,176
	Intra-grupos	205,485	1065	,193		
	Total	205,839	1066			
St2	Inter-grupos	,284	1	,284	1,440	,230
	Intra-grupos	209,742	1065	,197		
	Total	210,025	1066			
St16	Inter-grupos	,306	1	,306	1,647	,200
	Intra-grupos	197,690	1065	,186		
	Total	197,996	1066			
St emprendedor	Inter-grupos	1,899	1	1,899	8,264	,004
	Intra-grupos	244,750	1065	,230		
	Total	246,649	1066			
Autoeficacia	Inter-grupos	5,183	1	5,183	20,042	,000
	Intra-grupos	277,473	1073	,259		
	Total	282,656	1074			
Adaptación	Inter-grupos	,575	1	,575	7,760	,005
	Intra-grupos	79,467	1072	,074		
	Total	80,042	1073			
Adaptación 2	Inter-grupos	1,029	1	1,029	11,751	,001
	Intra-grupos	93,917	1072	,088		
	Total	94,946	1073			
Adaptación 3	Inter-grupos	2,924	1	2,924	23,586	,000
	Intra-grupos	132,906	1072	,124		
	Total	135,830	1073			
Adaptación 4	Inter-grupos	3,088	1	3,088	16,277	,000
	Intra-grupos	203,371	1072	,190		
	Total	206,459	1073			
Innovación	Inter-grupos	4,556	1	4,556	22,088	,000
	Intra-grupos	221,106	1072	,206		
	Total	225,661	1073			
Innovación 3	Inter-grupos	5,538	1	5,538	22,712	,000
	Intra-grupos	261,380	1072	,244		
	Total	266,918	1073			
Proactivo	Inter-grupos	2,590	1	2,590	19,981	,000
	Intra-grupos	138,967	1072	,130		
	Total	141,557	1073			
Proactivo2	Inter-grupos	4,270	1	4,270	30,242	,000
	Intra-grupos	151,376	1072	,141		
	Total	155,647	1073			

Const. trabajo	Inter-grupos	1,637	1	1,637	10,252	,001
	Intra-grupos	171,157	1072	,160		
	Total	172,794	1073			
Const. trabajo3	Inter-grupos	3,525	1	3,525	17,699	,000
	Intra-grupos	213,520	1072	,199		
	Total	217,046	1073			
Asu. y Sop. Riesgo	Inter-grupos	3,164	1	3,164	19,610	,000
	Intra-grupos	172,957	1072	,161		
	Total	176,121	1073			
Sop. riesgo2	Inter-grupos	3,600	1	3,600	15,558	,000
	Intra-grupos	248,069	1072	,231		
	Total	251,670	1073			
Sop. riesgo	Inter-grupos	3,600	1	3,600	15,558	,000
	Intra-grupos	248,069	1072	,231		
	Total	251,670	1073			
Asu. riesgo	Inter-grupos	4,817	1	4,817	25,012	,000
	Intra-grupos	206,456	1072	,193		
	Total	211,273	1073			
Asu. y sop. riesgo-adap.	Inter-grupos	1,178	1	1,178	17,814	,000
	Intra-grupos	70,905	1072	,066		
	Total	72,083	1073			
Asu. y sop. riesgo-adap. 2	Inter-grupos	2,002	1	2,002	24,600	,000
	Intra-grupos	87,223	1072	,081		
	Total	89,225	1073			
Asu. y sop. riesgo-adap. 3	Inter-grupos	2,990	1	2,990	28,289	,000
	Intra-grupos	113,304	1072	,106		
	Total	116,294	1073			
Asu riesgo-adap.	Inter-grupos	4,828	1	4,828	29,228	,000
	Intra-grupos	177,088	1072	,165		
	Total	181,916	1073			
Asu. riesgo-adap.16	Inter-grupos	4,029	1	4,029	28,348	,000
	Intra-grupos	152,367	1072	,142		
	Total	156,396	1073			
Ce93	Inter-grupos	3,396	1	3,396	32,676	,000
	Intra-grupos	111,522	1073	,104		
	Total	114,918	1074			
Ce43	Inter-grupos	3,097	1	3,097	32,025	,000
	Intra-grupos	103,756	1073	,097		
	Total	106,853	1074			
Ce432	Inter-grupos	4,777	1	4,777	37,500	,000
	Intra-grupos	136,693	1073	,127		
	Total	141,470	1074			
CE17 ítems	Inter-grupos	12,775	1	12,775	76,019	,000
	Intra-grupos	180,146	1072	,168		
	Total	192,921	1073			
Apoyo red social	Inter-grupos	1,496	1	1,496	4,150	,042
	Intra-grupos	253,047	702	,360		
	Total	254,543	703			

Familiares y amigos	Inter-grupos	,099	1	,099	1,388	,239
	Intra-grupos	50,904	716	,071		
	Total	51,003	717			
Experiencia y adqui. comp.	Inter-grupos	,720	1	,720	4,225	,040
	Intra-grupos	122,264	717	,171		
	Total	122,984	718			

Fuente: elaboración propia

Tabla 2.3.11. ANOVA emprendedores que continúan/cierran con escalas de coeficiente emprendedor

		Suma de cuadrados	Gl	Media cuadrática	F	Sig.
Motivaciones	Inter-grupos	,092	1	,092	,215	,644
	Intra-grupos	78,352	182	,431		
	Total	78,445	183			
Motivación emprendedora	Inter-grupos	,079	1	,079	,203	,653
	Intra-grupos	70,956	182	,390		
	Total	71,035	183			
LCI	Inter-grupos	,048	1	,048	1,362	,245
	Intra-grupos	6,679	190	,035		
	Total	6,727	191			
St	Inter-grupos	,780	1	,780	4,572	,034
	Intra-grupos	32,739	192	,171		
	Total	33,519	193			
St2	Inter-grupos	,645	1	,645	3,701	,056
	Intra-grupos	33,441	192	,174		
	Total	34,085	193			
St16	Inter-grupos	,659	1	,659	4,025	,046
	Intra-grupos	31,438	192	,164		
	Total	32,097	193			
St. Emprendedor	Inter-grupos	1,447	1	1,447	8,603	,004
	Intra-grupos	32,291	192	,168		
	Total	33,738	193			
Autoeficacia g.	Inter-grupos	2,599	1	2,599	13,470	,000
	Intra-grupos	37,046	192	,193		
	Total	39,645	193			
Adaptación	Inter-grupos	1,151	1	1,151	18,459	,000
	Intra-grupos	11,974	192	,062		
	Total	13,125	193			
Adaptación 2	Inter-grupos	1,456	1	1,456	20,587	,000
	Intra-grupos	13,576	192	,071		
	Total	15,032	193			
Adaptación 3	Inter-grupos	2,748	1	2,748	26,233	,000
	Intra-grupos	20,114	192	,105		
	Total	22,862	193			
Adaptación 4	Inter-grupos	1,126	1	1,126	8,304	,004
	Intra-grupos	26,033	192	,136		
	Total	27,159	193			
Innovación	Inter-grupos	6,747	1	6,747	45,277	,000
	Intra-grupos	28,612	192	,149		
	Total	35,359	193			

Innovacion3	Inter-grupos	7,212	1	7,212	39,732	,000
	Intra-grupos	34,852	192	,182		
	Total	42,064	193			
Proactivo	Inter-grupos	,853	1	,853	6,968	,009
	Intra-grupos	23,491	192	,122		
	Total	24,344	193			
Proactivo2	Inter-grupos	1,178	1	1,178	8,472	,004
	Intra-grupos	26,693	192	,139		
	Total	27,871	193			
Const. trabajo	Inter-grupos	,759	1	,759	5,023	,026
	Intra-grupos	29,009	192	,151		
	Total	29,768	193			
Const. trabajo3	Inter-grupos	1,537	1	1,537	8,081	,005
	Intra-grupos	36,511	192	,190		
	Total	38,048	193			
Asu. y sop. riesgo	Inter-grupos	1,542	1	1,542	10,308	,002
	Intra-grupos	28,724	192	,150		
	Total	30,266	193			
Sop. riesgo2	Inter-grupos	1,778	1	1,778	8,335	,004
	Intra-grupos	40,951	192	,213		
	Total	42,729	193			
Sop. riesgo	Inter-grupos	1,778	1	1,778	8,335	,004
	Intra-grupos	40,951	192	,213		
	Total	42,729	193			
Asu. riesgo	Inter-grupos	1,433	1	1,433	8,955	,003
	Intra-grupos	30,729	192	,160		
	Total	32,162	193			
Asu. y sop. riesgo-adap.	Inter-grupos	1,309	1	1,309	23,997	,000
	Intra-grupos	10,476	192	,055		
	Total	11,786	193			
Asu. y sop. riesgo-adap. 2	Inter-grupos	1,832	1	1,832	27,807	,000
	Intra-grupos	12,650	192	,066		
	Total	14,482	193			
Asu. y sop. riesgo-adap. 3	Inter-grupos	2,029	1	2,029	24,527	,000
	Intra-grupos	15,883	192	,083		
	Total	17,912	193			
Asu riesgo-adap.	Inter-grupos	2,274	1	2,274	16,883	,000
	Intra-grupos	25,866	192	,135		
	Total	28,141	193			
Asu riesgo-adap16	Inter-grupos	2,740	1	2,740	24,562	,000
	Intra-grupos	21,422	192	,112		
	Total	24,162	193			
Ce93	Inter-grupos	1,335	1	1,335	14,385	,000
	Intra-grupos	17,812	192	,093		
	Total	19,147	193			
Ce43	Inter-grupos	1,182	1	1,182	14,618	,000
	Intra-grupos	15,522	192	,081		
	Total	16,704	193			

Ce432	Inter-grupos	1,402	1	1,402	13,397	,000
	Intra-grupos	20,090	192	,105		
	Total	21,491	193			
CE17 ítems	Inter-grupos	1,568	1	1,568	10,973	,001
	Intra-grupos	27,441	192	,143		
	Total	29,009	193			
Apoyo red social	Inter-grupos	,685	1	,685	1,762	,186
	Intra-grupos	68,454	176	,389		
	Total	69,139	177			
Familiares y amigos	Inter-grupos	,048	1	,048	,699	,404
	Intra-grupos	12,392	182	,068		
	Total	12,439	183			
Experiencia y adqui. comp.	Inter-grupos	,175	1	,175	1,722	,191
	Intra-grupos	18,770	185	,101		
	Total	18,945	186			

Fuente: elaboración propia

2.3.2.3. Escala de autoeficacia general (A.G.)

Estructura de la escala

Utilizamos la adaptación para población española de Schwarzer y Baessler (1996) de la escala de Autoeficacia general compuesta por 10 ítems, cuyos datos psicométricos han sido estudiados por Suárez, García y Moreno (2000). Estos 10 ítems los incluimos en el apartado 2 de la escala de CE de la batería de cuestionarios cuantitativos (anexo 3). La escala mide la creencia estable de las personas sobre su capacidad para manejar adecuadamente una amplia gama de estresores de la vida.

Fiabilidad de la escala

La escala obtiene, con los datos de la muestra recogida para este estudio un Alpha de Cronbach de ,816, por tanto podemos hablar de un alto nivel de consistencia interna (tabla 2.3.12).

Tabla 2.3.12 Fiabilidad y elementos de las escalas de adaptación autoeficacia

Escala	Alfa de Cronbach	N de elementos	Elementos de la escala
Autoeficacia	,816	10	ce3 ce7 ce10 ce14 ce17 ce21 ce26 ce30 ce35 ce39

Fuente: elaboración propia

Diferencias entre grupos (tablas 2.2.13, 2.2.8, 2.2.9, 2.2.10 y 2.2.11).

La escala discrimina mostrando diferencias significativas entre el grupo de emprendedores-empresarios y el grupo de no emprendedores (situación laboral 2). Las diferencias también son significativas entre los cuatro grupos laborales de emprendedores, trabajadores de empresa privada, de empresa pública y estudiante-desempleado (situación laboral 4), así como entre los emprendedores que continúan tras la crisis y el resto de la muestra y entre los emprendedores que han cerrado y los que aún mantienen la empresa tras la crisis (continúan-cierran).

Tabla 2.3.13 Significaciones discriminativas en la escala de autoeficacia.

	Sig Laboral2	Sig. laboral4	Sig. Continúan-cierran	Sig. Continúan-todos
Autoeficacia	,001	,003	,000	,000

Fuente: elaboración propia

2.3.2.4. Escala de significado del trabajo

Estructura de la escala

La escala, de elaboración propia, está compuesta por 15 ítems, en el apartado 4 de la batería de cuestionarios cuantitativos (anexo 3). Se le pide al sujeto que señale la importancia que tienen las siguientes características del trabajo, y se le ofrece un listado con 15 ítems para que valore sobre una escala tipo Likert, de 1 ninguna importancia a 5 máxima importancia, a:

- ST.1. Oportunidades para aprender nuevas cosas.
- ST.2. Buenas relaciones interpersonales (con supervisores y compañeros).
- ST.3. Buenas oportunidades de ascenso o promoción.
- ST.4. Horario adecuado.
- ST.5. Mucha variedad.
- ST.6. Realizar un trabajo interesante (que le guste).
- ST.7. Buena estabilidad en el empleo.
- ST.8. Un buen ajuste entre las exigencias del trabajo y tu preparación y experiencia.
- ST.9. Buen sueldo.
- ST.10. Buenas condiciones físicas de trabajo (temperatura, limpieza, poco ruido).
- ST.11. Autonomía (decidir cómo hacer su trabajo).
- ST.12. Posibilidades de fijarse constantemente nuevos retos y superarse a sí mismo para alcanzarlos.
- ST.13. Poder (dirigir y tener influencia sobre los demás).
- ST.14. Posibilidades de innovar (hacer cosas nuevas).
- ST.15. Reconocimiento (conseguir prestigio social y la admiración de los demás).

Además en el cuestionario se pregunta “¿Hasta qué punto es importante y significativo el trabajo en su vida?” y el sujeto puntúa en una escala de 1, menos importante, a 7, más importante; este ítem se ha recodificado en escala de 1 a 5, le hemos denominado stvida1/5 y se ha integrado en las escalas significado del trabajo 16 y significado del trabajo emprendedor.

Acorde con los estudios previos sobre el carácter emprendedor, y los análisis de discriminación, hemos calculado la escala de significado del trabajo emprendedor ponderando al doble el valor de st1 aprender, st11 autonomía, st12 nuevos retos y st14 innovar, y eliminando st4 horario y st7estabilidad. Probamos a incorporar estos dos elementos, st4 horario y st7estabilidad, como inversas, pero no se obtiene una correlación elemento-total corregida positiva.

Fiabilidad de la escala

La escala de significado del trabajo con 15 ítems obtiene, con los datos de la muestra recogida para este estudio, un Alfa de Cronbach de ,796; de ,791 la escala con 16 ítems; y ,788 en la escala de significado del trabajo emprendedor de 14 elementos, por tanto podemos hablar de un alto nivel de consistencia interna (tabla 2.3.14).

Tabla 2.3.14 Fiabilidad y elementos de las escalas de adaptación

Escala	Alfa de Cronbach	N de elementos	Elementos de la escala
Significado del trabajo	,796	15	st1 st2 st3 st4 st5 st6 st7 st8 st9 st10 st11 st12 st13 st14 st15
Significado del trabajo 16	,791	16	stvida1/5 st1 st2 st3 st4 st5 st6 st7 st8 st9 st10 st11 st12 st13 st14 st15
Significado del trabajo emprendedor	,788	14	st1,st1,st2,st3,st5,st6,st8,st9,st10,st11,s t11,st12,st12,st13,st14,st14,st15, stvida1a5

Fuente: elaboración propia

Diferencias entre grupos (tablas 2.3.15, 2.3.8, 2.3.9, 2.3.10 y 2.3.11)

La escala significado del trabajo de 16 ítems discrimina mostrando diferencias significativas entre el grupo de emprendedores-empresarios y el grupo de no emprendedores (situación laboral 2). Las diferencias también son significativas entre los cuatro grupos laborales de emprendedores, trabajadores de empresa privada, de empresa pública y estudiante-desempleado (situación laboral 4) y entre los emprendedores que han cerrado y los que aún mantienen la empresa tras la crisis (continúan-cierran).

Sin embargo las diferencias no son significativas entre emprendedores que continúan tras la crisis y el resto de la muestra (continúan / todos).

La escala de significado del trabajo 15 ítems (ST2), discrimina mostrando diferencias significativas entre el grupo de emprendedores-empresarios y el grupo de no emprendedores (situación laboral 2); las diferencias también son significativas entre los cuatro grupos laborales de emprendedores: trabajadores de empresa privada, de empresa pública y estudiante-desempleado (situación laboral 4).

Sin embargo las diferencias no son significativas entre emprendedores que continúan tras la crisis y el resto de la muestra (continúan-todos), ni entre los emprendedores que han cerrado y los que aún mantienen la empresa tras la crisis (continúan-cierran).

La escala de significado del trabajo emprendedor discrimina en todos los grupos.

Tabla 2.3.15. Significaciones discriminativas en la escala de significado del trabajo.

	Sig Laboral2	Sig. laboral4	Sig Continúan-cierran	Sig. continúan-todos
Significado del trabajo	,017	,004	,056	,230
Significado del trabajo 16	,013	,002	,046	,200
Significado del trabajo emprendedor	,000	,000	,004	,004

Fuente: elaboración propia

2.3.2.5. Escala de locus de control interno (LCI)

Estructura de la escala

La escala está compuesta por 13 ítems, apartado 3 de la batería de cuestionarios cuantitativos (anexo 3), ya que hemos seleccionado los que pertenecen al factor general y al factor de rendimiento de la escala original de Rotter (1996):

- a) Factor General: relacionado con el grado de control percibido por el sujeto en situaciones de la vida en general, o sobre planes y resultados a largo plazo.
- b) Factor de Rendimiento: relacionado con el control percibido en situaciones de logro académico o laboral.

Fiabilidad de la escala

La escala obtiene con los datos de nuestra muestra un Alpha de Cronbach de ,737, por tanto podemos hablar de un alto nivel de consistencia interna (tabla 2.3.16).

Tabla 2.3.16 Fiabilidad y elementos de la escala de locus de control interno

Escala	Alfa de Cronbach	N de elementos	Elementos de la escala
LCI	,737	13	lc1b lc2b lc3b lc4b lc5b lc6b lc7b lc8b lc9b lc10b lc11b lc12b lc13b

Fuente: elaboración propia

Diferencias entre grupos (tablas 2.3.17, 2.3.8, 2.3.9, 2.3.10 y 2.3.11)

La escala discrimina mostrando diferencias significativas entre el grupo de emprendedores-empresarios y el grupo de no emprendedores (situación laboral 2); las diferencias también son significativas entre los cuatro grupos laborales de emprendedores, trabajadores de empresa privada, de empresa pública y estudiante-desempleado (situación laboral 4), así como entre los emprendedores que continúan tras la crisis y el resto de la muestra (continúan-todos).

Sin embargo, las diferencias no son significativas entre los emprendedores que han cerrado y los que aún mantienen la empresa tras la crisis (continúan-cierran).

Tabla 2.3.17 Significaciones discriminativas en la escala de locus de control interno

	Sig Laboral2	Sig. laboral4	Sig. Continúan-cierran	Sig. continúan-todos
LCI	,000	,000	,245	,000

Fuente: elaboración propia

2.3.2.6. Escala de motivación de logro

Estructura de la escala

La escala está compuesta por 12 ítems de la escala original de Ray (1979), adaptada por Heaven (1990). Las 12 preguntas se incluyen en el apartado 2, escala CE, de la batería de cuestionarios cuantitativos (anexo 3).

Fiabilidad de la escala

La escala obtiene, con los datos de la muestra recogida en nuestro estudio, un Alfa de Cronbach de ,636, eliminando el ítem ce8 que obtiene una correlación elemento-total corregida de 0.176 (límite inferior al establecido por Cattell et al., 1982 de 0.20), un Alfa de Cronbach de ,638, por tanto podemos hablar de un aceptable nivel de consistencia interna (tabla 2.3.18).

Tabla 2.3.18 Fiabilidad y elementos de la escala motivación de logro

Escala	Alfa de Cronbach	N de elementos	Elementos de la escala
Motiv. Logro	,636	12	ce1 ce2 ce6 ce25 ce13 ce33 ce8 ce12 ce15 ce19 ce29 ce37
Motiv. Logro2	,638	11	ce1 ce2 ce6 ce25 ce13 ce33 ce12 ce15 ce19 ce29 ce37

Fuente: elaboración propia

Diferencias entre grupos (tablas 2.3.19, 2.3.8, 2.3.9, 2.3.10 y 2.3.11)

La escala discrimina mostrando diferencias significativas entre el grupo de emprendedores-empresarios y el grupo de no emprendedores (situación laboral 2); las diferencias también son significativas entre los cuatro grupos laborales de emprendedores, trabajadores de empresa privada, de empresa pública y estudiante-desempleado (situación laboral 4), así como entre los emprendedores que continúan tras la crisis y el resto de la muestra (continúan-todos) y entre los emprendedores que han cerrado y los que mantienen la empresa tras la crisis (continúan-cierran).

Tabla 2.3.19 Significaciones discriminativas en las escalas de motivación de logro

	Sig Laboral2	Sig. Laboral4	Sig. Continúan-cierran	Sig. Continúan-todos
Motivación logro	,000	,000	,000	,017
Motivación logro 2	,000	,000	,000	,021

Fuente: elaboración propia

2.3.2.7. Escala de capacidad de adaptación

Estructura de la escala

La escala inicialmente consta de 7 ítems, de elaboración propia, sobre capacidad de adaptación e innovación (incluidos en el apartado 2, escala CE, de la batería de cuestionarios cuantitativos, (anexo 3), más 27 ítems del BFQ (apartado 5 de la batería de cuestionarios cuantitativos, anexo 3), que miden apertura mental, creatividad e innovación. Todos contestados en una escala tipo Likert de 1 a 5. Tras el análisis de fiabilidad (consistencia interna) obtenemos una escala, que llamamos adaptación 3, de 20 ítems y la escala adaptación4 solo con los siete ítems de elaboración propia.

Fiabilidad de la escala

Tras el análisis de fiabilidad de la escala de 34 elementos, eliminamos primero los ítems que obtiene una correlación elemento-total corregida negativa y después los que presentan una correlación inferior a ,20 (límite establecido por Cattell et al., 1982),

La escala adaptación 3, de 20 ítems obtiene, con los datos de la muestra recogida para este estudio, un Alpha de Cronbach de ,762, y en la escala adaptación 4 con 7 ítems, obtiene un Alpha de Cronbach de ,672, por tanto podemos hablar de un alto nivel de consistencia interna (tabla 2.3.20).

Tabla 2.3.20. Fiabilidad y elementos de las escalas de adaptación

Escala	Alfa de Cronbach	N de elementos	Elementos de la escala
Adaptación	,687	34	ce9 ce5 ce24 ce11 ce31 ce34 ce40 ce43 ce27 ce38 ce22 ce4 bfq6 bfq5 bfq47 bfq55 bfq105 bfq60 bfq118 bfq17 bfq23 bfq41 bfq42 bfq44 bfq48 bfq72 bfq86 bfq100 bfq109 bfq103 bfq118 bfq131 bfq36 bfq56
Adaptación 3	,762	20	eliminando: ce27 ce4 bfq41 bfq109 ce11 ce34 ce43 fq5 bfq6 bfq44 bfq48 bfq100 bfq36 bfq103
Adaptación 4	,672	7	solo 7 los ítems de CE

Fuente: elaboración propia

Diferencias entre grupos (tablas 2.3.21, 2.3.8, 2.3.9, 2.3.10 y 2.3.11)

La escala adaptación 4, con 7 ítems, discrimina mostrando diferencias significativas entre el grupo de emprendedores-empresarios y el grupo de no emprendedores (situación laboral 2). Las diferencias también son significativas entre los cuatro grupos laborales de emprendedores, trabajadores de empresa privada, de empresa pública y estudiante-desempleado (situación laboral 4) y entre los emprendedores que han cerrado y los que aún mantienen la empresa tras la crisis (continúan-cierran), y entre emprendedores que continúan tras la crisis y el resto de la muestra (continúan-todos).

La escala adaptación 3, de 20 ítems, también discrimina mostrando diferencias significativas entre los grupo excepto entre el grupo de emprendedores-empresarios y el grupo de no emprendedores.

Tabla 2.3.21. Significaciones discriminativas en la escala de adaptación

	Sig. Laboral2	Sig. Laboral4	Sig. Continúan-todos	Sig. Continúan-cierran
Adaptación 3	,114	,002	,000	,000
Adaptación 4	,001	,000	,000	,004

Fuente: elaboración propia

2.3.2.8 Subescala de innovación

Estructura de la subescala

Es una subescala de la escala de adaptación que inicialmente consta de 8 elementos, 3 de elaboración propia (incluidos en el apartado 2, escala CE, de la batería de cuestionarios cuantitativos, anexo 3), y 5 del BFQ (apartado 5 de la batería de cuestionarios cuantitativos, anexo 3), miden capacidad y disposición a la innovación. Todos contestados en una escala tipo Likert de 1 a 5. Tras el análisis de fiabilidad queda una subescala, innovación 3, de 6 ítems.

Fiabilidad de la escala

Tras el análisis de fiabilidad de la escala de 8 elementos eliminamos dos ítems que obtiene una correlación elemento-total inferior a ,20 (límite establecido por Cattell, et al., 1982).

La escala de capacidad de adaptación, innovación3, de 6 ítems, obtiene con los datos de la muestra recogida para este estudio un Alpha de Cronbach de ,577 y por tanto un ajustado nivel de consistencia interna (tabla 2.3.22).

Tabla 2.3.22. Fiabilidad y elementos de la subescala innovación

Escala	Alfa de Cronbach	N de elementos	Elementos de la escala
Innovación	,551	8	ce38 ce22 ce16 bfq17 bfq23 bfq35 bfq56 bfq47
Innovación 3	,577	6	eliminando ce16 y bfq35

Fuente: elaboración propia

Diferencias entre grupos (tablas 2.3.23, 2.3.8, 2.3.9, 2.3.10 y 2.3.11)

La escala de innovación3 con 6 ítems discrimina mostrando diferencias significativas entre los emprendedores que han cerrado y los que aún mantienen la empresa tras la crisis (continúan-cierran) y entre emprendedores que continúan tras la crisis y el resto de la muestra (continúan-todos). Sin embargo, no muestra diferencias significativas entre el grupo de emprendedores-empresarios y el grupo de no emprendedores (situación laboral 2); las diferencias tampoco son significativas entre los cuatro grupos

laborales de emprendedores, trabajadores de empresa privada, de empresa pública y estudiante-desempleado (situación laboral 4).

Tabla 2.3.23 Significaciones discriminativas en la escala de innovación

Escala	Sig. Laboral2	Sig. Laboral4	Sig. Continúan-todos	Sig. Continúan-cierran
Innovación	,651	,227	,000	,000
Innovacion3	,214	,337	,000	,000

Fuente: elaboración propia

2.3.2.9. Escala de capacidad de asumir y soportar riesgos

Estructura de la escala

Inicialmente analizamos la escala asumir y soportar riesgos que recoge tres elementos (ce40 ce41 ce23), del test de actitud frente a la asunción de riesgos de Eguia (1994) utilizada por Sanchez (2003); tres elementos de elaboración propia y 6 elementos del BFQ. Los primeros incluidos en el apartado 2, escala CE, de la batería de cuestionarios cuantitativos, anexo 3 y los del BFQ en el apartado 5 de la batería de cuestionarios cuantitativos, anexo 3. Tras realizar distintos análisis de fiabilidad y de contenido de este grupo de ítems, comprobamos que éstos obtienen una correlación elemento-total mayor, estableciendo dos escalas diferentes una referida a soportar riesgo y otra a asumir riesgos:

Soportar riesgos 2 con 8 ítems que miden la capacidad del sujeto de soportar y sobrellevar una situación de riesgo para su trabajo y patrimonio.

Asumir riesgos también con 8 ítems que valoran la disposición del sujeto a asumir riesgos.

Por otro lado y tras comprobar que la escala de Eguia (1994), utilizada por Sánchez (2003) para valorar la actitud frente a la asunción del riesgo, incluía ítems referidos a la capacidad de adaptación e innovación, incorporamos a la escala estos ítems obteniendo, tras el análisis de fiabilidad y la eliminación de elementos, que presentan una correlación inferior a ,20 las siguientes escalas:

Asumir y soportar riesgos adaptándose con 25 ítems que mide la capacidad y disposición a asumir y soportar riesgos innovando y adaptándose a las circunstancias cambiantes y

Asumir riesgos adaptándose con 16 ítems que mide la disposición a asumir riesgos innovando y adaptándose a las circunstancias cambiantes.

Todos los elementos de estas escalas se presentan en una escala tipo Likert de 1 a 5.

Fiabilidad de las escalas (tabla 2.3.24)

Soportar riesgos 2, de 8 ítems, tras análisis de fiabilidad de la escala de 12 elementos eliminamos los ítems que muestran una correlación elemento-total corregida inferior a ,20 obtiene con los datos de la muestra recogida para este estudio un Alpha de Cronbach de ,635.

Asumir riesgos de 8 ítems con los datos de la muestra recogida para este estudio un Alpha de Cronbach de ,602.

Asumir y soportar riesgos, adaptándose, de 25 ítems; tras análisis de fiabilidad de la escala de 44 elementos eliminamos los ítems que muestran una correlación elemento-total corregida inferior a ,20, y obtiene con los datos de la muestra recogida para este estudio, un Alpha de Cronbach de ,7805.

Asumir riesgos adaptándose obtiene con los datos de la muestra recogida para este estudio, un Alpha de Cronbach de ,707.

Tabla 2.3.24 Fiabilidad y elementos de las escalas de asumir y soportar riesgos

Escala	Alfa de Cronbach	N de elementos	Elementos de la escala
Asumir y soportar riesgos	,613	12	ce23 ce41 ce18 ce28 ce36 ce42 bfq9 bfq24 bfq96 bfq120 ce40 bfq123
Soportar riesgos 2	,635	8	ce18 ce28 ce36 ce42 bfq9 bfq24 bfq120 bfq123
Asumir riesgos	,602	8	ce23 ce41 ce28 bfq24 bfq96 bfq123 ce40
Asumir y soportar riesgos adaptándose	,718	44	ce23 ce41 ce18 ce28 ce36 ce42 bfq9 bfq24 bfq96 bfq120 ce9 ce5 ce24 ce11 ce31 ce34 ce40 ce43 ce27 ce38 ce22 ce4 bfq6 bfq5 bfq47 bfq55 bfq105 bfq6 bfq118 bfq17 bfq23 bfq41 bfq42 bfq44 bfq48 bfq72 bfq86 bfq100 bfq109 bfq103 bfq131 bfq36 bfq56 bfq123
Asumir y soportar riesgos adaptándose	,780	25	eliminando ce27 bfq41 bfq109 ce4 ce43 bfq6 bfq55 bfq44 bfq48 bfq100 bfq103 ce36 bfq9 bfq86 ce42 bfq120
Asumir riesgos adaptándose	0.707	16	ce23 ce41 ce28 <u>bfq24</u> bfq96 bfq123 ce40 ce24 ce22 ce30 bfq123 bfq118 bfq131 bfq56 bfq17 bfq72

Fuente: elaboración propia

Diferencias entre grupos (tablas 2.3.25, 2.3.8, 2.3.9, 2.3.10 y 2.3.11)

Las cuatro escalas, soportar riesgos 2, asumir riesgos, asumir y soportar riesgos adaptandose³, y asumir riesgos adaptandose¹⁶, discriminan mostrando diferencias significativas entre el grupo de emprendedores-empresarios y el grupo de no emprendedores (situación laboral 2), las diferencias también son significativas entre los cuatro grupos laborales de emprendedores, trabajadores de empresa privada, de empresa pública y estudiante-desempleado (situación laboral 4) y entre los emprendedores que han cerrado y los que mantienen la empresa tras la crisis (continúan-cierran) y entre emprendedores que continúan tras la crisis y el resto de la muestra (continúan-todos).

Tabla 2.3.25 Significaciones discriminativas en las escalas de asumir y soportar riesgos

	Sig. Laboral2	Sig. Laboral4	Sig. Continúan- todos	Sig. Continúan- cierran
Sop. riesgo	,000	,000	,000	,004
Asu. riesgo	,000	,000	,000	,003
Asu. y sop. riesgo-adap. 3	,004	,001	,000	,000
Asu. riesgo-adap. 16	,000	,000	,000	,000

Fuente: elaboración propia

2.3.2.10. Escala de proactividad

Estructura de la escala

La escala inicialmente consta de 35 ítems, dos de elaboración propia (incluidos en el apartado 2, escala CE, de la batería de cuestionarios cuantitativos, anexo 3), y el resto del BFQ (apartado 5 de la batería de cuestionarios cuantitativos, anexo 3), que miden proactividad como característica de una personalidad enérgica, activa, dinámica y perseverante. Todos contestados en una escala tipo Likert de 1 a 5. Tras el análisis de fiabilidad queda una escala, proactivo 2, de 32 ítems.

Fiabilidad de la escala

Tras análisis de fiabilidad de la escala de 35 elementos eliminamos los tres ítems que presentan una correlación inferior a ,20 (límite establecido por Cattell et al., 1982).

La escala de capacidad de adaptación, proactivo 2, de 32 ítems obtiene, con los datos de la muestra recogida para este estudio, un Alpha de Cronbach de ,804 por tanto podemos hablar de un alto nivel de consistencia interna (tabla 2.3.26).

Tabla 2.3.26 Fiabilidad y elementos de la escala de proactividad

Escala	Alfa de Cronbach	N de elementos	Elementos de la escala
Proactivo	,798	35	ce20 ce32 bfq1 bfq7 bfq20 bfq37 bfq38 bfq39 bfq46 bfq49 bfq51 bfq12 bfq53 bfq54 bfq75 bfq85 bfq96 bfq114 bfq115 bfq102 bfq117 bfq61 bfq14 bfq107 bfq31 bfq121 bfq25 bfq82 bfq66 bfq129 bfq68 bfq94 bfq78 bfq99 bfq121
Proactivo 2	0.804	32	eliminando bfq125 bfq107 bfq25

Fuente: elaboración propia

Diferencias entre grupos (tablas 2.3.27, 2.3.8, 2.3.9, 2.3.10 y 2.3.11)

La escala proactivo 2 discrimina mostrando diferencias significativas entre el grupo de emprendedores-empresarios y el grupo de no emprendedores (situación laboral 2); las diferencias también son significativas entre los cuatro grupos laborales de emprendedores, trabajadores de empresa privada, de empresa pública y estudiante-desempleado (situación laboral 4) y entre los emprendedores que han cerrado y los que aún mantienen la empresa tras la crisis (continúan-cierran) y entre emprendedores que continúan tras la crisis y el resto de la muestra (continúan-todos).

Tabla 2.3.27 Significaciones discriminativas en la escala de proactividad

Escala	Sig. Laboral2	Sig. Laboral4	Sig. Continúan-todos	Sig. Continúan-cierran
Proactivo	,000	,000	,000	,009
Proactivo2	,000	,000	,000	,004

Fuente: elaboración propia

2.3.2.11. Escala de constancia en el trabajo

Estructura de la escala

La escala inicialmente consta de 17 ítems sobre constancia en el trabajo, dos de elaboración propia (incluidos en el apartado 2, escala CE, de la batería de cuestionarios cuantitativos, anexo 3), y el resto del BFQ (apartado 5 de la batería de cuestionarios cuantitativos, anexo 3), que miden capacidad de trabajo, disposición al esfuerzo, tesón y perseverancia. Todos contestados en una escala tipo Likert de 1 a 5. Tras el análisis de fiabilidad queda una escala, constancia en el trabajo 3, de 12 ítems.

Fiabilidad de la escala

Tras analizar la fiabilidad de la escala de 17 elementos eliminamos; primero los ítems que obtiene una correlación elemento-total corregida negativa y después los que presentan una correlación inferior a ,20 (límite establecido por Cattell et al., 1982).

La escala resultante, constancia en el trabajo 3, de 13 ítems obtiene, con los datos de la muestra recogida para este estudio, un Alpha de ,692, por tanto podemos hablar de un nivel aceptable de consistencia interna (tabla 2.3.28).

Tabla 2.3.28. Fiabilidad y elementos de la escala de constancia en el trabajo

Escala	Alfa de Cronbach	N de elementos	Elementos de la escala
Constancia en el trabajo	,670	17	ce20 ce32 bfq20 bfq38 bfq46 bfq49 bfq107 bfq125 bfq54 bfq75 bfq85 bfq115 bfq96 bfq82 bfq66 bfq129 bfq14
Constancia en el trabajo 3	,692	12	eliminando ce32 bfq115 bfq107 bfq125 bfq66

Fuente: elaboración propia

Diferencias entre grupos (tablas 2.3.29, 2.3.8, 2.3.9, 2.3.10 y 2.3.11)

La escala constancia en el trabajo 3, de 12 ítems discrimina mostrando diferencias significativas entre el grupo de emprendedores-empresarios y el grupo de no emprendedores (situación laboral 2); las diferencias también son significativas entre los cuatro grupos laborales de emprendedores, trabajadores de empresa privada, de empresa pública y estudiante-desempleado (situación laboral 4), entre los emprendedores que han cerrado y los que aún mantienen la empresa tras la crisis (continúan-cierran) y entre emprendedores que continúan tras la crisis y el resto de la muestra (continúan-todos).

Tabla 2.3.29. Significaciones discriminativas en la escala de constancia en el trabajo

Escala	Sig. Laboral2	Sig. Laboral4	Sig. Continúan-todos	Sig. Continúan-cierran
Const. trabajo	,013	,000	,001	,026
Const. trabajo 3	,005	,001	,000	,005

Fuente: elaboración propia

2.3.2.12. Escalas de apoyo social y familiares y amigos

Estructura de la escala

En el apartado 6 del cuestionario, encuesta para trabajadores por cuenta propia, páginas 11, 12 y 13, se presentan, entre otras, unas preguntas sobre el apoyo e influencia

recibida por personas del entorno a la hora de crear su empresa. Son elementos de elaboración propia.

La escala apoyo red social de 8 elementos, recoge las puntuaciones dadas en una escala tipo Likert a cónyuge, padres, hermanos, amigos, compañeros, profesores, asesores y otros a la pregunta de cómo han influido las siguientes personas a la hora de crear su empresa o trabajar por cuenta propia o de preparar su acceso a esta entidad.

La escala sobre influencia de familiares y amigos recoge los 6 ítems de cómo han influido el cónyuge, padres, hermanos, amigos, compañeros y asesores (una vez victimizados y eliminados los ítems de influencia de profesores y otros, porque presentaban una correlación inferior a ,20), junto a los 2 elementos de sí, familiares y amistades próximas, han sido empresarios.

Fiabilidad de la escala

La escala apoyo red social de 8 elementos, obtiene con los datos de esta muestra, un Alpha de Cronbach de ,838. Por tanto podemos hablar de un alto nivel de consistencia interna (tabla 2.3.30).

La escala familiares y amigos, de 8 elementos, obtiene un Alpha de Cronbach de ,690, un aceptable nivel de consistencia interna (tabla 2.3.30).

Tabla 2.3.30. Fiabilidad y elementos de las escalas de influencia familiares y amigos y apoyo de la red social

Escala	Alfa de Cronbach	N. de elementos	Elementos de la escala
Apoyo red social	,838	8	infcon12, infpad, infher, infami, infcom, infprof, inftec, otros
Familiares y amigos	,690	8	amigoemprededordico, familiarempreddico, influasesoresdico, influcompañerosdico, influfamiliadico, influhermanosdico, influpadresdico, influconyugedico

Fuente: elaboración propia

Diferencias entre grupos (tablas 2.3.31, 2.3.8, 2.3.9, 2.3.10 y 2.3.11)

La escala apoyo red social, discrimina mostrando diferencias significativas entre el grupo de emprendedores-empresarios y el grupo de no emprendedores (situación laboral 2); las diferencias también son significativas entre los cuatro grupos laborales de emprendedores, trabajadores de empresa privada, de empresa pública y estudiante-desempleado (situación laboral 4), y entre los emprendedores que han cerrado y los que aún mantienen la empresa tras la crisis (continúan-cierran). Sin embargo, no discrimina

entre emprendedores que continúan tras la crisis y el resto de la muestra (continúan-todos).

La escala familiares y amigos discrimina mostrando diferencias significativas entre el grupo de emprendedores-empresarios y el grupo de no emprendedores (situación laboral 2); las diferencias también son significativas entre los cuatro grupos laborales de emprendedores, trabajadores de empresa privada, de empresa pública y estudiante-desempleado (situación laboral 4). Sin embargo, no discrimina entre los emprendedores que han cerrado y los que mantienen la empresa tras la crisis (continúan-cierran), ni entre emprendedores que continúan tras la crisis y el resto de la muestra (continúan-todos).

Tabla 2.3.31 Significaciones discriminativas en la escala de apoyo red social e influencia familiares y amigos

Escala	Sig. Laboral2	Sig. Laboral4	Sig. Continúan-todos	Sig. Continúan-cierran
Apoyo red social	,000	,000	,042	,186
Influ. familiares y amigos	,000	,000	,239	,404

Fuente: elaboración propia

2.3.2.13. Escalas de experiencia y adquisición de competencias

Estructura de la escala

En el apartado 6 del cuestionario (anexo3), encuesta para trabajadores por cuenta propia, páginas 11, 12 y 13, se presentan, entre otras, estas cuatro preguntas:

5. ¿Había trabajado antes en el sector de la empresa que has creado?
13. A lo largo de su vida, ¿ha sido el "líder o cabecilla" de algún grupo para realizar actividades de ocio y tiempo libre, culturales, deportivas, asociaciones, etc.?
14. En el pasado, ¿se había preocupado por emprender actividades temporales o pequeños negocios que le han aportado algún beneficio económico?
17. ¿Cómo ha adquirido las competencias (habilidades, conocimientos y actitudes) necesarias para llevar a cabo su negocio?

Una vez dicotomizada la pregunta 17 hemos creado con esos cuatro elementos, una pequeña escala sobre experiencia y adquisición de competencias que mide en qué medida el sujeto tiene experiencias previas en liderazgo y emprendimiento y en el sector laboral.

Fiabilidad de la escala.

La escala de 4 elementos, a pesar de que la correlación elemento-total corregida superior de todos elementos, es superior ,20, obtiene un bajo nivel de consistencia interna, *Alpha de Cronbach* de ,442 (tabla 2.3.32).

Tabla 2.3.32 Fiabilidad y elementos de la escala de experiencia y adquisición de competencias

Escala	Alfa de Cronbach	N de elementos	Elementos de la escala
Experiencia y adquisición de competencias.	,442	4	Adquiricompetdico, expesectordico enelpasadoemprendiodico, antesliderdico.

Fuente: elaboración propia

Diferencias entre grupos (tablas 2.3.33, 2.3.8, 2.3.9, 2.3.10 y 2.3.11)

La escala discrimina mostrando diferencias significativas entre el grupo de emprendedores-empresarios y el grupo de no emprendedores (situación laboral 2); las diferencias también son significativas entre los cuatro grupos laborales de emprendedores, trabajadores de empresa privada, de empresa pública y estudiante-desempleado (situación laboral 4), y entre emprendedores que continúan tras la crisis y el resto de la muestra (continúan-todos). Sin embargo, no discrimina entre los emprendedores que han cerrado y los que aún mantienen la empresa tras la crisis (continúan/cierran).

Tabla 2.3.33 Significaciones discriminativas en la escala de experiencia y adquisición de competencias

Escala	Sig. Laboral2	Sig. Laboral4	Sig. Continúan-todos	Sig. Continúan-cierran
Experiencia y adquisición de competencias.	,022	,011	,040	,191

Fuente: elaboración propia

2.3.3 ENCUESTA LONGITUDINAL

Pasados 10 años desde la realización de la batería de cuestionarios, se aplica una encuesta estructurada a los emprendedores y empresarios; esta encuesta se realiza de forma telefónica a 194 sujetos (anexo 4).

En primer lugar se le pregunta por la situación actual de la empresa y se les ofrece cuatro opciones.

- Ha cerrado.
- Continúa con la misma línea de negocio.
- Ha transformado o adaptado la empresa.
- Ha creado otra empresa.

Nos interesa conocer el grado en que han variado los siguientes aspectos de su empresa o actividad en el último año: número de clientes, facturación, empleados, alcance geográfico del negocio, número de servicios o productos.

Quisiéramos recabar en qué medida se han aplicado en su empresa acciones innovadoras como: introducido un nuevo producto, una nueva característica de un producto existente, un nuevo método, un nuevo mercado o estrategia de marketing, nuevas formas de tratar con clientes y/o proveedores.

Confirmamos por qué razón ha creado su propia empresa, vocación, o por precariedad laboral; si dejaría la empresa por un trabajo estable en una empresa privada donde ganara lo mismo, ¿dejaría de trabajar por su cuenta y/o cerraría su empresa?; y cuál ha sido la clave para mantenerse a pesar de las circunstancias económicas.

Ante el desencadenamiento de la crisis, cuál ha sido su respuesta: mantener, reducir la empresa o ampliar el negocio.

Y solicitamos que puntúe de 1, poco importante, a 10, muy importante, en qué medida, doce posibles razones, han influido para que mantenga su negocio a pesar de la crisis.

3. ESTUDIOS CUALITATIVOS PREVIOS, RESULTADOS Y DISCUSIÓN.

3.1.Estudio cualitativo previo: las competencias personales del emprendedor según los propios emprendedores.	263
3.2.Estudio cualitativo previo: las competencias personales de emprendedor según asesores y técnicos de autoempleo.	272

3.

3. ESTUDIOS CUALITATIVOS PREVIOS, RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En este capítulo presentamos las conclusiones de los estudios cualitativos previos realizados a partir de las entrevistas a personas emprendedoras y a profesionales del asesoramiento y formación al autoempleo.

3.1. ESTUDIO CUALITATIVO PREVIO: LAS COMPETENCIAS PERSONALES DEL EMPRENDEDOR SEGÚN LOS PROPIOS EMPRENDEDORES

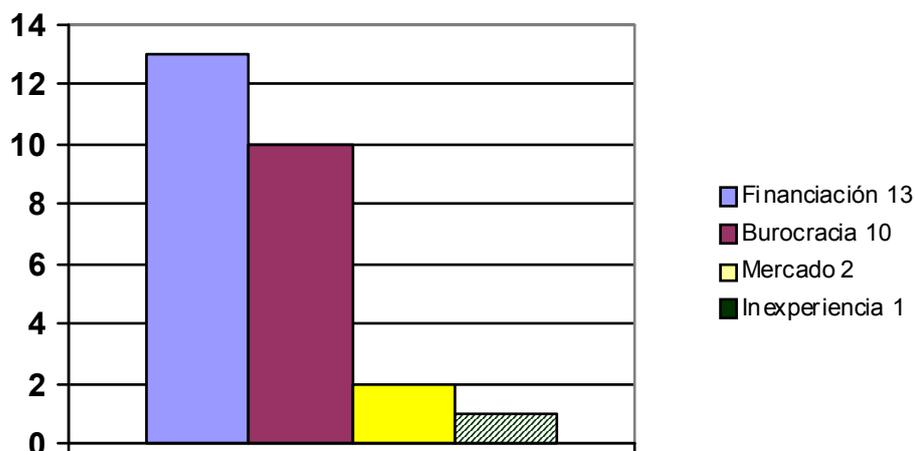
Para realizar el estudio de carácter exploratorio con personas emprendedoras hemos utilizado una metodología, fundamentalmente *cualitativa*, basada en la recogida de información de los propios sujetos a través de una entrevista en profundidad y un sencillo cuestionario (anexo1).

Se han realizado entrevistas en profundidad a 28 personas que han creado pequeñas empresas.

La mayoría se declaran emprendedores vocacionales con un 69,2 % frente a los que se consideran circunstanciales que son un 30,8%. Un 84% tenían experiencia previa en el sector.

Cuando preguntamos por los *obstáculos* que encontraron para abrir el negocio, los emprendedores entrevistados se refieren de modo especial a las dificultades de financiación de la iniciativa (13 referencias), y al papeleo y burocracia de la administración para cumplir los trámites de constitución y gestión de la empresa (10 referencias) (figura 3.1.).

Figura 3.1. Obstáculos para emprender



Fuente: elaboración propia

Respecto a la principal *razón por la que emprende* el negocio podemos agrupar las respuestas en tres grupos (tabla 3.1.1).

1. Referencias a aspectos vocacionales (*me gusta trabajar por mi cuenta, tener algo propio, ser independiente*) de las que encontramos 22.
2. Referencias o aspectos relacionados con el entorno (*tener una oportunidad, no tenía trabajo, heredar el negocio*) al que se refieren 13.
3. Económicas (*ganar más dinero, subsistir*) tan sólo 4.

Razón	Frecuencia
Vocación	22
Entorno:	
Desempleado	7
Oportunidad	3
Heredar el negocio	3
Económica	4

Fuente: elaboración propia

De las respuestas a la pregunta sobre los aspectos del entorno que influyeron para que crearas la empresa podemos destacar las referencias a la familia (9) y al contexto (12) tanto negativas (*desempleo, el trabajo que hay no es de calidad...*) como positivas (*me ayudo la familia*) (tabla 3.1.2).

Tabla 3.1.2 Aspectos del entorno que influyeron para que creara la empresa

	Frecuencia	Porcentaje
Familia	9	42,9
Mercado de trabajo	12	57,1

Fuente: elaboración propia

La importancia del contexto se manifiesta de igual forma en la adquisición de las competencias para la creación y gestión de la empresa. De hecho, a la pregunta abierta ¿Cómo has adquirido las competencias necesarias para llevar a cabo tu negocio? La respuesta más frecuente es la experiencia laboral (con quince referencias), de las cuales cinco se refieren específicamente al negocio familiar. Después encontramos 8 referencias a cursos, formación o estudios. Añadir que la importancia de la formación esta relativizada, ya que aclaran que la formación les fue útil pero acompañada de experiencia. Además tenemos 5 sujetos que apuntan al modelado (*observación de otras personas y empresas del entorno*) como fuente de adquisición y aprendizaje de competencias (tabla 3.1.3).

Tabla 3.1.3 ¿Cómo has adquirido las competencias necesarias para llevar a cabo tu negocio?

Experiencias laborales	15
Cursos, formación o estudios	8
Modelado	5

Fuente: elaboración propia

Los emprendedores reconocen que el mercado de trabajo, la familia y el entorno influyen a la hora de decidir abrir un negocio. En concreto consideran que les ha influido favorablemente para crear la empresa la familia, el descubrir una oportunidad de negocio, la precariedad laboral, y las experiencias de trabajo en el sector. Sin embargo, les desanima a emprender, las dificultades de financiación y la burocracia. La formación académica no favorece la actitud emprendedora, pero sí los cursos y módulos específicos sobre creación de empresas (Tabla 3.1.4).

Tabla 3.1.4 Influencias positivas y negativas al emprendimiento

Anima a emprender	Desanima a emprender
Familia Oportunidad	Financiación
Precariedad laboral	Burocracia
Experiencias	
	Formación

Fuente: elaboración propia

Consideran especialmente relevantes la importancia de *la familia*. Es fundamental como modelo y ejemplo, para que se creen los valores empresariales, y como ayuda material y moral, influye tanto a la hora de tomar la decisión de crear la empresa como de afrontar las dificultades del proceso.

De hecho, y en contra de nuestras previsiones, sujetos que declaran que son emprendedores porque heredan la empresa se consideran emprendedores vocacionales. Esto nos lleva a preguntarnos ¿Sólo se hereda el negocio o también la vocación, las motivaciones y las competencias emprendedoras? Es posible que más importante que heredar una empresa sea heredar una cultura empresarial.

Hemos de destacar la influencia de los *cambios en el mercado laboral*. Y no tanto el desempleo sino también la precariedad del trabajo, la temporalidad y las condiciones de trabajo, impulsan a las personas a crear su empresa.

Se propuso que valorasen ¿En qué medida fueron importantes estas competencias y en qué medida los apoyos y oportunidades del contexto? Obteniendo el contexto una puntuación de 6,32 sobre diez y 8 las competencias (tabla 3.1.5).

Tabla 3.1.5. Importancia del contexto y de las competencias personales en el emprendimiento.

	Media	Desv. típ.
Contexto	6,32	2,3580
Competencias	8,00	1,3540

Fuente: elaboración propia

Lo que permite ver que los emprendedores atribuyen la decisión de su creación empresarial a ciertas motivaciones y competencias y no tanto a la influencia del entorno socio-laboral, tal y como se aprecia en las siguientes respuestas textuales:

Algunas respuestas textuales a ¿Cómo has adquirido las competencias necesarias para llevar a cabo tu negocio?:

- *Viéndolo y trabajando en el negocio familiar desde pequeño. Experiencia con los años (esto es lo importante).*
- *Observación y análisis del día a día.*
- *Estudios el 10%, verlo en casa el 90%, capacidad y errores de mi padre, ya lo ha vivido mi padre.*
- *Estando 8 horas todos los días cara al público.*
- *Observación de otras personas y empresas.*
- *Por ejemplo de otro empresario que me comentó cómo mejorar la marcha de la empresa.*

Se solicita a los emprendedores que puntúen de 1 a 10 el grado de importancia de un cuestionario de 17 *competencias* obteniendo los resultados expuestos en la tabla 3.1.6. Las competencias con mayor puntuación a la hora de crear una empresa son:

Constancia en el trabajo.

Adaptabilidad.

Confianza en sí mismo.

En la gestión empresarial destacan:

Constancia en el trabajo.

Adaptabilidad.

Habilidades sociales.

La competencia que obtiene menores resultados en ambos casos es estabilidad.

Tabla 3.1.6 Competencias importantes a la hora de crear la empresa y gestionarla.

	Creación	Gestión
Proactivo	7,4545	8,1538
Confianza en sí mismo	8,4348	8,1111
Establecer objetivos	7,1304	7,5926
Asumir riesgo	7,5652	7,5556
Tolerancia incertidumbre	6,9565	6,9259
Toma de decisiones	7,1304	6,8889
Tolerancia al Fracaso	6,2174	6,4815
Estabilidad	5,9565	6,2222
Innovación	7,9130	8,1852
Adaptabilidad	8,6522	8,6667
Constancia trabajo	9,0000	8,9615
Trabajar equipo	6,5652	6,6296
Liderazgo	7,7391	7,8889

Fuente: elaboración propia

A continuación se les pide que elijan cinco de estas competencias obteniendo los resultados recogidos en la tabla 3.1.7.

Las competencias con mayor puntuación a la hora de crear una empresa son:

Confianza en sí mismo.

Asumir riesgos.

En la gestión empresarial destacan:

Constancia en el trabajo.

Toma de decisiones.

Tabla 3.1.7 Competencias importantes a la hora de crear la empresa

	Creación	Gestión	Total
Proactivo	8	6	14
Confianza en sí mismo	<u>15</u>	6	<u>21</u>
Establecer objetivos	4	6	10
Asumir riesgo	<u>14</u>	6	<u>20</u>
Tolerancia Incertidumbre	8	3	11
Toma de decisiones	6	<u>10</u>	16
Tolerancia al Fracaso	6	4	10
Estabilidad	1	4	5
Innovación	8	7	15
Adaptabilidad	7	6	13
Constancia trabajo	7	<u>13</u>	<u>20</u>
Trabajar equipo	1	4	5
Liderazgo	6	3	9
Habilidades sociales	6	9	15
Comunicación	2	5	7
Feedback	1	6	7
Autocrítico	6	7	13

Fuente: elaboración propia

Se solicita a los emprendedores que puntúen de 1 a 10 el grado de importancia, en un cuestionario de 9 *motivaciones* (tabla 3.1.8). Las motivaciones con mayor puntuación conjunta son:

Motivación de logro.

Motivación de autonomía.

A continuación se les pide que elijan dos de estas motivaciones obteniendo los resultados expuestos en la tabla 3.1.9. Las motivaciones más elegidas nuevamente son:

Motivación de logro.

Motivación de autonomía.

Si sumamos las dos motivaciones que se refieren a lo económico (motivación de subsistencia y económica) sería esta la primera en elecciones.

Tabla 3.1.8 Puntuación a las motivaciones de los emprendedores por los propios emprendedores

	Creación	Gestión
Seguridad	6,3913	5,5185
Reconocimiento	5,4783	6,0370
Logro	<u>7,7391</u>	<u>8,1481</u>
Competición	6,4783	<u>7,4815</u>
Poder	4,7826	5,2222
Afiliación	5,4783	5,2222
Autonomía	<u>8,0870</u>	<u>7,8889</u>
Económica	<u>7,7826</u>	7,4231
Subsistencia	6,9565	6,9630

Fuente: elaboración propia

Tabla 3.1.9 Motivaciones elegidas como más importantes por los emprendedores

	Creación	Gestión	Total
Seguridad	4	3	7
Reconocimiento	3	2	5
Logro	<u>10</u>	<u>11</u>	<u>21</u>
Competición	2	7	9
Poder	1	0	1
Afiliación	0	2	2
Autonomía	6	<u>11</u>	<u>17</u>
Económica	<u>7</u>	4	11
Subsistencia	<u>7</u>	5	12

Fuente: elaboración propia

En base a lo analizado, consideramos interesante que en futuras investigaciones, se tuviese en cuenta la posibilidad de que las competencias del emprendedor estén relacionadas con las siguientes contingencias que planteamos:

a) La fase del proceso empresarial: es posible que al iniciarse el negocio tenga más importancia la capacidad de asumir riesgo, la tolerancia a la incertidumbre y la confianza en sí mismo, y que el emprendedor inicie su negocio por necesidades económicas. Sin embargo en la gestión cotidiana de la empresa puede cobrar más importancia la constancia en el trabajo y el saber tomar decisiones. Y como motivación el competir. En la tabla 3.1.10 se recogen las competencias y motivaciones con más puntuación y elecciones en cada fase. Subrayamos las que al parecer diferencian cada una de las fases.

Tabla 3.1.10 Competencias y motivaciones con más puntuación y elecciones en la creación y la gestión de la empresa

	Creación	Gestión
Competencias	Confianza en sí mismo Asumir riesgos Tolerar la incertidumbre Constancia en el trabajo Adaptación	Constancia en el trabajo Tomar decisiones Habilidades sociales Adaptación
Motivaciones	Logro Económica Subsistencia Autonomía	Autonomía Logro Competición

Fuente: elaboración propia

b) *Tipos de emprendedores*: del análisis de resultados, parece deducirse la posibilidad establecer un continuo entre dos tipos de emprendedores, el emprendedor vocacional y el emprendedor por necesidad o circunstancial. El emprendedor vocacional, presenta más capacidad de innovación y tolerancia al fracaso frente al situacional que da mayor importancia a la estabilidad y las habilidades de comunicación (aun no siendo muy alta la puntuación que se da a estas competencias). El circunstancial se diferencia significativamente del vocacional en sus motivaciones: subsistencia, ganar lo suficiente para vivir dignamente y búsqueda de seguridad ante un mercado de trabajo inseguro, la flexibilidad y precariedad laboral. El vocacional parece estar más motivado por el logro y el interés por ganar el máximo de dinero (económica).

Tabla 3.1.11 Competencias y motivaciones más importantes en vocacionales y circunstanciales

	Vocacional	Circunstancial
Competencias	Innovación Tolerancia al fracaso	Estabilidad Comunicación Feedback
Motivaciones	Logro Autonomía Económica	Autonomía Subsistencia Económica Seguridad

Fuente: elaboración propia

Si comparamos nuestros resultados en los que hemos entrevistado emprendedores estándar sin grandes éxitos ni ambiciones, con otros estudios que analizan a emprendedores que han conseguido prestigio, podríamos aventurar otra clasificación de emprendedores: el excelente o exitoso, frente al estándar o cotidiano. El excelente es un emprendedor innovador que persigue grandes objetivos, que se ha arriesgado y ha puesto en marcha ideas creativas. Muy motivado por conseguir grandes metas y excelentes resultados económicos. El creador de empresas estándar, no ha realizado grandes innovaciones sino que saca

adelante su pequeño negocio a base de trabajo, tan sólo pretende ganar lo suficiente para vivir sin depender de las decisiones de otros.

Tabla 3.1.12 Competencias y motivaciones más importantes en emprendedores excelente y estándar

	Excelente	Estándar
Competencias	Innovación Riesgo	Constancia en el trabajo
Motivaciones	Logro Económica	Autonomía Subsistencia

Fuente: Elaboración propia

c) *El tipo de negocio.* La amplitud de la empresa y el grado de cualificación de la empresa pueden ser dos factores a tener en cuenta. Nosotros hemos comparado emprendedores, con trabajadores y con emprendedores sin empleados y, sin que tengamos resultados significativos en la tabla 3.1.13 apuntar posibles diferencias:

Tabla 3.1.13 Competencias y motivaciones más importantes en emprendedores sin empleados y con empleados

	Sin empleados	Con empleados
Competencias	Estabilidad Habilidades sociales comunicación	Trabajo en equipo
Motivaciones	Seguridad Afilación Reconocimiento	Económica

Fuente: Elaboración propia

d) *Diferencias de género:* Podemos observar algunas diferencias de puntuación: El emprendedor puntúa más en confianza en sí mismo y en motivación económica, mientras la emprendedora presenta pequeñas diferencias al considerar más importantes las habilidades sociales, comunicación *feedback*, proactivo y adaptación, así como la motivación de afiliación.

Tabla 3.1.14 Competencias y motivaciones más importantes en mujeres y hombres.

	Hombres	Mujeres
Competencias	Confianza en sí mismo	Habilidades sociales Comunicación <i>feedback</i> Adaptación Proactivo
Motivaciones	Económica	Afilación

Fuente: Elaboración propia

Resumiendo, y en virtud de este análisis exploratorio y cualitativo que hemos realizado, consideramos que en el estudio del perfil emprendedor se han de tener en cuenta los aspectos que, para los emprendedores que hemos entrevistados, es importante

el contexto, especialmente los familiares y los cambios en el mercado laboral, que influye tanto para que se desarrollen como para que se manifiesten la actitud emprendedora.

Consideran que animan a emprender la familia, las oportunidades del entorno, la precariedad laboral y las experiencias de trabajo en el sector sin embargo desaniman a emprender las dificultades de financiación y la burocracia.

En general, los emprendedores creen que es importante ser constante en el trabajo y adaptarse a los cambios del entorno.

Y consideran que sus motivaciones son alta motivación de logro, autonomía y económica, sin embargo creen que están poco motivados por afiliación y poder.

No obstante se han de considerar ciertos factores de contingencia:

- a) La fase del proceso empresarial: al iniciar el negocio, en la gestión cotidiana, ante el crecimiento y el desarrollo empresarial.
- b) Podría definirse un continuo entre dos tipos de emprendedores emprendedor vocacional y el emprendedor por necesidad o circunstancial, incluso entre emprendedor excelente y estándar.
- c) El tipo de negocio: amplitud de la empresa y grado de cualificación.
- d) Diferencias de género: el perfil del emprendedor y emprendedora competente es similar si bien se apuntan algunas diferencias en la mujer que, no obstante, se han de considerar teniendo en cuenta en qué medida compaginan el negocio con la familia y se sitúan en sectores concretos.

3.2. ESTUDIO CUALITATIVO PREVIO: LAS COMPETENCIAS PERSONALES DEL EMPRENDEDOR SEGÚN ASESORES Y TÉCNICOS DE AUTOEMPLEO

A continuación presentamos las conclusiones de un estudio cualitativo previo basado en las respuestas de profesionales de la orientación y el asesoramiento al autoempleo a un cuestionario (anexo 2) sobre competencias personales. Los profesionales puntuaban de 1 a 5 según considerasen, en virtud de su experiencia, la importancia de la competencia para emprender con eficiencia un negocio. Después señalaban por un lado las tres

competencias más importantes para crear y, por otro, las tres competencias claves para gestionar una empresa y responden a unas preguntas abiertas sobre el emprendedor.

La muestra está compuesta por 108 profesionales que trabajan como agentes de desarrollo local, técnicos de empleo y autoempleo o profesores y orientadores de autoempleo.

Los profesionales consideran que el emprendedor debe tener una serie de competencias referidas a conocimientos y habilidades técnicas y profesionales.

Según los profesionales habría que hacer una diferenciación entre entorno rural y urbano. Además, se consideran más importantes las habilidades y las destrezas que los conocimientos. No obstante, se señalan como *competencias cognitivas* las siguientes:

- a) Competencias y conocimientos específicos de su actividad empresarial y del propio trabajo, sector, entorno.
- b) Capacidad de análisis de sus necesidades.
- c) Conocimiento del mercado.
- d) Conocimientos de gestión.
- e) Conocer los recursos (saber moverse, dónde buscar...).
- f) Planificar y evaluar objetivos.
- g) Experiencia anterior por cuenta propia o ajena.
- h) Tener un buen conocimiento de la administración al objeto de conseguir información y recursos.

En la tabla 3.2.1 recogemos por orden de puntuación las dadas por los profesionales al listado de *competencias de los emprendedores* que consideran más importante. Las competencias que obtienen más puntuación por orden de importancia son asumir riesgos (4,5119), constancia en el trabajo (4,4824), adaptación (4,4765), autoconfianza (4,4118) y proactividad (4,3471).

Tabla 3.2.1 Puntuación de los orientadores a cada competencia emprendedora

Competencia	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. Típ.
A. Riesgos	84	3,00	5,00	4,5119	,66756
C. Trabajo	85	2,00	5,00	4,4824	,73374
Adaptación	85	3,00	5,00	4,4765	,62634
Autoconfianza	85	3,00	5,00	4,4118	,67778
Proactivo	85	3,00	5,00	4,3471	,73202
Innovación	86	2,00	5,00	4,1453	,80024

Autocrítico	85	2,00	5,00	4,1412	,80405
T. Decisiones	84	2,00	5,00	4,1310	,74088
Liderazgo	86	2,00	5,00	4,1047	,88156
S. Riesgos	83	2,00	5,00	4,0964	,79041
T. Al fracaso	84	2,00	5,00	4,0952	,83043
H. Sociales	86	2,00	5,00	4,0465	,82472
Objetivos	85	2,00	5,00	4,0118	,76367
C. Comunicación	84	2,00	5,00	3,9881	,91169
Retroalimentación	84	1,00	5,00	3,9167	,93407
T. En equipo	84	2,00	5,00	3,8869	,94535
Estabilidad	84	1,00	5,00	2,2619	1,00743

Fuente: elaboración propia

En la tabla 3.2.2 se recoge el número de elecciones que los orientadores hacían cuando se les pregunto cuál era la competencia más importante a la hora de crear y de gestionar una empresa. En opinión de los profesionales, las competencias más importantes a la hora de crear una empresa son por este orden: asumir riesgos, confianza en sí mismo, proactividad e innovación. En la gestión empresarial destacan por este orden adaptabilidad, constancia en el trabajo y establecer objetivos y liderazgo.

Tabla 3.2.2. Número de elecciones de los orientadores a la competencia más importante para crear y gestionar una empresa

Competencia	Crear	Gestionar	Total
Proactivo	19	10	29
Confianza en sí mismo	26	3	29
Establecer objetivos	1	16	17
Asumir riesgo	26	2	28
Tolerancia incertidumbre	7	4	11
Toma de decisions	6	6	12
Tolerancia al fracaso	4	1	5
Estabilidad	0	0	0
Innovación	16	6	22
Adaptabilidad	2	26	28
Constancia trabajo	7	24	34
Trabajar equipo	0	3	3
Liderazgo	4	9	13
Habilidades sociales	5	16	20
Comunicación	2	0	2
Feedback	0	4	4
Autocrítico	1	12	13

Fuente: elaboración propia

Preguntados por la *influencia del entorno* en el proceso de creación de la empresa los expertos destacan aspectos sociales que influyen en que surjan emprendedores:

- a) Familia y amistades, heredar el negocio familiar: Una cultura familiar emprendedora motiva y contribuye a que el emprendedor se “embarque” en el proceso.
- b) Cultura empresarial del país o región, la ciudad o comarca es un elemento que influye de manera importante.
- c) Instituciones públicas, información sobre trámites, financiación, ayudas: son elementos que puede y debe actuar de forma positiva.
- d) La formación institucional a lo largo de sus estudios: es muy importante a la hora de crear actitudes pero desgraciadamente los estudios académicos no han contribuido a potenciar la capacidad emprendedora.
- e) Formación específica para emprendedores: son claves, tanto aquellas acciones formativas encaminadas a la creación, como a la gestión de empresas.
- f) Las casualidades y circunstancias del entorno quedan en un plano secundario.
- g) Las características del mercado laboral o la falta de trabajo por cuenta ajena: en muchas ocasiones conduce a emprender, no obstante con las personas que crean un negocio impulsados por esta razón es necesario trabajar las actitudes y motivaciones.

Aun reconociendo la importancia de estos elementos del contexto, los profesionales consideran de forma mayoritaria que son *más importantes las competencias personales* que la influencia del entorno para que una persona decida crear una empresa y consiga gestionarla adecuadamente. No obstante, hay que reconocer cierta interdependencia entre el contexto y las competencias ya que éstas se forman y desarrollan por la influencia de aspectos del entorno (familia, cultura emprendedora, instituciones educativas, medios de comunicación...).

En su trabajo como orientadores de autoempleo, los profesionales de los grupos de discusión no han evaluado la viabilidad personal del emprendedor de forma expresa y directa. No obstante, de una forma intuitiva han tratado de valorar la capacidad emprendedora.

Consideran que *para evaluar la viabilidad* personal del emprendedor se pueden utilizar los siguientes instrumentos:

- a) Entrevistas personales, apoyadas en los resultados de un cuestionario, que permitan analizar cualidades personales y profesionales. En estas entrevistas se analiza el currículum, se realizan comentarios sobre su experiencia y expectativas y se le hace reflexionar sobre sus competencias personales.
- b) Test y cuestionarios para valorar las motivaciones, actitudes, competencias.
- c) Tutorías individuales y grupales.
- d) Prácticas, simulación de casos prácticos, juego de roles, dinámicas de grupo.
- e) Visitas a empresas y contacto directo con empresarios.
- f) Observación de conductas durante el proceso de asesoramiento.
 - Observando la seguridad que tienen en la idea.
 - A través del seguimiento de los consejos e informaciones y como los aplica.
 - Por el proyecto de empresa que realiza.
 - El interés que demuestran en el proceso.
 - Como se desenvuelven en el estudio del entorno, la evaluación de riesgos, el diseño del plan de empresa.

En todo caso se ha de generar un proceso que dé lugar a un autodiagnóstico personal, para que el emprendedor sea consciente de sus capacidades y limitaciones.

En su trabajo como orientador de autoempleo los promotores de empresas en pocas ocasiones han orientado al emprendedor sobre cómo mejorar sus competencias personales debido a que se carecen de instrumentos y metodologías adecuadas: *“Observas cosas, aconsejas y recomiendas, pero te centras más en la orientación económica. Lo otro es más complicado”*.

En general, existe un gran desconocimiento sobre cómo afrontar las competencias personales. *“Muchas veces este proceso se realiza de forma intuitiva, sin saber muy bien qué aspectos estamos tocando. No se sistematiza la información. Se prima, principalmente, el desarrollo de la idea empresarial”*.

No obstante, señalan que lo más adecuado sería combinar tutorías grupales e individuales específicas, convivencias y experiencias:

- a) Tutorías individualizadas. Se propone una orientación personalizada analizando las competencias con el propio emprendedor, y en caso de que detecte un déficit en alguna de ellas, tutorizar un proceso de mejora combinando distintas acciones de aprendizaje y desarrollo personal.
- b) Estas tutorías individuales se combinarían con acciones grupales de orientación y talleres de formación en los que se analizan las características de los emprendedores; a través de técnicas participativas y simulación de casos prácticos, debates, dinámica sobre habilidades de comunicación (individual y grupal), trabajo en equipo, motivación y autoestima. Para ello es necesario contar con equipos y personas preparadas adecuadamente.
- c) Facilitar vivencias y experiencias positivas hacia el autoempleo a través de jornadas de intercambio, creación de redes de emprendedores, encuentros de emprendedores, crear una red de información de emprendedores, convivencias foros, seminarios, encuentros entre emprendedores, salidas y visitas a empresas favoreciendo de esta manera los contactos personales y que se compartan experiencias.

La mayoría de los orientadores reconocen que en las acciones formativas a emprendedores en las que han participado no se incluye la formación y desarrollo de las competencias personales del emprendedor.

No obstante consideramos que se deben incluir contenidos y metodología sobre formación y desarrollo de las competencias personales.

Respecto a la metodología sugieren acciones prácticas y dinámicas, una formación personalizada y adaptada a la realidad del emprendedor a través de actividades como:

- a) Simulación de situaciones, juego de rol, supuestos, dinámicas para fomentar la creatividad, trabajo en grupo, análisis de casos.
- b) Seminarios, visitas e intercambios de experiencias de personas como ellas, jornadas de motivación y sensibilización al autoempleo, encuentros con empresarios y antiguos emprendedores, visitas a empresarios.

En cuanto a los contenidos de esta formación sugieren:

- a) Trabajar las características del empresario eficiente y facilitar que realicen un autoanálisis de sus competencias emprendedoras, desmitificando al emprendedor.
- b) Taller de habilidades sociales, comunicación, resolución de conflictos, dinámicas de grupo, técnicas de comunicación, resolución de conflictos, asertividad, desarrollo personal...
- c) Refuerzo de la autoestima (especialmente con las mujeres).
- d) Talleres de creatividad y talleres para “generar ideas”.
- e) Inculcar la cultura empresarial.
- f) Técnicas de preparación para afrontar el fracaso y el estrés.

4 ESTUDIO CUANTITATIVO, RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Atributos y características personales del emprendedor	281
4.1.1. Puntuaciones en las dimensiones BFQ en emprendedores y no emprendedores	281
4.1.2. Diferencias en las dimensiones del BFQ de emprendedores que continúan después de la crisis	285
4.2. Factores sociales y emprendimiento	294
4.2.1. Experiencia previa y adquisición de competencias emprendedoras	295
4.2.2. Redes sociales y apoyo social al emprendedor	302
4.2.3. Nivel de estudios	312
4.3. Constructos psicológicos y emprendedor	314
4.3.1. Locus de control y emprendimiento	315
4.3.2. Autoeficacia y emprendimiento	319
4.3.3. Las motivaciones de los emprendedores	323
4.3.4. Motivación de logro y emprendimiento	338
4.3.5. Adaptación e innovación	332
4.3.6. Significado del trabajo y emprendimiento	348
4.3.7. Asunción de riesgo y emprendimiento	361
4.3.8. Constancia en el trabajo	366
4.4. Perfil psicosocial de la mujer emprendedora	371
4.5. Tipologías de emprendedores y perfil psicosocial	393
4.5.1. Según fase de emprendimiento: creando la empresa y consolidada	393
4.5.2. Emprendedor vocacional y situacional	399
4.5.3. Emprendedores innovadores	406
4.5.4. Origen de la empresa: nueva empresa o asumen una empresa ya creada	412
4.6. Escalas integrales del coeficiente emprendedor	416

4.- ESTUDIO CUANTITATIVO, RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En este capítulo expondremos los resultados extraídos de los datos obtenidos al aplicar el cuestionario cuantitativo (anexo 3) sobre la características personales de la persona emprendedora y de la que continúa tras la crisis, los factores sociales, los constructos psicosociales como locus de control, auto eficacia, motivación de logo, capacidad de adaptación y asumir riesgo, las motivaciones, el significado del trabajo, el perfil psicosocial de la mujer emprendedora y los tipos de emprendimiento.

4.1. ATRIBUTOS Y CARACTERISTICAS PERSONALES DEL EMPRENDEDOR

Con el objeto de medir los rasgos de personalidad hemos incorporado a la batería de cuestionarios cuantitativos el Cuestionario "Big Five" que consta de cinco dimensiones con dos subdimensiones cada una: energía, con las subescalas dinamismo y dominancia; afabilidad con empatía y cordialidad; tesón con escrupulosidad y perseverancia; estabilidad emocional con las control de las emociones y de los impulsos; apertura mental con apertura a la cultura y a la experiencia.

A continuación comprobaremos si los emprendedores, y los emprendedores que continúan tras la crisis, obtienen medias significativamente superiores en estas escalas respecto al resto de la muestra.

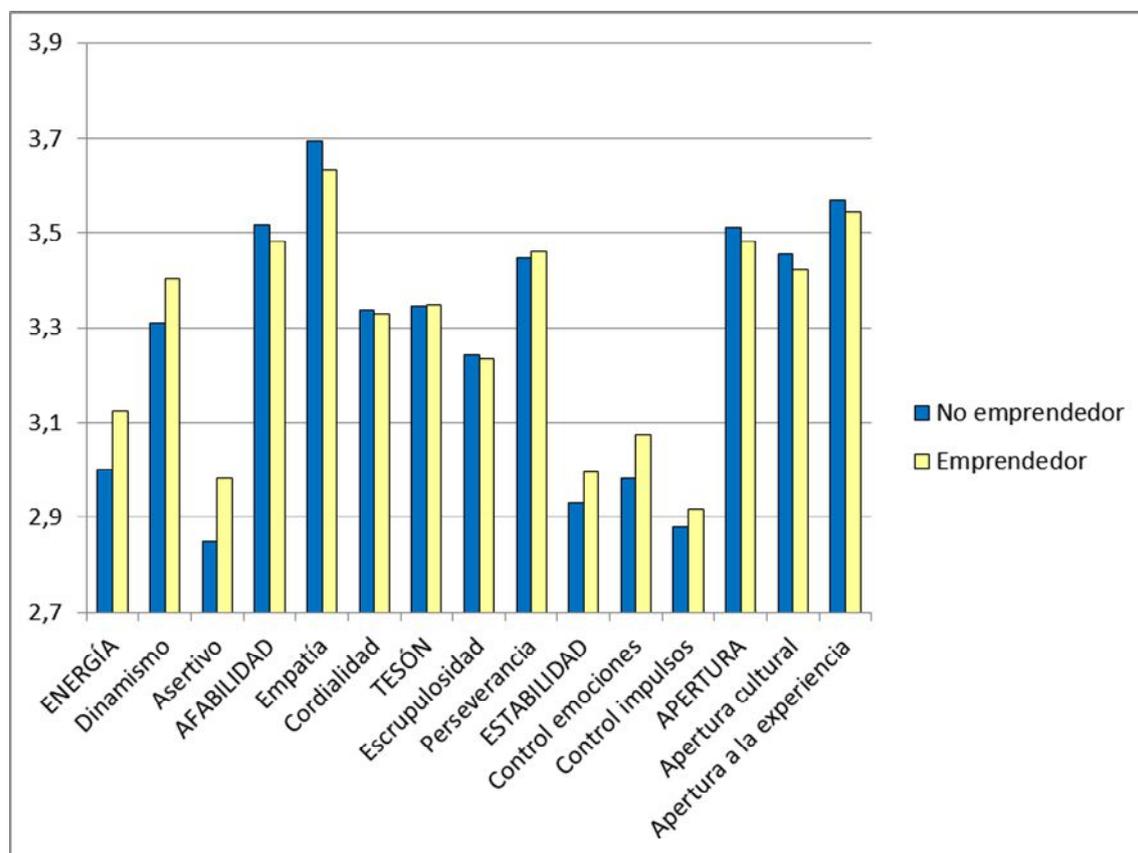
4.1.1. PUNTUACIONES EN LAS DIMENSIONES BFQ EN EMPRENDEDORES Y NO EMPRENDEDORES

En este apartado analizaremos las puntuaciones medias de los emprendedores y no emprendedores en las dimensiones del BFQ. Con el objeto de comprobar en qué aspectos de personalidad los emprendedores son distintos al resto de la muestra.

En la tabla 4.1.1 comprobamos que los emprendedores obtienen medias superiores a los no emprendedores en energía, dinamismo, asertivo, tesón, perseverancia,

estabilidad, control de las emociones y control de los impulsos, y los no emprendedores en afabilidad empatía, cordialidad escrupulosidad apertura, apertura a la cultura, apertura a la experiencia (figura 4.1.1).

Figura 4.1.1 Puntuaciones en las dimensiones del BFQ con emprendedores / no emprendedores³³



Fuente: elaboración propia

Tabla 4.1.1 Descriptivos, BFQ con emprendedores / no emprendedores

		N	Media	Desviación típica	Error típico
BFQ ENERGÍA	No emprende	660	2,9996	,38025	,01480
	Emprende	402	3,1232	,39580	,01974
	Total	1062	3,0464	,39066	,01199
BFQ dinamismo	No emprende	660	3,3100	,49332	,01920
	Emprende	402	3,4048	,47129	,02351
	Total	1062	3,3459	,48705	,01495
BFQ asertivo	No emprende	659	2,8504	,41018	,01598
	Emprende	402	2,9804	,43714	,02180
	Total	1061	2,8997	,42510	,01305
BFQ AFABILIDAD	No emprende	660	3,5169	,35483	,01381
	Emprende	403	3,4809	,32937	,01641
	Total	1063	3,5032	,34568	,01060
BFQ empatía	No emprende	660	3,6941	,39046	,01520

³³ En las figuras y tablas escribimos las cinco dimensiones del BFQ en mayúsculas y las subdimensiones en minúsculas.

	Emprende	403	3,6323	,35948	,01791
	Total	1063	3,6707	,38003	,01166
BFQ cordialidad	No emprende	659	3,3379	,42154	,01642
	Emprende	402	3,3277	,40165	,02003
	Total	1061	3,3341	,41395	,01271
BFQ TESÓN	No emprende	660	3,3441	,37127	,01445
	Emprende	402	3,3472	,35774	,01784
	Total	1062	3,3453	,36604	,01123
BFQ escrupulosidad	No emprende	660	3,2421	,50334	,01959
	Emprende	402	3,2335	,46419	,02315
	Total	1062	3,2389	,48869	,01500
BFQ perseverancia	No emprende	659	3,4460	,41150	,01603
	Emprende	402	3,4610	,41809	,02085
	Total	1061	3,4516	,41388	,01271
BFQ ESTABILIDAD	No emprende	660	2,9302	,49042	,01909
	Emprende	402	2,9943	,45724	,02280
	Total	1062	2,9545	,47892	,01470
BFQ control emociones	No emprende	660	2,9826	,56085	,02183
	Emprende	402	3,0722	,50517	,02520
	Total	1062	3,0165	,54196	,01663
BFQ control impulsos	No emprende	659	2,8784	,53012	,02065
	Emprende	402	2,9164	,52500	,02618
	Total	1061	2,8928	,52826	,01622
BFQ APERTURA	No emprende	660	3,5115	,38949	,01516
	Emprende	402	3,4831	,37306	,01861
	Total	1062	3,5007	,38342	,01177
BFQ aper. cultura	No emprende	660	3,4556	,48648	,01894
	Emprende	402	3,4230	,46202	,02304
	Total	1062	3,4433	,47741	,01465
BFQ aper. experiencia	No emprende	659	3,5690	,41736	,01626
	Emprende	402	3,5432	,39997	,01995
	Total	1061	3,5592	,41086	,01261

Fuente: elaboración propia

En la tabla 4.1.2 comprobamos que los emprendedores obtienen medias significativas superiores a los no emprendedores en energía ($p = ,000$), dinamismo ($p = ,0002$), asertivo ($p = ,000$), estabilidad ($p = ,034$), control de las emociones ($p = ,009$) e inferiores significativamente en empatía ($p = ,010$).

Por tanto, los emprendedores puntúan más en energía, tienen una visión confiada y entusiasta de múltiples aspectos de la vida, son más dinámicos y activos, asertivos y dominantes; mayor estabilidad emocional con más capacidad para afrontar los efectos negativos de la ansiedad, la depresión, o la frustración y más capaces de dominar sus emociones. Sin embargo, son menos cooperativos, empáticos y afectivos.

Tabla 4.1.2 ANOVA, BFQ con emprendedores / no emprendedores

		Suma de cuadrados	Gl.	Media cuadrática	F	Sig.
BFQ ENERGÍA	Inter-grupos	3,819	1	3,819	25,603	,000
	Intra-grupos	158,105	1060	,149		
	Total	161,923	1061			
BFQ dinamismo	Inter-grupos	2,245	1	2,245	9,541	,002
	Intra-grupos	249,446	1060	,235		
	Total	251,692	1061			
BFQ asertivo	Inter-grupos	4,220	1	4,220	23,855	,000
	Intra-grupos	187,335	1059	,177		
	Total	191,555	1060			
BFQ AFABILIDAD	Inter-grupos	,325	1	,325	2,725	,099
	Intra-grupos	126,580	1061	,119		
	Total	126,905	1062			
BFQ empatía	Inter-grupos	,956	1	,956	6,653	,010
	Intra-grupos	152,418	1061	,144		
	Total	153,374	1062			
BFQ cordialidad	Inter-grupos	,026	1	,026	,151	,697
	Intra-grupos	181,614	1059	,171		
	Total	181,640	1060			
BFQ TESÓN	Inter-grupos	,002	1	,002	,018	,892
	Intra-grupos	142,154	1060	,134		
	Total	142,157	1061			
BFQ escrupulosidad	Inter-grupos	,018	1	,018	,077	,781
	Intra-grupos	253,363	1060	,239		
	Total	253,381	1061			
BFQ perseverancia	Inter-grupos	,056	1	,056	,327	,568
	Intra-grupos	181,515	1059	,171		
	Total	181,571	1060			
BFQ ESTABILIDAD	Inter-grupos	1,028	1	1,028	4,496	,034
	Intra-grupos	242,331	1060	,229		
	Total	243,359	1061			
BFQ control emociones	Inter-grupos	2,009	1	2,009	6,876	,009
	Intra-grupos	309,626	1060	,292		
	Total	311,635	1061			
BFQ control impulsos	Inter-grupos	,361	1	,361	1,295	,255
	Intra-grupos	295,438	1059	,279		
	Total	295,800	1060			
BFQ APERTURA	Inter-grupos	,202	1	,202	1,373	,242
	Intra-grupos	155,778	1060	,147		
	Total	155,980	1061			
BFQ aper. cultura	Inter-grupos	,267	1	,267	1,171	,279
	Intra-grupos	241,557	1060	,228		
	Total	241,824	1061			
BFQ aper. experiencia	Inter-grupos	,166	1	,166	,983	,322
	Intra-grupos	178,765	1059	,169		
	Total	178,930	1060			

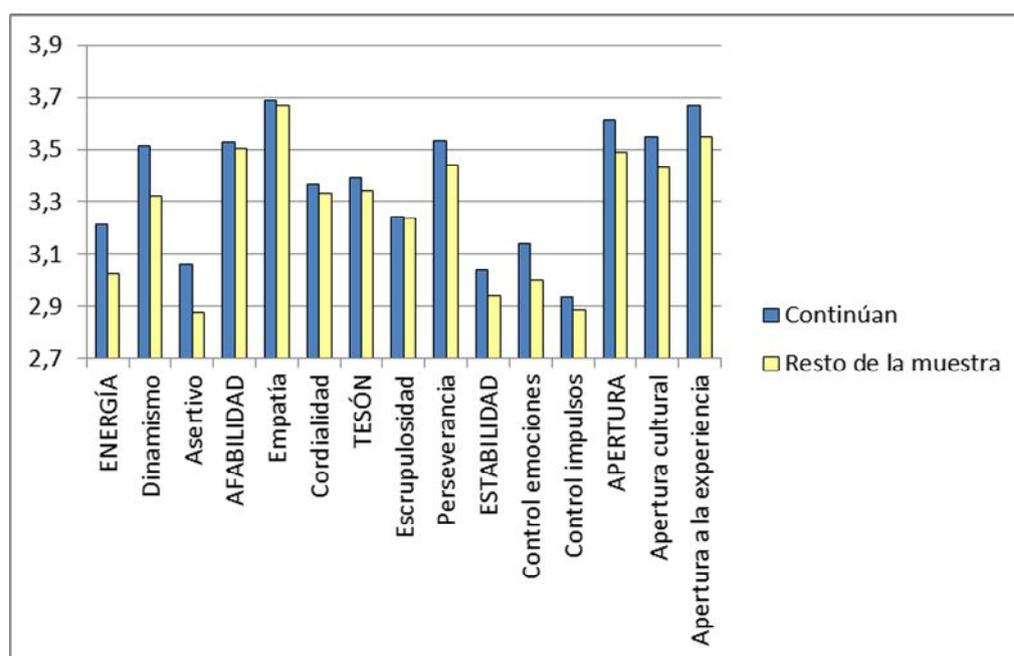
Fuente: Elaboración propia

4.1.2. DIFERENCIAS EN LAS DIMENSIONES DEL BFQ DE LOS EMPRENDEDORES QUE CONTINÚAN DESPUÉS DE LA CRISIS

A continuación analizamos las características de personalidad de los emprendedores que continúan tras la crisis, comparando las puntuaciones que estos obtienen en las dimensiones del BFQ, con las del resto de la muestra y con las de los emprendedores que no continúan con la empresa.

Comprobamos que los emprendedores que continúan tras la crisis obtienen medias superiores en todas las dimensiones y subdimensiones del BFQ (tabla 4.1.3 y figura 4.1.2).

Figura 4.1.2 Puntuaciones en las dimensiones del BFQ de emprendedores que continúan y el resto de muestra



Fuente: elaboración propia

Tabla 4.1.3 Descriptivos, BFQ con continúan / resto de muestra

		N	Media	Desviación típica	Error típico
BFQ ENERGÍA	Continúan	140	3,2124	,39472	,03336
	Resto	929	3,0242	,38492	,01263
	Total	1069	3,0489	,39122	,01197
BFQ dinamismo	Continúan	140	3,5145	,48682	,04114
	Resto	929	3,3231	,48324	,01585
	Total	1069	3,3482	,48778	,01492
BFQ asertivo	Continúan	140	3,0637	,44245	,03739
	Resto	928	2,8779	,41751	,01371

	Total	1068	2,9022	,42531	,01301
BFQ AFABILIDAD	Continúan	140	3,5263	,28025	,02369
	Resto	930	3,5016	,35498	,01164
	Total	1070	3,5048	,34611	,01058
BFQ empatía	Continúan	140	3,6886	,30562	,02583
	Resto	930	3,6693	,39021	,01280
	Total	1070	3,6719	,38014	,01162
BFQ cordialidad	Continúan	140	3,3641	,36999	,03127
	Resto	928	3,3319	,42270	,01388
	Total	1068	3,3361	,41615	,01273
BFQ TESÓN	Continúan	140	3,3880	,36496	,03084
	Resto	929	3,3402	,36591	,01201
	Total	1069	3,3464	,36597	,01119
BFQ escrupulosidad	Continúan	140	3,2455	,49946	,04221
	Resto	929	3,2394	,48624	,01595
	Total	1069	3,2402	,48776	,01492
BFQ perseverancia	Continúan	140	3,5304	,42738	,03612
	Resto	928	3,4409	,41168	,01351
	Total	1068	3,4526	,41467	,01269
BFQ ESTABILIDAD	Continúan	140	3,0407	,45755	,03867
	Resto	929	2,9416	,48197	,01581
	Total	1069	2,9546	,47981	,01467
BFQ control emociones	Continúan	140	3,1434	,49320	,04168
	Resto	929	2,9970	,54699	,01795
	Total	1069	3,0161	,54229	,01659
BFQ control impulsos	Continúan	140	2,9380	,52132	,04406
	Resto	928	2,8866	,53125	,01744
	Total	1068	2,8934	,53000	,01622
BFQ APERTURA	Continúan	140	3,6076	,33167	,02803
	Resto	929	3,4855	,38773	,01272
	Total	1069	3,5015	,38294	,01171
BFQ aper. cultura	Continúan	140	3,5485	,43884	,03709
	Resto	929	3,4279	,48039	,01576
	Total	1069	3,4437	,47670	,01458
BFQ aper. experiencia	Continúan	140	3,6667	,37091	,03135
	Resto	928	3,5443	,41414	,01359
	Total	1068	3,5604	,41066	,01257

Fuente: elaboración propia

Los emprendedores que continúan con la empresa tras la crisis obtienen medias significativamente superiores en energía ($p = ,000$), dinamismo ($p = ,000$), asertivo ($p = ,000$), perseverancia ($p = ,017$), estabilidad ($p = ,023$), control de las emociones ($p = ,003$), apertura ($p = ,000$), apertura a la cultura ($p = ,005$) y apertura a la experiencia ($p = ,001$) que el resto de la muestra (tabla 4.1.4).

Tabla 4.1.4 ANOVA, BFQ con continúan / resto de muestra

		Suma de cuadrados	Gl.	Media cuadrática	F	Sig.
BFQ ENERGÍA	Inter-grupos	4,308	1	4,308	28,881	,000
	Intra-grupos	159,152	1067	,149		
	Total	163,460	1068			
BFQ dinamismo	Inter-grupos	4,455	1	4,455	19,039	,000
	Intra-grupos	249,651	1067	,234		
	Total	254,106	1068			
BFQ asertivo	Inter-grupos	4,203	1	4,203	23,730	,000
	Intra-grupos	188,803	1066	,177		
	Total	193,006	1067			
BFQ AFABILIDAD	Inter-grupos	,074	1	,074	,619	,431
	Intra-grupos	127,982	1068	,120		
	Total	128,056	1069			
BFQ empatía	Inter-grupos	,045	1	,045	,311	,577
	Intra-grupos	154,435	1068	,145		
	Total	154,480	1069			
BFQ cordialidad	Inter-grupos	,126	1	,126	,725	,395
	Intra-grupos	184,658	1066	,173		
	Total	184,784	1067			
BFQ TESÓN	Inter-grupos	,278	1	,278	2,075	,150
	Intra-grupos	142,767	1067	,134		
	Total	143,044	1068			
BFQ escrupulosidad	Inter-grupos	,004	1	,004	,019	,891
	Intra-grupos	254,084	1067	,238		
	Total	254,089	1068			
BFQ perseverancia	Inter-grupos	,975	1	,975	5,696	,017
	Intra-grupos	182,499	1066	,171		
	Total	183,474	1067			
BFQ ESTABILIDAD	Inter-grupos	1,196	1	1,196	5,214	,023
	Intra-grupos	244,673	1067	,229		
	Total	245,869	1068			
BFQ control emociones	Inter-grupos	2,610	1	2,610	8,940	,003
	Intra-grupos	311,465	1067	,292		
	Total	314,075	1068			
BFQ control impulsos	Inter-grupos	,321	1	,321	1,144	,285
	Intra-grupos	299,398	1066	,281		
	Total	299,719	1067			
BFQ APERTURA	Inter-grupos	1,814	1	1,814	12,502	,000
	Intra-grupos	154,803	1067	,145		
	Total	156,616	1068			
BFQ aper. cultura	Inter-grupos	1,772	1	1,772	7,846	,005
	Intra-grupos	240,927	1067	,226		
	Total	242,699	1068			
BFQ aper. experiencia	Inter-grupos	1,822	1	1,822	10,907	,001
	Intra-grupos	178,114	1066	,167		
	Total	179,937	1067			

Fuente: elaboración propia

Comparando las medias de los emprendedores que continúan con la empresa tras la crisis con los que cerraron su negocio observamos que los emprendedores que continúan con la empresa tras la crisis obtienen medias superiores en todas dimensiones y subdimensiones del BFQ que los que cerraron.(tabla 4.1.5.)

Tabla 4.1.5 Descriptivos, BFQ con continúan / resto de muestra.

		N	Media	Desviación típica	Error típico
BFQ ENERGÍA	Continúan	140	3,2124	,39472	,03336
	Cierra	54	3,0485	,33645	,04579
	Total	194	3,1668	,38564	,02769
BFQ dinamismo	Continúan	140	3,5145	,48682	,04114
	Cierra	54	3,3563	,44357	,06036
	Total	194	3,4704	,47934	,03441
BFQ asertivo	Continúan	140	3,0637	,44245	,03739
	Cierra	54	2,8925	,38466	,05235
	Total	194	3,0161	,43306	,03109
BFQ AFABILIDAD	Continúan	140	3,5263	,28025	,02369
	Cierra	54	3,4656	,34518	,04697
	Total	194	3,5094	,30005	,02154
BFQ empatía	Continúan	140	3,6886	,30562	,02583
	Cierra	54	3,5953	,39671	,05399
	Total	194	3,6626	,33503	,02405
BFQ cordialidad	Continúan	140	3,3641	,36999	,03127
	Cierra	54	3,3359	,39720	,05405
	Total	194	3,3562	,37693	,02706
BFQ TESÓN	Continúan	140	3,3880	,36496	,03084
	Cierra	54	3,2907	,30660	,04172
	Total	194	3,3609	,35165	,02525
BFQ escrupulosidad	Continúan	140	3,2455	,49946	,04221
	Cierra	54	3,1773	,42087	,05727
	Total	194	3,2265	,47879	,03438
BFQ perseverancia	Continúan	140	3,5304	,42738	,03612
	Cierra	54	3,4040	,37077	,05046
	Total	194	3,4953	,41537	,02982
BFQ ESTABILIDAD	Continúan	140	3,0407	,45755	,03867
	Cierra	54	2,9151	,49554	,06743
	Total	194	3,0057	,47053	,03378
BFQ control emociones	Continúan	140	3,1434	,49320	,04168
	Cierra	54	2,9702	,55926	,07611
	Total	194	3,0952	,51685	,03711
BFQ control impulsos	Continúan	140	2,9380	,52132	,04406
	Cierra	54	2,8599	,52189	,07102
	Total	194	2,9163	,52131	,03743
BFQ APERTURA	Continúan	140	3,6076	,33167	,02803
	Cierra	54	3,3602	,35458	,04825
	Total	194	3,5388	,35512	,02550
BFQ aper. cultura	Continúan	140	3,5485	,43884	,03709
	Cierra	54	3,3772	,45917	,06248

	Total	194	3,5008	,45002	,03231
BFQ aper. experiencia	Continúan	140	3,6667	,37091	,03135
	Cierra	54	3,3432	,35174	,04787
	Total	194	3,5767	,39268	,02819

Fuente: elaboración propia

Los emprendedores que continúan con la empresa tras la crisis obtienen medias significativamente superiores en energía ($p = ,008$), dinamismo ($p = ,039$), asertivo ($p = ,013$), perseverancia, estabilidad, control de las emociones ($p = ,036$), apertura ($p = ,000$), apertura a la cultura ($p = ,017$) y apertura a la experiencia ($p = ,000$) (tabla 4.1.5).

Tabla 4.1.6 ANOVA, BFQ con emprendedores que continúan / cierran

		Suma de cuadrados	Gl.	Media cuadrática	F	Sig.
BFQ ENERGÍA	Inter-grupos	1,047	1	1,047	7,269	,008
	Intra-grupos	27,656	192	,144		
	Total	28,703	193			
BFQ dinamismo	Inter-grupos	,974	1	,974	4,313	,039
	Intra-grupos	43,371	192	,226		
	Total	44,345	193			
BFQ asertivo	Inter-grupos	1,142	1	1,142	6,256	,013
	Intra-grupos	35,053	192	,183		
	Total	36,195	193			
BFQ AFABILIDAD	Inter-grupos	,144	1	,144	1,601	,207
	Intra-grupos	17,232	192	,090		
	Total	17,376	193			
BFQ empatía	Inter-grupos	,339	1	,339	3,052	,082
	Intra-grupos	21,324	192	,111		
	Total	21,663	193			
BFQ cordialidad	Inter-grupos	,031	1	,031	,217	,642
	Intra-grupos	27,390	192	,143		
	Total	27,421	193			
BFQ TESÓN	Inter-grupos	,369	1	,369	3,015	,084
	Intra-grupos	23,497	192	,122		
	Total	23,866	193			
BFQ escrupulosidad	Inter-grupos	,181	1	,181	,789	,375
	Intra-grupos	44,063	192	,229		
	Total	44,244	193			
BFQ perseverancia	Inter-grupos	,623	1	,623	3,660	,057
	Intra-grupos	32,675	192	,170		
	Total	33,298	193			
BFQ ESTABILIDAD	Inter-grupos	,615	1	,615	2,805	,096
	Intra-grupos	42,115	192	,219		
	Total	42,730	193			
BFQ control emociones	Inter-grupos	1,169	1	1,169	4,453	,036
	Intra-grupos	50,388	192	,262		
	Total	51,557	193			

BFQ control impulsos	Inter-grupos	,238	1	,238	,875	,351
	Intra-grupos	52,212	192	,272		
	Total	52,450	193			
BFQ APERTURA	Inter-grupos	2,386	1	2,386	20,863	,000
	Intra-grupos	21,954	192	,114		
	Total	24,340	193			
BFQ aper. cultura	Inter-grupos	1,143	1	1,143	5,785	,017
	Intra-grupos	37,943	192	,198		
	Total	39,086	193			
BFQ aper. experiencia	Inter-grupos	4,080	1	4,080	30,504	,000
	Intra-grupos	25,680	192	,134		
	Total	29,760	193			

Fuente: elaboración propia

En virtud de las investigaciones previas y de nuestra hipótesis (1.1), se espera que las personas emprendedoras presenten rasgos de personalidad diferenciados, caracterizados por mayores puntuaciones en las dimensiones de personalidad de energía (dinamismo y asertividad), tesón (escrupulosidad y perseverancia), apertura (apertura a la cultura y apertura a la experiencia) y menores puntuaciones en afabilidad (cooperación y cordialidad).

Esta hipótesis se confirma en parte ya que en emprendedores se han constatado diferencias significativas en energía ($p = ,000$), dinamismo ($p = ,0002$), asertivo ($p = ,000$), estabilidad ($p = ,034$), control de las emociones ($p = ,009$) y significativamente inferiores en empatía ($p = ,010$). Sin embargo, no se confirman diferencias significativas en tesón, perseverancia y capacidad de esfuerzo ni en apertura mental, innovación a la experiencia.

Los resultados son coherentes con los de Tokar y Swanson (1995) que demostraron que la extraversión (energía) correlaciona positivamente con el emprendedor.

Coincidimos con De Castro (2012) en que obtienen diferencias altamente significativas en actividad-asertividad, seguida del rasgo de neuroticismo (estabilidad), y en que no presentan una puntuación suficiente para ser considerada influyente en la correlación del rasgo amabilidad, sugiriendo que esta dimensión no está directamente relacionada a la personalidad emprendedora. Sin embargo, no son coherentes con considerar significativos en apertura a la experiencia ni responsabilidad (tesón).

Nuestros datos son coherentes con que los empresarios puntúen, significativamente menos a los gerentes, en las dimensiones de interés por los otros y amabilidad

(afabilidad) y que los emprendedores requieran de habilidades sociales y de persuasión (energía y asertividad) y de calma y baja ansiedad (estabilidad) (Zhao & Seibert, 2006).

No coincidimos con Sánchez (2003) en que el emprendedor se considera una persona ordenada, predecible, minuciosa y eficiente (escrupulosidad); y sí en que tiene autodominio, es improbable que dejen traslucir su personalidad o que actúe espontáneamente (estabilidad).

Tampoco con Spencer y Spencer (1993) que destacan cómo la dimensión responsabilidad (tesón), del modelo Big Five, refuerza el perfil del emprendedor.

En relación a los *emprendedores que continúan con la empresa tras la crisis* es de esperar puntuaciones mayores y significativas en las dimensiones de tesón, estabilidad emocional, energía, y apertura mental.

Según nuestra hipótesis 1.2, se espera que las personas emprendedoras que continúan con sus negocios a pesar de la crisis presenten rasgos de personalidad diferenciados, caracterizados por mayores puntuaciones que el resto de la muestra, y que los emprendedores que cierran, en las dimensiones de personalidad de energía (dinamismo y asertividad), tesón (escrupulosidad y perseverancia), apertura (apertura a la cultura y apertura a la experiencia) y menores puntuaciones en afabilidad (cooperación y cordialidad).

Comprobamos que los emprendedores que continúan con la empresa tras la crisis obtienen medias superiores en todas las dimensiones y subdimensiones del BFQ y de forma significativa en energía ($p = ,000$), dinamismo ($p = ,000$), asertivo ($p = ,000$), perseverancia ($p = ,017$), estabilidad ($p = ,023$), control de las emociones ($p = ,003$), apertura ($p = ,000$), apertura a la cultura ($p = ,005$) y apertura a la experiencia ($p = ,001$).

Datos coherentes con la investigación de Martín et al. (2010) para el que la creatividad (apertura a la experiencia) tiene una influencia directa y positiva en la conducta innovadora de los emprendedores y sobre el éxito empresarial. Y con Judge et al. (1999) respecto a que encontraron que los factores de responsabilidad (perseverancia), energía son los que permitieron un pronóstico favorable de predicción del éxito laboral, pero no respecto a que también afabilidad era un predictor de éxito.

Tabla 4.1.7 Dimensiones del BFQ con diferencias significativas en estudios anteriores, emprendedores y emprendedores que continúan con resto de la muestra y con los que cierran

	Estudios anteriores Emprendedor.	Estudios anteriores éxito	Emprendedores/ no emprend.	Continúan/ resto muestra.	Continúan/ cierran
BFQ ENERGÍA	Si	Si	,000	,000	,008
BFQ dinamismo	Si	Si	,002	,000	,039
BFQ asertivo	Si	Si	,000	,000	,013
BFQ AFABILIDAD		Si			
BFQ empatía	Negativo		-,010		
BFQ cordialidad					
BFQ TESÓN	Si	Si			
BFQ escrupulosidad	Si				
BFQ perseverancia	Si	Si	,	,017	,057
BFQ ESTABILIDAD	Si	Si	,034	,023	
BFQ control emociones	Si	Si	,009	,003	,036
BFQ control impulsos					
BFQ APERTURA	Si	Si		,000	,000
BFQ aper. Cultura				,005	,017
BFQ aper. Experiencia	Si	Si		,001	,000

Fuente: elaboración propia

En la Tabla 4.1.7 resumimos los resultados en las dimensiones y subdimensiones del BFQ, En las dos primeras columnas, resultados de los estudios anteriores sobre emprendedor y éxito empresarial indicando si encuentran relación positiva o negativa y, las tres últimas columnas, los que resultan significativos en nuestro estudio, indicando el nivel de significación.

En energía, tanto los emprendedores como los emprendedores que continúan tras la crisis puntúan más y confirman los estudios previos.

En afabilidad se confirma que los emprendedores puntúan menos en cooperación empatía y afectivo. Y que no se diferencian significativamente los emprendedores que continúan tras la crisis del resto de la muestra ni de los emprendedores que cerraron.

En tesón se confirman las diferencias significativas esperadas en la subdimensión de perseverancia, en la que los emprendedores que continúan puntúan más y de forma significativa que el resto de la muestra. Sin embargo, no puntúan más en escrupulosidad; ciertamente al redactar nuestras hipótesis consideramos que en el emprendedor debía puntuar más en la dimensión tesón, perseverancia y capacidad de trabajo. Sin embargo esta dimensión incluye la subdimensión de escrupulosidad y los

emprendedores no son más meticulosos, escrupulosos ni precisos y de hecho no puntúan de forma diferencial en esta subescala, lastrando la escala de tesón. Por tanto, debemos discriminar en esta escala las dos subdimensiones, perseverancia en la que los emprendedores que continúan puntúan por encima del resto y de los que cierran y escrupulosidad que no muestra diferencias significativas.

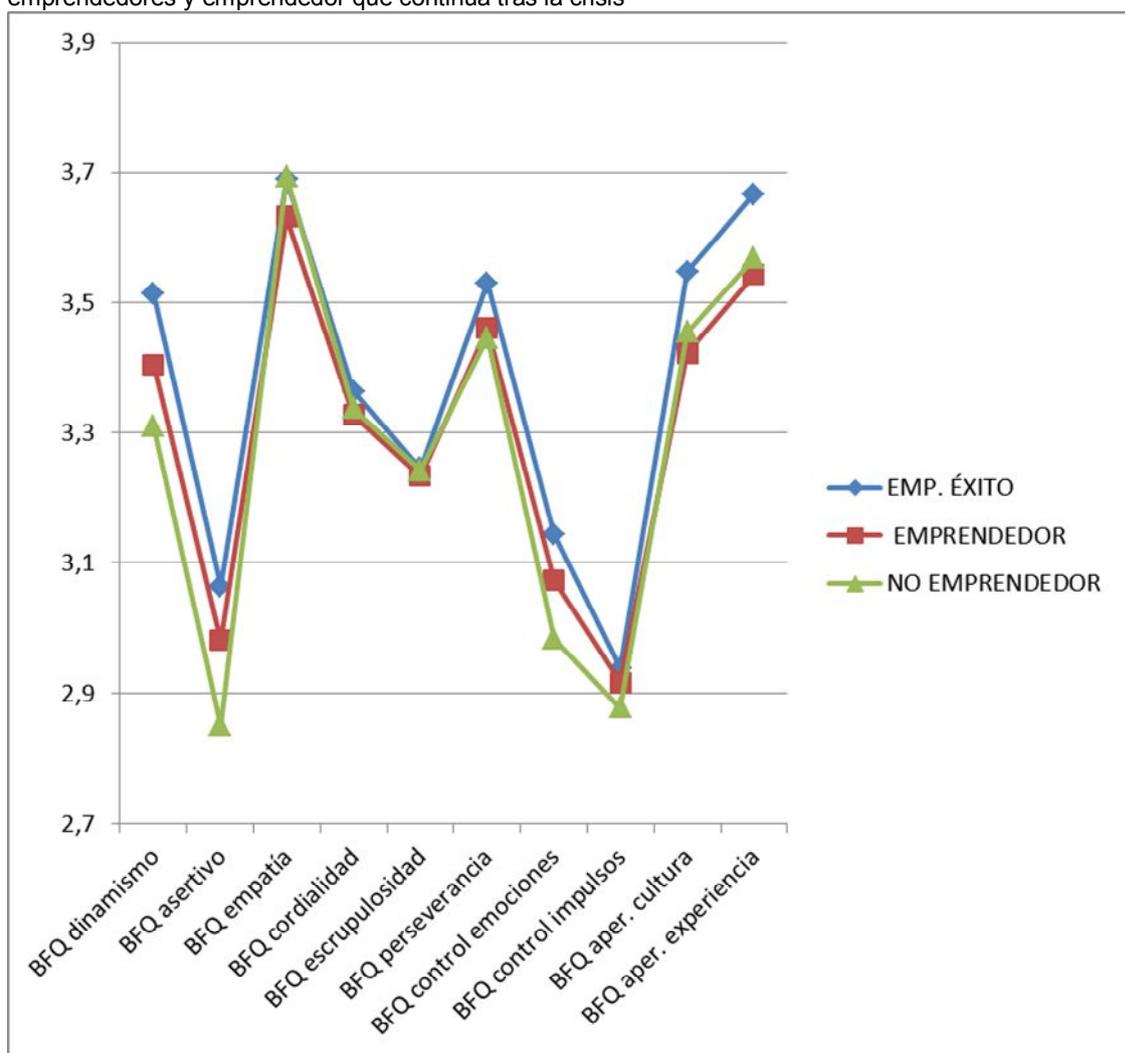
En estabilidad se confirma que los emprendedores, y los emprendedores que continúan tras la crisis, puntúan más, aunque no en la subdimensión de control de los impulsos.

En apertura no se confirma que los emprendedores puntúen más que los no emprendedores y si los emprendedores que continúan tras la crisis, que obtienen mayor puntuación en apertura mental y en las dos subdimensiones, apertura a la cultura y a la experiencia.

Se presenta un resumen de los datos en las tablas 4.1.7 y la figura 4.1.3 podemos visualizar los perfiles de puntuación, en las subdimensiones del BFQ, de no emprendedores, emprendedores y emprendedores que continúa tras la crisis. Se puede apreciar cómo estos últimos destacan en apertura a la experiencia y la cultura, dinamismo y asertividad, perseverancia y control de las emociones.

En la figura 4.1.3 podemos visualizar los perfiles de puntuación, en las subdimensiones del BFQ, de no emprendedores, emprendedores y emprendedores que continúa tras la crisis. Se puede apreciar como estos últimos destacan en apertura a la experiencia y la cultura, dinamismo y asertividad, perseverancia y control de las emociones.

Figura 4.1.3 perfiles de puntuación en las subdimensiones del BFQ de no emprendedores, emprendedores y emprendedor que continúa tras la crisis



Fuente: elaboración propia

4.2. FACTORES SOCIALES Y EMPRENDIMIENTO

En este capítulo analizaremos la influencia de los factores sociales en el emprendimiento y en la supervivencia empresarial. En concreto, cómo afecta la experiencia previa, el cómo adquirieron las competencias emprendedoras, el apoyo de la red social cercana, la influencia de familiares y amistades y el nivel de formación.

4.2.1. EXPERIENCIA PREVIA Y ADQUISICIÓN DE COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS

En el apartado 6 del cuestionario cuantitativo (anexo3) se presentan, entre otras, cuatro preguntas en torno a si había trabajado antes en el sector, fue líder de algún grupo, se preocupó por emprender actividades temporales o pequeños negocios y cómo ha adquirido las competencias (habilidades, conocimientos y actitudes) necesarias para llevar a cabo su negocio. Una vez dicotomizada la pregunta 17 creamos con esos cuatro elementos una pequeña escala sobre experiencia y adquisición de competencias.

A continuación analizamos los grupos de emprendedores y no emprendedores, y los emprendedores que continúan y los que cierran tras la crisis, y su relación con estas variables, que miden la experiencia laboral previa del emprendedor, la adquisición de las competencias emprendedoras, y si tiene experiencias de liderazgo o de emprendimiento antes de crear su propio negocio.

En la tabla de contingencia 4.2.1 realizamos una clasificación de los emprendedores en virtud de *si habían trabajado antes* de crear su empresa y de la situación laboral actual: emprendedor independiente, empresario asociado y creando la empresa. Destacamos que de los 342 empresarios y emprendedores que responden a la pregunta de si habían trabajado antes de crear su empresa, 273 tenían experiencias laborales anteriores y 69 no habían trabajado antes de crear la empresa, confirmando que la mayoría, un 79,82% de los promotores de empresas, han tenido experiencias laborales anteriormente.

Tabla 4.2.1 De contingencia situación laboral anterior / tipo de empresario

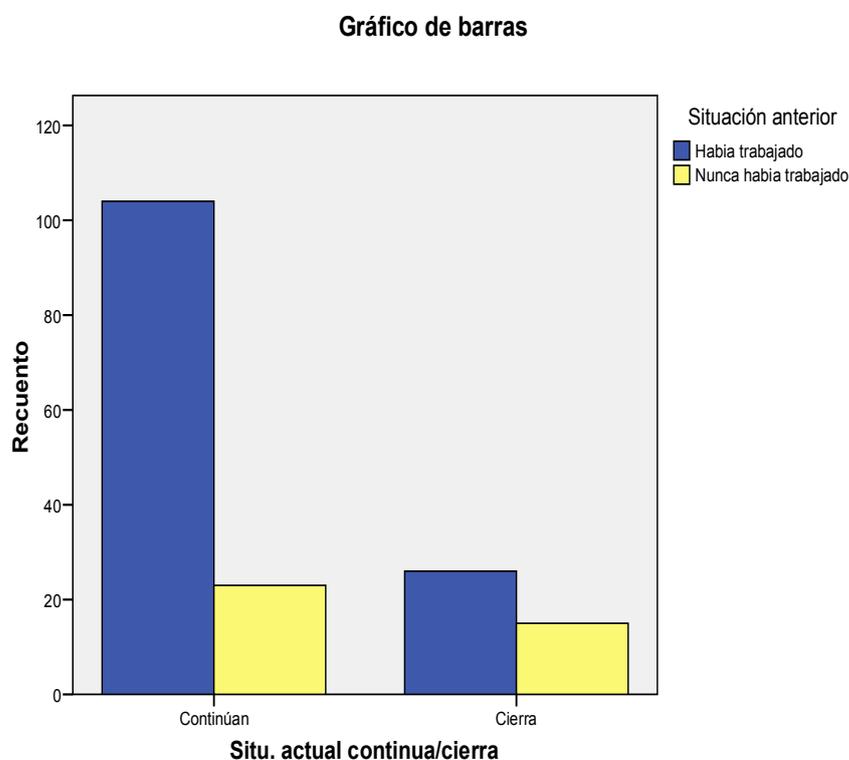
Situación anterior		Situación laboral			Total
		Empresario independiente	Empresario asociado	Creando a empresa	
Había trabajado	Recuento	159	107	7	273
	% situación anterior	58,2%	39,2%	2,6%	100,0%
Nunca había trabajado	Recuento	48	19	2	69
	% situación anterior	69,6%	27,5%	2,9%	100,0%
Total	Recuento	207	126	9	342
	% situación anterior	60,5%	36,8%	2,6%	100,0%

Fuente: elaboración propia

A continuación contrastamos la relación entre tener *experiencias laborales anteriores* a la apertura del negocio y haber cerrado o continuar con la empresa tras la

crisis. En la tabla 4.2.2 comprobamos que el 80% de los emprendedores que trabajaban antes de crear su empresa continúan con el negocio tras la crisis, mientras que sólo lo hacen el 60,5 % de los que no trabajaban con anterioridad. Y esta relación, entre tener experiencia laboral previa y mantener el negocio tras la crisis, es significativa, como podemos ver en la tabla 4.2.3, que muestra cómo los resultados de la prueba de chi-cuadrado arroja un $p < ,05$, relación que podemos visualizar en la figura 4.2.1, en la que a simple vista destaca la diferencia entre la primera columna, que representa los emprendedores que habían trabajado y continúan, respecto a la segunda columna que representa los que no habían trabajado y continúan con la empresa.

Figura 4.2.1 Situación laboral anterior con emprendedores que continúan o cierran la empresa



Fuente: elaboración propia

Tabla 4.2.2 De contingencia situación laboral anterior con emprendedores que continua/cierra la empresa

Continua/cierra		Situación anterior		Total
		Había trabajado	Nunca había trabajado	
Continúan	Recuento	104	23	127
	% situación anterior	80,0%	60,5%	75,6%
Cierra	Recuento	26	15	41
	% situación anterior	20,0%	39,5%	24,4%
Total	Recuento	130	38	168
	% situación anterior	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: elaboración propia

Tabla 4.2.3 Pruebas de chi-cuadrado sobre la relación situación laboral anterior con emprendedor que continúa/cierra la empresa

	Valor	Gl.	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	6,044(b)	1	,014		
Corrección por continuidad(a)	5,035	1	,025		
Razón de verosimilitudes	5,629	1	,018		
Estadístico exacto de Fisher				,019	,014
Asociación lineal por lineal	6,008	1	,014		
N de casos válidos	168				

a Calculado sólo para una tabla de 2x2.

b 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 9,27.

Fuente: elaboración propia

De los 340 emprendedores que responden a si han tenido *experiencia en el mismo sector de actividad* de su nueva empresa antes de crearla, lo hacen afirmativamente 193, el 56,8%, un porcentaje mayor que los que responden que no tienen experiencia anterior en el sector 43,2% (tabla 4.2.4).

Tabla 4.2.4 Experiencia previa del emprendedor en el sector

Experiencia en el sector		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	193	46,5	56,8	56,8
	No	147	35,4	43,2	100,0
	Total	340	81,9	100,0	
Perdidos	Sistema	75	18,1		
	Total	415	100,0		

Fuente: elaboración propia

En la tabla 4.2.5 se recogen la frecuencia bivalente de las variables correspondientes a si el emprendedor *continúa con la empresa tras la crisis y a si tiene o no experiencia previa en el sector* de actividad de la empresa que promueve. Observamos que el 58,9% de los emprendedores que continúan han tenido experiencias laborales en el sector, porcentaje superior al 53,7% de los emprendedores que cierran y han tenido experiencias previas en el sector. Sin embargo, en la prueba de independencia chi-cuadrado, que compara las puntuaciones entre los que continúan con la empresa tras la crisis y los que cuentan o no con experiencia previa en el sector, concluye que las diferencias no son significativas con una $p = ,339$, superior a .05 (tabla 4.2.6). Por tanto, no podemos confirmar la hipótesis de que exista relación significativa entre tener experiencias laborales previas en el sector y mantener la empresa a pesar de las dificultades de la situación de crisis.

Tabla 4.2.5 De contingencia emprendedores que continua/cierra tras la crisis con experiencia previa en el mismo sector

		Experiencia en el sector		Total	
		Si	No		
Continúa/cierra	Continúan	Recuento	76	53	129
		% de continua/cierra	58,9%	41,1%	100,0%
Cierra		Recuento	22	19	41
		% de continua/cierra	53,7%	46,3%	100,0%
Total		Recuento	98	72	170
		% de continua/cierra	57,6%	42,4%	100,0%

Fuente: elaboración propia

Tabla 4.2.6 Pruebas de chi-cuadrado de la relación entre las variables emprendedor que continua/cierra tras la crisis y experiencia previa en el mismo sector

	Valor	Gl.	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,352(b)	1	,553		
Corrección por continuidad(a)	,170	1	,680		
Razón de verosimilitudes	,350	1	,554		
Estadístico exacto de Fisher				,589	,339
Asociación lineal por lineal	,350	1	,554		
N de casos válidos	170				

a Calculado sólo para una tabla de 2x2

b 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 17,36

Fuente: elaboración propia

En cuanto al *tiempo que el emprendedor dedicó a preparar el proyecto empresarial* observamos, en la tabla 4.2.7, que el 45,9% de los emprendedores estuvieron 6 meses madurando el proyecto, el 29,7% tardaron un año en poner en marcha el negocio y un 24,4% tardaron más de un año. Sin embargo, las diferencias entre los emprendedores que continúan con la empresa tras la crisis y el tiempo de maduración del proyecto no son significativas ($p = ,865$), muy superior al ,05 (tabla 4.2.8). Por tanto, no podemos constatar relación entre el tiempo que el emprendedor dedica a madurar el proyecto empresarial antes de abrir su negocio y que este sobreviva a la crisis económica.

Tabla 4.2.7 Emprendedores que continúan tras la crisis / resto de la muestra con tiempo de maduración del proyecto

		Madura el proyecto			Total
		Hasta 6 meses	6 a 12 meses	Más de 12 meses	
Continua	Recuento	59	39	29	127
	% continua/resto	46,5%	30,7%	22,8%	100,0%
Resto de la muestra	Recuento	97	62	54	213
	% continua/resto	45,5%	29,1%	25,4%	100,0%
Total	Recuento	156	101	83	340
	% continua/resto	45,9%	29,7%	24,4%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4.2.8 Pruebas de chi-cuadrado emprendedores que continua tras la crisis / resto de la muestra con tiempo de maduración del proyecto

	Valor	Gl.	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,290(a)	2	,865
Razón de verosimilitudes	,291	2	,864
Asociación lineal por lineal	,142	1	,706
N de casos válidos	340		

a 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 31,00

Fuente: Elaboración propia

La escala *experiencia y adquisición activa de competencias* mide si el sujeto tiene experiencias previas en liderazgo, en emprendimiento y en el sector laboral, y si adquirió las competencias para llevar a cabo su trabajo de forma activa (experiencias laborales y observación directa).

Comprobamos que las puntuaciones, en una escala de 1 a 2, los emprendedores obtiene una media de 1,4936, superior a la de los no emprendedores, con una media de 1,4226 (tabla 4.2.9), escala que mide experiencia emprendedora y adquisición activa de competencias. Podemos afirmar que hay relación entre las puntuaciones que los sujetos obtienen en la escala experiencia y adquisición activa de competencias y si estos son o no emprendedores, ya que el contraste de medias, nos confirma diferencias significativas en las puntuaciones de emprendedores y no emprendedores ($p = .038$).

Tabla 4.2.9 Descriptivos, puntuación media de emprendedores y no emprendedores en experiencias previas y adquisición de competencias

	N	Media	Desviación típica	Error típico
No emprendedor	354	1,4226	,49061	,02608
Emprendedor	362	1,4936	,31809	,01672
Total	716	1,4584	,41374	,01546

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4.2.10 ANOVA, emprendedores y no emprendedores en experiencias previas y adquisición de competencias

	Suma de cuadrados	Gl.	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	,739	1	,739	4,338	,038
Intra-grupos	121,657	714	,170		
Total	122,396	715			

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 4.2.11 la puntuación de los emprendedores que continúan tras la crisis en la escala que mide experiencia emprendedora y adquisición activa de competencias es de 1,5245, superior a la que obtienen el resto de la muestra con una media de 1,4437. Estas diferencias muestran un nivel de significación entre grupos de ,040 (tabla 4.2.12), lo que nos permiten afirmar que existe relación en contar con experiencias previas en

liderazgo, en emprendimiento y en el sector laboral, y en la forma en que adquirió las competencias para llevar a cabo su trabajo entre el grupo de emprendedores que continúan, a pesar de la crisis y el resto de la muestra.

Tabla 4.2.11 Descriptivos, emprendedores que continúan tras la crisis y resto de la muestra con experiencias previas y adquisición de competencias.

	N	Media	Desviación típica	Error típico
Continúan	136	1,5245	,31478	,02699
Resto muestra	583	1,4437	,43254	,01791
Total	719	1,4590	,41387	,01543

Fuente: elaboración propia

Tabla 4.2.12 ANOVA, emprendedores que continúan tras la crisis y resto de la muestra con experiencias previas y adquisición de competencias

	Suma de cuadrados	Gl.	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	,720	1	,720	4,225	,040
Intra-grupos	122,264	717	,171		
Total	122,984	718			

Fuente: elaboración propia

La puntuación media de los emprendedores que continuaron con su empresa a pesar de la crisis es de 1,5245, superior a la obtenida por los empresarios que cerraron su empresa, que obtienen 1,4559 en la *escala de experiencia y adquisición de competencias* (tabla 4.2.13). Pero estas diferencias no son significativas ya que obtenemos un nivel de significación de ,191 y, por tanto, no podemos afirmar que haya relación entre las puntuaciones en esta escala entre los emprendedores que abandonaron su proyecto empresarial y los que continúan (tabla 4.2.14).

Tabla 4.2.13 Descriptivos, emprendedores que continúan tras la crisis y los que cierran con experiencias previas y adquisición de competencias

	N	Media	Desviación típica	Error típico
Continúan	136	1,5245	,31478	,02699
Cierra	51	1,4559	,32844	,04599
Total	187	1,5058	,31915	,02334

Fuente: elaboración propia

Tabla 4.2.14 ANOVA, emprendedores que continúan tras la crisis y los que cierran en experiencias previas y adquisición de competencias

	Suma de cuadrados	Gl.	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	,175	1	,175	1,722	,191
Intra-grupos	18,770	185	,101		
Total	18,945	186			

Fuente: elaboración propia

Por tanto, los empresarios y emprendedores obtienen una media superior, de forma significativa, a los no emprendedores en la escala experiencia y adquisición de

competencias, que mide si el sujeto tiene experiencias previas en liderazgo, emprendimiento y en el sector laboral; también son significativas en haber trabajado anteriormente, pero no en tener experiencia en el mismo sector.

Estos resultados son congruentes con nuestra hipótesis 2.1. La experiencia laboral anterior, la experiencia de liderazgo y emprendimiento, y la adquisición activa de competencia emprendedoras, se relacionan con ser o no emprendedor. Y coincide con los estudios previos, presentados en el marco teórico, que consideran fundamental el papel de la formación y la experiencia como factor social que influye a la hora de emprender (Ortiz & Millan, 2010), y como incentivo de la conducta emprendedora (Zapalska, 1997; Timmons, 1999; Lundström & Stevenson, 2005). Asimismo concuerdan con los estudios que concluían que la percepción de poseer conocimientos, habilidades y experiencias para emprender es precisa para que un individuo se plantee poner en marcha un negocio (Informe GEM España 2014; Ihrig *et al.*, 2006; Minniti & Bygrave, 2001) y que el estatus laboral previo a la decisión de autoemplearse es determinante en la decisión de abordar un proyecto emprendedor (Beaucage *et al.*, 2004; March & Yagüe, 1997). Si bien hemos de matizar que nuestros resultados son significativos respecto a que haya tenido experiencias laborales, y no tanto a que esta experiencia sea en el mismo sector en el que abre la empresa.

Respecto a la supervivencia emprendedora, los emprendedores que continúan con la empresa tras la crisis, obtienen puntuaciones superiores en la escala de “experiencia y adquisición de competencias” respecto de los emprendedores que abandonaron su proyecto empresarial, pero no lo hacen significativamente, y si bien puntúan de forma significativa en haber trabajado con anterioridad, las diferencias no son significativas en haber trabajado en el mismo sector, ni tampoco hay diferencias significativas con el tiempo que estuvieron madurando el proyecto.

Por tanto, respecto a la relación de la experiencia previa con el éxito o la supervivencia emprendedora, se confirma la parte de nuestra hipótesis y las conclusiones de la mayoría de los estudios previos que afirman que, la experiencia laboral (no necesariamente en el mismo sector) es un aspecto que favorece la eficiencia emprendedora y la supervivencia del negocio, ya que constituye una fuente de aprendizaje y desarrollo de las competencias profesionales y aporta conocimiento sobre

la actividad laboral en la que se va a emprender³⁴. La formación guarda relación con el crecimiento de la empresa (Davidsson, 1991), y el éxito, se relaciona positivamente con la formación específica y los conocimientos previos del emprendedor (Abdesselam et al., 2004; Planellas, 2003; Pérez & Sánchez, 1998).

Sin embargo no hemos encontrado relaciones significativas entre la experiencia previa en el sector de actividad con el éxito del emprendedor, este resultado nos hace tomar en consideración la afirmación de Guillen et al. (2004) y Benavides et al. (2004), que concluyen que, en lo relativo a la formación y la experiencia laboral, los resultados obtenidos son heterogéneos, y con la conclusión de Barba et al. (2012) quienes, tras concluir que la experiencia empresarial previa del emprendedor influye en el incremento del número de trabajadores de las empresas de reciente creación, advierten que el modelo analizado explica un porcentaje no muy alto de la variación del mismo (17,3%).

4.2.2. REDES SOCIALES Y APOYO SOCIAL AL EMPREDEDOR

En la encuesta cuantitativa (anexo 3, apartado 6, cuestión 12) preguntamos cómo han influido distintas personas (cónyuges, padres, hermanos, amigos, compañeros, profesores y técnicos) a la hora de preparar su acceso al trabajo o a crear su empresa. Podían contestar, en una escala de menor a mayor apoyo, si cada una de estas personas se ha opuesto, ha desaconsejado crear la empresa, ha sido indiferente, ha animado o ha ayudado. En la tabla 4.2.15, presentamos el recuento y la frecuencia de las opciones que marcan los emprendedores y en la figura 4.2.2, la media de puntuación de 1 a 5 de los emprendedores y no emprendedores, en el apoyo que reciben de estas personas de su red social.

Los emprendedores valoran especialmente el apoyo recibido por su cónyuge a la hora de poner en marcha la empresa; el 46,3% de los emprendedores consideran que han conseguido de su pareja la máxima ayuda y el 37,8% indican que les han animado.

En segundo lugar las personas por las que se ha sentido apoyado el emprendedor han sido sus progenitores; el 42,6% de los emprendedores reconocen que han recibido

³⁴ la experiencia laboral es un aspecto que favorece la eficiencia emprendedora para Rubio et al. (1999); Cooper (1971); Abdesselam, Bonnet y Le Pape (2004); Barba et al. (2012); Wainer y Rubin (1969); Smith y Miner (1985); Johnson (1990); Davidsson (1991); Box et al. (1993).

ayuda y el 32,6% que sus padres les han animado. Los hermanos también han colaborado de forma muy positiva; el 30,6% de los emprendedores reconocen que les han ayudado y el 42,1% que han recibido ánimos de sus hermanos.

Tabla 4.2.15 Apoyo recibido por los emprendedores de las personas de su entorno

	Cónyuge		Padres		Hermanos		Amigos		Compañeros		Profesores		Técnico		Otros	
	Frecuencia	% válido														
Oposición	4	1,5	7	2,1	5	1,5	4	1,2	5	1,7	2	1,0	1	,4	6	3,9
Desaconsejó	5	1,9	22	6,5	8	2,4	8	2,4	10	3,5	9	4,5	8	3,5	9	5,9
Indiferencia	31	12,0	55	16,2	77	23,3	73	22,2	87	30,2	116	57,7	62	27,0	64	41,8
Ánimo	98	37,8	111	32,6	139	42,1	199	60,5	145	50,3	48	23,9	84	36,5	47	30,7
Ayuda	120	46,3	145	42,6	101	30,6	45	13,7	41	14,2	26	12,9	75	32,6	27	17,6
Total	259	100,0	340	100,0	330	100,0	329	100,0	288	100,0	201	100,0	230	100,0	153	100,0

Fuente: elaboración propia

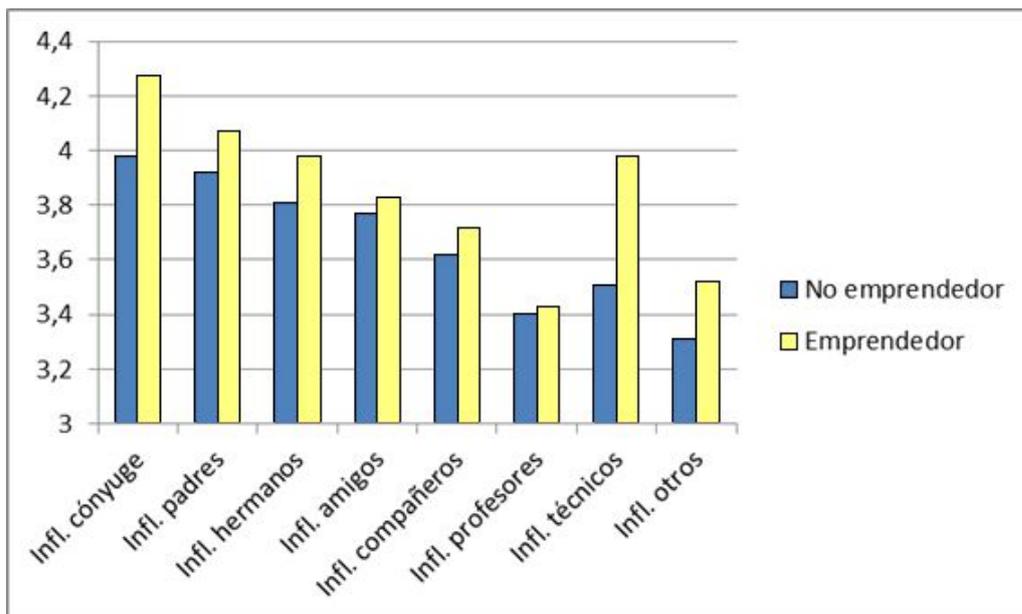
Los emprendedores consideran que *los amigos* les han aportado sobre todo ánimos; señalan esta opción un 60,5%. Una función similar realizan los compañeros; el 50,3% de los emprendedores señalan que los compañeros les animaron a crear la empresa. La función de los técnicos, orientadores y profesionales, se distribuye de forma similar entre el ánimo con un 36,5%, la ayuda, con un 32,6%, y la indiferencia con un 27,0%.

La influencia de los profesores, en general, es considerada como indiferente por un 57,7 % respecto del apoyo a la creación de la empresa, aunque el 23,9% señalan que les han animado y el 12,9% ayudado.

Las cinco opciones del tipo de apoyo que podían recibir (se oponen, desaconsejan, indiferencia, animan y ayuda) se presentan como un continuo de menor a mayor apoyo, y así lo hemos tabulado, para comprobar si los emprendedores perciben un mayor apoyo de su red social que los no emprendedores.

En la tabla 4.2.16 y en la figura 4.2.2, observamos que los emprendedores perciben un mayor apoyo que los no emprendedores de todos y cada uno de los miembros de su red social. Además es altamente significativo, el mayor apoyo que los emprendedores reciben del cónyuge ($p=,000$), de los técnicos ($p=,000$), y de los hermanos ($p=,000$), y significativo el mayor apoyo que reciben de padres ($p=,028$) y otras personas ($p=,026$) (tabla 4.2.17).

Figura 4.2.2 Apoyo recibido por las personas del entorno a emprendedores y no emprendedores



Fuente: elaboración propia

Tabla 4.2.16 Media de apoyo recibidos por las personas del entorno a emprendedores y no emprendedores

		N	Media	Desviación típica	Error típico
Infli. Cónyuge	No emprendedor	237	3,98	,800	,052
	Emprendedor	258	4,27	,866	,054
	Total	495	4,13	,846	,038
Infli. Padres	No emprendedor	339	3,92	,742	,040
	Emprendedor	339	4,07	1,016	,055
	Total	678	4,00	,892	,034
Infli. Hermanos	No emprendedor	328	3,81	,723	,040
	Emprendedor	329	3,98	,881	,049
	Total	657	3,89	,810	,032
Infli. Amigos	No emprendedor	328	3,77	,699	,039
	Emprendedor	326	3,83	,735	,041
	Total	654	3,80	,717	,028
Infli. Compañeros	No emprendedor	307	3,62	,797	,045
	Emprendedor	285	3,72	,817	,048
	Total	592	3,67	,807	,033
Infli. Profesores	No emprendedor	274	3,40	,715	,043
	Emprendedor	201	3,43	,810	,057
	Total	475	3,41	,756	,035
Infli. Técnicos	No emprendedor	244	3,51	,877	,056
	Emprendedor	228	3,98	,883	,058
	Total	472	3,74	,910	,042
Infli. Otros	No emprendedor	189	3,31	,753	,055
	Emprendedor	151	3,52	,985	,080
	Total	340	3,41	,869	,047

Fuente elaboración propia

Tabla 4.2.17 ANOVA, significación de la diferencia de medias del apoyo recibidos por las personas del entorno a emprendedores y no emprendedores

		Suma de cuadrados	Gl.	Media cuadrática	F	Sig.
Infl. Cónyuge	Inter-grupos	10,284	1	10,284	14,763	,000
	Intra-grupos	343,441	493	,697		
	Total	353,725	494			
Infl. Padres	Inter-grupos	3,836	1	3,836	4,846	,028
	Intra-grupos	535,162	676	,792		
	Total	538,999	677			
Infl. Hermanos	Inter-grupos	4,791	1	4,791	7,371	,007
	Intra-grupos	425,750	655	,650		
	Total	430,542	656			
Infl. Amigos	Inter-grupos	,588	1	,588	1,142	,286
	Intra-grupos	335,571	652	,515		
	Total	336,159	653			
Infl. Compañeros	Inter-grupos	1,395	1	1,395	2,145	,144
	Intra-grupos	383,713	590	,650		
	Total	385,108	591			
Infl. Profesores	Inter-grupos	,142	1	,142	,248	,619
	Intra-grupos	270,982	473	,573		
	Total	271,124	474			
Infl. Técnicos	Inter-grupos	26,022	1	26,022	33,612	,000
	Intra-grupos	363,874	470	,774		
	Total	389,896	471			
Infl. Otros	Inter-grupos	3,737	1	3,737	5,008	,026
	Intra-grupos	252,251	338	,746		
	Total	255,988	339			

Fuente: elaboración propia

Además, y respecto a la influencia del entorno, hemos preguntado si algún miembro de su familia cercana (padres, hermanos o abuelos) es empresario o ha tenido un negocio propio, a lo que el 63,1% de los emprendedores responden que si (tabla 4.2.18).

Tabla 4.2.18 Tiene algún familiar cercano emprendedor

Familiar emprendedor		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	226	54,5	63,1	63,1
	No	132	31,8	36,9	100,0
	Total	358	86,3	100,0	
Perdidos	Sistema	57	13,7		
Total		415	100,0		

Fuente: elaboración propia

Y el 61,9 % de los emprendedores señalan que alguna de sus amistades próximas es empresario (tabla 4.2.19).

Tabla 4.2.18 Tiene alguna amistad cercana emprendedora

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	223	53,7	61,9	61,9
	No	137	33,0	38,1	100,0
	Total	360	86,7	100,0	
Perdidos	Sistema	55	13,3		
Total		415	100,0		

Fuente: elaboración propia

A continuación comparamos *si los emprendedores tienen un familiar o amistad emprendedora*, con si los funcionarios tienen un familiar o amistad trabajando en la administración y si quienes trabajan en la empresa privada tienen un familiar o amistad trabajando en la misma entidad o una similar.

En la Tabla 4.2.20 comprobamos que el 63,1% de los emprendedores señalan que tienen un familiar cercano emprendedor, mientras que sólo el 37,2% de los no emprendedores responden que sí a la pregunta equivalente. De hecho como vemos en la tabla 4.2.21 estas diferencias son altamente significativas ($p = .000$). Por tanto el que algún miembro de la familia cercana (padres, hermanos o abuelos) sea o haya sido empresario, se relaciona con ser emprendedor de forma significativa.

Tabla 4.2.20 Tiene algún familiar cercano del mismo grupo laboral

		Slaboral2		Total	
		No emprendedor	Emprendedor		
Familiar emprendedor	Si	Recuento	130	224	354
		% de slaboral2	37,2%	63,1%	50,3%
	No	Recuento	219	131	350
		% de slaboral2	62,8%	36,9%	49,7%
Total		Recuento	349	355	704
		% de slaboral2	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: elaboración propia

Tabla 4.2.21 Pruebas de chi-cuadrado familiar cercano del mismo grupo laboral

	Valor	Gl.	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	47,038(b)	1	,000		
Corrección por continuidad(a)	46,010	1	,000		
Razón de verosimilitudes	47,576	1	,000		
Estadístico exacto de Fisher				,000	,000
Asociación lineal por lineal	46,972	1	,000		
N de casos válidos	704				

a Calculado sólo para una tabla de 2x2

b 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 173,51

Fuente: elaboración propia

En la tabla 4.2.22 comprobamos que la opción laboral de la *amistad próxima* influye de forma similar en la vocación de emprendedores, en un 61,6%, y de los no emprendedores en un 64%, de tal forma que, como vemos en la tabla 4.2.23, estas diferencias no son significativamente distintas ($p > ,05$). Por tanto el que alguna amistad próxima sea o haya sido empresario no se relaciona con ser emprendedor de forma significativa.

Tabla 4.2.22 Tiene alguna amistad cercana emprendedora con emprendedor y no emprendedor

		Slaboral2		Total	
		No emprendedor	Emprendedor		
Amistad emprendedora	Si	Recuento	224	220	444
		% de slaboral2	64,0%	61,6%	62,8%
	No	Recuento	126	137	263
		% de slaboral2	36,0%	38,4%	37,2%
Total		Recuento	350	357	707
		% de slaboral2	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente elaboración propia

Tabla 4.2.23 Pruebas de chi-cuadrado tiene alguna amistad cercana emprendedora con emprendedor y no emprendedor

	Valor	Gl.	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,427(b)	1	,514		
Corrección por continuidad(a)	,331	1	,565		
Razón de verosimilitudes	,427	1	,513		
Estadístico exacto de Fisher				,534	,283
Asociación lineal por lineal	,426	1	,514		
N de casos válidos	707				

a Calculado sólo para una tabla de 2x2

b 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 130,20.

Fuente: elaboración propia

En la tabla 4.2.24 comprobamos que el 63,4% de los emprendedores que continúan con la empresa señalan que tienen un *familiar cercano emprendedor*, así como el 72,1% de los que cerraron la empresa; resultado inesperado, aunque las diferencias no sean significativas ($p > ,05$). En todo caso no hay relación entre el éxito empresarial, medido como supervivencia a la crisis, y el tener familiares próximos emprendedores.

Tabla 4.2.24 Familiar emprendedor con emprendedores que continúan o que cierran

		Continua/cierra		Total	
		Continua	Cierra		
Familiar emprendedor	Si	Recuento	83	31	114
		% de continua/cierra	63,4%	72,1%	65,5%
	No	Recuento	48	12	60
		% de continua/cierra	36,6%	27,9%	34,5%
Total		Recuento	131	43	174
		% de continua/cierra	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: elaboración propia

Tabla 4.2.25 Pruebas de chi-cuadrado, familiar emprendedor con emprendedores que continúan o que cierran

	Valor	Gl.	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	1,093(b)	1	,296		
Corrección por continuidad(a)	,741	1	,389		
Razón de verosimilitudes	1,120	1	,290		
Estadístico exacto de Fisher				,357	,196
Asociación lineal por lineal	1,087	1	,297		
N de casos válidos	174				

a Calculado sólo para una tabla de 2x2

b 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 14,83

Fuente: elaboración propia

El 53,4% de los emprendedores que continúan con la empresa señalan que tienen una amistad próxima emprendedora y también el 62,8% de los que cerraron la empresa (tabla 4.2.26), no obstante las diferencias no son significativas ($p > ,05$), (tabla 4.2.27). En todo caso no hay relación entre el éxito empresarial, medido como supervivencia a la crisis, y el tener amistades emprendedoras.

Tabla 4.2.26 Tabla de contingencia amistad emprendedora con emprendedores que continúan o que cierran

			Continua/cierra		Total
			Continua	Cierra	
Amistad emprendedora	Si	Recuento	71	27	98
		% de continua/cierra	53,8%	62,8%	56,0%
	No	Recuento	61	16	77
		% de continua/cierra	46,2%	37,2%	44,0%
Total		Recuento	132	43	175
		% de continua/cierra	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: elaboración propia

Tabla 4.2.27 Pruebas de chi-cuadrado amistad emprendedora con emprendedores que continúan o que cierran

	Valor	Gl.	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	1,067(b)	1	,302		
Corrección por continuidad(a)	,733	1	,392		
Razón de verosimilitudes	1,078	1	,299		
Estadístico exacto de Fisher				,377	,196
Asociación lineal por lineal	1,061	1	,303		
N de casos válidos	175				

a Calculado sólo para una tabla de 2x2

b 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 18,92

Fuente: elaboración propia

A continuación utilizaremos la escala, *influencia red social* de 8 elementos que recoge las puntuaciones dadas en una escala tipo Likert a cónyuge, padres, hermanos, amigos, compañeros, profesores, asesores y otros, a la pregunta de cómo han influido las siguientes personas a la hora de crear su empresa, trabajar por cuenta propia o de preparar su acceso a la entidad en que trabaja.

La escala, *familiares y amigos*, recoge los 6 ítems de cómo han influido el cónyuge, padres, hermanos, amigos, compañeros y asesores (una vez dicotomizados y eliminado el ítems de apoyo de profesores) junto a los dos 2 elementos de si familiares y amistades próximas han sido empresarios.

Comparando las medias de las puntuaciones de emprendedores y no emprendedores obtenemos que los emprendedores puntúan por encima de los no emprendedores en la escala *apoyo red social* y en la escala *familiares y amigos* y que estas diferencias son significativas (tabla 4.2.28 y 4.2.29). Por tanto el apoyo de la red social y la influencia de familiares y amigos es, significativamente, más relevante entre los emprendedores que entre los no emprendedores a la hora de desarrollar su proyecto laboral.

Tabla 4.2.28 Descriptivos, apoyo de la red social y la influencia de familiares y amigos en emprendedores/no emprendedores

		N	Media	Desviación típica	Error típico
Apoyo red social	No emprende	351	3,7202	,56635	,03023
	Emprende	350	3,9518	,61653	,03295
	Total	701	3,8358	,60276	,02277
Familiares y amigos	No emprende	355	1,6152	,27197	,01443
	Emprende	360	1,7027	,25489	,01343
	Total	715	1,6593	,26694	,00998

Fuente elaboración propia

Tabla 4.2.29 ANOVA, apoyo de la red social y la influencia de familiares y amigos en emprendedores / no emprendedores

		Suma de cuadrados	Gl.	Media cuadrática	F	Sig.
Apoyo red social	Inter-grupos	9,403	1	9,403	26,835	,000
	Intra-grupos	244,921	699	,350		
	Total	254,324	700			
Influencia familiares y amigos	Inter-grupos	1,370	1	1,370	19,728	,000
	Intra-grupos	49,508	713	,069		
	Total	50,878	714			

Fuente: elaboración propia

Comparando a los emprendedores que continúan, trasforman o crean otra empresa tras la crisis con los que cierran la empresa (tabla 4.2.30) obtenemos que, los emprendedores que cierran, puntúan ligeramente por encima de los que continúan, pero las diferencias no son significativas respecto al apoyo de la red social ni en la escala de influencia de familiares y amigos.

Tabla 4.2.30 Descriptivos, apoyo de la red social y la influencia de familiares y amigos en emprendedores que continúan / emprendedores que cierran

		N	Media	Desviación típica	Error típico
Apoyo red social	Continúan	131	3,9321	,64765	,05659
	Cierra	47	4,0729	,55020	,08026
	Total	178	3,9693	,62499	,04685
Familiares y amigos	Continúan	133	1,6844	,25420	,02204
	Cierra	51	1,7204	,27793	,03892
	Total	184	1,6944	,26072	,01922

Fuente: elaboración propia

Tabla 4.2.31 ANOVA, apoyo de la red social y la influencia de familiares y amigos en emprendedores que continúan / emprendedores que cierran

		Suma de cuadrados	Gl.	Media cuadrática	F	Sig.
Apoyo red social	Inter-grupos	,685	1	,685	1,762	,186
	Intra-grupos	68,454	176	,389		
	Total	69,139	177			
Familiares y amigos	Inter-grupos	,048	1	,048	,699	,404
	Intra-grupos	12,392	182	,068		
	Total	12,439	183			

Fuente: elaboración propia

Los emprendedores reciben mayor apoyo de las personas de su red social cercana, respecto de los no emprendedores, para acceder a su salida laboral. El apoyo a los emprendedores del cónyuge, los padres, los técnicos, asesores, los hermanos, y otras personas, es significativamente mayor que el aportado a los no emprendedores. Los emprendedores se sienten especialmente apoyados por la ayuda y los ánimos del cónyuge y los padres, seguidos de hermanos, amigos y compañeros que, sobre todo, les han animado.

Estos resultados son congruentes con numerosos estudios³⁵ que recogen que la mayoría de los empresarios se apoyan en su familia y amistades; éstos son considerados lazos fuertes, que les permiten conseguir soporte y obtener ciertos recursos; constituyen una fuente de seguridad financiera, apoyo emocional, intercambio de información y conocimientos.

Pinho (2013), indica que cuando se preguntó a los empresarios sobre el grado de importancia de ciertas relaciones en la primera etapa de evolución de sus empresas, el 74% respondió que lo más importante eran sus familiares cercanos y el 66% sus amigos

³⁵Sobre el apoyo que los empresarios reciben de su familia y amistades hemos visto los estudios de Arregle et al. (2007); Rosenblatt et al. (1985); Sorenson (2007); Fairlie y Robb (2007); Kantis (2005); Varela (2000); Johannisson (1989); Krackhardt (1992); Rowley et al. (2000); Herrera (2008); Anderson et al. (2005); Ram y Jones (2001).

y compañeros de trabajo. Sánchez (2003) concluye que la familia, los amigos, el cónyuge y los compañeros, de mayor a menor importancia, son los grupos que más apoyan al emprendedor. Varios autores³⁶ afirman que el apoyo afectivo y económico, que logren los emprendedores de su familia de origen y la participación de miembros de la familia en el negocio, son determinantes en el éxito del proyecto emprendedor.

Distintas investigaciones³⁷, sobre la forma de interactuar entre los cónyuges y la relación de pareja del emprendedor, han confirmado el importante apoyo de los cónyuges a los empresarios, ya sea instrumental (ayudando en las tareas domésticas y laborales), o emocional (escuchando de forma empática las preocupaciones de la otra persona), que influye en el éxito o no de la creación de una nueva empresa.

En esta línea, nuestro estudio revela que el apoyo de la red social y la influencia de familiares y amigos es significativamente más relevante en los emprendedores que en los no emprendedores a la hora de desarrollar su proyecto laboral. No obstante esta clara influencia de la red social en la creación de la empresa, no se manifiesta con la misma rotundidad en el éxito emprendedor. Hemos constatado que los emprendedores que continúan, transforman o crean otra empresa tras la crisis, obtienen una puntuación ligeramente inferior en apoyo de la red social y en influencia de familiares y amigos respecto a los que cierran, pero las diferencias no son significativas.

Nuestros resultados son congruentes con los estudios que concluyen que el proceso de creación de una empresa se facilita al encontrarse próximo a un entorno socio-familiar emprendedor, esto es, 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 (Sánchez, 2003).

Varios autores³⁸ afirman que muchos emprendedores descienden de familias en las que alguno de sus miembros ha sido o es empresario, facilitándose así una cultura y unos valores proclives al emprendimiento. Shapero y Sokol (1992) indican que los

³⁶ Entre los que destacamos a De Camacho et al. (2013); Watkins y Watkins (1983); Gasse (1985); Carvajal et al. (1989); Danes et al. (2013).

³⁷ El apoyo del conyuge al emprendedor ha sido estudiado por Danes y Morgan (2004); Danes y Olson (2003); Liang (2002); Danes et al. (2009); Matzek, Gudmunson y Danes (2010); Oughton y Wheelock (2003); Rogoff y Heck (2003); Anthias y Mehta (2003); Poza y Messer (2001); Gurman (2008); Rodríguez et al. (1999); Knudson y Mahoney (2009).

³⁸ La influencia de los antecedentes familiares son constatados por Benavides et al (2004); Veciana (1989); Scott y Twomey (1988); Hallak et al. (2012); González (2006); Rosenblatt et al. (1985); Collins y Moore (1964); Gorton (2000); Pinillos (2001).

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 emprendedores.

En efecto, nuestros datos confirman que ser emprendedor se relaciona significativamente con tener un familiar cercano (padres, hermanos o abuelos) emprendedores. Sin embargo, y a pesar de que el 61,9% de los emprendedores se refieren a que alguna amistad próxima es empresaria, no hemos hallado una relación significativa entre tener una amistad próxima empresaria con ser o no emprendedor.

Nuestros resultados indican que no hay relación significativa entre el éxito empresarial, medido como supervivencia a la crisis, y el tener familiares o amistades emprendedoras. Lo anterior contradice aportaciones como la de Crowe (2010), para el que el modelo de rol emprendedor podría ser una de las variables que contribuyen a la supervivencia de la empresa, la de Cuadrado y García, (2006) que afirma que la tradición empresarial influye de forma determinante en el éxito del proyecto, y la de Rosenblatt et al, (1985) para el que los empresarios cuyos padres también dirigen una pequeña empresa, tienen más probabilidades de éxito que la población media.

4.2.3. NIVEL DE ESTUDIOS

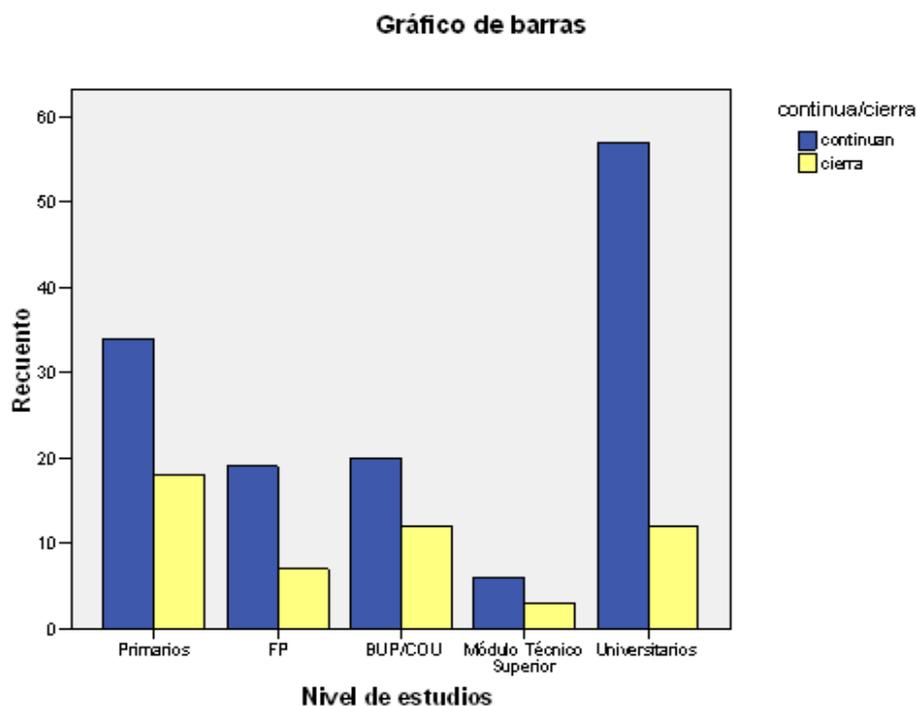
En virtud de los estudios cursados, observamos en la tabla 4.2.32, que son las empresas de los universitarios las que en un mayor porcentaje un 82,6% sobreviven a la crisis. Seguidos de los estudiante de FP con un 73,1% y el resto (FP, BUP, Módulos Técnicos) están en torno al 65 %.

Tabla 4.2.32 de contingencia nivel de estudios con emprendedores que continua/cierra

Nivel de estudios		Continua/cierra		Total
		Continúan	Cierran	
Primarios	Recuento	34	18	52
	% Nivel de estudios	65,4%	34,6%	100,0%
FP	Recuento	19	7	26
	% Nivel de estudios	73,1%	26,9%	100,0%
BUP/COU	Recuento	20	12	32
	% Nivel de estudios	62,5%	37,5%	100,0%
Módulo Técnico Superior	Recuento	6	3	9
	% Nivel de estudios	66,7%	33,3%	100,0%
Universitarios	Recuento	57	12	69
	% Nivel de estudios	82,6%	17,4%	100,0%
Tota	Recuento	136	52	188
	% de Nivel de estudios	72,3%	27,7%	100,0%

Fuente: elaboración propia

Figura 4.2.3 Nivel de estudios de emprendedores que continua/cierra



Fuente: elaboración propia

Comparando el grado de supervivencia de las empresas creadas por universitarios 82,6% con el de las empresas creadas por el resto de los emprendedores, que agrupadas obtienen un 66,4% de éxito (tabla 4.2.33), constatamos que estas diferencias son significativas (tabla 4.2.34). Por tanto hay relación entre el nivel de estudios superiores de los emprendedores y el que éstos hayan evitado cerrar la empresa a pesar de la situación económica, continuando, transformando o creando una nueva identidad empresarial.

Tabla 4.2.33 De contingencia universitarios con emprendedores que continua/cierra

		Continua	Cierra	Total
Otros estudios	Recuento	79	40	119
	%	66,4%	33,6%	100,0%
Universitarios	Recuento	57	12	69
	%	82,6%	17,4%	100,0%
Total	Recuento	136	52	188
	%	72,3%	27,7%	100,0%

Fuente: elaboración propia

Tabla 4.2.34 Pruebas de chi-cuadrado universitarios con emprendedores que continua/cierra

	Valor	Gl.	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	5,744(b)	1	,017		
Corrección por continuidad(a)	4,962	1	,026		
Razón de verosimilitudes	6,021	1	,014		
Estadístico exacto de Fisher				,018	,012
Asociación lineal por lineal	5,714	1	,017		
N de casos válidos	188				

a Calculado sólo para una tabla de 2x2

b 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 19,09
Fuente elaboración propia

Nuestros resultados son coherentes con la hipótesis 2.5, un mayor nivel de formación académica guarda relación con el éxito emprendedor, medido como supervivencia del negocio a las situaciones de dificultad, y coincide con otros estudios que concluyen que el éxito emprendedor se relaciona positivamente con el nivel de formación³⁹.

Y esto a pesar de que la intención emprendedora sea menor en los universitarios, por ejemplo Thomas (2004) concluye que los licenciados universitarios emprenden menos porque esperan mejores oportunidades en otros empleos y porque tienen más opciones laborales. Sin embargo, tal y como hemos visto, los universitarios que se deciden a emprender obtienen, a medio plazo, mejores resultados. Resumiendo podríamos decir que el mayor nivel de estudios se relaciona con una menor intención emprendedora y con un mayor éxito empresarial.

4.3. CONSTRUCTOS PSICOSOCIALES Y PERSONA EMPRENDEDORA

En este apartado analizaremos las puntuaciones de personas emprendedoras y de quienes continúan tras la crisis, en los constructos psicosociales más citados por la literatura científica, locus de control, autoeficacia, motivación de logro, innovación, asumir y soportar riesgos, proactividad; también analizamos las motivaciones y el significado del trabajo de quien emprende.

³⁹ La relación positiva entre éxito emprendedor y nivel de formación se recoge en Zapalska (1997); Timmons (1999); Lundström y Stevenson (2005); Martínez et al. (1998); Davidsson (1991); Abdesselam et al. (2004).

4.3.1 LOCUS DE CONTROL Y EMPRENDIMIENTO

En el cuestionario cuantitativo (anexo 3) incluimos una escala de locus de control compuesta por 13 ítems, procedentes del Factor General, relacionados con el grado de control percibido por el sujeto en situaciones de la vida en general, y del factor de rendimiento, que mide el control percibido en situaciones de logro académico o laboral, de la escala original de Rotter (1996). La escala obtiene, con los datos de la muestra recogida en Castilla y León, un *Alpha de Cronbach* de ,737, por tanto podemos hablar de un alto nivel de consistencia interna. A continuación analizamos las puntuaciones en esta escala de los distintos grupos laborales y de los emprendedores que mantienen su empresa tras la crisis.

Las diferencias altamente significativas halladas en relación a los grupos laborales, apoyan nuestros planteamientos, los cuales señalaban que los empresarios muestran un mayor locus de control respecto al resto de los sujetos de otros grupos laborales, (ver tabla 4.3.1.1). De hecho los tres grupos laborales que obtienen mayor puntuación son, por orden, (1) quienes están creando la empresa, (2) empresario independiente y (3) empresario asociado. Podemos observar estas diferencias entre grupos en la figura 4.3.1.1

Tabla 4.3.1.1 Descriptivos, Locus de control en grupos laborales 1

	N	Media	Desviación típica	Error típico
Trabajador empresa privada	155	,4979	,22638	,01818
Funcionario / Administración	231	,5589	,22568	,01485
Empresario independiente	229	,6215	,21480	,01419
Empresario asociado	137	,6007	,21330	,01822
Desempleado	81	,5297	,22263	,02474
Estudiante	149	,5097	,22078	,01809
Creando la empresa	33	,6823	,23065	,04015
Trabajador ONG	47	,5749	,20470	,02986
Total	1062	,5643	,22508	,00691

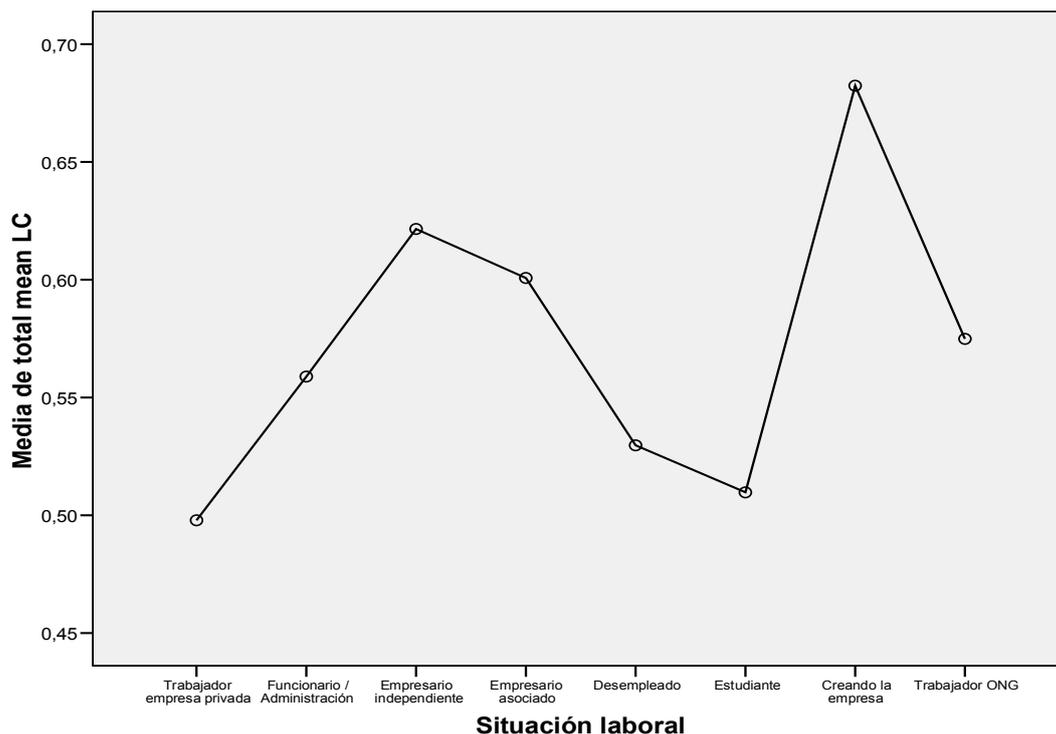
Fuente: elaboración propia

Tabla 4.3.1.2 ANOVA, locus de control en grupos laborales

		Suma de cuadrados	Gl.	Media cuadrática	F	Sig.
Total mean LCI	Inter-grupos	2,629	7	,376	7,743	,000
Grupos Laborales	Intra-grupos	51,124	1054	,049		
	Total	53,753	1061			

Fuente: elaboración propia

Figura 4.3.1.1 Locus de control y grupos laborales



Fuente: elaboración propia

Agrupando las categorías laborales en dos grupos, emprendedores-empresarios y el resto, observamos igualmente que las diferencias de puntuación en la escala de locus de control entre los grupos es altamente significativa ($p = .000$) (tabla 4.3.4). El grupo de emprendedores obtienen una media de ,6194 muy por encima de la de los no emprendedores que obtienen ,5311 (Tabla 4.3.1.3).

Tabla 4.3.1.3 Descriptivos, Locus de control en grupos emprendedores-no emprendedores

Total mean LCI	N	Media	Desviación típica	Error típico
No emprendedor	663	,5311	,22402	,00870
Emprendedor	399	,6194	,21612	,01082
Total	1062	,5643	,22508	,00691

Fuente: elaboración propia

Tabla 4.3.1.4 ANOVA, Locus de control en grupos emprendedores-no emprendedores

		Suma de cuadrados	Gl.	Media cuadrática	F	Sig.
LCI	Inter-grupos	1,941	1	1,941	39,719	,000
	Intra-grupos	51,811	1060	,049		
	Total	53,753	1061			

Fuente: elaboración propia

Comparamos las medias obtenidas en locus de control interno por los emprendedores que continúan con su negocio tras la crisis frente al total del resto de los grupos (incluidos el resto de emprendedores) y encontramos que las diferencias son

significativas ($p = ,000$) (tabla 4.3.1.6), y que los emprendedores que continúan obtienen una media superior ,6675 que la que media del resto de la muestra ,5495 (tabla 4.3.1.5).

Tabla 4.3.1.5 Descriptivos, locus de control en grupos de emprendedores que continúan y el resto de la muestra

LCI	N	Media	Desviación típica	Error típico
Continúan	138	,6675	,18757	,01597
Cierran y todos	931	,5495	,22640	,00742
Total	1069	,5647	,22520	,00689

Fuente: elaboración propia

Tabla 4.3.1.6 ANOVA, locus de control en emprendedores que continúan y el resto de la muestra

LCI		Suma de cuadrados	Gl.	Media cuadrática	F	Sig.
LCI	Inter-grupos	1,674	1	1,674	34,024	,000
	Intra-grupos	52,489	1067	,049		
	Total	54,162	1068			

Fuente: elaboración propia

Si comparamos las medias obtenidas en locus de control interno por los emprendedores que continúan con su negocio tras la crisis frente a los emprendedores que cerraron su empresa, encontramos que no son significativas (tabla 4.3.1.8), y los que continúan obtienen una media superior ,6675 que la media de los emprendedores que cerraron ,6324 (tabla 4.3.1.7).

Tabla 4.3.1.7 Descriptivo locus de control en emprendedores que continúan o cierran

LCI	N	Media	Desviación típica	Error típico
Continúa	138	,6675	,18757	,01597
Cierra	54	,6324	,18726	,02548
Total	192	,6576	,18766	,01354

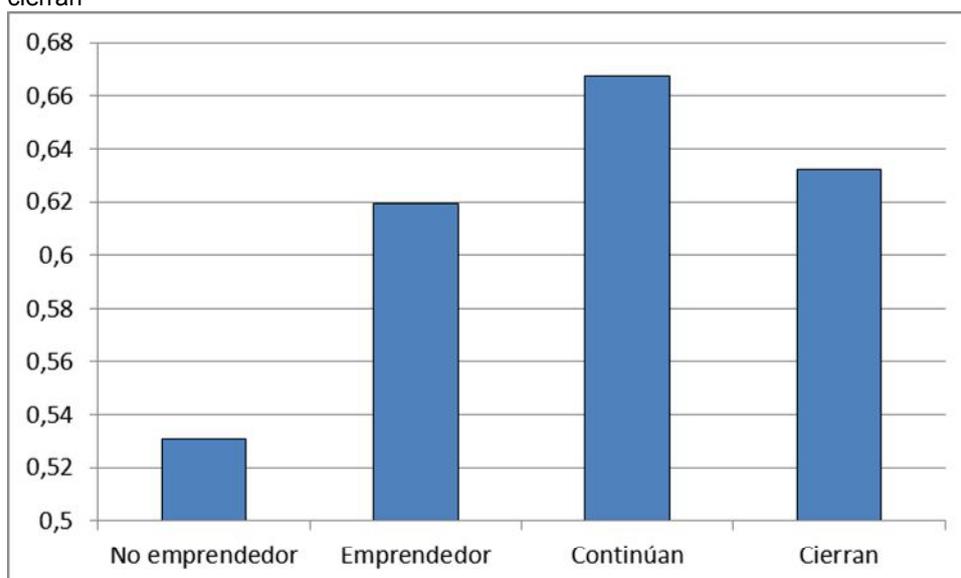
Fuente: elaboración propia

Tabla 4.3.1.8 ANOVA, locus de control en emprendedores que continúan o cierran

LCI		Suma de cuadrados	Gl.	Media cuadrática	F	Sig.
LCI	Inter-grupos	,048	1	,048	1,362	,245
	Intra-grupos	6,679	190	,035		
	Total	6,727	191			

Fuente: elaboración propia

Figura 4.3.1.2 Medias en Locus de control de no emprendedores, emprendedores, los que continúan y cierran



Fuente: elaboración propia

Los datos confirman nuestra hipótesis 3.1, ya que las personas emprendedoras presentan un mayor locus de control interno que el resto de emprendedoras y éstas que las no emprendedoras (figura 4.3.1.2), en concordancia con los numerosos estudios que relacionan puntuaciones altas en locus de control interno con el hecho de ser emprendedor o tener intención emprendedora⁴⁰. En el marco de la teoría de Rotter, (1966), los emprendedores perciben el éxito y/o el fracaso de su conducta como más dependiente de sí mismo (locus de control interno) que del entorno (locus de control externo).

Los emprendedores de nuestra muestra, que han sobrevivido a la crisis, puntúan más alto en locus de control interno que el resto y lo hacen de forma significativa, también puntúan más que los emprendedores que cerraron su negocio, no obstante no lo hacen de forma significativa respecto a estos últimos. Por lo que, aun confirmando nuestra hipótesis, no podemos afirmar tajantemente los resultados previos que concluían que los internos tienen un desempeño significativamente mejor que los externos en situaciones de estrés, ni que las empresas tengan menos probabilidad de fallar cuando son dirigidas por internos (Boone et al., 2000).

⁴⁰ En este sentido hemos presentado en el marco teórico los estudios de Shapero (1982); Krueger et al. (2000); Begley et al. (2005); Entrialgo et al. (2002); Moriano (2006); Cisneros (2000); Boyd y Vozikis (1994); Shapero (1982); Brockhaus y Horwitz (1986); Kaufmann et al. (1995); Koh (1996) o Gürol y Atsan (2006); Gilad (1982, 1986); King (1985); Bonnet y Furnham (1991); Rahim (1996); Müller (1999); Mescon et al. (1981); Robinson et al. (1991); Korunka et al. (2003); Lee y Tsang (2001); Espiritu y Zacarías (2010); Sorondo y Brenlla (2011).

4.3.2 AUTOEFICACIA Y EMPRENDIMIENTO

El cuestionario cuantitativo (anexo 3) también incluye una escala de autoeficacia que consta de 10 ítems. Con los datos de la muestra, la escala obtuvo un *Alpha de Cronbach* de ,816, por lo que la consistencia interna de la misma se consideraría alta.

Al analizar la autoeficacia atendiendo a la ocupación de los sujetos se obtienen unas puntuaciones medias en las que, tal como puede verse en la tabla 4.3.2.1 y gráfico 4.3.2.1, destaca la obtenida por el grupo de emprendedores (3,7441), siendo esta casi ocho décimas superior a la de los trabajadores de empresas privadas y ONG (con 3,6682, la segunda mayor puntuación del grupo). El análisis estadístico que figura en la tabla 4.3.10 muestra que las diferencias obtenidas fueron significativas ($p = 0,03$) y que, por lo tanto, vemos confirmada la primera parte de la hipótesis 3.2, en que planteamos que los emprendedores mostrarían una mayor autoeficacia general que el resto.

Tabla 4.3.2.1 Descriptivos, autoeficacia en grupos laborales

	N	Media	Desviación típica	Error típico
Empresa privada y ong	203	3,6682	,48623	,03413
Org. Público	231	3,6335	,50585	,03328
Emprendedor	404	3,7441	,50922	,02533
Desempleados y estudiantes	231	3,6011	,52834	,03476
Total	1069	3,6749	,51103	,01563

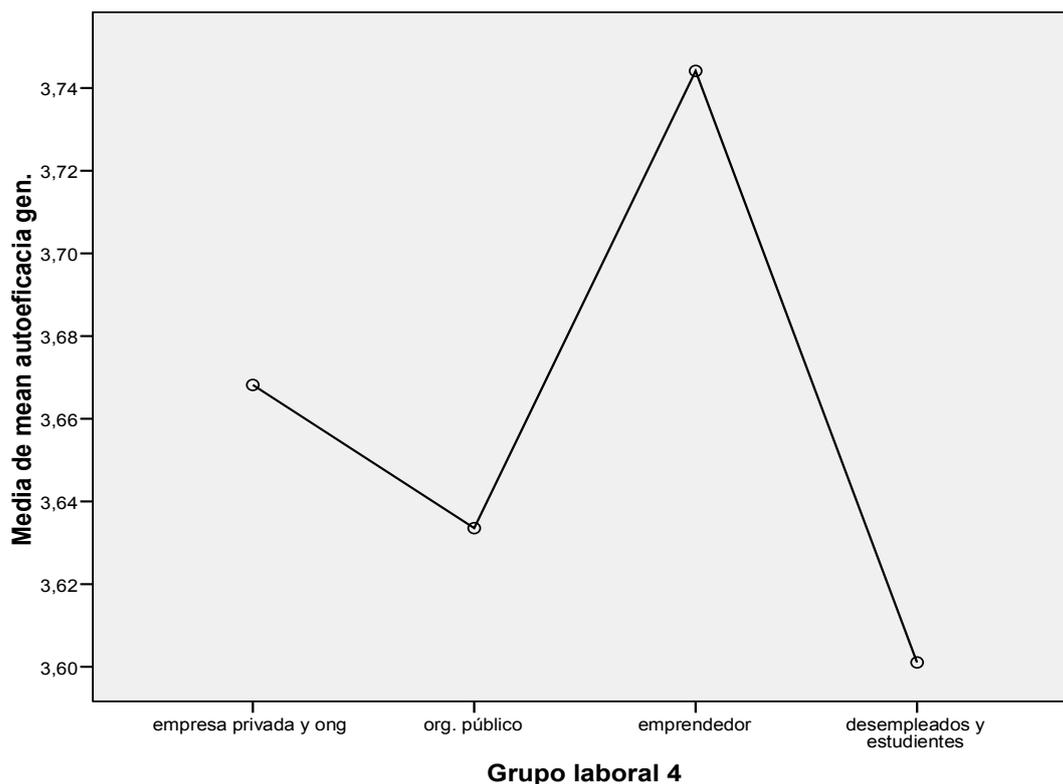
Fuente: elaboración propia

Tabla 4.3.2.2 ANOVA, autoeficacia en grupos laborales

	Suma de cuadrados	Gl.	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	3,600	3	1,200	4,641	,003
Intra-grupos	275,310	1065	,259		
Total	278,910	1068			

Fuente: elaboración propia

Figura 4.3.2.1 Autoeficacia y grupos laborales



Fuente: elaboración propia

Al llevar a cabo la evaluación de la autoeficacia entre emprendedores y no emprendedores se obtienen las puntuaciones medias y los parámetros estadísticos presentados en la tabla 4.3.2.3, mostrando que el grupo de los emprendedores y de los que se hallaban creando una nueva empresa puntúan más alto (más de un punto por encima) que los no emprendedores. Al analizar las diferencias entre ambos grupos (tabla 4.3.2.4) se comprueba que estas eran estadísticamente significativas ($p = ,001$) y por lo tanto podemos afirmar que los sujetos que emprenden poseen una mayor creencia de autoeficacia que el conjunto del resto de sujetos.

Tabla 4.3.2.3 Descriptivos, autoeficacia para emprendedores y no emprendedores

	N	Media	Desviación típica	Error típico
No emprendedor	664	3,6330	,50827	,01972
Emprendedor	404	3,7441	,50922	,02533
Total	1068	3,6751	,51124	,01564

Fuente: elaboración propia

Tabla 4.3.2.4 ANOVA, autoeficacia para emprendedores y no emprendedores

	Suma de cuadrados	Gl.	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	3,100	1	3,100	11,981	,001
Intra-grupos	275,779	1066	,259		
Total	278,879	1067			

Fuente: elaboración propia

También se evaluó la autoeficacia entre los propios emprendedores que se sometieron al cuestionario cuantitativo y que diez años después, cuando pasamos la encuesta telefónica, continúan en actividades emprendedoras comparándola con la obtenida con los que se han visto abocados al cierre y el resto de los grupos. Como se puede observar en la tabla 4.3.2.5, las puntuaciones de los que a pesar de la crisis se mantienen en actividades de emprendimiento son superiores (dos décimas de media) que las de los que han tenido que cerrar. Además, tal como puede verse en la tabla 4.3.2.6, dicha diferencia es altamente significativa, por lo que también se vería confirmada la segunda parte de la hipótesis 3.2.

Tabla 4.3.2.5 Descriptivos, de autoeficacia entre emprendedores que continúan y el resto

	N	Media	Desviación típica	Error típico
Continúan	140	3,8559	,45801	,03871
Cierran	935	3,6496	,51562	,01686
Total	1075	3,6764	,51301	,01565

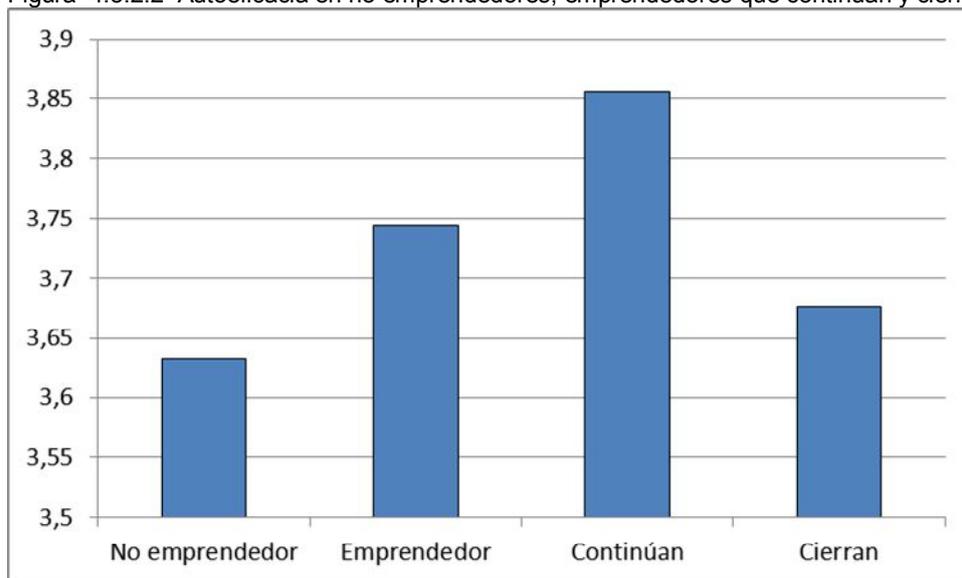
Fuente: elaboración propia

Tabla 4.3.2.6 ANOVA, autoeficacia entre emprendedores que continúan y el resto

	Suma de cuadrados	Gl.	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	5,183	1	5,183	20,042	,000
Intra-grupos	277,473	1073	,259		
Total	282,656	1074			

Fuente: elaboración propia

Figura 4.3.2.2 Autoeficacia en no emprendedores, emprendedores que continúan y cierran.



Fuente: elaboración propia

Cómo ya se ha mencionado, los resultados obtenidos confirman la hipótesis que habíamos planteado sobre la autoeficacia (hipótesis 3.2), obteniéndose en primer lugar unos mayores niveles de autoeficacia en el grupo de emprendedores que en el resto de grupos laborales, en concordancia con lo expuesto por varios autores sobre cómo niveles altos en autoeficacia se han obtenido en emprendedores y en los sujetos que presentan altas intenciones emprendedoras⁴¹.

En relación a la autoeficacia y el éxito emprendedor los resultados también respaldan lo expresado por distintos autores⁴² en cuanto a que se observan niveles mayores de este constructo en los emprendedores que, a pesar de las dificultades económicas actuales, se mantienen en actividades emprendedoras.

⁴¹ La relación entre autoeficacia y emprendimiento ha sido demostrada por Boyd y Vozikis (1994); De Noble et al. (1999); Sánchez et al. (2005); Zhao et al. (2005); Chen et al. (1998); Jung et al. (2001); Krueger y Brazeal (1994); Krueger et al. (2000); Moriano et al. (2006a); Sánchez (2009); Scherer et al. (1989); Vidal y Lopez (2013).

⁴² Los estudios, que expusimos en el marco teórico, de De Noble et al. (1999); Bausenitz y Lau (1996); Allison et al. (2000); y Pandey (2011) confirman la relación entre autoeficacia y éxito empresarial.

4.3.3 LAS MOTIVACIONES DE LOS EMPRENDEDORES

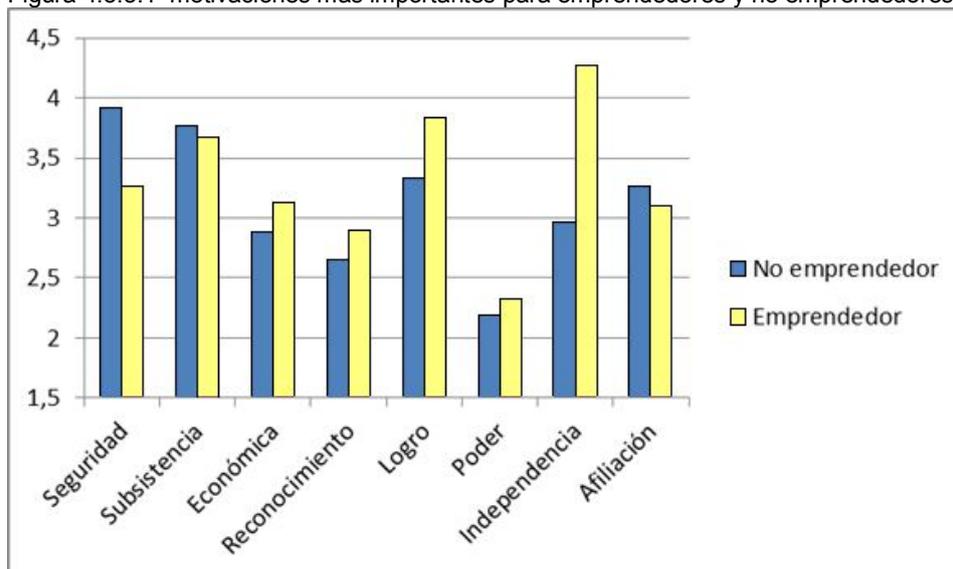
A continuación vamos a analizar qué motivaciones son significativamente más importantes para los emprendedores y si el tipo de motivación que impulsa al emprendedor se relacionan con la supervivencia empresarial.

En el cuestionario cuantitativo (anexo 3) incorporamos una escala de elaboración propia compuesta por 8 ítems. Se le pide al sujeto, que señale el grado de importancia que tienen los diferentes tipos de motivaciones, en su decisión de trabajar por su cuenta o de trabajar en la actual organización y se le ofrece un cuadrante con 8 elementos, para que valore sobre escala tipo Likert de 1, puntuación más baja, a 5, puntuación más alta:

- a) Motivación de seguridad: tranquilidad de tener un trabajo fijo y un sueldo estable.
- b) Motivación subsistencia: interés por ganar lo suficiente para vivir dignamente.
- c) Motivación económica: ganar el máximo dinero posible.
- d) Motivación de reconocimiento: conseguir prestigio social y la admiración de los demás.
- e) Motivación de logro: impulso para fijarse constantemente nuevos retos y superarse a sí mismo para alcanzar objetivos.
- f) Motivación de poder: deseo de dirigir una organización y tener influencia sobre los demás.
- g) Motivación de autonomía: independencia para tomar las propias decisiones y ser mi propio jefe.
- h) Motivación de afiliación: buscar situaciones cooperativas donde poder ayudar a los demás y relacionarse con las personas que le rodean.

En la tabla 4.3.3.1 presentamos las medias de puntuación en cada una de las motivaciones de los *emprendedores* y *no emprendedores*. Los emprendedores señalan como motivación más importante la independencia, con una media de 4,27, seguida de la motivación de logro, con 3,84, subsistencia, con 3,67, seguridad, 3,27, económica, 3,13 y afiliación 3,10, y con la menor puntuación encontramos las motivaciones de reconocimiento, 2,90 y poder, 2,32. Las dos motivaciones con mayor puntuación en los no emprendedores son seguridad con una media de 3,92 y subsistencia con 3,76 (figura 4.3.3.1).

Figura 4.3.3.1 motivaciones más importantes para emprendedores y no emprendedores.



Fuente: elaboración propia

Tabla 4.3.3.1 Descriptivos, motivaciones más importantes para emprendedores y no emprendedores

		N	Media	Desviación típica	Error típico
Motiv. Seguridad	No emprende	360	3,92	1,229	,065
	Emprende	351	3,27	1,322	,071
	Total	711	3,60	1,315	,049
Motiv. Subsistencia	No emprende	359	3,76	1,146	,060
	Emprende	355	3,67	1,148	,061
	Total	714	3,71	1,147	,043
Motiv. Económica	No emprende	356	2,89	1,264	,067
	Emprende	353	3,13	1,244	,066
	Total	709	3,01	1,259	,047
Motiv. Reconocimiento	No emprende	358	2,66	1,122	,059
	Emprende	355	2,90	1,209	,064
	Total	713	2,78	1,171	,044
Motiv. Logro	No emprende	357	3,33	1,158	,061
	Emprende	353	3,84	1,009	,054
	Total	710	3,59	1,115	,042
Motiv. Poder	No emprende	357	2,18	1,026	,054
	Emprende	352	2,32	1,117	,060
	Total	709	2,25	1,073	,040
Motiv. Independencia	No emprende	353	2,96	1,233	,066
	Emprende	354	4,27	,973	,052
	Total	707	3,62	1,289	,048
Motiv. Afiliación	No emprende	350	3,27	1,227	,066
	Emprende	350	3,10	1,181	,063
	Total	700	3,18	1,206	,046
Total motivaciones	No emprende	360	3,12	,720	,037
	Emprende	356	3,31	,641	,033
	Total	716	3,22	,688	,025

Fuente: elaboración propia

Los emprendedores puntúan más y de forma significativa en las motivación económica ($p = ,009$), reconocimiento ($p = ,008$), logro ($p = ,000$) e independencia ($p = ,000$); también puntúan más en reconocimiento y poder, aunque no de forma significativa.

Los no emprendedores valoran más significativamente que los emprendedores las motivaciones de seguridad ($p = ,000$) y también, aunque no de forma significativa, subsistencia y afiliación.

La media de los emprendedores en el conjunto de las motivaciones laborales es de 3,31, significativamente más alta que la de los no emprendedores que obtienen 3,12 (tabla 4.3.3.3 y 4.3.3.4).

Por tanto los emprendedores se diferencian de los no emprendedores por estar más motivados laboralmente en general y en concreto por la autonomía o independencia para tomar las propias decisiones y ser su propio jefe; la motivación de logro o el impulso para fijarse constantemente nuevos retos y superarse a sí mismo para alcanzar objetivos; motivación de reconocimiento intentando conseguir prestigio social y la admiración de los demás y la motivación económica o intentar ganar el máximo de dinero posible. Y están menos motivados que los no emprendedores por la seguridad o la tranquilidad de tener un trabajo fijo y un sueldo estable.

Tabla 4.3.3.2 ANOVA, motivaciones más importantes para emprendedores y no emprendedores

		Suma de cuadrados	Gl.	Media cuadrática	F	Sig.
Motiv. Seguridad	Inter-grupos	74,152	1	74,152	45,542	,000
	Intra-grupos	1154,407	709	1,628		
	Total	1228,560	710			
Motiv. Subsistencia	Inter-grupos	1,448	1	1,448	1,100	,295
	Intra-grupos	936,694	712	1,316		
	Total	938,141	713			
Motiv. Económica	Inter-grupos	10,683	1	10,683	6,791	,009
	Intra-grupos	1112,248	707	1,573		
	Total	1122,931	708			
Motiv. Reconocimiento	Inter-grupos	9,509	1	9,509	6,992	,008
	Intra-grupos	966,920	711	1,360		
	Total	976,429	712			
Motiv. Logro	Inter-grupos	46,322	1	46,322	39,241	,000
	Intra-grupos	835,764	708	1,180		
	Total	882,086	709			
Motiv. Poder	Inter-grupos	3,282	1	3,282	2,855	,092
	Intra-grupos	812,524	707	1,149		
	Total	815,805	708			
Motiv. Independencia	Inter-grupos	303,712	1	303,712	246,278	,000

	Intra-grupos	869,411	705	1,233		
	Total	1173,123	706			
Motiv. Afiliación	Inter-grupos	5,316	1	5,316	3,667	,056
	Intra-grupos	1011,911	698	1,450		
	Total	1017,227	699			
Total motivaciones	Inter-grupos	6,690	1	6,690	14,375	,000
	Intra-grupos	332,285	714	,465		
	Total	338,975	715			

Fuente: elaboración propia

Los emprendedores que continúan tras la crisis puntúan más (tabla 4.3.3.3) y de forma significativa (tabla 4.3.4.4) que el resto de la muestra en las motivaciones de logro ($p = ,000$) e independencia ($p = ,000$); y obtienen puntuaciones significativamente más bajas en motivación de seguridad ($p = ,000$), y afiliación ($p = ,027$).

La media de los emprendedores que continúan tras la crisis en el conjunto de las motivaciones laborales es 3,29, mayor que la del resto de la muestra 3,20 (tabla 4.3.3.3) pero no de forma significativa ($p = ,198$) (tabla 4.3.3.4).

Tabla 4.3.3.3 Descriptivos, motivaciones más importantes para emprendedores que continúan tras la crisis y el resto de la muestra

		N	Media	Desviación típica	Error típico
Motiv. seguridad	Continúan	133	3,16	1,290	,112
	Resto	581	3,70	1,305	,054
	Total	714	3,60	1,318	,049
Motiv. subsistencia	Continúan	134	3,57	1,229	,106
	Resto	583	3,75	1,126	,047
	Total	717	3,72	1,148	,043
Motiv. económica	Continúan	132	3,02	1,257	,109
	Resto	579	3,00	1,264	,053
	Total	711	3,00	1,262	,047
Motiv. reconocimiento	Continúan	133	2,88	1,206	,105
	Resto	583	2,75	1,165	,048
	Total	716	2,77	1,173	,044
Motiv. logro	Continúan	132	3,99	1,000	,087
	Resto	581	3,50	1,120	,046
	Total	713	3,59	1,115	,042
Motiv. poder	Continúan	133	2,28	1,054	,091
	Resto	579	2,24	1,078	,045
	Total	712	2,25	1,073	,040
Motiv. independencia	Continúan	133	4,37	,857	,074
	Resto	577	3,44	1,307	,054
	Total	710	3,61	1,287	,048
Motiv. afiliación	Continúan	132	2,98	1,162	,101
	Resto	570	3,24	1,211	,051
	Total	702	3,19	1,205	,045
Total mean motivaciones	continúan	134	3,29	,6591	,056
	Resto	585	3,20	,6939	,028
	Total	719	3,22	,6879	,025

Fuente: elaboración propia

Tabla 4.3.3.4 ANOVA, motivaciones más importantes para emprendedores que continúan tras la crisis

		Suma de cuadrados	Gl.	Media cuadrática	F	Sig.
Motiv. Seguridad	Inter-grupos	32,068	1	32,068	18,914	,000
	Intra-grupos	1207,171	712	1,695		
	Total	1239,239	713			
Motiv. Subsistencia	Inter-grupos	3,763	1	3,763	2,864	,091
	Intra-grupos	939,328	715	1,314		
	Total	943,091	716			
Motiv. Económica	Inter-grupos	,056	1	,056	,035	,852
	Intra-grupos	1130,932	709	1,595		
	Total	1130,987	710			
Motiv. Reconocimiento	Inter-grupos	1,834	1	1,834	1,334	,248
	Intra-grupos	981,513	714	1,375		
	Total	983,346	715			
Motiv. Logro	Inter-grupos	26,540	1	26,540	21,987	,000
	Intra-grupos	858,232	711	1,207		
	Total	884,771	712			
Motiv. Poder	Inter-grupos	,172	1	,172	,149	,699
	Intra-grupos	817,816	710	1,152		
	Total	817,987	711			
Motiv. Independencia	Inter-grupos	93,125	1	93,125	60,984	,000
	Intra-grupos	1081,135	708	1,527		
	Total	1174,259	709			
Motiv. Afiliación	Inter-grupos	7,124	1	7,124	4,930	,027
	Intra-grupos	1011,430	700	1,445		
	Total	1018,554	701			
Total Motivaciones	Inter-grupos	,784	1	,784	1,658	,198
	Intra-grupos	338,991	717	,473		
	Total	339,775	718			

Fuente: elaboración propia

Los emprendedores que continúan tras la crisis puntúan más (tabla 4.3.3.5) que los que cerraron en motivación de logro, independencia y afiliación; y los que cierran obtienen mejores resultados en seguridad, subsistencia, económica, reconocimiento, y poder. Sin embargo las diferencias no son significativas en ningún caso (tabla 4.3.3.6).

Tabla 4.3.3.5 Descriptivos, motivaciones más importantes para emprendedores que continúan/cierran

		N	Media	Desviación típica	Error típico
Motiv. Seguridad	Continúan	133	3,16	1,290	,112
	Cierra	49	3,47	1,340	,191
	Total	182	3,24	1,307	,097
Motiv. Subsistencia	Continúan	134	3,57	1,229	,106
	Cierra	49	3,92	1,057	,151
	Total	183	3,66	1,193	,088
Motiv. Económica	Continúan	132	3,02	1,257	,109
	Cierra	49	3,20	1,154	,165
	Total	181	3,07	1,229	,091
Motiv. Reconocimiento	Continúan	133	2,88	1,206	,105

	Cierra	50	2,94	1,346	,190
	Total	183	2,90	1,243	,092
Motiv. Logro	Continúan	132	3,99	1,000	,087
	Cierra	49	3,67	1,029	,147
	Total	181	3,91	1,015	,075
Motiv. Poder	Continúan	133	2,28	1,054	,091
	Cierra	48	2,35	1,139	,164
	Total	181	2,30	1,075	,080
Motiv. Independencia	Continúan	133	4,37	,857	,074
	Cierra	49	4,18	,905	,129
	Total	182	4,32	,872	,065
Motiv. Afiliación	Continúan	132	2,98	1,162	,101
	Cierra	49	2,86	1,258	,180
	Total	181	2,94	1,187	,088
Mean Motivaciones	Continúan	134	3,290	,6590	,0569
	Cierra	50	3,340	,6482	,0916
	Total	184	3,303	,6547	,0482

Fuente: elaboración propia

Tabla 4.3.3.6 ANOVA, motivaciones más importantes para emprendedores que continúan/cierran

		Suma de cuadrados	Gl.	Media cuadrática	F	Sig.
Motiv. Seguridad	Inter-grupos	3,474	1	3,474	2,044	,154
	Intra-grupos	305,888	180	1,699		
	Total	309,363	181			
Motiv. Subsistencia	Inter-grupos	4,426	1	4,426	3,147	,078
	Intra-grupos	254,569	181	1,406		
	Total	258,995	182			
Motiv. Económica	Inter-grupos	1,175	1	1,175	,777	,379
	Intra-grupos	270,891	179	1,513		
	Total	272,066	180			
Motiv. Reconocimiento	Inter-grupos	,132	1	,132	,085	,771
	Intra-grupos	280,895	181	1,552		
	Total	281,027	182			
Motiv. Logro	Inter-grupos	3,635	1	3,635	3,580	,060
	Intra-grupos	181,768	179	1,015		
	Total	185,403	180			
Motiv. Poder	Inter-grupos	,204	1	,204	,175	,676
	Intra-grupos	207,686	179	1,160		
	Total	207,890	180			
Motiv. Independencia	Inter-grupos	1,222	1	1,222	1,614	,206
	Intra-grupos	136,294	180	,757		
	Total	137,516	181			
Motiv. Afiliación	Inter-grupos	,516	1	,516	,365	,547
	Intra-grupos	252,932	179	1,413		
	Total	253,448	180			
Mean Motivaciones	Inter-grupos	,092	1	,092	,215	,644
	Intra-grupos	78,352	182	,431		
	Total	78,445	183			

Fuente: elaboración propia

Acorde con los estudios previos sobre el carácter emprendedor, los análisis de discriminación y las diferencias de medias en valoración de las motivaciones por emprendedores y no emprendedores, procedemos al cálculo de la escala de motivación emprendedora ponderando la motivación de logro y la motivación de independencia en el doble, y eliminando el elemento motivación de seguridad.

En esta *escala de motivación emprendedora* obtienen la mayor puntuación con una media de 3,7778 los emprendedores que se encuentran en el proceso de creación de la empresa, (tabla 4.3.3.7 y figura 4.3.3.8) después con una puntuación similar empresarios independientes (media de 3,4790) y asociados (media de 3,4821), seguidos de trabajadores de ONG (media de 3,2200) y trabajadores de empresas privadas (media de 3,1225,) y la menor motivación emprendedora la presentan los empleados de la administración (media de 2,9693) y los desempleados (media de 2,9658), con diferencias significativas ($p=,000$) entre estos grupos (tabla 4.3.3.8).

Tabla 4.3.3.7 Descriptivos, motivación emprendedora en grupos laborales

	N	Media	Desviación típica	Error típico
Trabajador empresa privada	104	3,1225	,80557	,07899
Empresario independiente	212	3,4790	,62060	,04262
Empresario asociado	135	3,4821	,64069	,05514
Funcionario / Administración	201	2,9693	,77178	,05444
Desempleado	13	2,9658	1,15949	,32158
Creando la empresa	9	3,7778	,50614	,16871
Trabajador ONG	42	3,2200	,63457	,09792
Total	716	3,2639	,74451	,02782

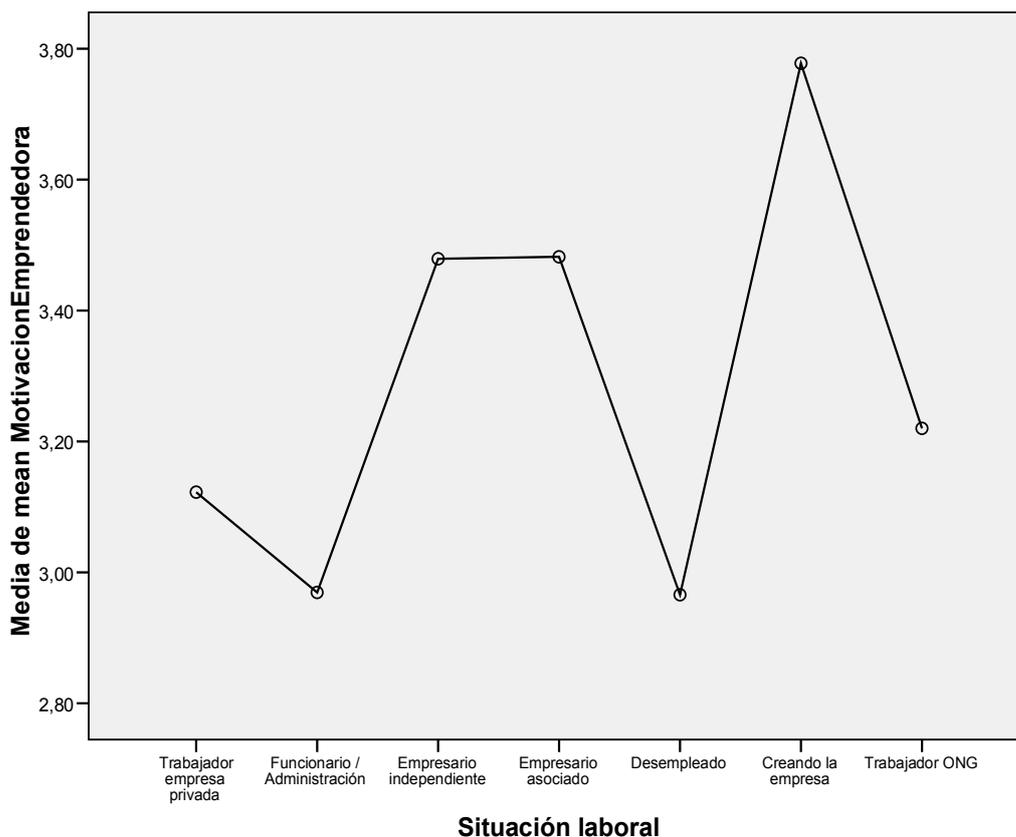
Fuente: elaboración propia

Tabla 4.3.3.8 ANOVA, motivación emprendedora en grupos laborales

	Suma de cuadrados	Gl.	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	39,383	6	6,564	13,038	,000
Intra-grupos	356,933	709	,503		
Total	396,316	715			

Fuente: elaboración propia

Figura 4.3.3 Motivación emprendedora en grupos laborales



Fuente: elaboración propia

Los emprendedores que continúan con la empresa tras la crisis obtienen una media de 3,5025 por encima de los que cierran, 3,4558, (Tabla 4.3.3.9) en la escala de motivación emprendedora, sin embargo las diferencias no son significativas. ($p = ,653$) (tabla 4.3.3.10). Por tanto los emprendedores que mantienen la empresa no se diferencian significativamente de los que cierran en motivación emprendedora.

Tabla 4.3.3.9 Descriptivos, motivación emprendedora en emprendedores que cierran / continúan

	N	Media	Desviación típica	Error típico
Continúan	134	3,5025	,62761	,05422
Cierra	50	3,4558	,61558	,08706
Total	184	3,4898	,62303	,04593

Tabla 4.3.3.10 ANOVA, motivación emprendedora en emprendedores que cierran / continúan.

	Suma de cuadrados	Gl.	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	,079	1	,079	,203	,653
Intra-grupos	70,956	182	,390		
Total	71,035	183			

Fuente: elaboración propia

En el apartado 6 del cuestionario cuantitativo (anexo 3) preguntamos: ¿Por qué razón ha creado su propia empresa?, y se les ofrece dos opciones que corresponde con la del emprendedor vocacional, por oportunidad o *pull*, y situacional, necesidad o *push*:

- Deseaba tener su propio negocio y realizar un proyecto empresarial.
- Estaba en paro, precariedad laboral o no le gustaban las condiciones en las que trabajaba.

Además les planteamos que si le ofrecieran un puesto de trabajo estable en una empresa privada donde ganara lo mismo, ¿dejaría de trabajar por su cuenta y/o cerraría su empresa?

- Sí
- No

Si su respuesta ha sido negativa, ¿qué haría si le ofrecieran un 25% más de su sueldo actual?

- Dejaría de trabajar por mi cuenta y aceptaría el puesto en la empresa privada.
- Seguiría trabajando por mi cuenta y/o en mi propia empresa.

En cuanto a la razón de crear la empresa el 75,9% de los emprendedores son vocacionales y el 23,5% situacionales (tabla 4.3.3.11); resultados similares a los obtenidos por el informe GEM. Son vocacionales el 82,7 % de los emprendedores que continúan tras la crisis y el 71,7 % del resto de los emprendedores. Esta diferencia entre emprendedores que continúan y el resto resultan significativas ($p \leq ,01$) (tabla 4.3.3.12). Por lo que podemos concluir que hay relación positiva entre los emprendedores que sobreviven a la crisis y el que éstos hayan creado la empresa motivados por factores *pull*, porque ven una oportunidad. Al contrario que Solymossy (1997) que no pudo confirmar la significatividad de la existencia de una relación entre la orientación motivacional (*push o pull*) y las medidas utilizadas del éxito de la empresa de reciente creación.

Tabla 4.3.3.11 Tabla de contingencia emprendedores vocacional/situacional en emprendedores que continúan/resto de emprendedores

		Continua/resto emprendedores		Total
		Continúan	Resto de emprendedores	
Razón de la creación	Tener un propio negocio	Recuento 105	147	252
		% 82,7%	71,7%	75,9%
	Precariedad laboral	Recuento 20	58	78
		% 15,7%	28,3%	23,5%
	Ambas	Recuento 2	0	2
		% 1,6%	,0%	,6%
Total		Recuento 127	205	332

Fuente: elaboración propia

Tabla 4.3.3.12 Pruebas de chi-cuadrado emprendedores vocacional/situacional en emprendedores que cierran / continúan.

	Valor	Gl.	Sig. Asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	9,724(a)	2	,008
Razón de verosimilitudes	10,633	2	,005
Asociación lineal por lineal	3,485	1	,062
N de casos válidos	332		

a 2 casillas (33,3%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,77.
Fuente: elaboración propia

Al plantear que si le ofrecieran un puesto de trabajo estable en una empresa privada donde ganara lo mismo, ¿dejaría de trabajar por su cuenta y/o cerraría su empresa?, el 86,2% de los emprendedores responden que continuarían trabajando por su cuenta y el 13,2 % que dejarían la empresa, con lo que mediante esta pregunta obtenemos un mayor número de emprendedores vocacionales (tabla 4.3.3.13).

De los emprendedores que mantienen su negocio a pesar de la crisis el 92,4% contestan que continuarían aunque le ofrecieran un trabajo en la empresa privada y el 82,3% del resto de los emprendedores. Y estas diferencias son significativas ($p \leq ,01$) (tabla 4.3.3.14), por tanto hay relación entre los emprendedores que continúan y el preferir continuar con la empresa aun pudiendo acceder a un puesto de trabajo estable.

Tabla 4.3.3.13 De contingencia emprendedores dejaría su negocio por un trabajo fijo con emprendedores que cierran / continúan

			Continua/todos		Total
			Continúan	Resto	Continúan
Dejaría su empresa	SI	Recuento	8	37	45
		%	6,1%	17,7%	13,2%
	NO	Recuento	121	172	293
		%	92,4%	82,3%	86,2%
	No se	Recuento	2	0	2
		%	1,5%	,0%	,6%
Total	Recuento	131	209	340	

Fuente: elaboración propia

Tabla 4.3.3.14 Pruebas de chi-cuadrado emprendedores dejaría su negocio por un trabajo fijo con emprendedores que cierran / continúan

	Valor	Gl.	Sig. Asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	12,320(a)	2	,002
Razón de verosimilitudes	13,903	2	,001
Asociación lineal por lineal	11,312	1	,001
N de casos válidos	340		

a 2 casillas (33,3%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,77.
Fuente: elaboración propia

Los resultados son similares al ofrecerles un puesto de trabajo estable por cuenta ajena donde ganara un 25% más que en su empresa. El 81,6% de los emprendedores responden que continuarían trabajando por su cuenta y el 17,4% que dejarían la empresa (tabla 4.3.3.15).

De los emprendedores, que mantienen su negocio a pesar de la crisis, el 87,6 contestan que continuaría aunque le ofrecieran un trabajo en la empresa privada en el que ganarían un 25% más y del resto de los emprendedores el 77,5%. Estas diferencias también son significativas ($p \leq ,01$) (tabla 4.3.3.16), por tanto hay relación entre los emprendedores que sobreviven a la crisis y el preferir continuar con la empresa aunque les ofrezcan un puesto de trabajo estable y ganar un 25 % más.

Tabla 4.3.3.15 De contingencia emprendedores dejaría su negocio por un trabajo fijo y 25% más de sueldo con emprendedores que cierran / continúan

			Continua/todos		Total
			Continúan	Resto	
Dejaría su empresa 25%	Si	Recuento	12	40	52
		%	9,9%	22,5%	17,4%
	No	Recuento	106	138	244
		%	87,6%	77,5%	81,6%
	Ambos	Recuento	3	0	3
		%	2,5%	,0%	1,0%
Total	Recuento	121	178	299	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

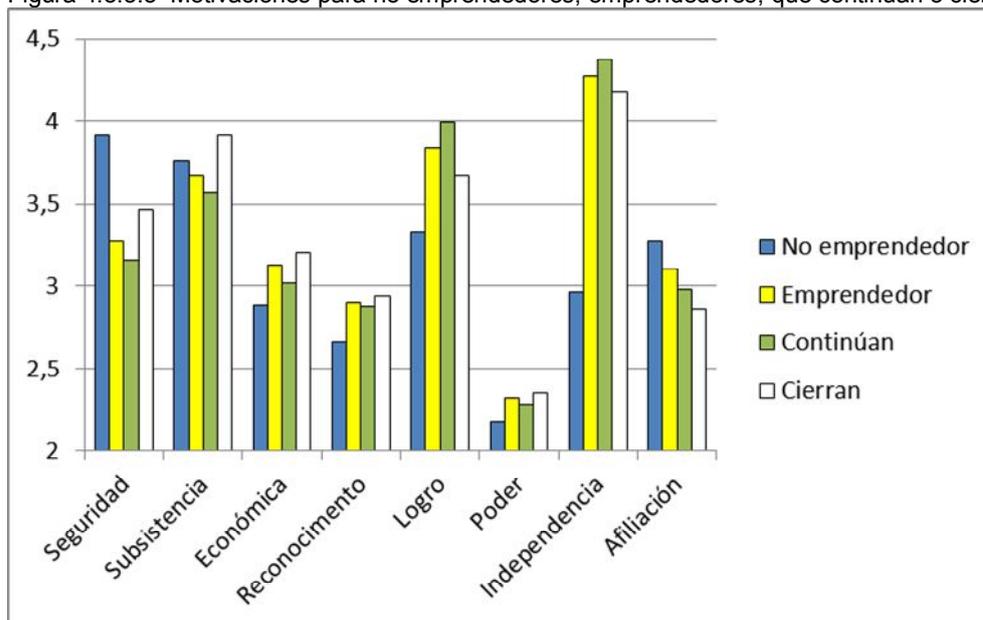
Fuente: elaboración propia

Tabla 4.3.3.16 Pruebas de chi-cuadrado emprendedores dejaría su negocio por un trabajo fijo y 25% más de sueldo con emprendedores que cierran / continúan

	Valor	Gl.	Sig. Asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	11,838(a)	2	,003
Razón de verosimilitudes	13,341	2	,001
Asociación lineal por lineal	10,329	1	,001
N de casos válidos	299		

a 2 casillas (33,3%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 1,21.
Fuente: elaboración propia

Figura 4.3.3.3 Motivaciones para no emprendedores, emprendedores, que continúan o cierran



Fuente: elaboración propia

Los resultados confirman nuestra hipótesis 3.3, ya que los emprendedores señalan como motivaciones principales para crear su empresa la autonomía o *independencia* para tomar las propias decisiones y ser su propio jefe; la *motivación de logro* o el impulso para fijarse constantemente nuevos retos y superarse a sí mismo para alcanzar objetivos; además también están más motivados por el *reconocimiento* intentando conseguir prestigio social y la admiración de los demás, y por la motivación *económica* o intentar ganar el máximo posible (figura 4.3.3.4).

Estos resultados son coherentes con los obtenidos por varios autores ⁴³ que concluyan que la *necesidad de logro* y *de independencia*, así como las motivaciones *económicas*, influyen significativamente en el resultado empresarial. Para Feeser y Dugan (1989) las principales motivaciones para emprender son la frustración laboral, la necesidad de independencia, la necesidad de logro y la necesidad de autorrealización. La mayoría de los trabajos e investigaciones destacan la *necesidad de independencia* como la motivación más específica del empresario (Díez et al, 1995) y muchas investigaciones⁴⁴ sostienen que los empresarios encuentran una especial importancia en

⁴³ En este sentido hicimos referencia, en el marco teórico, a Barba et al. (2012); Wainer y Rubin (1969); Smith y Miner (1985); Johnson (1990); Davidsson (1991) y Box et al. (1993).

⁴⁴ Genesca y Veciana (1984); Feeser y Dugan (1989); Blais y Toulouse (1990); Jenssen y Kolverid (1992); Medina et al. (1996); Douglas y Shepherd (1997); Westhead y Wright (1997); Blanchflower y Oswald (1998); Rubio et al. (1999); Martínez et al. (1998); Driessen y Zwart (1999); Blanchflower (2000); Anna et

su independencia. También coincidimos con no pocos autores⁴⁵ que señalan como motivación del emprendedor la necesidad de *desarrollo personal*, autorrealización o el desarrollo de la carrera profesional (Fernández et al., 2012). Asimismo se ha confirmado, en distintos estudios⁴⁶, la importancia de la motivación económica, en este caso nosotros hemos distinguido entre motivación de subsistencia: interés por ganar lo suficiente para vivir dignamente y motivación económica: ganar el máximo dinero posible; es en esta última en la que el emprendedor puntúa de forma diferencial. Si bien, coincidiendo con la mayoría de los estudios internacionales vislumbramos que las motivaciones para emprender van más allá de los asuntos meramente económicos (Kantis, 2004; p.42).

Comprobamos que los emprendedores están menos motivados que el resto de trabajadores por la *seguridad* o la tranquilidad de tener un trabajo fijo y un sueldo estable. Resultado análogo al de las investigaciones que concluyen que los emprendedores no están motivados por la necesidad de *seguridad* (Anna et al. 2000, Westhead y Wright 1997).

Nuestros resultados indican que los emprendedores están más motivados laboralmente que los no emprendedores, y los emprendedores que se mantienen a pesar de la crisis puntúan más que el resto de la muestra, aunque estos últimos no de forma significativa. Todo ello confirma los planteamientos de la literatura especializada que infieren correlaciones positivas entre la motivación del emprendedor entendida como el grado en el que el fundador está dispuesto a invertir su tiempo, energía y dinero en su proyecto de empresa, (Dubini, 1988; Shaver y Scott, 1991; Miner, Smith y Bracker, 1992; Entrialgo, 1998), si bien no confirmamos de forma significativa la relación entre esta mayor motivación y los resultados.

Sin embargo nuestros datos no han confirmado los de algunas investigaciones que detectan en el emprendedor motivaciones *altruistas* (Blais y Toulouse, 1990); el deseo de contribuir a la sociedad (Crowe 2010); de crear empleo (Medina 1996) o altruismo comunitario, (Blais y Toulouse 1990).

al. (2000); Hamilton (2000); Blanchflower et al. (2001); Hundley (2001); Frey y Benz (2003); Leiva (2008); Crowe (2010); Barba et al. (2012); Fernández et al. (2012) o Barba (2012).

⁴⁵ Autores como Blais y Toulouse (1990); Westhead y Wright (1997); Kantiset al. (2002); Barredo y Llorens (1993); Rubio et al. (1999); Crowe (2010).

⁴⁶ La importancia de la motivación económica en el emprendimiento ha sido defendida por Blais y Toulouse (1990); Anna et al. (2000); Barredo y Llorens (1993); Kantis et al (2002); Leiva (2008); Crowe (2010); Fernández et al. (2012); y Barba (2012).

En nuestra muestra los emprendedores obtienen puntuaciones menores que los no emprendedores en motivación de afiliación; buscar situaciones cooperativas donde poder ayudar a los demás y relacionarse con las personas que le rodean.

En cuanto a la razón de crear la empresa, obtenemos que el 75,9% de los emprendedores son vocacionales, deseaban tener su propio negocio y realizar un proyecto empresarial, mientras que un 23,5% son emprendedores situacionales, que estaban en paro, en precariedad laboral o no le gustaban las condiciones en las que trabajaban. Estos resultados se sitúan dentro de la horquilla establecida por otros estudios⁴⁷, como el informe GEM, que obtiene que entre un 81,15% en 2008 y un 66,10% en 2014 de las personas que deciden emprender lo hacen por oportunidad, mientras que entre un 12,96% en 2008 y un 29,80% en 2014 lo hacen por necesidad. De hecho el 86,2% de los emprendedores continuarían trabajando por su cuenta si les ofrecieran un puesto de trabajo estable en una empresa privada donde ganara lo mismo, y el 81,6% aunque en ese puesto ganara un 25% más que con su propia empresa.

Si bien Solymossy (1997) analizó el éxito, entendido como incremento de los ingresos, del número de empleados y la satisfacción personal, no pudo confirmar la significatividad de la existencia de una relación entre la orientación motivacional (*push* o *pull*) y las variables que median el éxito de la empresa de reciente creación. En nuestro estudio un mayor y significativo porcentaje, el 92,4%, de emprendedores *pull* o vocacionales que mantienen su negocio a pesar de la crisis contestan que continuaría con su negocio aunque les ofrecieran un trabajo en la empresa privada y aunque en este trabajo ganaran un 25% más. Por tanto encontramos relación entre los emprendedores que sobreviven a la crisis y el preferir su propio negocio aunque les ofrezcan un puesto de trabajo estable mejor remunerado. El 82,7 % de los emprendedores que continúan tras la crisis son vocacionales y solo el 71,7 % del resto de los emprendedores, esta diferencia es significativa. Por lo que podemos concluir que hay relación positiva entre los emprendedores que sobreviven a la crisis y los vocacionales que han creado la empresa motivados por factores *pull* o porque ven una oportunidad.

Algunos autores relacionan las motivaciones del emprendedor con el éxito empresarial. Woo et al. (1988) relacionan el crecimiento con las motivaciones de logro

⁴⁷ Gilad y Levine (1986) y Birley y Westhead (1994) distinguen entre factores pull y push como motivadores para emprender y sostienen que la mayoría de las personas empiezan un negocio debido a factores pull.

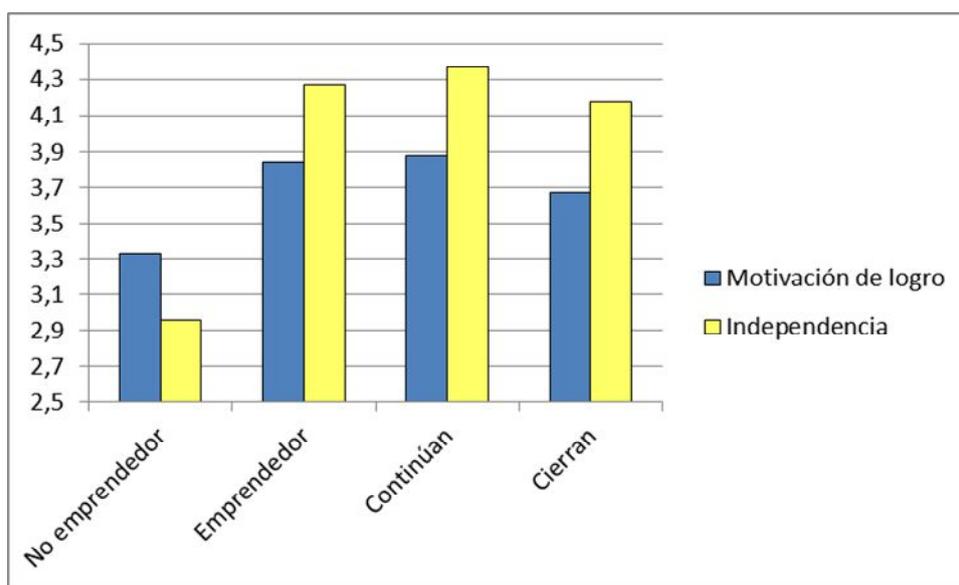
e independencia; Jenssen y Kolverid (1992) con la supervivencia empresarial, y con mayor necesidad de logro y de independencia; Feeser y Dugan (1989) con un crecimiento en la cifra de negocio y con una mayor necesidad de independencia; para Barba et al. (2012) la necesidad de logro, de independencia y las motivaciones económicas influyen en el incremento del número de trabajadores; Driessen y Zwart (1999) encontró relación entre el éxito empresarial con las motivaciones de logro, independencia, competencia; Anna et al. (2000) con motivaciones económica, independencia, seguridad; Feeser y Dugan (1989) con la necesidad de independencia.

Estos estudios son, en su mayor parte, coincidentes con nuestro resultado; el rendimiento emprendedor, medido como supervivencia a la crisis, está relacionado significativa y positivamente con los emprendedores motivados por conseguir objetivos, motivación de logro, y por la búsqueda de autonomía e independencia, y negativamente con la búsqueda de seguridad y afiliación. Anna et al. (2000) concluyeron que en las empresarias con altas expectativas de autonomía y riqueza se relacionan positivamente con el éxito de la nueva empresa mientras que la necesidad de seguridad se relaciona negativamente.

La *escala de motivación emprendedora* discrimina entre grupos laborales; la mayor puntuación la obtienen los emprendedores que se encuentran en el proceso de creación de la empresa, con una puntuación similar empresarios independientes y asociados seguidos de trabajadores de ONG y trabajadores de empresas privadas y la menor motivación emprendedora la presentan los empleados de la administración y los desempleados.

Los emprendedores que continúan con la empresa tras la crisis obtienen una puntuación mayor que los que cierran; en la escala de motivación emprendedora sin embargo las diferencias no son significativas. Visto este resultado, para discriminar a los emprendedores de éxito, podría resultar más acertado reducir la escala de motivación emprendedora a las que obtienen resultados significativos: la motivación de independencia, logro y, como variable invertida, seguridad (figura 4.3.3.5).

Figura 4.3.3.4 Motivación de seguridad e independencia en no emprendedores, emprendedores que continúan y que cierran



Fuente: elaboración propia

4.3.4 MOTIVACIÓN DE LOGRO Y EMPRENDIMIENTO

En esta apartado analizamos las diferencias de medias entre emprendedores y emprendedores que continúan a pesar de la crisis, entre sí, y con el resto de los sujetos en la escala de motivación de logro.

La escala compuesta por 11 ítems de la escala original de Ray (1979) adaptada por Heaven (1990). Los elementos se incluyen en la escala CE de la batería de cuestionarios cuantitativos. Obtiene con los datos de la muestra recogida en nuestro estudio un *Alpha de Cronbach* de ,638 por tanto podemos hablar de un aceptable nivel de consistencia interna.

Al analizar las puntuaciones medias en motivación de logro por grupos laborales se obtuvieron las medias y parámetros estadísticos mostrados en la tabla 4.3.4.1. Los sujetos que se hallaban creando la empresa alcanzaron una puntuación media de 3,6737, que les sitúa en primer lugar seguidos por los empresarios independientes (3,6104) y los empresarios asociados (3,5936) y muy por encima del resto de grupos (situados entre 3,4117 y 3,4207) (figura 4.3.4.1). El análisis de las diferencias de las medias (tabla 4.3.4.2) señala que las diferencias son altamente significativas con una $p > ,001$.

Tabla 4.3.4.1 Descriptivo motivación de logro por grupos laborales

	N	Media	Desviación típica	Error típico
Trabajador empresa privada	155	3,4207	,46875	,03765
Funcionario / Administración	231	3,4117	,45877	,03018
Empresario independiente	233	3,6104	,51479	,03372
Empresario asociado	138	3,5936	,54637	,04651
Desempleado	81	3,4158	,53167	,05907
Estudiante	150	3,4130	,42101	,03438
Creando la empresa	33	3,6737	,47593	,08285
Trabajador ONG	47	3,4193	,39780	,05803
Total	1068	3,4888	,49162	,01504

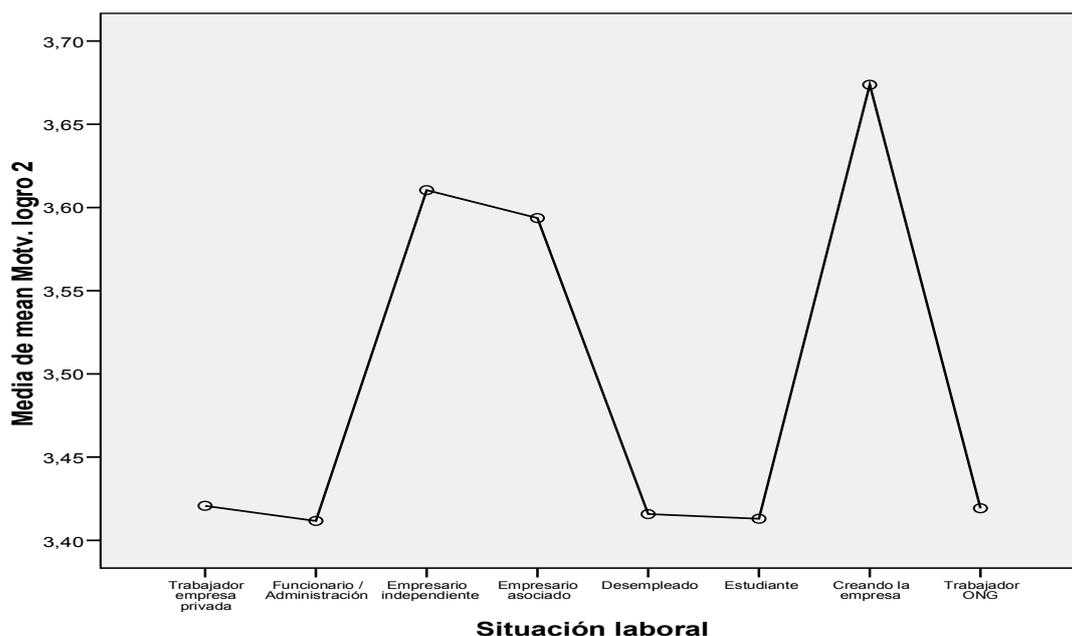
Fuente: elaboración propia

Tabla 4.3.4.2 ANOVA, motivación de logro por grupos laborales

	Suma de cuadrados	Gl.	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	9,707	7	1,387	5,923	,000
Intra-grupos	248,178	1060	,234		
Total	257,885	1067			

Fuente: elaboración propia

Gráfica 4.3.4.1 Motivación de logro por grupos laborales



Fuente: elaboración propia

En la tabla 4.3.4.3 observamos que los emprendedores puntúan 3,6099 de media, en motivación de logro por encima del resto de los sujetos (3,4151) y lo hacen de forma altamente significativa ($p = ,000$) (tabla 4.3.4.4).

Tabla 4.3.4.3 Descriptivo motivación de logro en emprendedores y no emprendedores

	N	Media	Desviación típica	Error típico
no emprendedor	664	3,4151	,45715	,01774
emprendedor	404	3,6099	,52197	,02597
Total	1068	3,4888	,49162	,01504

Fuente: elaboración propia

Tabla 4.3.4.4 ANOVA, motivación de logro en emprendedores y no emprendedores

	Suma de cuadrados	Gl.	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	9,526	1	9,526	40,889	,000
Intra-grupos	248,358	1066	,233		
Total	257,885	1067			

Fuente: elaboración propia

Comparando la motivación de logro, entre los propios emprendedores que realizaron el cuestionario previamente y que siguen implicados en actividades emprendedoras, y el resto de la muestra, obtenemos que la motivación de logro es superior en los emprendedores que continúan (3,6919), frente al resto de los sujetos (3,5638) (tabla 4.3.4.3). Además, el análisis estadístico mostrado en la tabla 4.3.4.4 indica que esta diferencia hallada es significativa ($p = ,019$).

Tabla 4.3.4.5 Descriptivo motivación de logro en emprendedores que continúan/resto de la muestra

	N	Media	Desviación típica	Error típico
Continúan	140	3,6941	,52815	,04464
Resto de muestra	935	3,4576	,47913	,01567
Total	1075	3,4884	,49203	,01501

Fuente: elaboración propia

Tabla 4.3.4.6 ANOVA, motivación de logro en emprendedores que continúan/resto de la muestra

	Suma de cuadrados	Gl.	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	6,813	1	6,813	28,874	,000
Intra-grupos	253,191	1073	,236		
Total	260,004	1074			

Fuente: elaboración propia

Los emprendedores que continúan con la empresa a pesar de la crisis puntúan por encima que los emprendedores que cierran en motivación de logro y lo hacen de forma altamente significativa ($p=026$) (tabla 4.3.4.7 y 4.3.4.8).

Tabla 4.3.4.7. Descriptivo motivación de logro en emprendedores que continúan/cierran

	N	Media	Desviación típica	Error típico
Continúan	140	3,6941	,52815	,04464
Cierra	54	3,5008	,48861	,06649
Total	194	3,6403	,52345	,03758

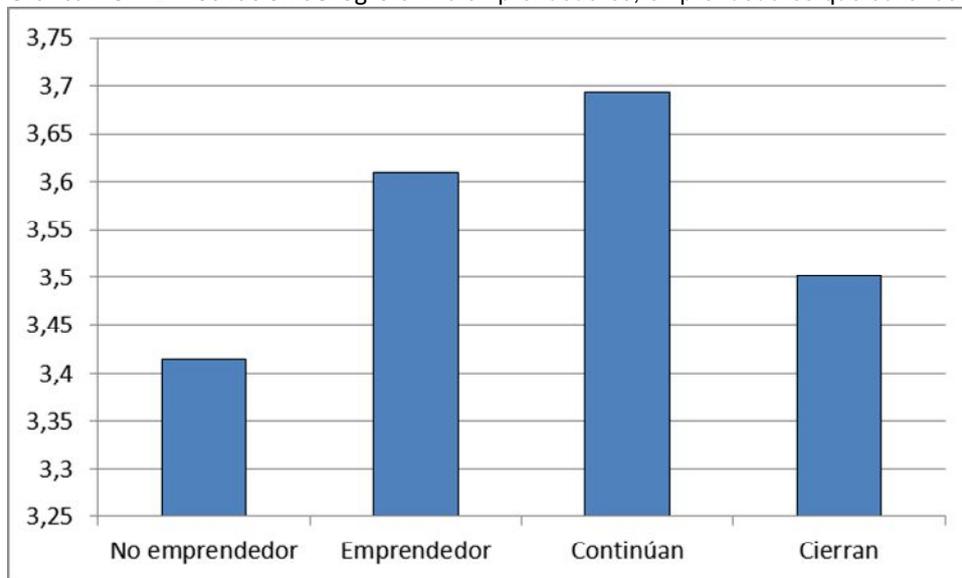
Fuente: elaboración propia

Tabla 4.3.4.8. ANOVA, motivación de logro en emprendedores que continúan/cierran

	Suma de cuadrados	Gl.	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	1,456	1	1,456	5,437	,021
Intra-grupos	51,426	192	,268		
Total	52,882	193			

Fuente: elaboración propia

Gráfica 4.3.4.2 Motivación de logro en no emprendedores, emprendedores que continúan y que cierran



Fuente: elaboración propia

Los resultados confirman con toda claridad nuestra hipótesis 3.4 ya que las personas emprendedoras, y más las que continúan a pesar de la crisis, muestran mayor motivación de logro.

Y son coherentes con los estudios referidos en la fundamentación teórica que concluyen que la elevada necesidad de logro es una característica esencial de los emprendedores⁴⁸. En algunos estudios entre empresarios y no empresarios, aparece que la necesidad de logro tiene más importancia que otras características; así lo argumentan en la literatura Hansemark (1998) o Littunen (2000) y numerosos estudios⁴⁹ confirman la necesidad de logro como la principal motivación del empresario y la que determina su

⁴⁸ Así concluyen McClelland y Winter (1969); Collins et al. (1964); Hornaday y Aboud (1971); Atkinson y Birch (1979); Di Carlo y Lyons (1979); Feather (1986); Carsrud y Olm (1986); Weiner (1986); Gasse (1987); Francés (1987); Woo et al. (1988); Bruns y Kippenberg (1988); Dubini (1988); Gartner (1989); Johnson (1990); Jenssen y Kolvered (1992); Box et al. (1993); Gatewood et al. (1995); Stewart et al. (1999); Anna et al. (2000); Smith et al. (2003); Collins et al (2004); De Pablo y Bueno (2004); De Castro y Costa (2012); Barredo y Llorens (1993); Díez de Castro et al. (1995); Koh (1996); McClelland (1968); Rusque (2002).

⁴⁹ Confirman la necesidad de logro como la principal motivación del empresario McClelland (1968); Carsrud y Olm (1986); Johnson (1990); Carland y Carland (1991); Stewart *et al.* (1999); Begley y Boyd (1987); Stewart *et al.* (1999); Barba et al. (2012); o como factor fundamental en la intención emprendedora Gartner (1989); Gürol y Atsan (2006); Espíritu y Zacarías (2010); y De Castro y Costa Rizzato (2012).

decisión de crear una empresa.

Además una alta motivación de logro se ha relacionado con el éxito del emprendedor⁵⁰, ya sea porque la necesidad de logro se ha vinculado con el incremento del número de trabajadores de las empresas de reciente creación⁵¹; en las probabilidades de supervivencia empresarial (Abdesselam et al., 2004); en obtener un alto ratio de liquidez (Begley & Boyd, 1987); en el grado de internacionalización (Ripollés et al. 1998); o en el crecimiento de las ventas (Johnson, 1990; Bellu, 1999) o la solvencia (Pandey & Tewary, 1979).

4.3.5. ADAPTACIÓN E INNOVACION

Analizaremos la capacidad de adaptación e innovación de los emprendedores y los emprendedores que continúan a pesar de la crisis con sendas escalas:

- a) La escala de *adaptación 4*, con siete ítems de elaboración propia, contestado en una escala tipo Likert, obtiene un *Alpha de Cronbach* de ,672, por tanto podemos hablar de un buen nivel de consistencia interna teniendo en cuenta el número de elementos.
- b) *Innovación 3* es una subescala de la adaptación, y consta, de 6 ítems contestados en una escala tipo Likert de 1 a 5; obtiene con los datos de la muestra recogida para este estudio un *Alpha de Cronbach* de ,577, y un bajo nivel de consistencia interna, no obstante dado el número de ítems puede ser aceptado.

En la tabla 4.3.5.1 y figura 4.3.5.1 observamos que los emprendedores y empresarios puntúan más que el resto de las categorías laborales en capacidad de adaptación e innovación, pero significativamente sólo en adaptación ($p < ,001$).

⁵⁰ Así concluyen Jenssen y Kolverid (1992); Entrialgo et al.(1998); Pandey (2011); Begley y Boyd (1986); Johnson (1989); Schrage (1965); Smith y Miner (1983 y 1985); Smith *et al.* (1987).

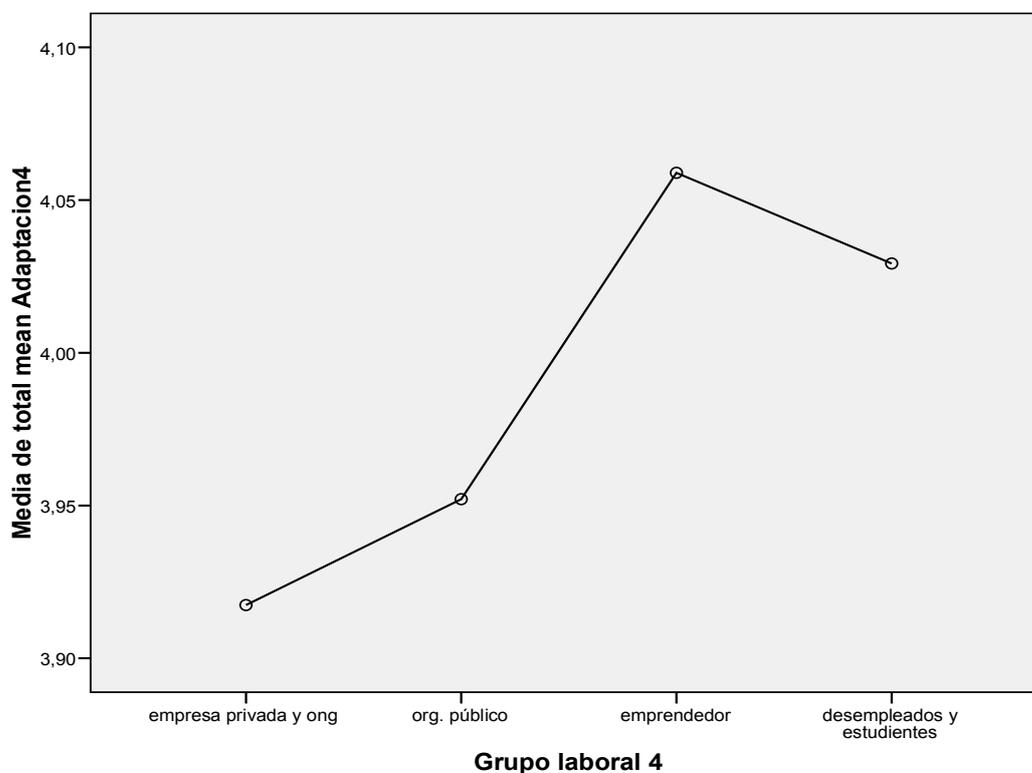
⁵¹ Según autores como Wainer y Rubin (1969); Smith y Miner (1985); Johnson (1990); Davidsson (1991); Box et al. (1993); Johnson (1990); Woo et al. (1988); Smith y Miner (19849; Smith y Milner (1985); Driessen y Zwart (1999).

Tabla 4.3.5.1 Descriptivo innovación y adaptación en categorías laborales

		N	Media	Desviación típica	Error típico
Innovación 3	E. Privada y ong.	203	3,3845	,49107	,03447
	Org. Público	231	3,3797	,51684	,03401
	Emprendedor	403	3,4392	,48909	,02436
	Desempleados y estudiantes	231	3,4389	,50907	,03349
	Total	1068	3,4159	,50001	,01530
Adaptación 4	E. Privada y ong.	203	3,9174	,49421	,03469
	Org. Público	231	3,9521	,43864	,02886
	Emprendedor	403	4,0589	,41486	,02067
	Desempleados y estudiantes	231	4,0292	,38682	,02545
	Total	1068	4,0025	,43370	,01327

Fuente: elaboración propia

Figura 4.3.5.1 Descriptivo innovación y adaptación en categorías laborales



Fuente: elaboración propia

Tabla 4.3.5.2 ANOVA, innovación y adaptación en categorías laborales

		Suma de cuadrados	Gl.	Media cuadrática	F	Sig.
Innovación 3	Inter-grupos	,846	3	,282	1,128	,337
	Intra-grupos	265,920	1064	,250		
	Total	266,765	1067			
Adaptación 4	Inter-grupos	3,504	3	1,168	6,303	,000
	Intra-grupos	197,194	1064	,185		
	Total	200,698	1067			

Fuente: elaboración propia

Agrupando las categorías laborales en dos grupos, emprendedores-empresarios y el resto, observamos que el grupo de emprendedores obtienen en innovación una media de 3,43 por encima de los no emprendedores, que obtienen 3,40, pero las diferencias no son significativas ($p = ,214$). En capacidad de adaptación los emprendedores puntúan 4,05, por encima de los no emprendedores (3,96) (Tabla 4.3.5.3) y las diferencia es altamente significativa ($p = ,001$), (tabla 4.3.5.4).

Por tanto los emprendedores se caracterizan por una mayor capacidad de adaptación que los no emprendedores y no tanto por mayor innovación o creatividad. Además las puntuaciones de los emprendedores son mayores en adaptación que en innovación.

Tabla 4.3.5.3 Descriptivos, innovación y adaptación en emprendedores-no emprendedores

		N	Media	Desviación típica	Error típico
Innovación 3	no emprendedor	664	3,4001	,50494	,01960
	emprendedor	403	3,4392	,48909	,02436
	Total	1067	3,4149	,49914	,01528
Adaptación 4	no emprendedor	664	3,9687	,44176	,01714
	emprendedor	403	4,0589	,41486	,02067
	Total	1067	4,0028	,43381	,01328

Fuente: elaboración propia

Tabla 4.3.5.4 ANOVA, innovación y adaptación en grupos emprendedores-no emprendedores

		Suma de cuadrados	Gl.	Media cuadrática	F	Sig.
Innovación 3	Inter-grupos	,385	1	,385	1,547	,214
	Intra-grupos	265,203	1065	,249		
	Total	265,589	1066			
Adaptación 4	Inter-grupos	2,042	1	2,042	10,951	,001
	Intra-grupos	198,573	1065	,186		
	Total	200,615	1066			

Fuente: elaboración propia

Los *emprendedores que continúan* a pesar de la crisis puntúan más, y de forma muy significativa, ($p < ,000$) que el resto de los sujetos, tanto en innovación como en adaptación.

Tabla 4.3.5.5 Descriptivos, innovación y adaptación en emprendedores que continúan a pesar de la crisis y resto de sujetos

		N	Media	Desviación típica	Error típico
Innovación 3	continúan	140	3,6012	,43732	,03696
	resto de muestra	934	3,3879	,50166	,01641
	Total	1074	3,4157	,49876	,01522
Adaptación 4	continúan	140	4,1391	,38563	,03259
	resto de muestra	934	3,9799	,44252	,01448
	Total	1074	4,0006	,43865	,01338

Fuente: elaboración propia

Tabla 4.3.5.6 ANOVA, innovación y adaptación en emprendedores-que continúan a pesar de la crisis y resto de sujetos.

		Suma de cuadrados	Gl.	Media cuadrática	F	Sig.
Innovación 3	Inter-grupos	5,538	1	5,538	22,712	,000
	Intra-grupos	261,380	1072	,244		
	Total	266,918	1073			
Adaptación 4	Inter-grupos	3,088	1	3,088	16,277	,000
	Intra-grupos	203,371	1072	,190		
	Total	206,459	1073			

Fuente: elaboración propia

Los emprendedores que continúan a pesar de la crisis puntúan más y de forma altamente significativa que los que cerraron su empresa en innovación ($p < ,001$) como en adaptación ($p = ,004$) (Tabla 4.3.5.7 y Figura 4.3.5.2).

Por tanto los emprendedores que continúan a pesar de la crisis muestran mayor capacidad de adaptación e innovación que el resto de la muestra y que los emprendedores que cierra.

Tabla 4.3.5.7 Descriptivos, innovación y adaptación en emprendedores que continúan a pesar de la crisis y emprendedores que cierran

		N	Media	Desviación típica	Error típico
Innovacion3	continúan	140	3,6012	,43732	,03696
	cierra	54	3,1710	,39499	,05375
	Total	194	3,4814	,46685	,03352
Adaptacion4	continúan	140	4,1391	,38563	,03259
	cierra	54	3,9691	,31808	,04329
	Total	194	4,0918	,37512	,02693

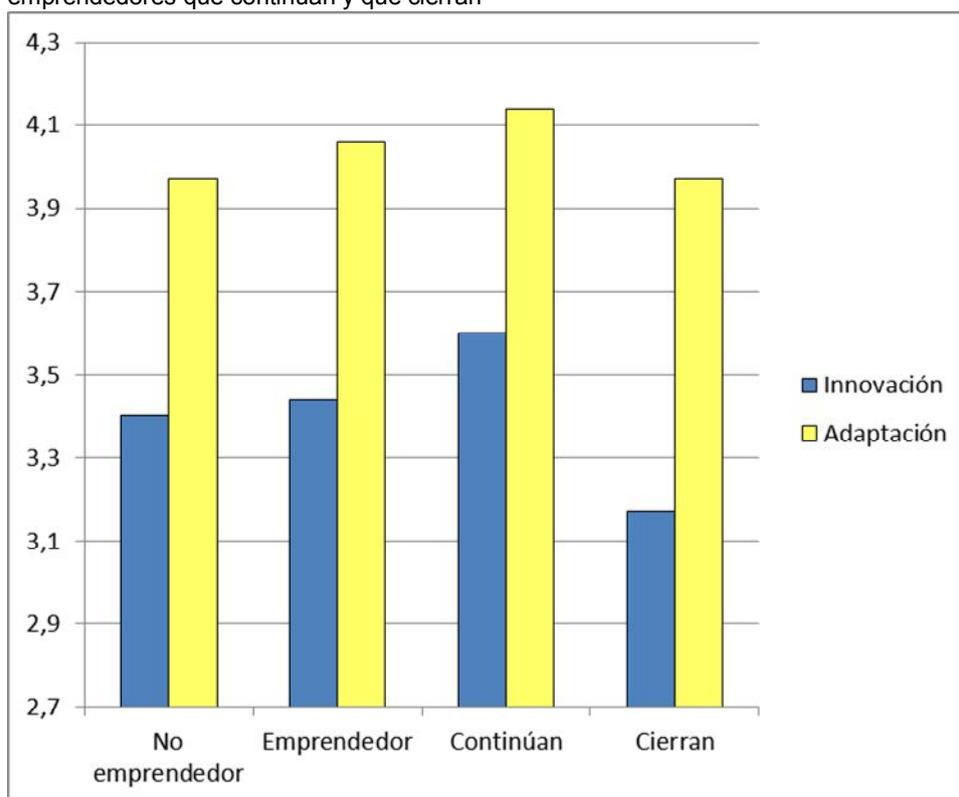
Fuente: elaboración propia

Tabla 4.3.5.8 ANOVA, innovación y adaptación en emprendedores que continúan a pesar de la crisis y emprendedores que cierran

		Suma de cuadrados	Gl.	Media cuadrática	F	Sig.
Innovación 3	Inter-grupos	7,212	1	7,212	39,732	,000
	Intra-grupos	34,852	192	,182		
	Total	42,064	193			
Adaptación 4	Inter-grupos	1,126	1	1,126	8,304	,004
	Intra-grupos	26,033	192	,136		
	Total	27,159	193			

Fuente: elaboración propia

Figura 4.3.5.2 Medias en innovación y adaptación en no emprendedores, emprendedores, emprendedores que continúan y que cierran



Fuente: elaboración propia

Por tanto se cumple nuestra hipótesis 3.5; las personas emprendedoras, y más las que continúan a pesar de la crisis, obtienen medias superiores en capacidad de adaptación e innovación. Salvo en que los emprendedores no puntúan significativamente más en innovación.

Los resultados son coherentes con las investigaciones precedentes con algunas matizaciones. Son innumerables⁵² los estudios que considera que la innovación y la

⁵² Entre estos estudios podemos citar a Schumpeter (1943); Drucker (2003); Amit y Villalonga (2004); Zhou y George (2001); León-Rubio (2013); Gupta et al. (2007); Lumpkin y Dess (1996); O'Connor y Ayers (2005); Hurley y Hult (1998); Baudeau (1771); Nueno (1994); Gibb (1987); Robinson et al. (1991); Cossette (1992); Fortin (1992); Ahuja (2000); Capaldo (2007); Laursen y Salter (2006); Anna et al. (2000);

creatividad como factores decisivos en la actividad emprendedora. Varela (1998) 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 (Servan-Schreiber 1969, 1991).

Sin embargo otras investigaciones sugieren que las empresas emprendedoras pueden beneficiarse más de la imitación que de altos niveles de innovación (Nelson & Winter, 1982 y Schollhammer 1982) lo cual es congruente con que, en nuestro estudio, no todos los emprendedores presenten altos niveles de innovación y sí de adaptación.

También son varios los estudios que relacionan el éxito empresarial con la innovación⁵³. Los empresarios cuyas empresas presentan un mayor nivel de crecimiento, tienen un nivel de *innovación personal* más alto Smith et al. (1987). Para Filley y Aldag (1988) las empresas que experimentan crecimiento disfrutan de una ventaja competitiva basada en la innovación; según Miner, Smith y Bracker (1992), el empresario emprendedor se caracteriza por tener una orientación favorable hacia la innovación y se caracteriza por una preferencia por la innovación. Byron et al. (2010) consideran la relevancia que puede tener la creatividad en un contexto de crisis económica, donde la demanda de soluciones creativas para hacerla frente es indispensable.

Los altos niveles de capacidad de adaptación tanto en el grupo de emprendedores, como de emprendedores que continúan, son coherentes con estudios recientes que sostienen que los emprendedores son adaptables a las circunstancias cambiantes, y en lugar de rendirse a los cambios tienen una resistencia sobre ellos, que proviene de su voluntad de adaptarse y trabajar duro para llegar a sus metas y aspiraciones; demuestran la determinación en su búsqueda para el éxito, sobre todo cuando se enfrentan a un gran desafío (Cooper, Estes & Allen, 2004); los empresarios son más capaces de adaptarse a los cambios (Tugade & Fredrickson, 2004).

Y algunos autores han analizado la capacidad de adaptación de los empresarios desde el concepto de resiliencia como Manzano y Ayala (2013). Esta capacidad de adaptación y resistencia frente a la adversidad (Windle, Bennert & Noyes 2011) es un

De Pablo y Bueno (2004); Dubini (1988); García y Wandoseel (2004); Jenssen y Kolvered (1992); Smith et al. (1987); Engle et al. (1997); Chell (2000); Chenet et al. (1998); Krueger et al. (2000); Byron et al. (2010); Chalí (2012); Lee et al. (2012).

⁵³ Estudios como los de Smith et al. (1987), Stewart et al. (1999); Ripollés (1995); Ripollés et al. (1998); Servan-Schreiber (1969 y 1991).

proceso dinámico que tiene por resultado la adaptación positiva en contextos de grandes dificultades (Luthar, & Cicchetti 2000). Las personas emprendedoras aceptan la realidad sin desmayos y tienen una disposición al cambio. La extraordinaria capacidad de adaptación, o la capacidad de resurgir de la adversidad fortalecido y con más recursos, es una cualidad importante para los empresarios (Sutcliffe & Vogus, 2003; Burns & Anstey, 2010).

4.3.6 SIGNIFICADO DEL TRABAJO Y EMPRENDIMIENTO

Con el objeto de comprobar si los emprendedores y los emprendedores que continúan a pesar de la crisis presentan un perfil en significado del trabajo diferente a los no emprendedores hemos aplicado una escala de elaboración propia (incluida en la batería de cuestionarios cuantitativo, anexo 3) en la que se pide al sujeto que señale la importancia que tienen las siguientes características del trabajo para él:

- a) Oportunidades para aprender nuevas cosas.
- b) Buenas relaciones interpersonales (con supervisores y compañeros).
- c) Buenas oportunidades de ascenso o promoción.
- d) Horario adecuado.
- e) Mucha variedad.
- f) Realizar un trabajo interesante (que le guste).
- g) Buena estabilidad en el empleo.
- h) Un buen ajuste entre las exigencias del trabajo y tu preparación y experiencia.
- i) Buen sueldo.
- j) Buenas condiciones físicas de trabajo (temperatura, limpieza, poco ruido).
- k) Autonomía (decidir cómo hacer su trabajo).
- l) Posibilidades de fijarse constantemente nuevos retos y superarse a sí mismo para alcanzarlos.
- m) Poder (dirigir y tener influencia sobre los demás).
- n) Posibilidades de innovar (hacer cosas nuevas).
- o) Reconocimiento (conseguir prestigio social y la admiración de los demás).

Acorde con los estudios presentados la fundamentación teórica sobre el carácter emprendedor y los análisis de discriminación, hemos calculado la escala de *significado*

del trabajo emprendedor ponderando positivamente el valor aprender, autonomía, nuevos retos e innovar y negativamente los valores de horario y estabilidad.

Los emprendedores puntúan más que el resto de los sujetos en significado del trabajo, significado del trabajo emprendedor, importancia de trabajo en la vida, aprender, variedad, interesante, ajuste, autonomía, nuevos retos, poder, innovar, condiciones físicas, poder y reconocimiento. Y el resto de los sujetos puntúan más que los emprendedores en estabilidad, relaciones, promoción, horario y sueldo. (tabla 4.3.6.1 y figura 4.3.6.1)

De forma significativa los emprendedores puntúan más que el resto de los sujetos en significado del trabajo ($p = ,013$), significado del trabajo emprendedor ($p = ,000$), significado del trabajo en la vida ($p = ,030$), aprender ($p = ,004$), nuevos retos ($p = ,000$), innovar ($p = ,000$), autonomía ($p = ,000$) y poder ($p = ,004$). Y el resto de los sujetos en horario ($p = ,004$) y estabilidad ($p = ,002$) (tabla 4.3.6.2).

Por tanto los emprendedores dan más importancia al trabajo en su vida, muestran un significado más emprendedor del trabajo, valoran que éste les permita aprender e innovar, ser autónomo, dirigir y tener influencia en los demás, fijarse constantemente nuevos y diferentes retos y superarse a sí mismos para alcanzarlos.

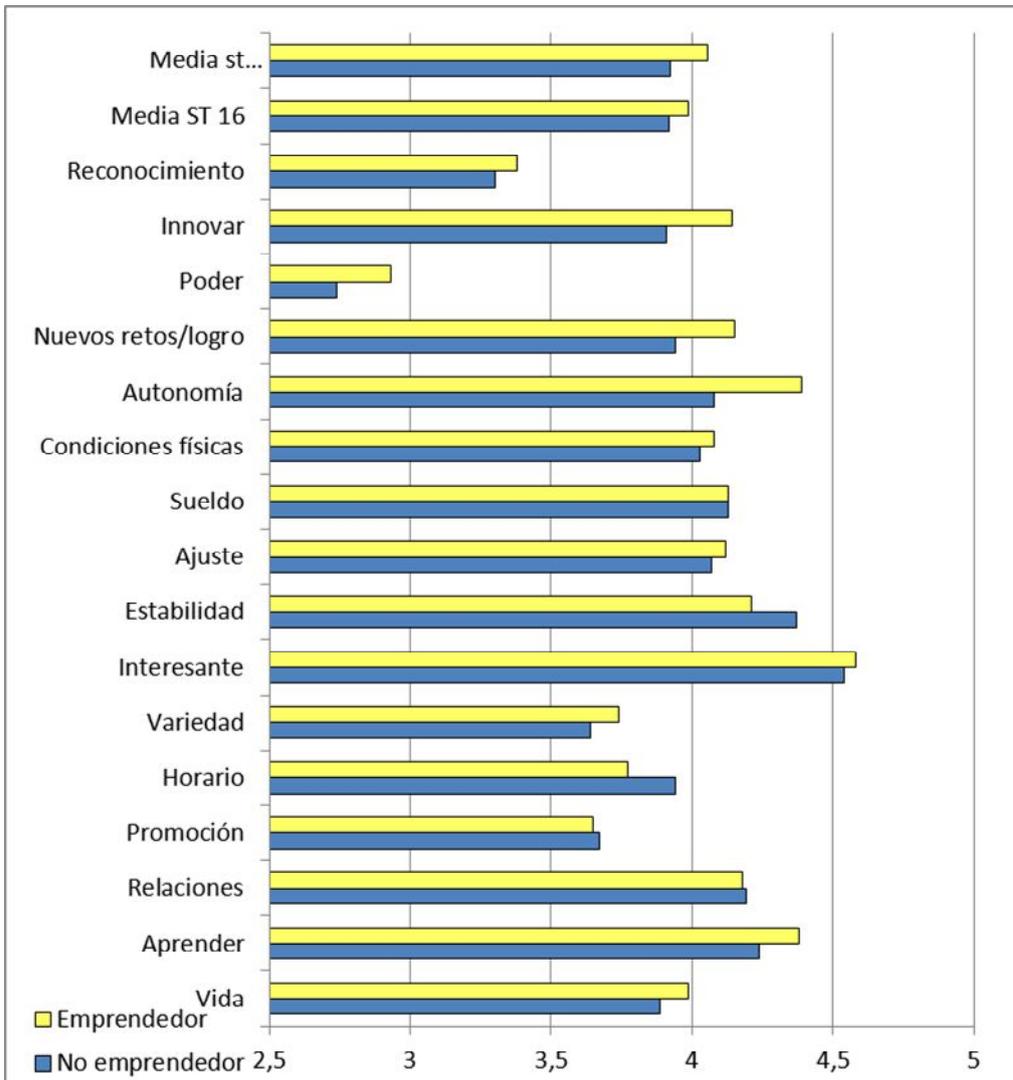
Tabla 4.3.6.1 Descriptivos, significado del trabajo y emprendedores /resto de los sujetos

		N	Media	Desviación típica	Error típico
Stvida1a5	no emprendedor	567	3,8871	,65762	,02762
	emprendedor	332	3,9849	,64317	,03530
	Total	899	3,9232	,65367	,02180
Sig.t. Aprender	no emprendedor	658	4,24	,805	,031
	emprendedor	401	4,38	,726	,036
	Total	1059	4,29	,779	,024
Sig.t. Relaciones	no emprendedor	658	4,19	,792	,031
	emprendedor	398	4,18	,831	,042
	Total	1056	4,18	,807	,025
Sig.t. Promoción	no emprendedor	658	3,67	,959	,037
	emprendedor	395	3,65	1,035	,052
	Total	1053	3,66	,988	,030
Sig.t. Horario	no emprendedor	659	3,94	,916	,036
	emprendedor	400	3,77	1,038	,052
	Total	1059	3,88	,967	,030
Sig.t. Vanidad	no emprendedor	658	3,64	,937	,037
	emprendedor	397	3,74	,919	,046
	Total	1055	3,68	,931	,029
Sig.t. Interesante	no emprendedor	657	4,54	,693	,027
	emprendedor	400	4,58	,647	,032

	Total	1057	4,56	,676	,021
Sig.t. Estabilidad	no emprendedor	657	4,37	,768	,030
	emprendedor	398	4,21	,887	,044
	Total	1055	4,31	,818	,025
Sig.t. Ajuste	no emprendedor	656	4,07	,788	,031
	emprendedor	399	4,12	,765	,038
	Total	1055	4,09	,779	,024
Sig.t. Sueldo	no emprendedor	656	4,13	,819	,032
	emprendedor	400	4,10	,810	,041
	Total	1056	4,12	,816	,025
Sig.t. Condiciones físicas	no emprendedor	658	4,03	,877	,034
	emprendedor	399	4,08	,835	,042
	Total	1057	4,05	,861	,026
Sig.t. Autonomía	no emprendedor	657	4,08	,855	,033
	emprendedor	400	4,39	,720	,036
	Total	1057	4,20	,820	,025
Sig.t. Nuevos retos / Logro	no emprendedor	656	3,94	,876	,034
	emprendedor	401	4,15	,818	,041
	Total	1057	4,02	,860	,026
Sig.t. Poder	no emprendedor	657	2,74	1,035	,040
	emprendedor	399	2,93	1,114	,056
	Total	1056	2,81	1,069	,033
Sig.t. Innovar	no emprendedor	658	3,91	,898	,035
	emprendedor	401	4,14	,748	,037
	Total	1059	4,00	,851	,026
Sig.t. Reconocimiento	no emprendedor	658	3,30	1,049	,041
	emprendedor	399	3,38	1,107	,055
	Total	1057	3,33	1,072	,033
Total st16	no emprendedor	659	3,91927	,436585	,017007
	emprendedor	401	3,98727	,421365	,021042
	Total	1060	3,94499	,431952	,013267
Mean st emprendedor	no emprendedor	659	3,9214	,49626	,01933
	emprendedor	401	4,0540	,44697	,02232
	Total	1060	3,9715	,48231	,01481

Fuente: elaboración propia

Figura 4.3.6.1 Significado del trabajo y emprendedores /resto de los sujetos



Fuente: elaboración propia

Tabla 4.3.6.2 ANOVA, significado del trabajo y emprendedores /resto de los sujetos

		Suma de cuadrados	Gl.	Media cuadrática	F	Sig.
Stvida1a5	Inter-grupos	2,003	1	2,003	4,708	,030
	Intra-grupos	381,701	897	,426		
	Total	383,704	898			
Sig.t. Aprender	Inter-grupos	5,161	1	5,161	8,564	,004
	Intra-grupos	636,919	1057	,603		
	Total	642,079	1058			
Sig.t. Relaciones	Inter-grupos	,025	1	,025	,038	,844
	Intra-grupos	686,966	1054	,652		
	Total	686,991	1055			
Sig.t. Promoción	Inter-grupos	,100	1	,100	,102	,750
	Intra-grupos	1026,824	1051	,977		
	Total	1026,923	1052			
Sig.t. Horario	Inter-grupos	7,828	1	7,828	8,428	,004
	Intra-grupos	981,719	1057	,929		

	Total	989,547	1058			
Sig.t. Vanidad	Inter-grupos	2,315	1	2,315	2,673	,102
	Intra-grupos	912,111	1053	,866		
	Total	914,427	1054			
Sig.t. Interesante	Inter-grupos	,381	1	,381	,832	,362
	Intra-grupos	482,291	1055	,457		
	Total	482,672	1056			
Sig.t. Estabilidad	Inter-grupos	6,371	1	6,371	9,589	,002
	Intra-grupos	699,653	1053	,664		
	Total	706,025	1054			
Sig.t. Ajuste	Inter-grupos	,611	1	,611	1,007	,316
	Intra-grupos	639,470	1053	,607		
	Total	640,082	1054			
Sig.t. Sueldo	Inter-grupos	,264	1	,264	,397	,529
	Intra-grupos	701,462	1054	,666		
	Total	701,726	1055			
Sig.t. Condiciones físicas	Inter-grupos	,694	1	,694	,935	,334
	Intra-grupos	782,941	1055	,742		
	Total	783,635	1056			
Sig.t. Autonomía	Inter-grupos	23,640	1	23,640	36,312	,000
	Intra-grupos	686,822	1055	,651		
	Total	710,462	1056			
Sig.t. Nuevos retos / Logro	Inter-grupos	10,821	1	10,821	14,814	,000
	Intra-grupos	770,634	1055	,730		
	Total	781,455	1056			
Sig.t. Poder	Inter-grupos	9,450	1	9,450	8,323	,004
	Intra-grupos	1196,799	1054	1,135		
	Total	1206,249	1055			
Sig.t. Innovar	Inter-grupos	13,151	1	13,151	18,464	,000
	Intra-grupos	752,845	1057	,712		
	Total	765,996	1058			
Sig.t. Reconocimiento	Inter-grupos	1,531	1	1,531	1,334	,248
	Intra-grupos	1210,911	1055	1,148		
	Total	1212,443	1056			
Total st16	Inter-grupos	1,153	1	1,153	6,209	,013
	Intra-grupos	196,438	1058	,186		
	Total	197,591	1059			
St emprendedor	Inter-grupos	4,385	1	4,385	19,172	,000
	Intra-grupos	241,960	1058	,229		
	Total	246,345	1059			

Fuente: elaboración propia

Comparamos las medias obtenidas en significado del trabajo por los *emprendedores que continúan* con su negocio tras la crisis frente al resto de los sujetos (incluidos el resto de emprendedores). Encontramos que puntúan más significativamente en significado del trabajo emprendedor ($p = ,004$), promoción ($p = 035$) variedad ($p = ,009$), autonomía ($p = ,000$), nuevos retos ($p = ,001$), innovar ($p = ,000$) y estabilidad ($p = 011$) (tabla 4.3.6.3 y 4.3.6.4).

Por tanto los emprendedores que continúan tras la crisis muestran un significado más emprendedor del trabajo, valoran que éste les permita aprender e innovar, fijarse constantemente nuevos y diferentes retos y superarse a sí mismos para alcanzarlos y buscan menos la estabilidad en el trabajo que el resto de la muestra.

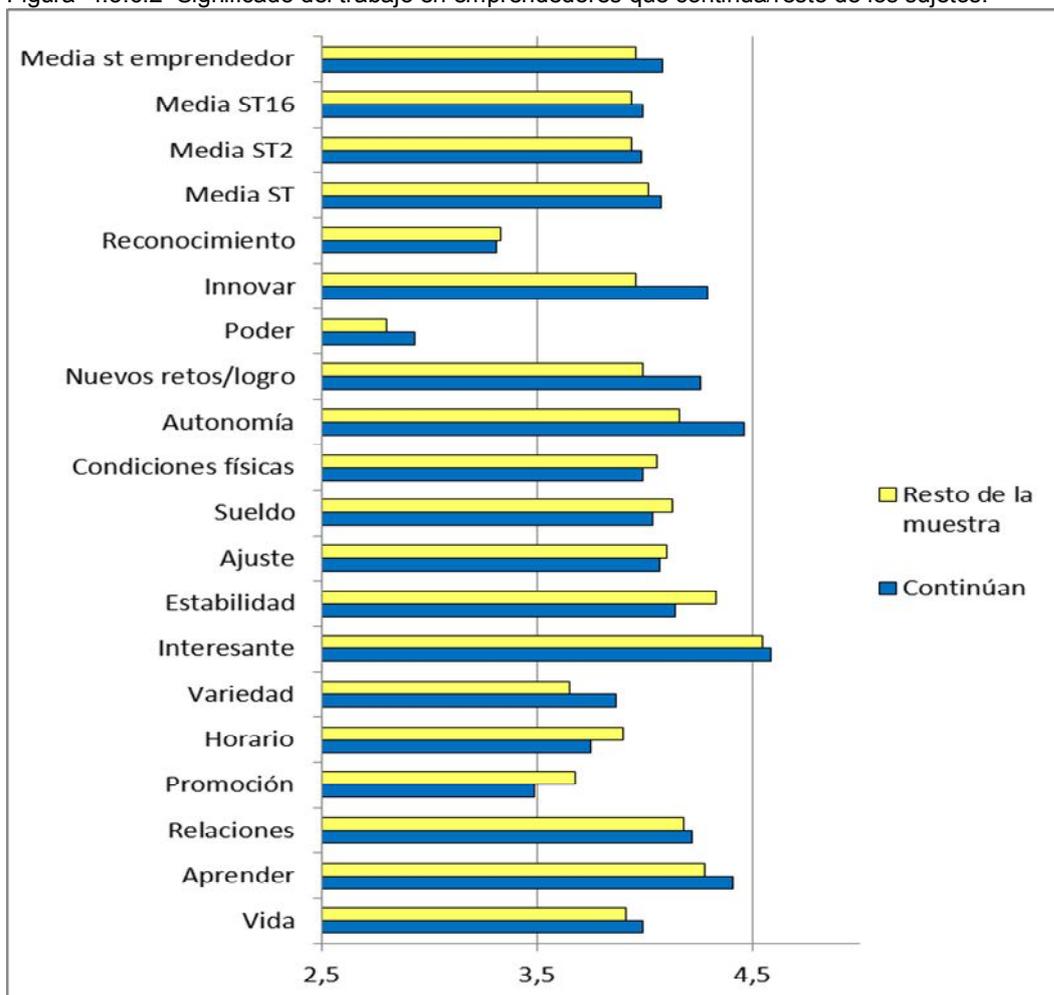
Tabla 4.3.6.3 Descriptivos, significado del trabajo y emprendedores que continua/resto de los sujetos

		N	Media	Desviación típica	Error típico
St vida	Continúan	118	3,9915	,63375	,05834
	Resto de muestra	788	3,9137	,65934	,02349
	Total	906	3,9238	,65624	,02180
Sig.t. Aprender	Continúan	140	4,41	,688	,058
	Resto de muestra	926	4,28	,789	,026
	Total	1066	4,30	,778	,024
Sig.t. Relaciones	Continúan	137	4,22	,872	,075
	Resto de muestra	926	4,18	,802	,026
	Total	1063	4,18	,811	,025
Sig.t. Promoción	Continúan	137	3,49	1,099	,094
	Resto de muestra	923	3,68	,971	,032
	Total	1060	3,66	,990	,030
Sig.t. Horario	Continúan	140	3,75	1,094	,092
	Resto de muestra	926	3,90	,945	,031
	Total	1066	3,88	,966	,030
Sig.t. Vanidad	Continúan	138	3,87	,870	,074
	Resto de muestra	924	3,65	,941	,031
	Total	1062	3,68	,935	,029
Sig.t. Interesante	Continúan	140	4,59	,667	,056
	Resto de muestra	924	4,55	,678	,022
	Total	1064	4,56	,676	,021
Sig.t. Estabilidad	Continúan	138	4,14	,971	,083
	Resto de muestra	924	4,33	,794	,026
	Total	1062	4,31	,821	,025
Sig.t. Ajuste	Continúan	139	4,07	,786	,067
	Resto de muestra	922	4,10	,778	,026
	Total	1061	4,09	,779	,024
Sig.t. Sueldo	Continúan	140	4,04	,877	,074
	Resto de muestra	923	4,13	,806	,027
	Total	1063	4,12	,816	,025
Sig.t. Condiciones físicas	Continúan	140	3,99	,910	,077
	Resto de muestra	924	4,06	,854	,028
	Total	1064	4,05	,861	,026
Sig.t. Autonomía	Continúan	140	4,46	,734	,062
	Resto de muestra	924	4,16	,825	,027
	Total	1064	4,20	,820	,025
Sig.t. Logro	Continúan	139	4,26	,755	,064
	Resto de muestra	924	3,99	,870	,029
	Total	1063	4,02	,860	,026
Sig.t. Poder	Continúan	140	2,93	1,110	,094

	Resto de muestra	923	2,80	1,062	,035
	Total	1063	2,81	1,069	,033
Sig.t. Innovar	Continúan	140	4,29	,673	,057
	Resto de muestra	926	3,96	,866	,028
	Total	1066	4,00	,850	,026
Sig.t. Reconocimiento	Continúan	139	3,31	1,128	,096
	Resto de muestra	925	3,33	1,061	,035
	Total	1064	3,33	1,069	,033
Total ST	Continúan	140	4,0735	,42219	,03568
	Resto de muestra	927	4,0195	,44176	,01451
	Total	1067	4,0266	,43943	,01345
Total mean ST2	Continúan	140	3,9880	,42913	,03627
	Resto de muestra	927	3,9397	,44594	,01465
	Total	1067	3,9460	,44387	,01359
Total st16	Continúan	140	3,98869	,415762	,035138
	Resto de muestra	927	3,93856	,433060	,014224
	Total	1067	3,94513	,430972	,013194
st emprendedor	Continúan	140	4,0804	,41738	,03528
	Resto de muestra	927	3,9555	,48801	,01603
	Total	1067	3,9719	,48102	,01473

Fuente: elaboración propia

Figura 4.3.6.2 Significado del trabajo en emprendedores que continua/resto de los sujetos.



Fuente: elaboración propia

Tabla 4.3.6.4 ANOVA, significado del trabajo y emprendedores que continua/resto de los sujetos

		Suma de cuadrados	Gl.	Media cuadrática	F	Sig.
St vida	Inter-grupos	,622	1	,622	1,444	,230
	Intra-grupos	389,124	904	,430		
	Total	389,745	905			
Sig.t. Aprender	Inter-grupos	1,975	1	1,975	3,272	,071
	Intra-grupos	642,351	1064	,604		
	Total	644,326	1065			
Sig.t. Relaciones	Inter-grupos	,220	1	,220	,335	,563
	Intra-grupos	697,738	1061	,658		
	Total	697,959	1062			
Sig.t. Promoción	Inter-grupos	4,367	1	4,367	4,473	,035
	Intra-grupos	1032,949	1058	,976		
	Total	1037,316	1059			
Sig.t. Horario	Inter-grupos	2,643	1	2,643	2,836	,092
	Intra-grupos	991,504	1064	,932		
	Total	994,146	1065			
Sig.t. Vanidad	Inter-grupos	5,938	1	5,938	6,836	,009
	Intra-grupos	920,635	1060	,869		
	Total	926,573	1061			
Sig.t. Interesante	Inter-grupos	,193	1	,193	,421	,516
	Intra-grupos	486,194	1062	,458		
	Total	486,387	1063			
Sig.t. Estabilidad	Inter-grupos	4,311	1	4,311	6,429	,011
	Intra-grupos	710,767	1060	,671		
	Total	715,078	1061			
Sig.t. Ajuste	Inter-grupos	,067	1	,067	,110	,740
	Intra-grupos	642,881	1059	,607		
	Total	642,948	1060			
Sig.t. Sueldo	Inter-grupos	1,157	1	1,157	1,740	,187
	Intra-grupos	705,430	1061	,665		
	Total	706,587	1062			
Sig.t. Condiciones físicas	Inter-grupos	,558	1	,558	,752	,386
	Intra-grupos	787,599	1062	,742		
	Total	788,157	1063			
Sig.t. Autonomía	Inter-grupos	11,486	1	11,486	17,349	,000
	Intra-grupos	703,067	1062	,662		
	Total	714,553	1063			
Sig.t. Nuevos retos / Logro	Inter-grupos	8,796	1	8,796	12,018	,001
	Intra-grupos	776,568	1061	,732		
	Total	785,364	1062			
Sig.t. Poder	Inter-grupos	2,126	1	2,126	1,863	,173
	Intra-grupos	1210,993	1061	1,141		
	Total	1213,119	1062			
Sig.t. Innovar	Inter-grupos	13,646	1	13,646	19,197	,000
	Intra-grupos	756,350	1064	,711		
	Total	769,996	1065			
Sig.t. Reconocimiento	Inter-grupos	,067	1	,067	,059	,808
	Intra-grupos	1215,142	1062	1,144		

	Total	1215,210	1063			
Total mean ST	Inter-grupos	,354	1	,354	1,837	,176
	Intra-grupos	205,485	1065	,193		
	Total	205,839	1066			
Total mean ST2	Inter-grupos	,284	1	,284	1,440	,230
	Intra-grupos	209,742	1065	,197		
	Total	210,025	1066			
Total mean totalst16	Inter-grupos	,306	1	,306	1,647	,200
	Intra-grupos	197,690	1065	,186		
	Total	197,996	1066			
Mean st emprendedor	Inter-grupos	1,899	1	1,899	8,264	,004
	Intra-grupos	244,750	1065	,230		
	Total	246,649	1066			

Fuente: elaboración propia

Los emprendedores que continúan tras la crisis puntúan más que los que cierran en significado del trabajo, significado del trabajo emprendedor, importancia de trabajo en la vida, aprender, relaciones, promoción, horario, variedad, interesante, ajuste, autonomía, nuevos retos, poder, innovar y reconocimiento; y los emprendedores que cierran en estabilidad, sueldo, condiciones físicas, poder y reconocimiento, (tabla 4.3.6.5 y figura 4,3.6.3)

De forma significativa los emprendedores que continúan puntúan más que los que cierran en significado del trabajo emprendedor ($p = ,024$), aprender ($p = ,004$), variedad ($p = ,033$), nuevos retos ($p = ,025$) e innovar ($p = ,001$), (tabla 4.3.6.6).

Por tanto los emprendedores que continúan tras la crisis muestran, respecto a los que cierran, un significado más emprendedor del trabajo, valoran que este les permita aprender y variar, fijarse constantemente nuevos retos e innovar.

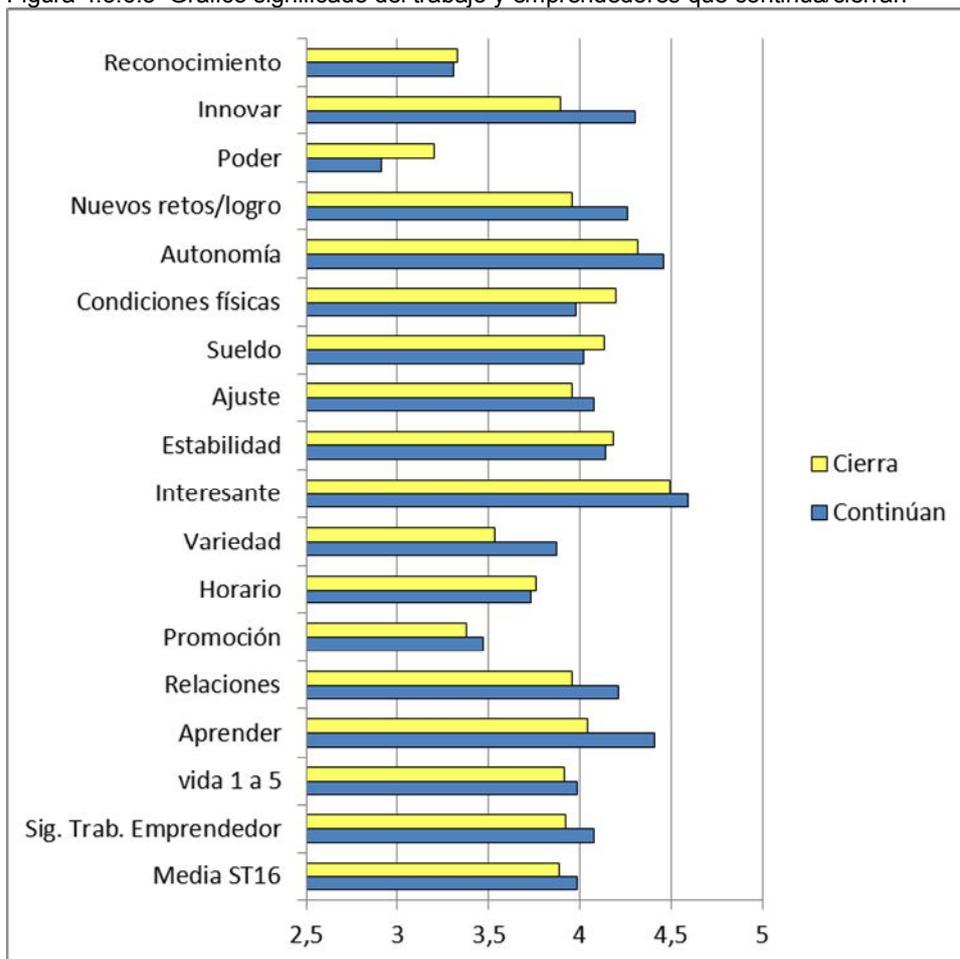
Tabla 4.3.6.5. Descriptivos, significado del trabajo y emprendedores que continua/cierran

		N	Media	Desviación típica	Error típico
Total ST16	Continúan	138	3,9826	,41553	,035373
	Cierra	45	3,8894	,35579	,053038
	Total	183	3,9597	,40274	,029772
ST emprendedor	Continúan	138	4,076	,41887	,03566
	Cierra	45	3,918	,36056	,05375
	Total	183	4,0376	,41007	,03031
St en la vida	Continúan	116	5,59	,996	,092
	Cierra	35	5,37	1,060	,179
	Total	151	5,54	1,012	,082
St vida1a5	Continúan	116	3,9828	,63222	,05870
	Cierra	35	3,9143	,61220	,10348
	Total	151	3,9669	,62628	,05097
Sig.t. Aprender	Continúan	138	4,41	,690	,059
	Cierra	45	4,04	,796	,119

	Total	183	4,32	,732	,054
Sig.t. Relaciones	Continúan	135	4,21	,876	,075
	Cierra	45	3,96	,878	,131
	Total	180	4,15	,881	,066
Sig.t. Promoción	Continúan	135	3,47	1,098	,095
	Cierra	45	3,38	1,072	,160
	Total	180	3,45	1,090	,081
Sig.t. Horario	Continúan	138	3,73	1,091	,093
	Cierra	45	3,76	1,004	,150
	Total	183	3,74	1,068	,079
Sig.t. Vanidad	Continúan	136	3,87	,876	,075
	Cierra	45	3,53	,991	,148
	Total	181	3,78	,915	,068
Sig.t. Interesante	Continúan	138	4,59	,670	,057
	Cierra	45	4,49	,727	,108
	Total	183	4,56	,684	,051
Sig.t. Estabilidad	Continúan	136	4,14	,975	,084
	Cierra	45	4,18	,834	,124
	Total	181	4,15	,940	,070
Sig.t. Ajuste	Continúan	137	4,08	,786	,067
	Cierra	45	3,96	,767	,114
	Total	182	4,05	,782	,058
Sig.t. Sueldo	Continúan	138	4,02	,875	,075
	Cierra	45	4,13	,726	,108
	Total	183	4,05	,840	,062
Sig.t. Condiciones físicas	Continúan	138	3,98	,908	,077
	Cierra	44	4,20	,701	,106
	Total	182	4,03	,866	,064
Sig.t. Autonomía	Continúan	138	4,46	,736	,063
	Cierra	44	4,32	,674	,102
	Total	182	4,42	,722	,054
Sig.t. Logro	Continúan	137	4,26	,760	,065
	Cierra	45	3,96	,878	,131
	Total	182	4,19	,799	,059
Sig.t. Poder	Continúan	138	2,91	1,100	,094
	Cierra	44	3,20	,954	,144
	Total	182	2,98	1,072	,079
Sig.t. Innovar	Continúan	138	4,30	,677	,058
	Cierra	45	3,89	,714	,106
	Total	183	4,20	,707	,052
Sig.t. Reconocimiento	Continúan	137	3,31	1,129	,096
	Cierra	45	3,33	1,128	,168
	Total	182	3,32	1,126	,083

Fuente: elaboración propia

Figura 4.3.6.3 Gráfico significado del trabajo y emprendedores que continua/cierran



Fuente: Elaboración propia

Tabla 4.3.6.6 ANOVA, significado del trabajo y emprendedores que continua/cierran

		Suma de cuadrados	Gl.	Media cuadrática	F	Sig.
Total ST16	Inter-grupos	,295	1	,295	1,825	,178
	Intra-grupos	29,226	181	,161		
	Total	29,521	182			
ST emprendedor	Inter-grupos	,847	1	,847	5,155	,024
	Intra-grupos	29,757	181	,164		
	Total	30,604	182			
Mean ST	Inter-grupos	,386	1	,386	2,299	,131
	Intra-grupos	30,380	181	,168		
	Total	30,765	182			
Mean ST2	Inter-grupos	,291	1	,291	1,694	,195
	Intra-grupos	31,141	181	,172		
	Total	31,432	182			
Significado del trabajo	Inter-grupos	1,240	1	1,240	1,213	,272
	Intra-grupos	152,309	149	1,022		
	Total	153,550	150			
St vida1a5	Inter-grupos	,126	1	,126	,320	,572
	Intra-grupos	58,708	149	,394		
	Total	58,834	150			
Sig.t. Aprender	Inter-grupos	4,431	1	4,431	8,607	,004

	Intra-grupos	93,186	181	,515		
	Total	97,617	182			
Sig.t. Relaciones	Inter-grupos	2,269	1	2,269	2,954	,087
	Intra-grupos	136,681	178	,768		
	Total	138,950	179			
Sig.t. Promoción	Inter-grupos	,313	1	,313	,262	,609
	Intra-grupos	212,237	178	1,192		
	Total	212,550	179			
Sig.t. Horario	Inter-grupos	,019	1	,019	,017	,898
	Intra-grupos	207,391	181	1,146		
	Total	207,410	182			
Sig.t. Vanidad	Inter-grupos	3,779	1	3,779	4,607	,033
	Intra-grupos	146,818	179	,820		
	Total	150,597	180			
Sig.t. Interesante	Inter-grupos	,326	1	,326	,697	,405
	Intra-grupos	84,701	181	,468		
	Total	85,027	182			
Sig.t. Estabilidad	Inter-grupos	,049	1	,049	,055	,815
	Intra-grupos	158,923	179	,888		
	Total	158,972	180			
Sig.t. Ajuste	Inter-grupos	,527	1	,527	,862	,354
	Intra-grupos	110,028	180	,611		
	Total	110,555	181			
Sig.t. Sueldo	Inter-grupos	,423	1	,423	,597	,441
	Intra-grupos	128,135	181	,708		
	Total	128,557	182			
Sig.t. Condiciones físicas	Inter-grupos	1,708	1	1,708	2,293	,132
	Intra-grupos	134,094	180	,745		
	Total	135,802	181			
Sig.t. Autonomía	Inter-grupos	,638	1	,638	1,225	,270
	Intra-grupos	93,785	180	,521		
	Total	94,423	181			
Sig.t. Nuevos retos / Logro	Inter-grupos	3,197	1	3,197	5,118	,025
	Intra-grupos	112,451	180	,625		
	Total	115,648	181			
Sig.t. Poder	Inter-grupos	2,978	1	2,978	2,615	,108
	Intra-grupos	204,934	180	1,139		
	Total	207,912	181			
Sig.t. Innovar	Inter-grupos	5,655	1	5,655	12,004	,001
	Intra-grupos	85,263	181	,471		
	Total	90,918	182			
Sig.t. Reconocimiento	Inter-grupos	,013	1	,013	,010	,920
	Intra-grupos	229,504	180	1,275		
	Total	229,516	181			

Fuente: elaboración propia

Las personas emprendedoras, y más las que continúan a pesar de la crisis, le dan más importancia al trabajo emprendedor y, para ellas, el significado del trabajo está más relacionado con la búsqueda de independencia y conseguir logros, y menos con las

seguridad (hipótesis 3.6). Además los emprendedores que continúan también consideran al trabajo como una ocasión para aprender hacer cosas diferentes, innovar y promocionarse.

Los resultados son coherentes con los estudios⁵⁴ que identifican la necesidad de independencia en el trabajo como una de las características esenciales del emprendedor. Los resultados obtenidos por Barba et al. (2012) les permiten afirmar que la búsqueda de independencia, influye en el éxito emprendedor, medido como incremento del número de trabajadores en la empresa.

Hamilton (2000) señala entre las causas que guían a los empresarios, la búsqueda de autonomía o independencia, y la destaca como un factor de primer orden. Evidenciando que el autoempleo ofrece beneficios no pecuniarios substanciales, tales como "ser su propio jefe". Noorderhaven et al., (1999) y Falter (2002) sostienen que la mayor satisfacción en el trabajo exhibido por el trabajador por cuenta propia, proviene más bien de las características laborales que de los ingresos.

Orrego Correa (2010) intenta explorar el emprendimiento desde una dimensión humana en la que se percibe al hombre como un ser que *aprende* a lo largo de la vida, interesado en saber ser, saber hacer y emprender.

Algunos resultados sobre valores en estudios transnacionales, como el realizado por el equipo WIS (Work Importance Study), ponen de manifiesto que los valores intrínsecos (desarrollo del personal, utilización de habilidades y logro) ocupan un rango superior, frente a otros menos importantes, como la asunción de riesgos, la ambición por la autoridad y el prestigio, y los valores utilitarios clave, ocupan un rango medio (García, 2004).

Por su parte, Gorgievski (2014 citado en Gorgievski et al., 2014) considera que la pasión positiva por el trabajo se relaciona con un comportamiento más innovador y juega un papel importante en la explicación de alto rendimiento.

⁵⁴ Varios autores han identificado la necesidad de independencia en el trabajo como una de las características esenciales del emprendedor: Anna et al. (2000); Collins et al. (1964); De Pablo y Bueno (2004); Douglas y Shepherd (1997); Dubini (1988); Duchéneaut y Orham (1998); Feeser y Dugan (1989); García y Wandoseel (2004); Jenssen y Kolvered (1992); McClelland (1968); Sheinberg y MacMillan (1988); Woo et al. (1988); Hamilton (2000); Blanchflower y Oswald (1998); Blanchflower 2000; Blanchflower et al. (2001); Hundley (2001).

4.3.7. ASUNCION DE RIESGO Y EMPRENDIMIENTO

Analizamos las diferencias de medias entre emprendedores y emprendedores que continúan a pesar de la crisis entre sí y con el resto de los sujetos en las escalas de asumir y soportar riesgos:

- a) Soportar riesgos 2, con 8 ítems que miden la capacidad del sujeto se soportar y sobrellevar una situación de riesgo para su trabajo y patrimonio. Obtiene con los datos de la muestra recogida para este estudio un con un *Alpha de Cronbach* de ,635.
- b) Asumir riesgos, también con 8 ítems que valoran la disposición del sujeto a asumir riesgos, con un *Alpha de Cronbach* de ,602.
- c) Asumir riesgos adaptadose, con 25 ítems que mide la disposición a asumir riesgos innovando y adaptándose a las circunstancias cambiantes. con un *Alpha de Cronbach* de ,7805.

En la tabla 4.3.7.1 y las figuras 4.3.7.1 y 4.3.7.2 observamos que los emprendedores puntúan por encima de todos los grupos laborales en asumir y soportar riesgos y lo hacen de forma altamente significativa ($p < ,001$) aso como en asumir y soportar riegos adaptadose ($p = ,001$) (tabla 4.3.7.2).

Tabla 4.3.7.1 Descriptivo asumir y soportar riesgo con grupos laborales

		N	Media	Desviación típica	Error típico
Sop. riesgo	Empresa privada y ong.	203	2,9865	,43140	,03028
	Org. Público	231	3,0147	,50699	,03336
	Emprendedor	403	3,0794	,48000	,02391
	Desempleados y est.	231	2,9093	,49778	,03275
	Total	1068	3,0109	,48475	,01483
Asu. riesgo	Empresa privada y ong.	203	3,4163	,41867	,02938
	Org. Público	231	3,3991	,45682	,03006
	Emprendedor	403	3,5588	,43756	,02180
	Desempleados y est.	231	3,5062	,43981	,02894
	Total	1068	3,4858	,44345	,01357
Asu. y sop. riesgos adap	Empresa privada y ong.	203	3,5765	,32671	,02293
	Org. Público	231	3,5657	,33605	,02211
	Emprendedor	403	3,6583	,31575	,01573
	Desempleados y est.	231	3,6505	,33490	,02203
	Total	1068	3,6210	,32869	,01006

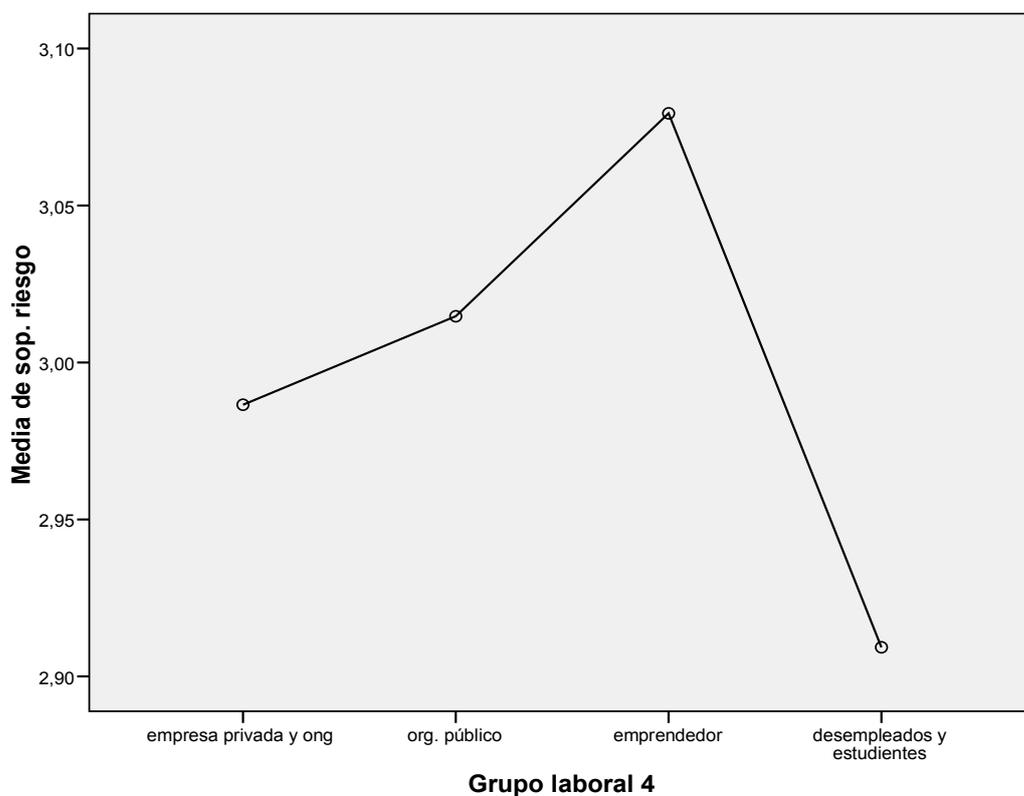
Fuente: elaboración propia

Tabla 4.3.7.2 ANOVA, asumir y soportar riesgo con grupos laborales

		Suma de cuadrados	Gl.	Media cuadrática	F	Sig.
Sop. riesgo	Inter-grupos	4,398	3	1,466	6,332	,000
	Intra-grupos	246,324	1064	,232		
	Total	250,722	1067			
Asu. riesgo	Inter-grupos	4,958	3	1,653	8,584	,000
	Intra-grupos	204,861	1064	,193		
	Total	209,819	1067			
Asu. y sop. riesgos adap	Inter-grupos	1,869	3	,623	5,845	,001
	Intra-grupos	113,410	1064	,107		
	Total	115,279	1067			

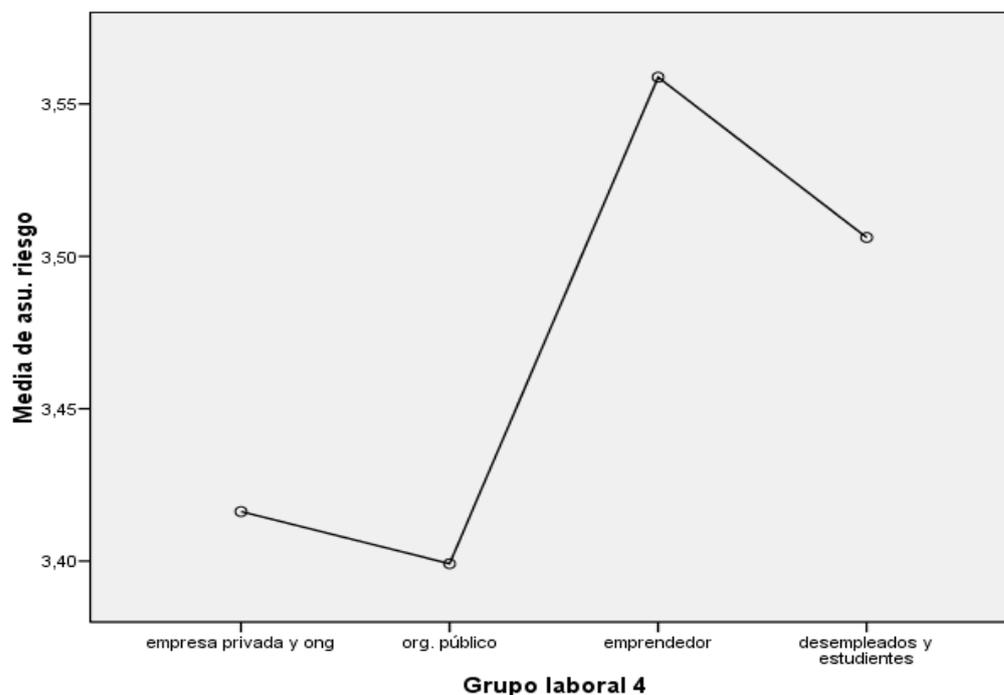
Fuente: elaboración propia

Figura 4.3.7.1 Soportar riesgo con grupos laborales



Fuente: elaboración propia

Figura 4.3.7.2 Asume riesgo con grupos laborales



Fuente: elaboración propia

En la tabla 4.3.7.3 y la figura 4.3.7.3 observamos que los emprendedores puntúan por encima que el resto de los sujetos en asumir y soportar riesgos y lo hacen de forma altamente significativa ($p=000$) y en asumir y soportar riesgos adaptándose ($p=004$) (tabla 4.3.7.4).

4.3.7.3 Descriptivo asumir y soportar riesgo con emprendedores y no emprendedores

		N	Media	Desviación típica	Error típico
Sop. riesgo	No emprendedor	664	2,9689	,48342	,01876
	Emprendedor	403	3,0794	,48000	,02391
	Total	1067	3,0106	,48487	,01484
Asu. riesgo	No emprendedor	664	3,4411	,44167	,01714
	Emprendedor	403	3,5588	,43756	,02180
	Total	1067	3,4856	,44360	,01358
Asu. y sop. riesgos adap	No emprendedor	664	3,5978	,33440	,01298
	Emprendedor	403	3,6583	,31575	,01573
	Total	1067	3,6207	,32864	,01006

Fuente: elaboración propia

4.3.7.4 ANOVA, asumir y soportar riesgo con emprendedores no emprendedores

		Suma de cuadrados	Gl.	Media cuadrática	F	Sig.
Sop. riesgo	Inter-grupos	3,057	1	3,057	13,152	,000
	Intra-grupos	247,560	1065	,232		
	Total	250,618	1066			
Asu. riesgo	Inter-grupos	3,470	1	3,470	17,913	,000
	Intra-grupos	206,297	1065	,194		
	Total	209,767	1066			
Asu. y sop. riesgos adap.	Inter-grupos	,916	1	,916	8,541	,004
	Intra-grupos	114,219	1065	,107		
	Total	115,135	1066			

Fuente: elaboración propia

Los emprendedores que continúan con la empresa a pesar de la crisis puntúan por encima que el resto de los sujetos en asumir, en soportar riesgos y en asumir y soportar riesgos adaptándose y lo hacen de forma altamente significativa ($p < ,001$) (tabla 4.3.7.5 y 4.3.7.6).

4.3.7.5 Descriptivo asumir y soportar riesgo con emprendedores que continúan tras la crisis y el resto de los sujetos

		N	Media	Desviación típica	Error típico
Sop. riesgo	continúan	140	3,1616	,46455	,03926
	resto de muestra	934	2,9896	,48346	,01582
	Total	1074	3,0120	,48430	,01478
Asu. riesgo	continúan	140	3,6600	,42123	,03560
	resto de muestra	934	3,4611	,44142	,01444
	Total	1074	3,4871	,44373	,01354
Asu. y sop. riesgos adap	continúan	140	3,7580	,30733	,02597
	resto de muestra	934	3,6013	,32767	,01072
	Total	1074	3,6217	,32921	,01005

Fuente: elaboración propia

4.3.7.6 ANOVA, asumir y soportar riesgo con emprendedores que continúan tras la crisis y el resto de los sujetos

		Suma de cuadrados	Gl.	Media cuadrática	F	Sig.
Sop. riesgo	Inter-grupos	3,600	1	3,600	15,558	,000
	Intra-grupos	248,069	1072	,231		
	Total	251,670	1073			
Asu. riesgo	Inter-grupos	4,817	1	4,817	25,012	,000
	Intra-grupos	206,456	1072	,193		
	Total	211,273	1073			
Asu. y sop. riesgos adap	Inter-grupos	2,990	1	2,990	28,289	,000
	Intra-grupos	113,304	1072	,106		
	Total	116,294	1073			

Fuente: elaboración propia

Los emprendedores que continúan con la empresa a pesar de la crisis puntúan por encima que los emprendedores que cierran en asumir, en soportar riesgos y en asumir y

soportar riesgos con adaptación y lo hacen de forma altamente significativa ($p < ,001$) (tabla 4.3.7.5 y 4.3.7.6).

4.3.7.7 Descriptivo asumir y soportar riesgo con emprendedores que continúan tras la crisis y el resto de los sujetos

		N	Media	Desviación típica	Error típico
Sop. riesgo	continúan	140	3,1616	,46455	,03926
	cierra	54	2,9480	,45461	,06186
	Total	194	3,1021	,47052	,03378
Asu. riesgo	continúan	140	3,6600	,42123	,03560
	cierra	54	3,4683	,33830	,04604
	Total	194	3,6067	,40822	,02931
Asu. y sop. riesgos adap	continúan	140	3,7580	,30733	,02597
	cierra	54	3,5298	,22797	,03102
	Total	194	3,6944	,30465	,02187

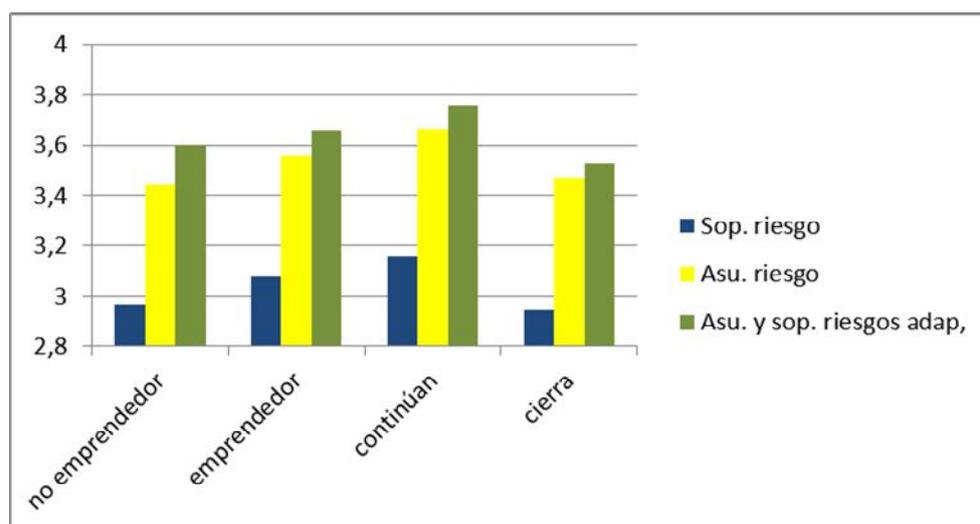
Fuente: elaboración propia

4.3.7.8 Descriptivo asumir y soportar riesgo con emprendedores que continúan tras la crisis y el resto de sujetos

		Suma de cuadrados	Gl	Media cuadrática	F	Sig.
Sop. riesgo	Inter-grupos	1,778	1	1,778	8,335	,004
	Intra-grupos	40,951	192	,213		
	Total	42,729	193			
Asu. riesgo	Inter-grupos	1,433	1	1,433	8,955	,003
	Intra-grupos	30,729	192	,160		
	Total	32,162	193			
Asu. y sop. riesgos adap.	Inter-grupos	2,029	1	2,029	24,527	,000
	Intra-grupos	15,883	192	,083		
	Total	17,912	193			

Fuente: elaboración propia

Figura 4.3.7.3 Asumir y soportar riesgos en no emprendedores, emprendedores, que continúan y cierran



Fuente: elaboración propia

Los resultados confirman con toda claridad nuestra hipótesis 3.7 ya que las personas emprendedoras, y más las que continúan a pesar de la crisis, muestran mayor disposición a asumir riesgos y capacidad para soportarlos.

Y son coherentes con los estudios referidos en la fundamentación teórica que inciden sistemáticamente en que la propensión a asumir riesgos y la inexistencia de miedo al fracaso son atributos que suelen coincidir en la figura del emprendedor y que tienden a desembocar en la puesta en marcha de una empresa y en su éxito⁵⁵. De hecho, la “toma de riesgos” es una de las principales características del emprendedor y se ha asociado a los mismos en una gran cantidad de trabajos en las últimas dos décadas⁵⁶.

4.3.8. CONSTANCIA EN EL TRABAJO

En el presente apartado analizamos las diferencias de medias entre emprendedores y emprendedores que continúan a pesar de la crisis entre sí y con el resto de los sujetos en las escalas de constancia en el trabajo y proactividad.

La escala constancia en el trabajo 3, del cuestionario cualitativo, anexo 3, de 12 ítems, mide capacidad de trabajo, disposición al esfuerzo, tesón y perseverancia. Contestada en una escala tipo Likert de 1 a 5; obtiene con los datos de la muestra recogida para este estudio un *Alpha de Cronbach* de ,692, por tanto podemos hablar de un nivel aceptable de consistencia interna.

La escala proactividad 2, de 32 ítems, mide proactividad como característica de una personalidad enérgica, activa, dinámica y perseverante. Contestada en una escala tipo Likert de 1 a 5, obtiene con los datos de la muestra recogida para este estudio un *Alpha de Cronbach* de ,804 por tanto podemos hablar de un alto nivel de consistencia interna.

⁵⁵ La propensión a asumir riesgos ha sido relacionado con el éxito emprendedor por Brockhaus (1980); Cross y Travaglione (2003); De Pablo y Bueno (2004); Douglas y Shepherd (1997); Dubini (1988); Entrialgo et al. (1998); García et al. (2010); Gartner (1990); Gupta y Govindarajan (1984); Korunka et al. (2003); Lambing y Kuehl (1997); Mullins y Forlani (2005); Schwer y Yuceit (1984); Smith et al. (1987); Teoh y Foo (1997); Wagner (2006).

⁵⁶ Para Arenius y Minniti (2005); Balakrishnan et al. (1998); Bracker y Miner (1987); Carsrud et al. (1996); Douglas y Shepherd (1997); De Pablo y Bueno (2004); Díez de Castro et al. (1995); Dubini (1988); Engle et al. (1997); Hisrich (1990); Kao (1989); Miller y Friesen (1984); Shapero (1975); Smith y Begley (1995); Smith-Hunter et al. (2003); Stewart y Roth (2004); Timmons (1994), la toma de riesgos es una de las principales características del emprendedor.

En la tabla 4.3.8.1 y las figuras 4.3.8.1 y 4.3.8.2, observamos que los emprendedores puntúan por encima de todos los grupos laborales en constancia en el trabajo y proactividad, y lo hacen de forma altamente significativa ($p=,001$ y $p = ,000$ respectivamente), (tabla 4.3.8.2).

Tabla 4.3.8.1 Descriptivo constancia en el trabajo y proactividad con grupos laborales

		N	Media	Desviación típica	Error típico
Constancia Trabajo	Empresa privada y ong	203	3,4204	,42477	,02981
	Org. Público	231	3,3644	,44685	,02940
	Emprendedor	403	3,5026	,44416	,02212
	Desempleados y estudiantes	231	3,4876	,47143	,03102
	Total	1068	3,4539	,45002	,01377
Proactivo	Empresa privada y ong	203	3,2564	,34222	,02402
	Org. Público	231	3,1835	,37634	,02476
	Emprendedor	403	3,3635	,39201	,01953
	Desempleados y estudiantes	231	3,2840	,37460	,02465
	Total	1068	3,2870	,38152	,01167

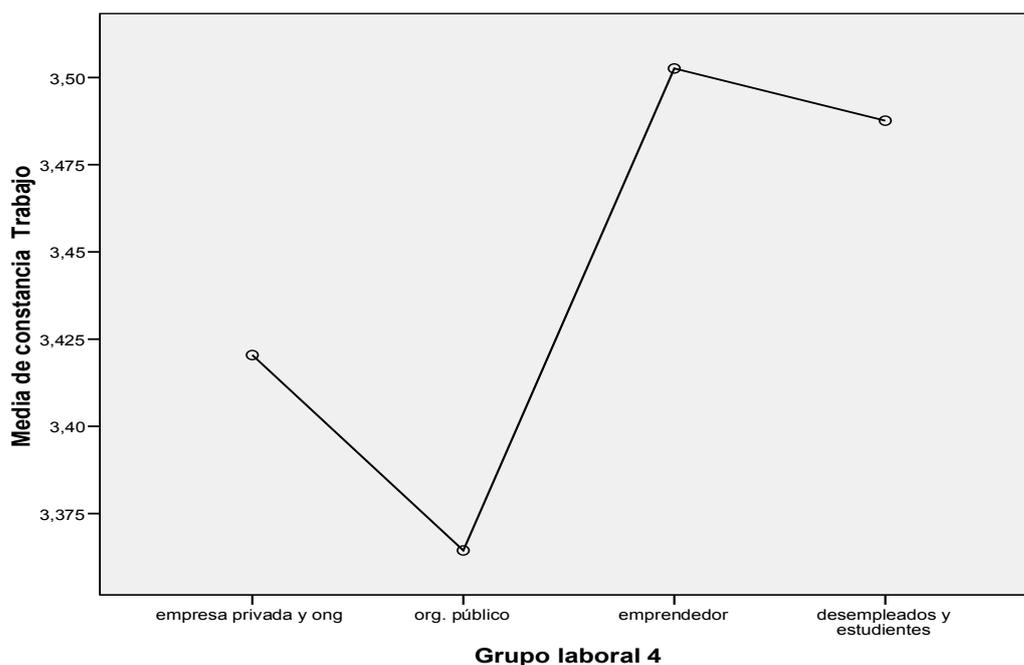
Fuente: elaboración propia

Tabla 4.3.8.2 ANOVA, constancia en el trabajo y proactividad con grupos laborales

		Suma de cuadrados	Gl.	Media cuadrática	F	Sig.
Constancia trabajo	Inter-grupos	3,296	3	1,099	5,493	,001
	Intra-grupos	212,793	1064	,200		
	Total	216,089	1067			
Proactivo	Inter-grupos	5,025	3	1,675	11,860	,000
	Intra-grupos	150,283	1064	,141		
	Total	155,308	1067			

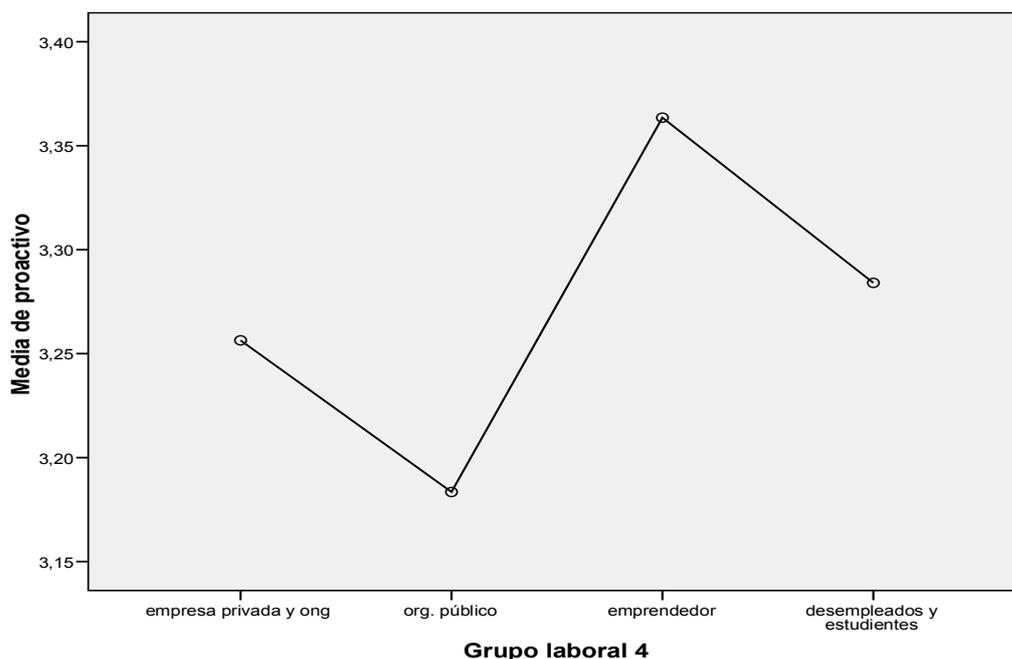
Fuente: elaboración propia

Figura 4.3.8.1 Grupos laborales y constancia en el trabajo



Fuente: elaboración propia

Figura 4.3.8.2 Grupos laborales y proactividad



Fuente: elaboración propia

En la tabla 4.3.8.3 y la figura 4.3.8.3, observamos que los emprendedores puntúan por encima del resto de los sujetos en constancia en el trabajo y proactividad, y lo hacen de forma altamente significativa ($p=,005$ y $p<,000$ respectivamente) (tabla 4.3.8.4).

Tabla 4.3.8.3 Descriptivo constancia en el trabajo y proactividad entre emprendedores y no emprendedores

		N	Media	Desviación típica	Error típico
Constancia Trabajo	No emprendedor	664	3,4235	,45110	,01751
	Emprendedor	403	3,5026	,44416	,02212
	Total	1067	3,4533	,44992	,01377
Proactivo	No emprendedor	664	3,2395	,36673	,01423
	Emprendedor	403	3,3635	,39201	,01953
	Total	1067	3,2863	,38107	,01167

Fuente: elaboración propia

Tabla 4.3.8.4 ANOVA, constancia en el trabajo y proactividad entre emprendedores y no emprendedores

		Suma de cuadrados	Gl.	Media cuadrática	F	Sig.
Constancia trabajo	Inter-grupos	1,571	1	1,571	7,811	,005
	Intra-grupos	214,219	1065	,201		
	Total	215,790	1066			
Proactivo	Inter-grupos	3,854	1	3,854	27,191	,000
	Intra-grupos	150,946	1065	,142		
	Total	154,799	1066			

Fuente: elaboración propia

En la tabla 4.3.8.5 y la figura 4.3.8.3, observamos que los emprendedores que continúan tras la crisis puntúan por encima que el resto de los sujetos en constancia en el trabajo y proactividad y, ambas, lo hacen de forma altamente significativa ($p < ,001$) (tabla 4.3.8.6).

Tabla 4.3.8.5 Descriptivo constancia en el trabajo y proactividad con emprendedores que continúan y resto de la muestra

		N	Media	Desviación típica	Error típico
Constancia Trabajo	Continúan	140	3,6026	,45992	,03887
	Resto de muestra	934	3,4324	,44423	,01454
	Total	1074	3,4546	,44975	,01372
Proactivo	Continúan	140	3,4507	,39160	,03310
	Resto de muestra	934	3,2634	,37336	,01222
	Total	1074	3,2878	,38086	,01162

Fuente: elaboración propia

Tabla 4.3.8.6 ANOVA, Descriptivo constancia en el trabajo y proactividad con emprendedores que continúan y resto de la muestra

		Suma de cuadrados	Gl.	Media cuadrática	F	Sig.
Constancia Trabajo	Inter-grupos	3,525	1	3,525	17,699	,000
	Intra-grupos	213,520	1072	,199		
	Total	217,046	1073			
Proactivo	Inter-grupos	4,270	1	4,270	30,242	,000
	Intra-grupos	151,376	1072	,141		
	Total	155,647	1073			

Fuente: elaboración propia

En la tabla 4.3.8.7 y la figura 4.3.8.3, observamos que los emprendedores que continúan tras la crisis puntúan por encima que los emprendedores que cierran en constancia en el trabajo y proactividad, y, ambas variables, lo hacen de forma altamente significativa ($p = ,005$ y $p = ,004$ respectivamente), (tabla 4.3.8.8).

Tabla 4.3.8.7 Descriptivo constancia en el trabajo y proactividad con emprendedores que continúan/cierran

		N	Media	Desviación típica	Error típico
Constancia Trabajo	Continúan	140	3,6026	,45992	,03887
	Cierra	54	3,4040	,36625	,04984
	Total	194	3,5473	,44401	,03188
Proactivo	Continúan	140	3,4507	,39160	,03310
	Cierra	54	3,2768	,31852	,04334
	Total	194	3,4023	,38001	,02728

Fuente: elaboración propia

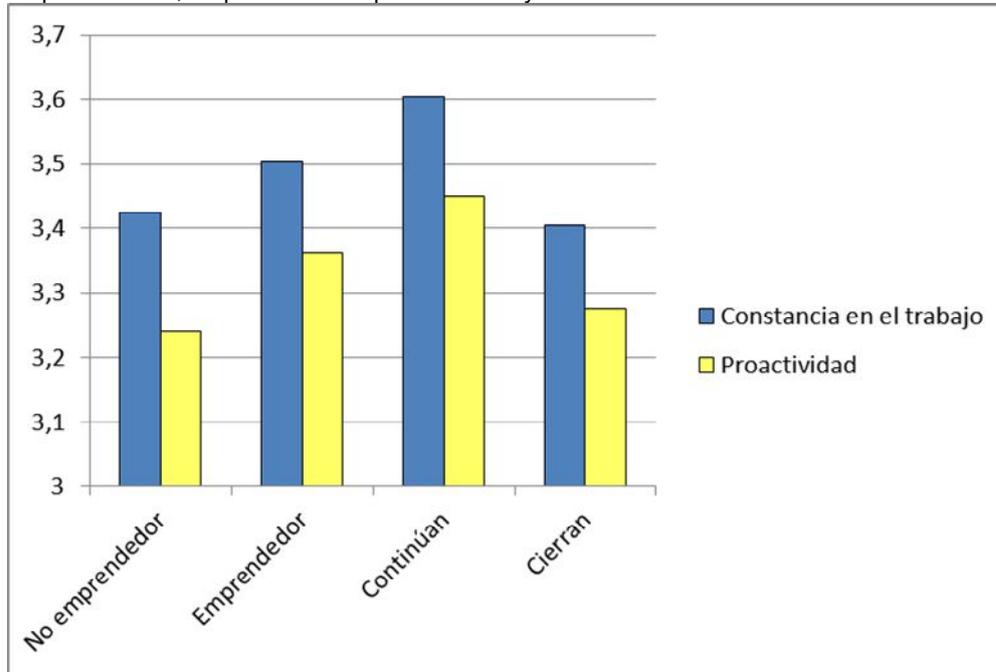
Tabla 4.3.8.8 ANOVA, constancia en el trabajo y proactividad con emprendedores que continúan/cierra

		Suma de cuadrados	Gl.	Media cuadrática	F	Sig.
Constancia Trabajo	Inter-grupos	1,537	1	1,537	8,081	,005
	Intra-grupos	36,511	192	,190		
	Total	38,048	193			

Proactivo	Inter-grupos	1,178	1	1,178	8,472	,004
	Intra-grupos	26,693	192	,139		
	Total	27,871	193			

Fuente: elaboración propia

Figura 4.3.8.3 Puntuaciones en constancia en el trabajo y proactividad de no emprendedores, emprendedores, emprendedores que continúan y cierran



Fuente: elaboración propia

Los resultados confirman con toda claridad nuestra hipótesis 3.8, ya que las personas emprendedoras, y más las que continúan a pesar de la crisis, muestran mayor constancia en el trabajo y proactividad.

Además son coherentes con los estudios previos expuestos en el punto 1.4.8 de la fundamentación teórica que sostienen que la plena dedicación a su iniciativa posibilita al emprendedor sobreponerse a los obstáculos derivados de su actividad (Ibrahaim & Soufani, 2002). La dedicación, la perseverancia y la constancia en el trabajo permiten tener éxito o al menos continuar con el negocio superando, a base de esfuerzo, las dificultades del contexto económico⁵⁷. La variable de personalidad proactiva tal vez sea la que más ha visto confirmada su importancia en el terreno del emprendimiento al haberse hallado una influencia tanto en la intención emprendedora como en el éxito

⁵⁷ Así lo confirman autores como Kuratko y Hodgetts (1995); Hatch y Zweig (2000); McGinnis y Frehn (1987); Kent et al. (1982); Montagno y Kuratko (1986); Begley y Boyd (1987); Ibrahim y Ellis (1990); y Bird (1989).

empresarial. La persistencia en las acciones y la proactividad constituyen un potente predictor de la iniciativa hacia el autoempleo (Crant, 1996; Krueger & Brazeal, 1994; Shapero & Sokol, 1982).

4.4. PERFIL PSICOSOCIAL DE LA MUJER EMPRENDEDORA

En este apartado analizaremos el perfil psicosocial de la mujer emprendedora contrastándolo con el del emprendedor en las variables analizadas en los apartados anteriores de este capítulo.

En la tabla 4.4.1 presentamos las medias de mujeres y hombres emprendedores en las *subdimensiones y dimensiones del BFQ*. Las emprendedoras puntúan más que los emprendedores en dinamismo, empatía, cordialidad, apertura a la cultura, apertura a la experiencia, afabilidad, tesón y apertura. Los emprendedores obtienen medias superiores en asertividad, escrupulosidad, perseverancia, control de las emociones, control de los impulsos, energía y estabilidad (figura 4.4.1).

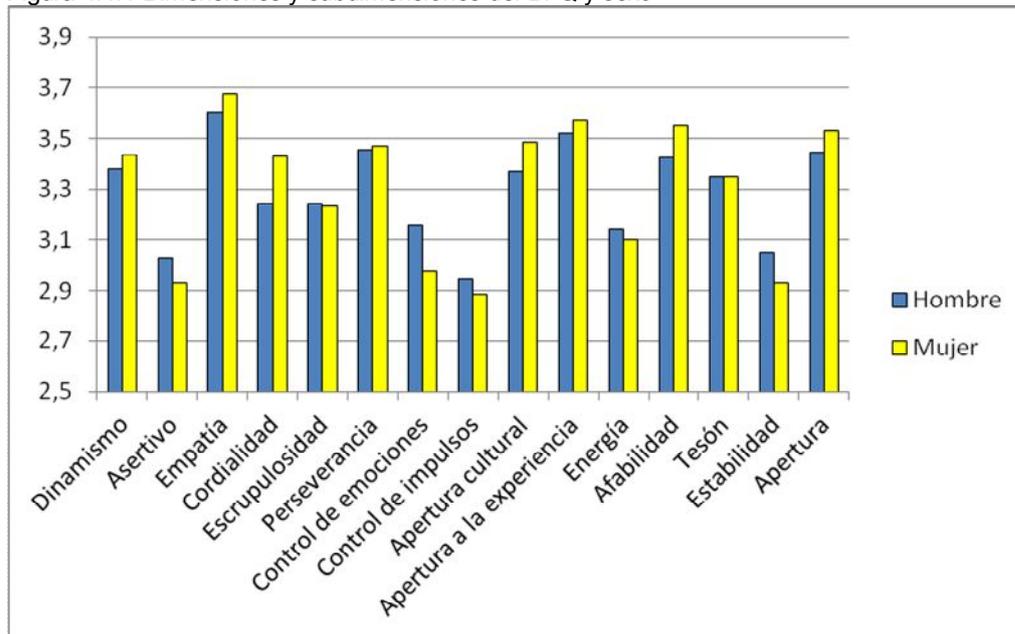
Tabla 4.4.1 Descriptivos, dimensiones y subdimensiones del BFQ y sexo

		N	Media	Desviación típica	Error típico
BFQ dinamismo	Hombre	221	3,3804	,47967	,03227
	Mujer	181	3,4369	,45962	,03416
	Total	402	3,4058	,47101	,02349
BFQ asertivo	Hombre	221	3,0285	,45085	,03033
	Mujer	181	2,9301	,41501	,03085
	Total	402	2,9842	,43729	,02181
BFQ empatía	Hombre	222	3,6004	,35973	,02414
	Mujer	181	3,6757	,36086	,02682
	Total	403	3,6342	,36174	,01802
BFQ cordialidad	Hombre	221	3,2443	,38599	,02596
	Mujer	181	3,4286	,38972	,02897
	Total	402	3,3273	,39791	,01985
BFQ escrupulosidad	Hombre	221	3,2448	,46806	,03149
	Mujer	181	3,2317	,46313	,03442
	Total	402	3,2389	,46532	,02321
BFQ perseverancia	Hombre	221	3,4539	,40587	,02730
	Mujer	181	3,4684	,44058	,03275
	Total	402	3,4604	,42138	,02102
BFQ control emociones	Hombre	221	3,1584	,47412	,03189
	Mujer	181	2,9758	,51804	,03851
	Total	402	3,0762	,50206	,02504
BFQ control impulsos	Hombre	221	2,9476	,50421	,03392
	Mujer	181	2,8858	,54682	,04064

	Total	402	2,9198	,52406	,02614
BFQ aper. cultura	Hombre	221	3,3691	,44360	,02984
	Mujer	181	3,4873	,47660	,03543
	Total	402	3,4223	,46194	,02304
BFQ aper. experiencia	Hombre	221	3,5190	,37343	,02512
	Mujer	181	3,5728	,42791	,03181
	Total	402	3,5432	,39927	,01991
BFQ energía	Hombre	221	3,1449	,40852	,02748
	Mujer	181	3,1039	,38008	,02825
	Total	402	3,1265	,39601	,01975
BFQ afabilidad	Hombre	222	3,4241	,31964	,02145
	Mujer	181	3,5521	,32670	,02428
	Total	403	3,4816	,32868	,01637
BFQ tesón	Hombre	221	3,3493	,36507	,02456
	Mujer	181	3,3501	,35414	,02632
	Total	402	3,3497	,35975	,01794
BFQ estabilidad	Hombre	221	3,0530	,43672	,02938
	Mujer	181	2,9308	,46671	,03469
	Total	402	2,9980	,45400	,02264
BFQ apertura	Hombre	221	3,4440	,35663	,02399
	Mujer	181	3,5300	,38734	,02879
	Total	402	3,4828	,37277	,01859

Fuente: elaboración propia

Figura 4.4.1 Dimensiones y subdimensiones del BFQ y sexo



Fuente: elaboración propia

Estas diferencias son significativas en empatía ($p=,038$), cordialidad ($p=,000$), apertura a la cultura ($p=,011$), afabilidad ($p=,000$), apertura ($p=,021$), en las que puntuaban más las emprendedoras. Y en asertividad ($p=,025$), control de la emociones ($p=,000$), estabilidad ($p=,007$) en las que los emprendedores obtienen medias superiores (tabla 4.4.2).

Por tanto las mujeres emprendedoras son más afables, empáticas y cordiales y poseen más habilidades sociales y mayor apertura mental; son más creativas, abiertas a la experiencia y las nuevas ideas. Mientras que los emprendedores son más dominantes, asertivos, con mayor estabilidad emocional, autocontrol y más capaces de dominar sus emociones que las empresarias.

Tabla 4.4.2 ANOVA, dimensiones y subdimensiones del BFQ y sexo

		Suma de cuadrados	Cl.	Media cuadrática	F	Sig.
BFQ dinamismo	Inter-grupos	,317	1	,317	1,432	,232
	Intra-grupos	88,643	400	,222		
	Total	88,961	401			
BFQ asertivo	Inter-grupos	,963	1	,963	5,087	,025
	Intra-grupos	75,719	400	,189		
	Total	76,682	401			
BFQ empatía	Inter-grupos	,565	1	,565	4,358	,037
	Intra-grupos	52,039	401	,130		
	Total	52,604	402			
BFQ cordialidad	Inter-grupos	3,378	1	3,378	22,476	,000
	Intra-grupos	60,115	400	,150		
	Total	63,493	401			
BFQ escrupulosidad	Inter-grupos	,017	1	,017	,078	,780
	Intra-grupos	86,807	400	,217		
	Total	86,824	401			
BFQ perseverancia	Inter-grupos	,021	1	,021	,119	,731
	Intra-grupos	71,181	400	,178		
	Total	71,202	401			
BFQ control emociones	Inter-grupos	3,318	1	3,318	13,577	,000
	Intra-grupos	97,761	400	,244		
	Total	101,079	401			
BFQ control impulsos	Inter-grupos	,380	1	,380	1,386	,240
	Intra-grupos	109,752	400	,274		
	Total	110,132	401			
BFQ aper. cultura	Inter-grupos	1,390	1	1,390	6,603	,011
	Intra-grupos	84,177	400	,210		
	Total	85,567	401			
BFQ aper. experiencia	Inter-grupos	,288	1	,288	1,810	,179
	Intra-grupos	63,639	400	,159		
	Total	63,927	401			
BFQ energía	Inter-grupos	,167	1	,167	1,067	,302
	Intra-grupos	62,719	400	,157		
	Total	62,886	401			
BFQ afabilidad	Inter-grupos	1,636	1	1,636	15,693	,000
	Intra-grupos	41,793	401	,104		
	Total	43,428	402			
BFQ tesón	Inter-grupos	,000	1	,000	,000	,983
	Intra-grupos	51,896	400	,130		
	Total	51,896	401			

BFQ estabilidad	Inter-grupos	1,486	1	1,486	7,325	,007
	Intra-grupos	81,168	400	,203		
	Total	82,654	401			
BFQ apertura	Inter-grupos	,736	1	,736	5,352	,021
	Intra-grupos	54,987	400	,137		
	Total	55,722	401			

Fuente: elaboración propia

En la tabla 4.4.3 presentamos los descriptivos de la comparación de medias entre emprendedoras y emprendedores en las escalas de *los constructos psicosociales* del perfil emprendedor. Las emprendedoras puntúan más que los emprendedores en significado del trabajo, significado del trabajo emprendedor, autoeficacia, adaptación, innovación, constancia en el trabajo y obtienen más puntuación en el coeficiente emprendedor de 94 ítems. Y los emprendedores en locus de control interno, proactivo, soportar riesgos, asumir riesgos y obtienen más puntuación en coeficiente emprendedor con 32 y 17 ítems.

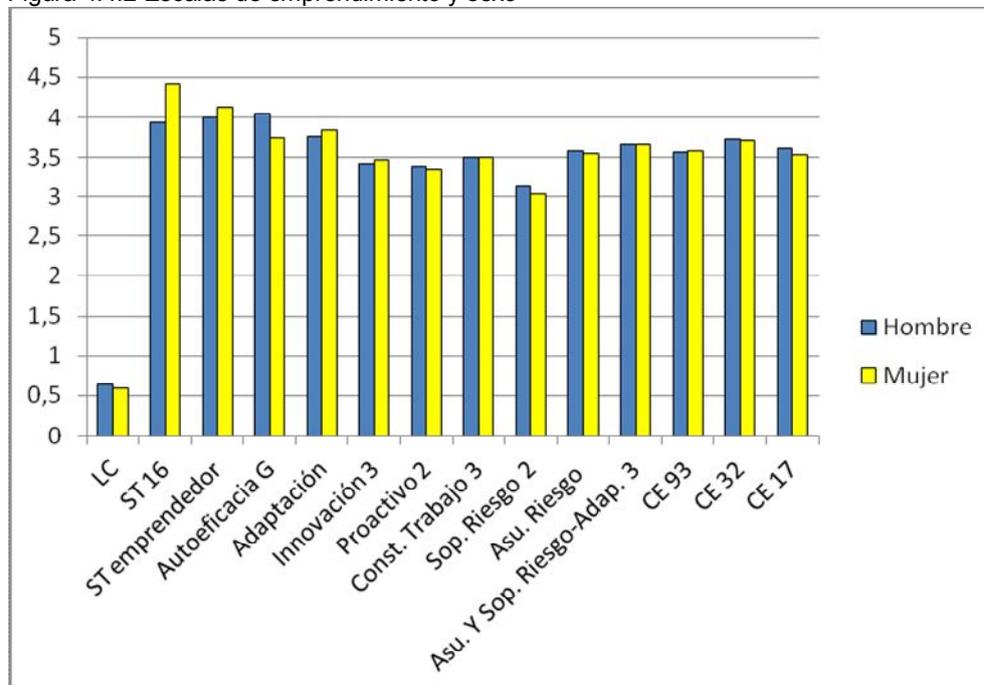
Tabla 4.4.3 Descriptivos, escalas de emprendimiento y sexo

		N	Media	Desviación típica	Error típico
LCI	Hombre	221	,6370	,21349	,01436
	Mujer	178	,5986	,22099	,01656
	Total	399	,6199	,21744	,01089
ST16	Hombre	221	3,93665	,430471	,028957
	Mujer	180	4,04775	,397950	,029661
	Total	401	3,98652	,419341	,020941
St emprendedor	Hombre	221	3,9949	,46207	,03108
	Mujer	180	4,1242	,41507	,03094
	Total	401	4,0530	,44572	,02226
Autoeficacia G.	Hombre	222	3,7429	,48121	,03230
	Mujer	182	3,7442	,55025	,04079
	Total	404	3,7435	,51281	,02551
Adaptación	Hombre	222	3,7574	,33515	,02249
	Mujer	181	3,8369	,36329	,02700
	Total	403	3,7931	,34988	,01743
Innovacion3	Hombre	222	3,4150	,46747	,03137
	Mujer	181	3,4618	,50252	,03735
	Total	403	3,4360	,48348	,02408
Proactivo 2	Hombre	222	3,3820	,39575	,02656
	Mujer	181	3,3427	,38708	,02877
	Total	403	3,3643	,39189	,01952
Cons. trabajo 3	Hombre	222	3,4982	,44407	,02980
	Mujer	181	3,5082	,44751	,03326
	Total	403	3,5027	,44509	,02217
Sop. riesgo 2	Hombre	222	3,1282	,48327	,03243
	Mujer	181	3,0275	,46258	,03438
	Total	403	3,0829	,47615	,02372
Así. riesgo	Hombre	222	3,5728	,43990	,02952

	Mujer	181	3,5431	,43275	,03217
	Total	403	3,5595	,43642	,02174
Asu. y sop. riesgo-adap. 3	Hombre	222	3,6552	,30976	,02079
	Mujer	181	3,6579	,32461	,02413
	Total	403	3,6564	,31612	,01575
CE 93	Hombre	222	3,5666	,33443	,02245
	Mujer	182	3,5797	,34524	,02559
	Total	404	3,5725	,33898	,01686
CE 32	Hombre	222	3,7189	,38816	,02605
	Mujer	182	3,7027	,37732	,02797
	Total	404	3,7116	,38293	,01905
CE 17 ITENS	Hombre	222	3,6112	,42509	,02853
	Mujer	181	3,5370	,40609	,03018
	Total	403	3,5779	,41779	,02081

Fuente: elaboración propia

Figura 4.4.2 Escalas de emprendimiento y sexo



Fuente elaboración propia

En la tabla 4.4.4 presentamos en qué escalas las diferencias son significativas: las emprendedoras puntúan más de forma significativa en significado del trabajo ($p=,008$), significado del trabajo emprendedor ($p=,004$), adaptación ($p=,023$), y los emprendedores en soportar riesgos ($p=,035$).

Por tanto las emprendedoras dan más importancia al trabajo y muestran mayor capacidad de adaptación, mientras que los emprendedores soportan mejor una situación arriesgada.

Tabla 4.4.4 ANOVA, escalas de emprendimiento y sexo

		Suma de cuadrados	Gl.	Media cuadrática	F	Sig.
LCI	Inter-grupos	,146	1	,146	3,097	,079
	Intra-grupos	18,671	397	,047		
	Total	18,817	398			
ST 16	Inter-grupos	1,224	1	1,224	7,068	,008
	Intra-grupos	69,114	399	,173		
	Total	70,339	400			
St emprendedor	Inter-grupos	1,657	1	1,657	8,496	,004
	Intra-grupos	77,811	399	,195		
	Total	79,468	400			
Autoeficacia G.	Inter-grupos	,000	1	,000	,001	,980
	Intra-grupos	105,978	402	,264		
	Total	105,978	403			
Adaptación 3	Inter-grupos	,629	1	,629	5,196	,023
	Intra-grupos	48,581	401	,121		
	Total	49,211	402			
Innovación 3	Inter-grupos	,218	1	,218	,933	,335
	Intra-grupos	93,749	401	,234		
	Total	93,967	402			
Proactivo 2	Inter-grupos	,153	1	,153	,999	,318
	Intra-grupos	61,583	401	,154		
	Total	61,737	402			
Const. trabajo 3	Inter-grupos	,010	1	,010	,050	,823
	Intra-grupos	79,629	401	,199		
	Total	79,639	402			
Sop .riesgo 2	Inter-grupos	1,011	1	1,011	4,498	,035
	Intra-grupos	90,130	401	,225		
	Total	91,141	402			
Asu. riesgo	Inter-grupos	,088	1	,088	,461	,498
	Intra-grupos	76,477	401	,191		
	Total	76,565	402			
Asu. y sop. riesgos- adap. 3	Inter-grupos	,001	1	,001	,007	,933
	Intra-grupos	40,172	401	,100		
	Total	40,173	402			
CE93	Inter-grupos	,017	1	,017	,150	,698
	Intra-grupos	46,290	402	,115		
	Total	46,307	403			
CE 32	Inter-grupos	,026	1	,026	,177	,674
	Intra-grupos	59,068	402	,147		
	Total	59,094	403			
CE 17	Inter-grupos	,550	1	,550	3,170	,076
	Intra-grupos	69,619	401	,174		
	Total	70,169	402			

Fuente: elaboración propia

En cuanto a las motivaciones, las emprendedoras puntúan más que los emprendedores en las motivaciones de seguridad, logro, poder, afiliación, y los

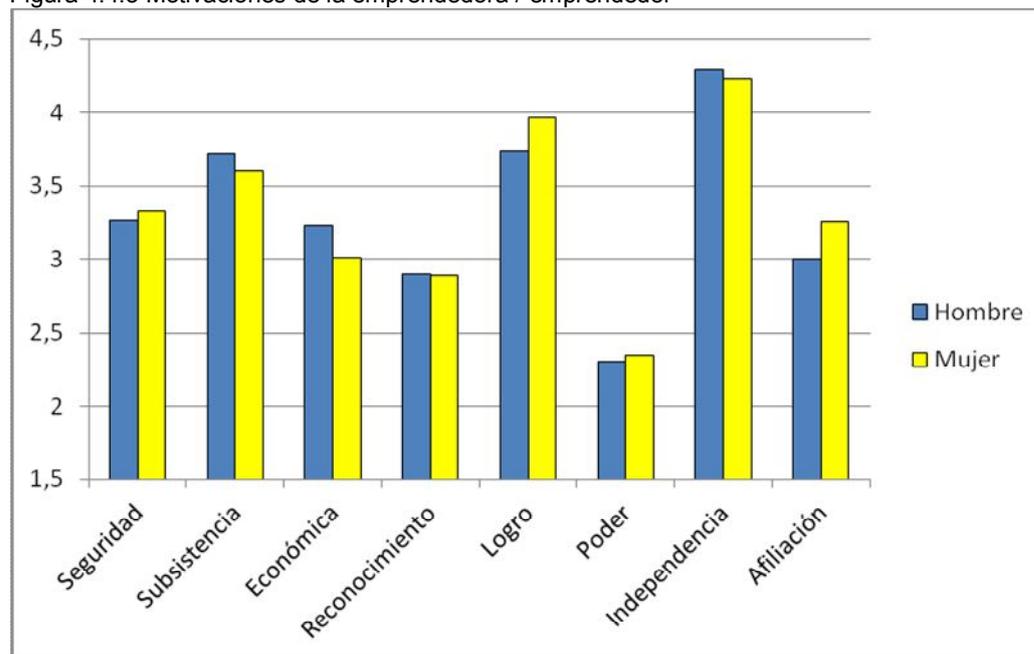
emprendedores en las de subsistencia, económica, reconocimiento e independencia (tabla 4.4.5 y figura 4.4.3).

Tabla 4.4.5 Descriptivo motivaciones de la emprendedora

		N	Media	Desviación típica	Error típico
Motiv. seguridad	Hombre	201	3,26	1,262	,089
	Mujer	149	3,33	1,407	,115
	Total	350	3,29	1,324	,071
Motiv. subsistencia	Hombre	202	3,72	1,144	,080
	Mujer	151	3,60	1,161	,094
	Total	353	3,67	1,151	,061
Motiv. económica	Hombre	199	3,23	1,199	,085
	Mujer	151	3,01	1,294	,105
	Total	350	3,13	1,244	,066
Motiv. reconocimiento	Hombre	201	2,90	1,261	,089
	Mujer	152	2,89	1,154	,094
	Total	353	2,90	1,214	,065
Motiv. logro	Hombre	201	3,74	1,017	,072
	Mujer	150	3,97	,993	,081
	Total	351	3,83	1,012	,054
Motiv. poder	Hombre	201	2,31	1,116	,079
	Mujer	149	2,35	1,121	,092
	Total	350	2,33	1,116	,060
Motiv. independencia	Hombre	201	4,29	,915	,065
	Mujer	151	4,23	1,042	,085
	Total	352	4,26	,970	,052
Motiv. afiliación	Hombre	199	3,00	1,119	,079
	Mujer	149	3,25	1,246	,102
	Total	348	3,11	1,180	,063

Fuente: elaboración propia

Figura 4.4.3 Motivaciones de la emprendedora / emprendedor



Fuente: elaboración propia

No obstante las diferencias sólo son significativas en motivación de logro ($p=,035$), y muy próximas en afiliación ($p= ,052$) (tabla 4.4.6) en ambas las mujeres puntúan más.

Tabla 4.4.6 ANOVA, motivaciones de la emprendedora

		Suma de cuadrados	Gl.	Media cuadrática	F	Sig.
Motiv. seguridad	Inter-grupos	,421	1	,421	,240	,625
	Intra-grupos	611,433	348	1,757		
	Total	611,854	349			
Motiv. subsistencia	Inter-grupos	1,146	1	1,146	,865	,353
	Intra-grupos	465,075	351	1,325		
	Total	466,221	352			
Motiv. económica	Inter-grupos	4,137	1	4,137	2,687	,102
	Intra-grupos	535,817	348	1,540		
	Total	539,954	349			
Motiv. reconocimiento	Inter-grupos	,013	1	,013	,009	,925
	Intra-grupos	519,109	351	1,479		
	Total	519,122	352			
Motiv. logro	Inter-grupos	4,558	1	4,558	4,495	,035
	Intra-grupos	353,858	349	1,014		
	Total	358,416	350			
Motiv. poder	Inter-grupos	,141	1	,141	,113	,737
	Intra-grupos	434,728	348	1,249		
	Total	434,869	349			
Motiv. independencia	Inter-grupos	,278	1	,278	,295	,588
	Intra-grupos	330,151	350	,943		
	Total	330,429	351			
Motiv. afiliación	Inter-grupos	5,254	1	5,254	3,805	,052
	Intra-grupos	477,812	346	1,381		
	Total	483,066	347			

Fuente: elaboración propia

En la tabla 4.4.7 presentamos los descriptivos de la comparación de medias entre emprendedoras y emprendedores en significado del trabajo. Las emprendedoras puntúan más que los emprendedores en aprender, relaciones, promoción, horarios, variedad, interesante, ajuste, condiciones físicas, autonomía, nuevos retos, innovar y reconocimiento. La media de los emprendedores es superior en sueldo, poder, y el significado o importancia del trabajo en la vida.

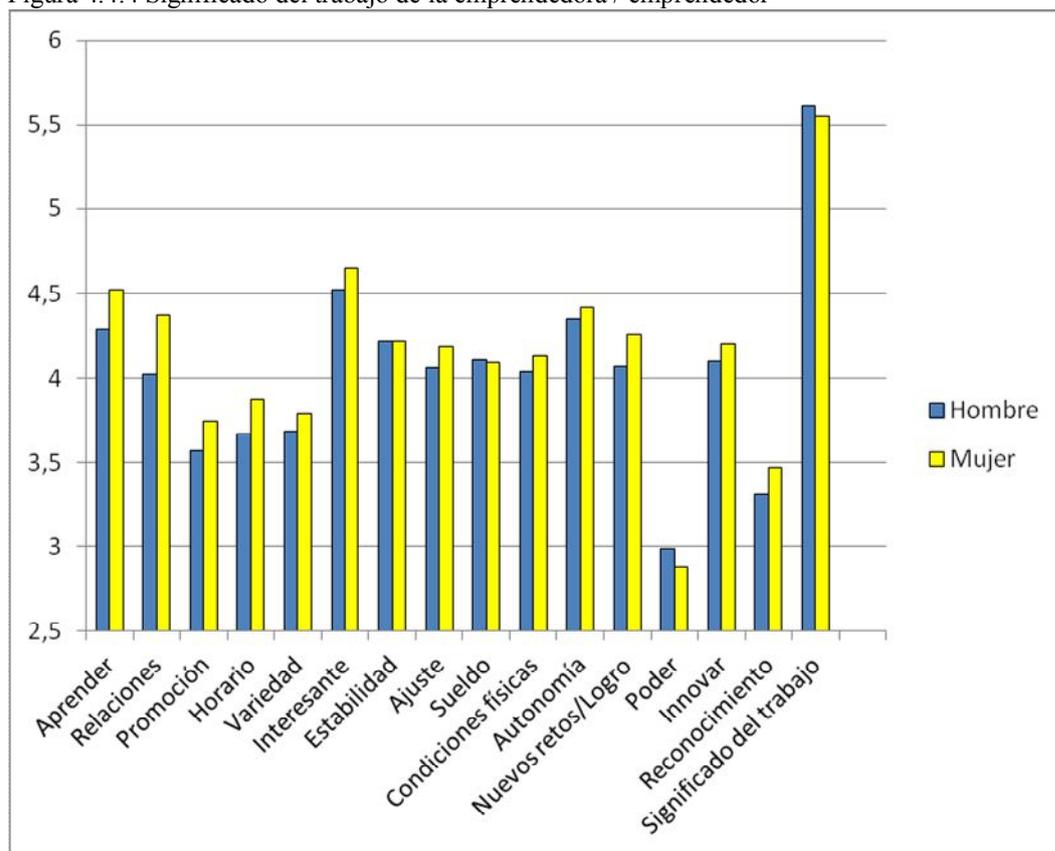
Tabla 4.4.7 Descriptivos, significado del trabajo de la emprendedora

		N	Media	Desviación típica	Error típico
Sig.t. Aprender	Hombre	221	4,29	,766	,052
	Mujer	180	4,52	,602	,045
	Total	401	4,39	,706	,035
Sig.t. Relaciones	Hombre	220	4,02	,919	,062
	Mujer	178	4,37	,669	,050

	Total	398	4,18	,833	,042
Sig.t. Promoción	Hombre	220	3,57	1,015	,068
	Mujer	175	3,74	1,045	,079
	Total	395	3,65	1,030	,052
Sig.t. Horario	Hombre	221	3,67	1,080	,073
	Mujer	179	3,87	,972	,073
	Total	400	3,76	1,036	,052
Sig.t. Variedad	Hombre	219	3,68	,929	,063
	Mujer	178	3,79	,925	,069
	Total	397	3,73	,927	,047
Sig.t. Interesante	Hombre	221	4,52	,685	,046
	Mujer	179	4,65	,603	,045
	Total	400	4,58	,652	,033
Sig.t. Estabilidad	Hombre	220	4,21	,884	,060
	Mujer	178	4,21	,895	,067
	Total	398	4,21	,888	,044
Sig.t. Ajuste	Hombre	221	4,06	,730	,049
	Mujer	178	4,18	,803	,060
	Total	399	4,12	,765	,038
Sig.t. Sueldo	Hombre	221	4,11	,769	,052
	Mujer	179	4,09	,863	,065
	Total	400	4,10	,812	,041
Sig.t. Condiciones físicas	Hombre	219	4,04	,874	,059
	Mujer	180	4,13	,784	,058
	Total	399	4,08	,835	,042
Sig.t. Autonomía	Hombre	221	4,35	,752	,051
	Mujer	179	4,42	,686	,051
	Total	400	4,39	,723	,036
Sig.t. Nuevos retos / Logro	Hombre	221	4,07	,842	,057
	Mujer	180	4,26	,785	,058
	Total	401	4,15	,821	,041
Sig.t. Poder	Hombre	220	2,99	1,116	,075
	Mujer	179	2,88	1,115	,083
	Total	399	2,94	1,116	,056
Sig.t. Innovar	Hombre	221	4,10	,723	,049
	Mujer	180	4,20	,758	,056
	Total	401	4,14	,740	,037
Sig.t. Reconocimiento	Hombre	221	3,31	1,073	,072
	Mujer	178	3,47	1,121	,084
	Total	399	3,38	1,096	,055
Significado del trabajo	Hombre	181	5,61	1,046	,078
	Mujer	152	5,55	1,015	,082
	Total	333	5,58	1,031	,057

Fuente: elaboración propia

Figura 4.4.4 Significado del trabajo de la emprendedora / emprendedor



Fuente: elaboración propia

En la tabla 4.4.8 comprobamos que se dan diferencias significativas en los ítems en los que las emprendedoras puntúan más que los emprendedores: dar al trabajo un significado de aprender ($p= ,001$), relaciones ($p= ,000$) y nuevos retos ($p= ,023$).

Tabla 4.4.8 ANOVA, significado del trabajo de la emprendedora

		Suma de cuadrados	Gl.	Media cuadrática	F	Sig.
Sig.t. Aprender	Inter-grupos	5,321	1	5,321	10,944	,001
	Intra-grupos	193,991	399	,486		
	Total	199,312	400			
Sig.t. Relaciones	Inter-grupos	11,538	1	11,538	17,297	,000
	Intra-grupos	264,150	396	,667		
	Total	275,688	397			
Sig.t. Promoción	Inter-grupos	2,635	1	2,635	2,491	,115
	Intra-grupos	415,745	393	1,058		
	Total	418,380	394			
Sig.t. Horario	Inter-grupos	3,850	1	3,850	3,609	,058
	Intra-grupos	424,588	398	1,067		
	Total	428,438	399			
Sig.t. Vanidad	Inter-grupos	1,329	1	1,329	1,547	,214
	Intra-grupos	339,291	395	,859		
	Total	340,620	396			
Sig.t. Interesante	Inter-grupos	1,500	1	1,500	3,555	,060

	Intra-grupos	167,940	398	,422		
	Total	169,440	399			
Sig.t. Estabilidad	Inter-grupos	,000	1	,000	,000	,999
	Intra-grupos	312,847	396	,790		
	Total	312,847	397			
Sig.t. Ajuste	Inter-grupos	1,336	1	1,336	2,293	,131
	Intra-grupos	231,360	397	,583		
	Total	232,697	398			
Sig.t. Sueldo	Inter-grupos	,056	1	,056	,084	,772
	Intra-grupos	262,742	398	,660		
	Total	262,798	399			
Sig.t. Condiciones físicas	Inter-grupos	,742	1	,742	1,065	,303
	Intra-grupos	276,691	397	,697		
	Total	277,434	398			
Sig.t. Autonomía	Inter-grupos	,508	1	,508	,970	,325
	Intra-grupos	208,202	398	,523		
	Total	208,710	399			
Sig.t. Nuevos retos / Logro	Inter-grupos	3,494	1	3,494	5,237	,023
	Intra-grupos	266,226	399	,667		
	Total	269,721	400			
Sig.t. Poder	Inter-grupos	1,178	1	1,178	,947	,331
	Intra-grupos	494,255	397	1,245		
	Total	495,434	398			
Sig.t. Innovar	Inter-grupos	1,093	1	1,093	2,003	,158
	Intra-grupos	217,805	399	,546		
	Total	218,898	400			
Sig.t. Reconocimiento	Inter-grupos	2,659	1	2,659	2,220	,137
	Intra-grupos	475,436	397	1,198		
	Total	478,095	398			
Significado del trabajo	Inter-grupos	,373	1	,373	,350	,554
	Intra-grupos	352,606	331	1,065		
	Total	352,979	332			

Fuente: elaboración propia

A continuación presentamos los descriptivos de la comparación de medias entre emprendedoras y emprendedores, en la influencia de las personas cercanas en el proceso de emprender (tabla 4.4.9). Las emprendedoras valoran más que los emprendedores el apoyo recibido de todos los miembros de su red social. Y de forma significativa valoran más que los hombres el apoyo recibido por profesores ($p=,014$) y técnicos ($p=,000$) (tabla 4.4.10).

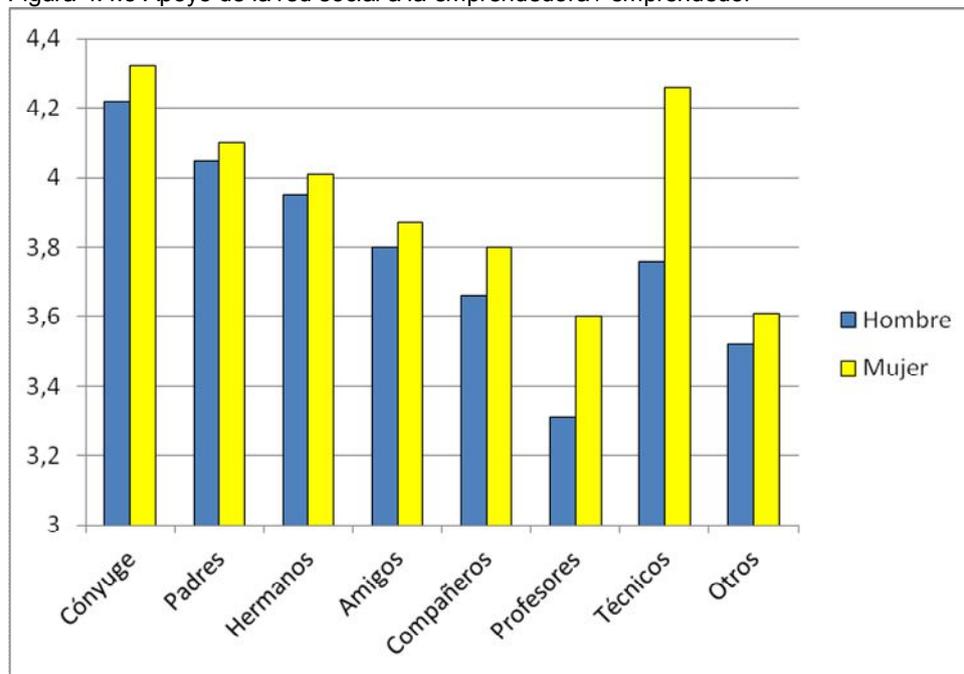
Tabla 4.4.9 Descriptivo, apoyo de la red social a la emprendedora

		N	Media	Desviación típica	Error típico
Infl. cónyuge	Hombre	144	4,22	,731	,061
	Mujer	111	4,32	1,018	,097
	Total	255	4,26	,867	,054

Infl. padres	Hombre	191	4,05	,988	,071
	Mujer	145	4,10	1,046	,087
	Total	336	4,07	1,012	,055
Infl. hermanos	Hombre	186	3,95	,814	,060
	Mujer	140	4,01	,967	,082
	Total	326	3,98	,882	,049
Infl. amigos	Hombre	184	3,80	,659	,049
	Mujer	140	3,87	,812	,069
	Total	324	3,83	,729	,041
Infl. compañeros	Hombre	163	3,66	,796	,062
	Mujer	120	3,80	,826	,075
	Total	283	3,72	,811	,048
Infl. profesores	Hombre	116	3,31	,665	,062
	Mujer	84	3,60	,958	,105
	Total	200	3,43	,811	,057
Infl. técnicos	Hombre	133	3,76	,906	,079
	Mujer	95	4,26	,761	,078
	Total	228	3,97	,882	,058
Infl. otros	Hombre	100	3,52	,969	,097
	Mujer	51	3,61	,940	,132
	Total	151	3,55	,957	,078

Fuente: elaboración propia

Figura 4.4.5 Apoyo de la red social a la emprendedora / emprendedor



Fuente: elaboración propia

Tabla 4.4.10 ANOVA, apoyo de la red social a la emprendedora

		Suma de cuadrados	Gl.	Media cuadrática	F	Sig.
Infl. cónyuge	Inter-grupos	,627	1	,627	,834	,362
	Intra-grupos	190,290	253	,752		
	Total	190,918	254			
Infl. padres	Inter-grupos	,215	1	,215	,210	,647
	Intra-grupos	342,925	334	1,027		

	Total	343,140	335			
Infl. hermanos	Inter-grupos	,314	1	,314	,403	,526
	Intra-grupos	252,536	324	,779		
	Total	252,850	325			
Infl. amigos	Inter-grupos	,418	1	,418	,786	,376
	Intra-grupos	171,245	322	,532		
	Total	171,664	323			
Infl. compañeros	Inter-grupos	1,424	1	1,424	2,176	,141
	Intra-grupos	183,961	281	,655		
	Total	185,385	282			
Infl. profesores	Inter-grupos	3,954	1	3,954	6,162	,014
	Intra-grupos	127,066	198	,642		
	Total	131,020	199			
Infl. técnicos	Inter-grupos	14,063	1	14,063	19,532	,000
	Intra-grupos	162,722	226	,720		
	Total	176,785	227			
Infl. otros	Inter-grupos	,261	1	,261	,283	,595
	Intra-grupos	137,117	149	,920		
	Total	137,377	150			

Fuente: elaboración propia

El 63,6% de las mujeres tienen un familiar cercano emprendedor, más que los hombres (con un 62,8%) y el 60,8% una amistad emprendedora, menos que los hombres (con un 62,4%) como se puede ver en la tabla 4.4.11, pero las diferencias no son significativas ($P > ,05$) (tabla 4.4.10).

Tabla 4.4.11 De contingencia familiares y amigos emprendedores de la emprendedora

			Sexo		Total
			Hombre	Mujer	
Familiar emprendedor	Si	Recuento	125	98	223
		% de Sexo	62,8%	63,6%	63,2%
	No	Recuento	74	56	130
		% de Sexo	37,2%	36,4%	36,8%
Total	Recuento	199	154	353	
	% de Sexo	100,0%	100,0%	100,0%	
Amistad emprendedor	Si	Recuento	126	93	219
		% de Sexo	62,4%	60,8%	61,7%
	No	Recuento	76	60	136
		% de Sexo	37,6%	39,2%	38,3%
Total	Recuento	202	153	355	
	% de Sexo	100,0%	100,0%	100,0%	

Fuente: elaboración propia

Tabla 4.4.12 Pruebas de chi-cuadrado familiares y amigos emprendedores de la emprendedora

Familiar emprendedor	Valor	Gl.	Sig. Asintótica (bilateral)	Sig. Exacta (bilateral)	Sig. Exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,025(b)	1	,874		
Corrección por continuidad(a)	,002	1	,962		
Razón de verosimilitudes	,025	1	,874		
Estadístico exacto de Fisher				,912	,482
Asociación lineal por lineal	,025	1	,874		

N de casos válidos	353				
Amistad emprendedora					
Chi-cuadrado de Pearson	,093(b)	1	,760		
Corrección por continuidad(a)	,038	1	,845		
Razón de verosimilitudes	,093	1	,760		
Estadístico exacto de Fisher				,826	,422
Asociación lineal por lineal	,093	1	,760		
N de casos válidos	355				

a Calculado sólo para una tabla de 2x2.

b 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 58,61.

Fuente: elaboración propia

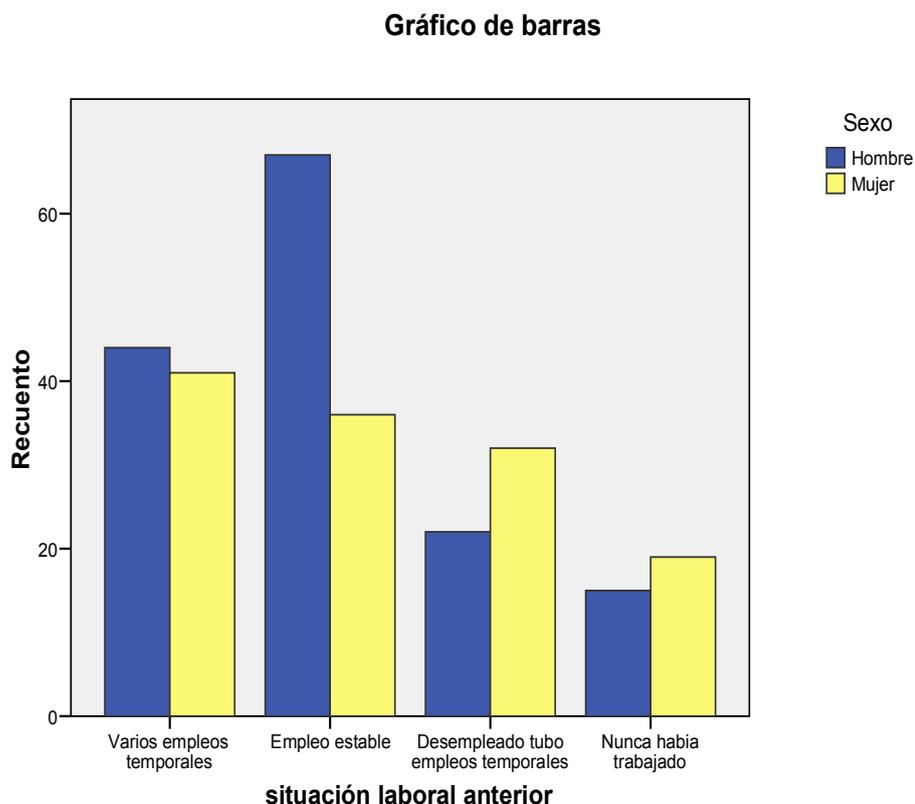
En la tabla 4.4.13 presentamos los descriptivos de la comparación de medias entre emprendedoras y emprendedores respecto a su situación laboral anterior a la creación de la empresa. Destaca que, un porcentaje mayor de emprendedores, estaban trabajado en un empleo estable un 45,3% (mujeres frente a un 28,1%) y el porcentaje de las emprendedoras es mayor en el resto de situaciones laborales, situaciones caracterizadas por la precariedad laboral, ya sea por estar en paro o porque su empleo no es estable (figura 4.4.12), estas diferencias son significativas ($p = ,016$) (tabla 4.4.10).

Tabla 4.4.13 De contingencia situación laboral anterior / Sexo

		Sexo		Total	
		Hombre	Mujer		
situación laboral anterior	Varios empleos temporales	Recuento	44	41	85
		% de Sexo	29,7%	32,0%	30,8%
	Empleo estable	Recuento	67	36	103
		% de Sexo	45,3%	28,1%	37,3%
	Desempleado tubo empleos temporales	Recuento	22	32	54
		% de Sexo	14,9%	25,0%	19,6%
	Nunca había trabajado	Recuento	15	19	34
		% de Sexo	10,1%	14,8%	12,3%
Total		Recuento	148	128	276
		% de Sexo	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: elaboración propia

Figura 4.4.6 Situación laboral anterior / Sexo



Fuente: elaboración propia

Tabla 4.4.14 Chi-cuadrado de Pearson situación laboral anterior / Sexo

	Valor	Gl.	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	10,364(a)	3	,016
Razón de verosimilitudes	10,466	3	,015
Asociación lineal por lineal	2,080	1	,149
N de casos válidos	276		

a 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 15,77.

Fuente: elaboración propia

En cuanto a la experiencia anterior en el sector los porcentajes son similares; el 55,0% de las mujeres tienen experiencia en el sector y 57,7% de los emprendedores (tabla 4.4.15), las diferencias no son significativas ($p > ,05$) (tabla 4.4.16).

Tabla 4.4.15 Tabla de contingencia experiencia en el sector / sexo

		Sexo		Total	
		Hombre	Mujer		
Experiencia en el sector	Si	Recuento	112	77	189
		% de Sexo	57,7%	55,0%	56,6%
	No	Recuento	82	63	145
		% de Sexo	42,3%	45,0%	43,4%
Total	Recuento	194	140	334	
	% de Sexo	100,0%	100,0%	100,0%	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4.4.16 Chi-cuadrado de Pearson experiencia en el sector / sexo

	Valor	Gl.	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,247(b)	1	,619		
Corrección por continuidad(a)	,148	1	,700		
Razón de verosimilitudes	,247	1	,619		
Estadístico exacto de Fisher				,655	,350
Asociación lineal por lineal	,246	1	,620		
N de casos válidos	334				

a Calculado sólo para una tabla de 2x2.

b 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 60,78.

Fuente: elaboración propia

En la tabla 4.4.17 observamos que el 60,2% de las emprendedoras adquieren las competencias emprendedoras a través de la formación y la observación, sin embargo el 51,1% de los emprendedores declaran haber adquirido las competencias emprendedoras a través de la experiencia. Aunque las diferencias no son estadísticamente significativas ($p = ,059$) (tabla 4.4.18), sí podemos señalar que las mujeres se preparan para emprender más a través de la formación y la observación, y los hombres mediante la experiencia.

Tabla 4.4.17 De contingencia adquisición de competencias emprendedoras / sexo.

		Sexo		Total	
		Hombre	Mujer		
Adquisición de competencias emprendedoras	Formación y observación	Recuento	69	56	125
		% de Sexo	48,9%	60,2%	53,4%
	Experiencia	Recuento	72	37	109
		% de Sexo	51,1%	39,8%	46,6%
Total	Recuento	141	93	234	
	% de Sexo	100,0%	100,0%	100,0%	

Fuente: elaboración propia

Tabla 4.4.18 Pruebas de chi-cuadrado adquisición de competencias emprendedoras / sexo

	Valor	Gl.	Sig. Asintótica (bilateral)	Sig. Exacta (bilateral)	Sig. Exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	2,865(b)	1	,091		
Corrección por continuidad(a)	2,430	1	,119		
Razón de verosimilitudes	2,878	1	,090		
Estadístico exacto de Fisher				,108	,059
Asociación lineal por lineal	2,853	1	,091		
N de casos válidos	234				

a Calculado sólo para una tabla de 2x2.

b 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 43,32.

Fuente: elaboración propia

En la tabla 4.4.19 observamos que el 71,4% de las emprendedoras crean la empresa para tener su propio negocio –vocacionales- frente al 78,9% de los hombres; no obstante las diferencias no son estadísticamente significativas ($p > ,05$) (tabla 4.4.20).

Tabla 4.4.19 De contingencia razón por la que emprende / sexo

		Sexo			
			Hombre	Mujer	Total
Razón de la creación	Tener un propio negocio	Recuento	153	95	248
		% de Sexo	78,9%	71,4%	75,8%
	Precariedad laboral	Recuento	40	37	77
		% de Sexo	20,6%	27,8%	23,5%
	Ambas	Recuento	1	1	2
		% de Sexo	,5%	,8%	,6%
Total		Recuento	194	133	327
		% de Sexo	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: elaboración propia

Tabla 4.4.20 Pruebas de chi-cuadrado razón por la que emprende / sexo

	Valor	Gl.	Sig. Asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	2,385(a)	2	,303
Razón de verosimilitudes	2,362	2	,307
Asociación lineal por lineal	2,333	1	,127
N de casos válidos	327		

a 2 casillas (33,3%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,81
Fuente: elaboración propia

En la tabla 4.4.21 observamos que el 15,8% de las emprendedoras dejarían su propio negocio si les ofrecieran un trabajo estable ganando un 25% más que en su propia empresa, frente al 18,4% de los hombres. No obstante las diferencias no son estadísticamente significativas ($p > ,05$) (tabla 4.4.22).

Tabla 4.4.21 De contingencia dejaría su propio negocio por un empleo estable mejor remunerado / sexo

		Sexo			
			Hombre	Mujer	Total
Dejaría su empresa 2	si	Recuento	32	19	51
		% de Sexo	18,4%	15,8%	17,3%
	no	Recuento	142	98	240
		% de Sexo	81,6%	81,7%	81,6%
	ambos	Recuento	0	3	3
		% de Sexo	,0%	2,5%	1,0%
Total		Recuento	174	120	294
		% de Sexo	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: elaboración propia

Tabla 4.4.22 Pruebas de chi-cuadrado dejaría su propio negocio por un empleo estable mejor remunerado / sexo

	Valor	Gl.	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	4,618(a)	2	,099
Razón de verosimilitudes	5,647	2	,059
Asociación lineal por lineal	1,153	1	,283
N de casos válidos	294		

a 2 casillas (33,3%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 1,22

Las mujeres presentan niveles de estudios superiores a los hombres (tabla 4.4.23); un 38% de las emprendedoras tienen estudios superiores ante un 33% de los emprendedores, y un 29% de los emprendedores tienen estudios primarios ante un 20,1% de las emprendedoras. No obstante las diferencias no son estadísticamente significativas (tabla 4.4.24).

Tabla 4.4.23 De contingencia nivel de estudios / sexo.

		Sexo			
			Hombre	Mujer	Total
Nivel de estudios	Primarios	Recuento	65	36	101
		% de Sexo	29,8%	20,1%	25,4%
	FP	Recuento	37	28	65
		% de Sexo	17,0%	15,6%	16,4%
	BUP/COU	Recuento	37	37	74
		% de Sexo	17,0%	20,7%	18,6%
	Módulo Técnico Superior	Recuento	7	10	17
		% de Sexo	3,2%	5,6%	4,3%
	Universitarios	Recuento	72	68	140
		% de Sexo	33,0%	38,0%	35,3%
Total		Recuento	218	179	397
		% de Sexo	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4.4.24 Pruebas de chi-cuadrado nivel de estudios / sexo

	Valor	Gl.	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	6,448(a)	4	,168
Razón de verosimilitudes	6,504	4	,165
Asociación lineal por lineal	4,070	1	,044
N de casos válidos	397		

a 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 7,66

Fuente: elaboración propia

En general los datos revelan un *perfil psicosocial muy similar* en emprendedoras y emprendedores, coincidiendo con Díaz, Hernández, de la Cruz y Postigo (2008) que tras analizar varias características psicológicas, sociales y económicas, y aun encontrando algunas diferencias entre hombres y mujeres, las variables muestran niveles explicativos muy escasos en cuanto al género del empresario. Los análisis efectuados parecen indicar que existen determinadas características socioeconómicas o psicosociales que

diferencian a hombres y mujeres a la hora de crear sus empresas, pero son variables que tienen una capacidad explicativa sobre la actividad emprendedora muy pequeña, por lo que afirman, y nosotros confirmamos, que no existen grandes diferencias entre hombres y mujeres que incidan en la actividad emprendedora, y que las que existen parecen deberse más a las propias características socioculturales de la población.

En las dimensiones de *personalidad* medidas con el BFQ, emprendedoras y emprendedores puntúan de forma similar en tesón (escrupulosidad y perseverancia), dinamismo, control de los impulsos y apertura a la experiencia. Las emprendedoras puntúan más de forma significativa en empatía ($p=,038$), cordialidad ($p=,000$), apertura a la cultura ($p=,011$), afabilidad ($p=,000$), apertura ($p=,021$). Y los emprendedores en asertividad ($p=,025$), control de la emociones ($p=,000$), estabilidad ($p=,007$) (tabla 4.4.2).

Por tanto las mujeres emprendedoras son más afables, empáticas y cordiales, y poseen más habilidades sociales, confirmando nuestra hipótesis 4.1, además muestran mayor apertura mental, son más creativas, abiertas a la experiencias y a las nuevas ideas, mientras que los emprendedores son más dominantes, asertivos, con mayor estabilidad emocional, autocontrol y capacidad de dominar sus emociones que las empresarias.

Las emprendedoras puntúan más que los emprendedores de forma significativa en significado del trabajo ($p=,008$), significado del trabajo emprendedor ($p=,004$), adaptación ($p=,023$) y los emprendedores en soportar riesgos ($p=,035$). Por tanto, las emprendedoras dan más *importancia al trabajo* y muestran mayor capacidad de adaptación mientras que los emprendedores soportan mejor una situación arriesgada.

De esta forma se confirma en parte nuestra hipótesis 4.2 y los estudios de Sexton y Bowman (1990), que encontraron que las mujeres puntuaban más alto en autonomía y cambio, las mujeres se adaptaban mejor a las nuevas circunstancias aunque preferían los resultados más seguros, y puntuaban menos en energía y asumir riesgos.

Sin embargo no se cumple de nuestra hipótesis 4.2, el que las emprendedoras puntúen menos en *autoeficacia*. Tanto emprendedores como emprendedoras presentan altas y similares puntuaciones en autoeficacia coincidiendo con el estudio de Oliveira,

Martín y Sánchez, (2005). Este resultado es compatible con los numerosos estudios⁵⁸ que concluyen que las mujeres, en general, obtuvieron puntuaciones significativamente más bajas en autoeficacia emprendedora que los varones, y por esto presentan menores tasas de intención emprendedora. Las que crean una empresa han de presentar altos niveles de autoeficacia, similares a los de los emprendedores, de no ser así no iniciarían el proyecto empresarial. Esto explica que las mujeres en general presenten bajos niveles de autoeficacia, menores tasas de intención emprendedoras y que las emprendedoras puntúen alto en autoeficacia.

El *significado del trabajo* para la mujer tiene un perfil más emprendedor. Las emprendedoras puntúan más que los emprendedores en dar al trabajo un significado de aprender, relaciones y nuevos retos.

Estos resultados están en consonancia con nuestra hipótesis 4.4 y con los estudios de Mercadé (1998) y Donoso, Figuera y Rodríguez Moreno (2011), sobre el interés de las “relaciones” de la mujer emprendedora, según estos investigadores, le interesa la implicación de los trabajadores en la empresa, su grado de participación y responsabilidad y documentan, en las empresas dirigidas por mujeres, el predominio de un liderazgo competencial basado en el trabajo en equipo y el impulso de un buen clima de trabajo.

Las mujeres están más *motivadas* por la consecución de objetivos retadores, motivación de logro, y por motivaciones de afiliación, buscan situaciones cooperativas donde poder ayudar a los demás y relacionarse con las personas que les rodean. Confirmando nuestra hipótesis 4.3 y que las emprendedoras se interesan más por objetivos sociales que los emprendedores varones (Carosio, 2004).

Aunque las emprendedoras puntúan menos que los hombres en *motivación económica* y significado del trabajo relacionado con el sueldo, no lo hacen de forma significativa por lo que no podemos confirmar, en este punto, nuestra hipótesis 4.3, ni los estudios de Carosio (2004), ni las conclusiones de Romano (1994) para los que las emprendedoras definen el éxito como la posibilidad de controlar su propio destino a través de las relaciones con sus clientes y el deber cumplido, mientras que los hombres lo definieron en términos de resultados materiales; tampoco las de Gromie (1987), que

⁵⁸ Las mujeres emprendedoras obtuvieron puntuaciones significativamente más bajas en autoeficacia emprendedora que los varones en los trabajos de Wilson et al. (2007); Eddleston et al. (2006) Bandura (2001); Betz y Hackett (1981); Scherer et al. (1990); Salvador (2009) Chen et al. (1998); Eccles (1994).

encontró que las mujeres estaban menos motivadas que los hombres por ganar dinero y enfatizaban más la calidad del producto y menos la competitividad.

No hemos confirmado los estudios de Duchéneaut y Orhan, (1998) que encontraron diferencias significativas entre hombres y mujeres para las necesidades de poder y de prestigio o estatus social, aun siendo las mujeres las que menores valores presentaban en ambas motivaciones.

A pesar de que la motivación de independencia es la más importante en la mujer emprendedora no es significativamente mayor que en los emprendedores por tanto no hemos confirmado la conclusión de Goffee, Scase y Pollack (1982) que encontraron que las mujeres estaban más motivadas por la búsqueda de independencia: tener su propio negocio y dejar de estar dominadas por el hombre.

Las emprendedoras valoran más que los emprendedores de forma significativa el *apoyo* recibido por profesores ($p= ,014$) y técnicos ($p= ,000$) (tabla 4.4.10). Así confirmamos que las mujeres atribuyen más importancia a los programas de asesoramiento y educativos (Quevedo, Izar & Romo 2010).

Si bien las diferencias no son estadísticamente significativas, vemos que las mujeres valoran más que los emprendedores el apoyo recibido de todos los miembros de su red social. En consonancia con nuestra hipótesis 4.5 y con autores como Álvarez, Noguera y Urbano (2012): el rol familiar y las redes sociales, son más relevantes para el emprendimiento femenino; además constatan que las redes sociales incrementan la probabilidad de ser emprendedor en 2.19 veces para los hombres frente a 1.44 veces para las mujeres. Estos resultados son consistentes con los trabajos de Aldrich, Reese y Dubini (1989), Rosa y Hamilton (1994), Sorenson et al. (2008) y Gatewood et al. (2009), los cuales analizan la preferencia (o necesidad) que tienen las emprendedoras de utilizar redes sociales, aunque observando al mismo tiempo, como también indicaron Greve y Salaff (2003), que estas redes en el caso de las mujeres emprendedoras son básicamente de familiares más que de amistades.

La última afirmación es coherente con nuestros datos: el 63,6% de las mujeres tienen un familiar cercano emprendedor, más que los hombres (62,8%) y el 60,8% una amistad emprendedora, menos que los hombres (62,4%) (Tabla 4.4.11). Aunque las diferencias no son significativas ($P> ,05$) (tabla 4.4.12) están en línea con los estudios previos que afirman que las mujeres conocen a menos emprendedores de su mismo

género, que en el caso masculino (Langowitz & Minniti, 2007); por otro lado, éstas, tienen más familiares en sus redes (Renzulli, Aldrich & Moody, 2000). Martínez, et al. (2012), observan que las probabilidades de involucración emprendedora de la mujer se ven reforzadas positivamente por la presencia de emprendedores recientes en el entorno, que pueden ejercer como modelos de rol.

Hemos visto que un porcentaje mayor de emprendedores estaban trabajado previamente en un empleo estable un 45,3% (las emprendedoras un 28,1%) y el porcentaje de las emprendedoras es mayor en el resto de situaciones laborales, caracterizadas por la precariedad, ya sea por estar en paro o porque su empleo es temporal. Estas diferencias son significativas ($p = ,016$) y coherentes con nuestra hipótesis 4.5 y con estudios anteriores que afirman que las empresarias estaban más influidas *por situaciones desagradables* y buscaban en la empresa un medio de compatibilizar sus propias necesidades y las de sus hijos (Cromie, 1987). También concuerdan con que sean menos las emprendedoras que crean la empresa para tener su propio negocio el 71,4% –vocacionales- frente al 78,9% de los hombres, no obstante en este ítem las diferencias no son estadísticamente significativas ($p > ,05$).

Sin embargo el 15,8% de las emprendedoras dejarían su propio negocio si le ofrecieran un trabajo estable ganando un 25% más que en su propia empresa frente al 18,4% de los hombres. Las diferencias no son significativas pero nos sugieren que el autoempleo responde mejor a las necesidades de la emprendedora y que estas no son exclusivamente económicas.

En cuanto a la experiencia anterior en el sector, el 55,0% de las mujeres tienen experiencia en el sector frente al 57,7% de los emprendedores. Si bien en nuestra muestra las mujeres están menos determinadas por el trabajo anterior que los hombres, las diferencias no son significativas ($p = ,350$), ni tan concluyentes como en el trabajo de Watkins y Watkins (1983), que obtuvieron que la nueva empresa estaba *determinada por su anterior trabajo* en un 84% en los hombres y tan sólo en un 40 % en las mujeres.

Las emprendedoras presentan niveles de estudios superiores a los hombres (tabla 4.4.23), un 38% tienen estudios superiores ante un 33% de los emprendedores. Un 29% de los emprendedores tienen estudios primarios ante un 20,1% de las emprendedoras. No obstante las diferencias no son estadísticamente significativas.

El 60,2% de las emprendedoras adquieren las competencias para emprender a través de la formación y la observación: sin embargo el 51,1% de los emprendedores declaran haber adquirido las competencias emprendedoras a través de la experiencia. Aunque las diferencias no son, por 9 centésimas, estadísticamente significativas ($p = ,059$) interpretando los datos sobre formación y situación laboral previa de forma conjunta podemos señalar que las emprendedoras están más y mejor formadas y los emprendedores cuentan con más experiencia laboral. Coincidimos con varios estudios que concluyen que las emprendedoras tienen un mayor nivel educativo que el emprendedor, pero menos autoconfianza, como los de Hisrich & Brush (1984) que concluyen que las mujeres confían menos en sus habilidades de gestión económica y más en sus posibilidades de generar ideas y de establecer relaciones personales, y con Buttner y Rosen (1992) que afirman que las mujeres, aun teniendo las mismas capacidades emprendedoras que los hombres, se percibían a sí mismas como menos preparadas para el éxito empresarial.

4.5. TIPOLOGÍAS DE EMPRENDEDORES Y PERFIL PSICOSOCIAL

El perfil psicosocial difiere en virtud del tipo de emprendedor que analicemos y la fase en la que se encuentre dentro del proceso de constitución de la empresa. Se ha criticado que las teorías de la personalidad tratan de ser aplicables a un amplio espectro de situaciones y muestran poca eficacia cuando son aplicadas a un ámbito tan diverso como el estudio de los emprendedores (Robinson et al., 1991). No todos los emprendedores son iguales ni crean el mismo tipo de empresas (Shane & Venkataraman, 2000)

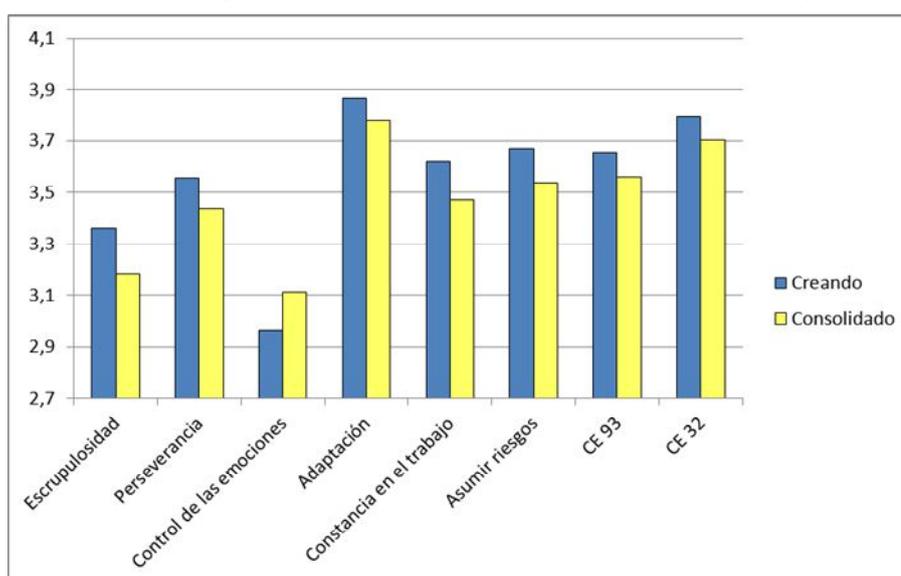
4.5.1. SEGÚN LA FASE DE EMPRENDIMIENTO: CREANDO LA EMPRESA Y CONSOLIDADA

Hemos agrupado a los emprendedores en virtud del tiempo que llevan con la empresa en fase de creación, quienes llevan menos de un año, y empresa consolidada, más de un año y analizamos si hay diferencias en el perfil psicosocial de estos dos grupos.

En la tabla 4.5.1 comprobamos que los emprendedores en fase de creación puntúan más en la mayoría de los constructos de características del emprendedor: BFQ dinamismo, BFQ empatía, BFQ cordialidad, BFQ escrupulosidad, BFQ perseverancia, BFQ apertura a la cultura, BFQ apertura a la experiencia, motivaciones, motivación emprendedora, motivación logro, locus de control interno, significado del trabajo, significado del trabajo emprendedor, autoeficacia general, adaptación, innovación, proactivo, constancia en el trabajo, asumir riesgo, coeficiente emprendedor 93, coeficiente emprendedor 32, coeficiente emprendedor 17, apoyo red social, e influencia de familiares y amigos.

Y lo hace significativamente en BFQ escrupulosidad ($p= ,002$), BFQ perseverancia ($p= ,024$), BFQ control de las emociones ($p= ,016$), adaptación ($p= ,047$), constancia en el trabajo ($p= ,009$), asumir riesgo ($p= ,019$), coeficiente emprendedor 93 ($p= ,024$) y coeficiente emprendedor 32 ($p= ,049$).

Figura 4.5.1 Constructos significativos entre emprendedores creando la empresa y consolidados



Fuente: elaboración propia

Tabla 4.5.1 Descriptivos, perfil emprendedor de emprendedores creando la empresa y consolidados

		N	Media	Desviación típica	Error típico
BFQ dinamismo	Creando	82	3,4599	,49764	,05496
	Consolidado	247	3,4107	,46331	,02948
	Total	329	3,4230	,47180	,02601
BFQ asertivo	Creando	82	2,9776	,46334	,05117
	Consolidado	247	3,0036	,42825	,02725
	Total	329	2,9972	,43668	,02407
BFQ empatía	Creando	82	3,6665	,33370	,03685
	Consolidado	247	3,6191	,34735	,02210

	Total	329	3,6309	,34411	,01897
BFQ cordialidad	Creando	82	3,3576	,37403	,04130
	Consolidado	247	3,3170	,39371	,02505
	Total	329	3,3271	,38874	,02143
BFQ escrupulosidad	Creando	82	3,3623	,47623	,05259
	Consolidado	247	3,1816	,43745	,02783
	Total	329	3,2266	,45349	,02500
BFQ perseverancia	Creando	82	3,5568	,39601	,04373
	Consolidado	247	3,4383	,41409	,02635
	Total	329	3,4679	,41227	,02273
BFQ control emociones	Creando	82	2,9616	,57007	,06295
	Consolidado	247	3,1116	,45192	,02875
	Total	329	3,0742	,48749	,02688
BFQ control impulsos	Creando	82	2,8171	,56173	,06203
	Consolidado	247	2,9428	,50288	,03200
	Total	329	2,9115	,52015	,02868
BFQ apert. cultura	Creando	82	3,4607	,48108	,05313
	Consolidado	247	3,4268	,44882	,02856
	Total	329	3,4353	,45656	,02517
BFQ apert. experiencia	Creando	82	3,5698	,36243	,04002
	Consolidado	247	3,5549	,39948	,02542
	Total	329	3,5586	,39009	,02151
Motivaciones	Creando	74	3,4141	,62532	,07269
	Consolidado	243	3,3179	,63542	,04076
	Total	317	3,3404	,63340	,03558
Motivación emprendedora	Creando	74	3,6130	,58199	,06765
	Consolidado	243	3,4977	,61434	,03941
	Total	317	3,5246	,60800	,03415
Motv. logro 2	Creando	82	3,6762	,52494	,05797
	Consolidado	247	3,5990	,52589	,03346
	Total	329	3,6183	,52592	,02899
L.C.I.	Creando	81	,6230	,21599	,02400
	Consolidado	246	,6215	,21232	,01354
	Total	327	,6218	,21290	,01177
ST16	Creando	81	4,04913	,400757	,044529
	Consolidado	247	3,96721	,434341	,027636
	Total	328	3,98744	,427160	,023586
ST emprendedor	Creando	81	4,1255	,43071	,04786
	Consolidado	247	4,0405	,44805	,02851
	Total	328	4,0615	,44470	,02455
Autoeficacia G.	Creando	82	3,8030	,52934	,05846
	Consolidado	247	3,7368	,49405	,03144
	Total	329	3,7533	,50308	,02774
Adaptación 3	Creando	82	3,8662	,32150	,03550
	Consolidado	247	3,7815	,33751	,02148
	Total	329	3,8026	,33512	,01848
Innovación 3	Creando	82	3,5144	,45987	,05078
	Consolidado	247	3,4425	,51093	,03251
	Total	329	3,4604	,49899	,02751
Proactivo2	Creando	82	3,4478	,43420	,04795

	Consolidado	247	3,3554	,37020	,02356
	Total	329	3,3784	,38852	,02142
Const. trabajo3	Creando	82	3,6191	,47388	,05233
	Consolidado	247	3,4726	,42152	,02682
	Total	329	3,5091	,43903	,02420
Sop. riesgo	Creando	82	3,0343	,47160	,05208
	Consolidado	247	3,0911	,47394	,03016
	Total	329	3,0770	,47328	,02609
Asu. riesgo	Creando	82	3,6678	,44209	,04882
	Consolidado	247	3,5373	,43375	,02760
	Total	329	3,5698	,43883	,02419
CE93	Creando	82	3,6549	,35302	,03898
	Consolidado	247	3,5611	,31321	,01993
	Total	329	3,5845	,32558	,01795
CE432	Creando	82	3,7966	,38261	,04225
	Consolidado	247	3,7034	,36520	,02324
	Total	329	3,7266	,37123	,02047
CE17 ITENS	Creando	82	3,6125	,43735	,04830
	Consolidado	247	3,6079	,40301	,02564
	Total	329	3,6090	,41116	,02267
Influencia red social	Creando	73	3,9396	,54488	,06377
	Consolidado	242	3,9583	,63612	,04089
	Total	315	3,9540	,61540	,03467
Familiares y amigos	Creando	73	1,7224	,21346	,02498
	Consolidado	244	1,7116	,25100	,01607
	Total	317	1,7141	,24259	,01363
Experiencia y adqui. comp.	Creando	75	1,4800	,30690	,03544
	Consolidado	245	1,4986	,30338	,01938
	Total	320	1,4943	,30383	,01698

Fuente: elaboración propia

Tabla 4.5.2 ANOVA, perfil psicosocial de emprendedores creando la empresa y consolidados

		Suma de cuadrados	Cl.	Media cuadrática	F	Sig.
BFQ dinamismo	Inter-grupos	,149	1	,149	,668	,414
	Intra-grupos	72,864	327	,223		
	Total	73,013	328			
BFQ asertivo	Inter-grupos	,042	1	,042	,218	,641
	Intra-grupos	62,505	327	,191		
	Total	62,546	328			
BFQ empatía	Inter-grupos	,138	1	,138	1,168	,281
	Intra-grupos	38,700	327	,118		
	Total	38,839	328			
BFQ cordialidad	Inter-grupos	,102	1	,102	,671	,413
	Intra-grupos	49,464	327	,151		
	Total	49,566	328			
BFQ escrupulosidad	Inter-grupos	2,009	1	2,009	10,040	,002
	Intra-grupos	65,445	327	,200		
	Total	67,454	328			
BFQ perseverancia	Inter-grupos	,864	1	,864	5,149	,024
	Intra-grupos	54,884	327	,168		

	Total	55,748	328			
BFQ control emociones	Inter-grupos	1,385	1	1,385	5,916	,016
	Intra-grupos	76,564	327	,234		
	Total	77,949	328			
BFQ control impulsos	Inter-grupos	,973	1	,973	3,626	,058
	Intra-grupos	87,770	327	,268		
	Total	88,743	328			
BFQ apert. Cultura	Inter-grupos	,071	1	,071	,339	,561
	Intra-grupos	68,301	327	,209		
	Total	68,372	328			
BFQ apert. Experiencia	Inter-grupos	,014	1	,014	,090	,764
	Intra-grupos	49,898	327	,153		
	Total	49,912	328			
Motivaciones	Inter-grupos	,525	1	,525	1,310	,253
	Intra-grupos	126,254	315	,401		
	Total	126,779	316			
Motivación emprendedora	Inter-grupos	,754	1	,754	2,046	,154
	Intra-grupos	116,059	315	,368		
	Total	116,812	316			
Motv. Logro 2	Inter-grupos	,367	1	,367	1,327	,250
	Intra-grupos	90,355	327	,276		
	Total	90,721	328			
L.C.I.	Inter-grupos	,000	1	,000	,003	,954
	Intra-grupos	14,777	325	,045		
	Total	14,777	326			
ST16	Inter-grupos	,409	1	,409	2,252	,134
	Intra-grupos	59,257	326	,182		
	Total	59,666	327			
ST emprendedor	Inter-grupos	,440	1	,440	2,235	,136
	Intra-grupos	64,225	326	,197		
	Total	64,666	327			
Autoeficacia G.	Inter-grupos	,270	1	,270	1,066	,303
	Intra-grupos	82,742	327	,253		
	Total	83,012	328			
Adaptación 3	Inter-grupos	,442	1	,442	3,970	,047
	Intra-grupos	36,395	327	,111		
	Total	36,837	328			
Innovación 3	Inter-grupos	,318	1	,318	1,280	,259
	Intra-grupos	81,349	327	,249		
	Total	81,668	328			
Proactivo2	Inter-grupos	,525	1	,525	3,506	,062
	Intra-grupos	48,985	327	,150		
	Total	49,510	328			
Const. trabajo3	Inter-grupos	1,322	1	1,322	6,983	,009
	Intra-grupos	61,899	327	,189		
	Total	63,220	328			
Sop. riesgo	Inter-grupos	,199	1	,199	,887	,347
	Intra-grupos	73,271	327	,224		
	Total	73,470	328			
Asu. riesgo	Inter-grupos	1,049	1	1,049	5,523	,019

	Intra-grupos	62,114	327	,190		
	Total	63,163	328			
Ce93	Inter-grupos	,542	1	,542	5,175	,024
	Intra-grupos	34,226	327	,105		
	Total	34,768	328			
Ce432	Inter-grupos	,535	1	,535	3,916	,049
	Intra-grupos	44,667	327	,137		
	Total	45,202	328			
Ce17itens	Inter-grupos	,001	1	,001	,008	,929
	Intra-grupos	55,449	327	,170		
	Total	55,450	328			
Influencia red social	Inter-grupos	,020	1	,020	,052	,820
	Intra-grupos	118,897	313	,380		
	Total	118,917	314			
Familiares y amigos	Inter-grupos	,007	1	,007	,111	,740
	Intra-grupos	18,590	315	,059		
	Total	18,596	316			
Experiencia y adqui. Comp.	Inter-grupos	,020	1	,020	,216	,643
	Intra-grupos	29,428	318	,093		
	Total	29,448	319			

Fuente: elaboración propia

Los emprendedores que están creando su empresa muestran mayor tesón, perseverancia y *constancia en el trabajo*, control de las emociones, capacidad de *adaptación*, *asumir riesgos* y son más emprendedores según nuestras escalas de coeficiente emprendedor de 93 y 32 ítems. Confirmando nuestra hipótesis 5.1, salvo en que predecíamos una puntuación significativamente alta en innovación.

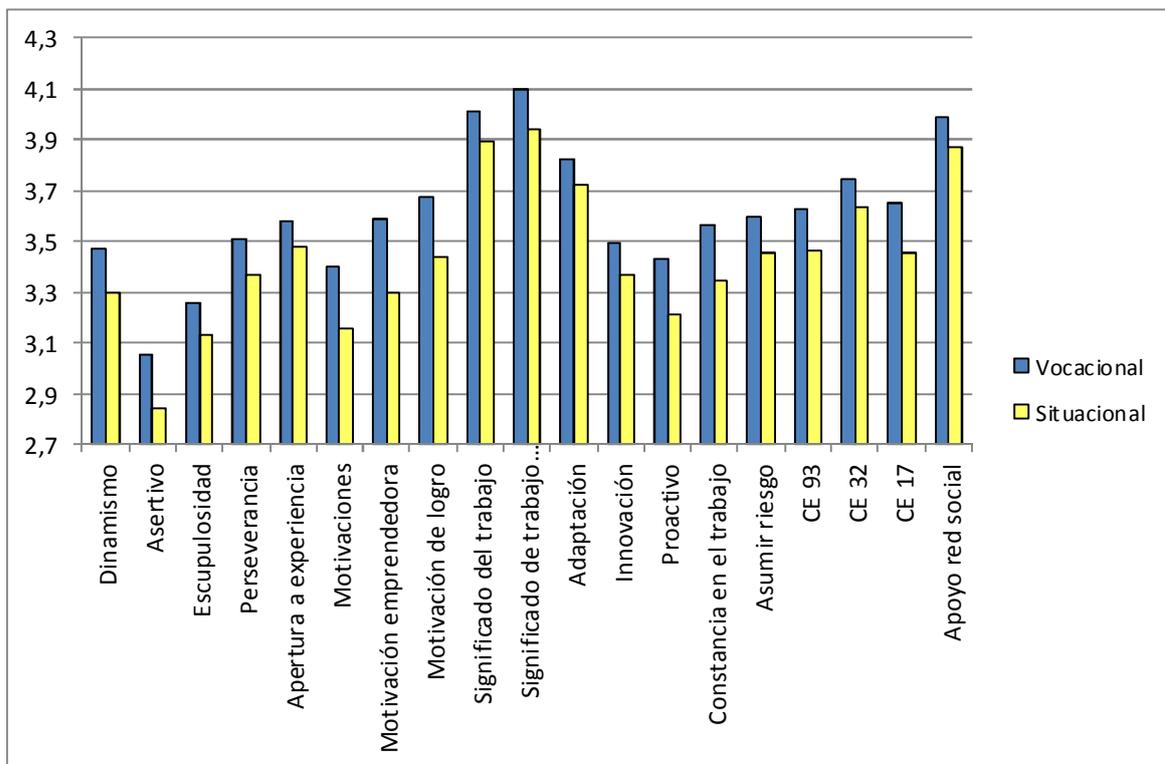
Como hemos comentado en la fundamentación teórica, la literatura existente muestra que las características de personalidad para promover un comienzo exitoso de la empresa, difieren de las características necesarias para gestionar la organización en las etapas posteriores de crecimiento (Chandler, 1962; Leontiades, 1980; Scott, 1973; Smith, 1967; Smith & Miner, 1983; Steiner & Miner, 1982). Gallup (2007) identificó dos primeras etapas en desarrollo del ciclo de vida de una organización: principio del negocio o puesta en marcha y formalización o estabilidad empresarial, tal como hemos reproducido nosotros. También coincidimos con Gallup (2007) en que en la fase inicial es preciso un fuerte sentido de la responsabilidad y trabajo, pero a diferencia de él no hemos encontrado diferencias en creatividad y sí en capacidad de asumir riesgos.

4.5.2. EMPRENDEDOR VOCACIONAL Y SITUACIONAL

Podemos clasificar a los emprendedores en vocacionales o *pull* y situacionales o *push*, en virtud de su elección en la pregunta de por qué razón ha creado su empresa (anexo 3), en la que podían elegir entre:

- Deseaba tener su propio negocio y realizar un proyecto empresarial.
- Estaba en paro, precariedad laboral o no le gustaban las condiciones en las que trabajaba.

Figura 4.5.2 Constructos significativos del perfil emprendedor en emprendedores vocacionales y situacionales⁵⁹



Fuente: elaboración propia

En la tabla 4.5.3 comprobamos que los emprendedores en fase de creación puntúan más en todos los constructos psicosociales del carácter emprendedor; lo hace significativamente en BFQ dinamismo ($p= ,003$), BFQ asertivo ($p= ,000$), BFQ escrupulosidad ($p= ,020$), BFQ perseverancia ($p= ,006$), BFQ apertura a la experiencia ($p= ,032$), motivaciones ($p= ,002$), motivación emprendedora ($p= ,000$), motivación logro ($p= ,000$), locus de control interno ($p= ,002$), significado del trabajo ($p= ,024$), significado del trabajo emprendedor ($p= ,006$), adaptación ($p= ,013$), innovación ($p=$

⁵⁹ En esta figura se ha excluido locus de control dado que su rango de puntuación es de 0 a 1.

,040), proactivo (p= ,000), constancia en el trabajo(p= ,000), asumir riesgo (p= ,009), coeficiente emprendedor 93 (p= ,009), coeficiente emprendedor 32 (p= ,012), coeficiente emprendedor 17 (p= ,000) y apoyo red social (p= ,000) (tabla 4.5.4 y figura 4.5.2).

Tabla 4.5.3 Descriptivos, perfil emprendedor de emprendedores vocacionales y situacionales

		N	Media	Desviación típica	Error típico
BFQ dinamismo	vocacional	261	3,4725	,47583	,02945
	situacional	88	3,2987	,43848	,04674
	Total	349	3,4287	,47217	,02527
BFQ asertivo	vocacional	261	3,0493	,42966	,02660
	situacional	88	2,8421	,41957	,04473
	Total	349	2,9970	,43595	,02334
BFQ empatía	vocacional	261	3,6307	,35024	,02168
	situacional	88	3,6321	,33231	,03542
	Total	349	3,6311	,34534	,01849
BFQ cordialidad	vocacional	261	3,3304	,38824	,02403
	situacional	88	3,2960	,38003	,04051
	Total	349	3,3218	,38593	,02066
BFQ escrupulosidad	vocacional	261	3,2580	,44141	,02732
	situacional	88	3,1296	,46407	,04947
	Total	349	3,2256	,45004	,02409
BFQ perseverancia	vocacional	261	3,5068	,40876	,02530
	situacional	88	3,3660	,41971	,04474
	Total	349	3,4713	,41548	,02224
BFQ control emociones	vocacional	261	3,0929	,49537	,03066
	situacional	88	3,0148	,47671	,05082
	Total	349	3,0732	,49123	,02629
BFQ control impulsos	vocacional	261	2,9247	,51658	,03198
	situacional	88	2,8649	,52897	,05639
	Total	349	2,9096	,51962	,02781
BFQ apert. Cultura	vocacional	261	3,4466	,47544	,02943
	situacional	88	3,3712	,41992	,04476
	Total	349	3,4276	,46264	,02476
BFQ apert. Experiencia	vocacional	261	3,5815	,38646	,02392
	situacional	88	3,4772	,41186	,04390
	Total	349	3,5552	,39503	,02115
Motivaciones	vocacional	252	3,3982	,63252	,03985
	situacional	85	3,1544	,59624	,06467
	Total	337	3,3367	,63166	,03441
Motivación emprendedora	vocacional	252	3,5867	,59214	,03730
	situacional	85	3,2943	,60822	,06597
	Total	337	3,5129	,60876	,03316
Motv. Logro 2	vocacional	261	3,6726	,49371	,03056
	situacional	88	3,4360	,54441	,05803
	Total	349	3,6129	,51652	,02765
L.C.I.	vocacional	260	,6404	,20897	,01296
	situacional	86	,5569	,21232	,02290

	Total	346	,6196	,21259	,01143
Total ST16	vocacional	260	4,01544	,415063	,025741
	situacional	88	3,89742	,438209	,046713
	Total	348	3,98560	,423522	,022703
ST emprendedor	vocacional	260	4,0957	,43972	,02727
	situacional	88	3,9421	,46678	,04976
	Total	348	4,0569	,45102	,02418
Autoeficacia G.	vocacional	261	3,7620	,50212	,03108
	situacional	88	3,7009	,49003	,05224
	Total	349	3,7466	,49911	,02672
Adaptación 3	vocacional	261	3,8231	,35197	,02179
	situacional	88	3,7188	,29181	,03111
	Total	349	3,7968	,34044	,01822
Innovación 3	vocacional	261	3,4914	,48483	,03001
	situacional	88	3,3648	,53188	,05670
	Total	349	3,4595	,49937	,02673
Proactivo2	vocacional	261	3,4330	,38765	,02399
	situacional	88	3,2136	,36026	,03840
	Total	349	3,3776	,39220	,02099
Const. trabajo3	vocacional	261	3,5671	,44554	,02758
	situacional	88	3,3426	,38841	,04140
	Total	349	3,5105	,44221	,02367
Sop. riesgo	vocacional	261	3,0969	,47093	,02915
	situacional	88	3,0124	,47426	,05056
	Total	349	3,0756	,47252	,02529
Asu. riesgo	vocacional	261	3,5954	,43533	,02695
	situacional	88	3,4553	,42365	,04516
	Total	349	3,5601	,43609	,02334
CE93	vocacional	261	3,6233	,32236	,01995
	situacional	88	3,4581	,30943	,03299
	Total	349	3,5816	,32670	,01749
CE432	vocacional	261	3,7477	,37018	,02291
	situacional	88	3,6347	,34795	,03709
	Total	349	3,7192	,36751	,01967
CE17 ítems	vocacional	261	3,6465	,40288	,02494
	situacional	88	3,4562	,40622	,04330
	Total	349	3,5985	,41154	,02203
Influencia red social	vocacional	248	3,9859	,63562	,04036
	situacional	85	3,8698	,58874	,06386
	Total	333	3,9563	,62518	,03426
Familiares y amigos	vocacional	252	1,7230	,25069	,01579
	situacional	85	1,6794	,25113	,02724
	Total	337	1,7120	,25115	,01368
Experiencia y adqu. Comp.	vocacional	254	1,5112	,30708	,01927
	situacional	86	1,4419	,29374	,03168
	Total	340	1,4936	,30483	,01653

Fuente: elaboración propia

Tabla 4.5.4 ANOVA, perfil psicosocial de emprendedores vocacionales y situacionales

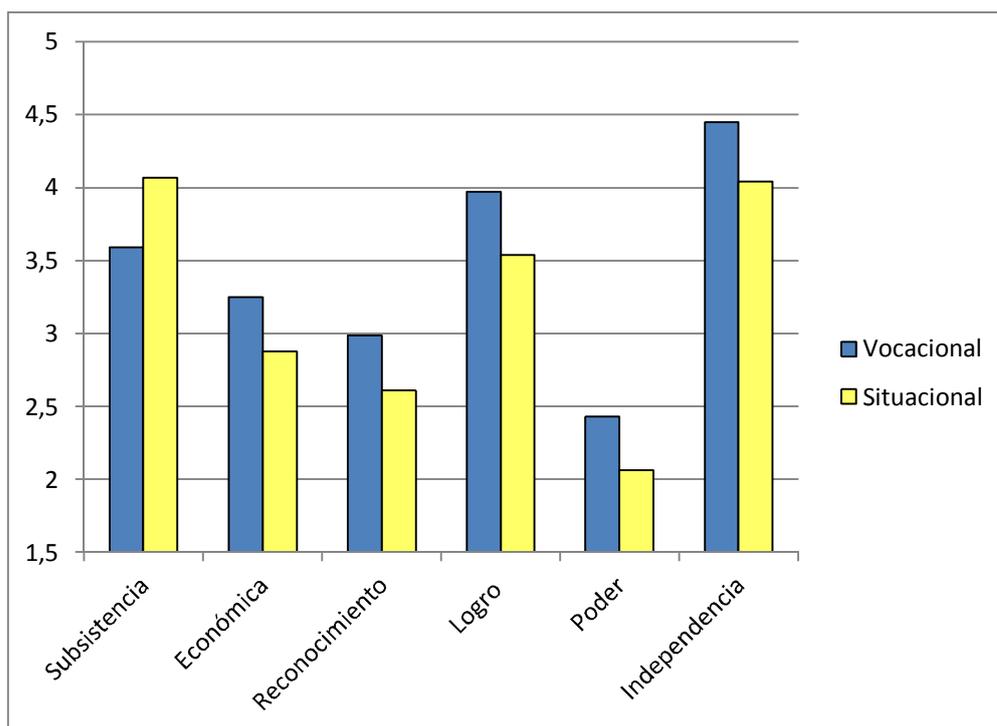
		Suma de cuadrados	Gl.	Media cuadrática	F	Sig.
BFQ dinamismo	Inter-grupos	1,990	1	1,990	9,133	,003
	Intra-grupos	75,596	347	,218		
	Total	77,585	348			
BFQ asertivo	Inter-grupos	2,826	1	2,826	15,489	,000
	Intra-grupos	63,313	347	,182		
	Total	66,139	348			
BFQ empatía	Inter-grupos	,000	1	,000	,001	,974
	Intra-grupos	41,502	347	,120		
	Total	41,502	348			
BFQ cordialidad	Inter-grupos	,078	1	,078	,525	,469
	Intra-grupos	51,754	347	,149		
	Total	51,833	348			
BFQ escrupulosidad	Inter-grupos	1,086	1	1,086	5,431	,020
	Intra-grupos	69,396	347	,200		
	Total	70,483	348			
BFQ perseverancia	Inter-grupos	1,304	1	1,304	7,700	,006
	Intra-grupos	58,769	347	,169		
	Total	60,073	348			
BFQ control emociones	Inter-grupos	,402	1	,402	1,668	,197
	Intra-grupos	83,573	347	,241		
	Total	83,974	348			
BFQ control impulsos	Inter-grupos	,236	1	,236	,874	,351
	Intra-grupos	93,727	347	,270		
	Total	93,963	348			
BFQ apert. Cultura	Inter-grupos	,375	1	,375	1,754	,186
	Intra-grupos	74,111	347	,214		
	Total	74,486	348			
BFQ apert. Experiencia	Inter-grupos	,716	1	,716	4,633	,032
	Intra-grupos	53,589	347	,154		
	Total	54,305	348			
Motivaciones	Inter-grupos	3,779	1	3,779	9,717	,002
	Intra-grupos	130,283	335	,389		
	Total	134,062	336			
Motivación emprendedora	Inter-grupos	5,435	1	5,435	15,289	,000
	Intra-grupos	119,081	335	,355		
	Total	124,516	336			
Motv. Logro 2	Inter-grupos	3,682	1	3,682	14,330	,000
	Intra-grupos	89,161	347	,257		
	Total	92,843	348			
L.C.I.	Inter-grupos	,450	1	,450	10,230	,002
	Intra-grupos	15,142	344	,044		
	Total	15,593	345			
ST16	Inter-grupos	,916	1	,916	5,166	,024
	Intra-grupos	61,326	346	,177		
	Total	62,242	347			
ST emprendedor	Inter-grupos	1,551	1	1,551	7,771	,006
	Intra-grupos	69,035	346	,200		
	Total	70,586	347			

Autoeficacia G.	Inter-grupos	,246	1	,246	,987	,321
	Intra-grupos	86,443	347	,249		
	Total	86,689	348			
Adaptación 3	Inter-grupos	,716	1	,716	6,268	,013
	Intra-grupos	39,617	347	,114		
	Total	40,333	348			
Innovación 3	Inter-grupos	1,055	1	1,055	4,270	,040
	Intra-grupos	85,727	347	,247		
	Total	86,782	348			
Proactivo2	Inter-grupos	3,167	1	3,167	21,822	,000
	Intra-grupos	50,361	347	,145		
	Total	53,529	348			
Const. trabajo3	Inter-grupos	3,316	1	3,316	17,772	,000
	Intra-grupos	64,737	347	,187		
	Total	68,053	348			
Sop. riesgo	Inter-grupos	,470	1	,470	2,111	,147
	Intra-grupos	77,230	347	,223		
	Total	77,700	348			
Asu. riesgo	Inter-grupos	1,292	1	1,292	6,910	,009
	Intra-grupos	64,888	347	,187		
	Total	66,180	348			
Ce93	Inter-grupos	1,796	1	1,796	17,631	,000
	Intra-grupos	35,347	347	,102		
	Total	37,143	348			
Ce432	Inter-grupos	,840	1	,840	6,318	,012
	Intra-grupos	46,162	347	,133		
	Total	47,003	348			
Ce17itens	Inter-grupos	2,383	1	2,383	14,623	,000
	Intra-grupos	56,557	347	,163		
	Total	58,940	348			
Influencia red social	Inter-grupos	,854	1	,854	2,192	,140
	Intra-grupos	128,907	331	,389		
	Total	129,761	332			
Familiares y amigos	Inter-grupos	,121	1	,121	1,922	,167
	Intra-grupos	21,072	335	,063		
	Total	21,193	336			
Experiencia y adqui Comp.	Inter-grupos	,308	1	,308	3,343	,068
	Intra-grupos	31,192	338	,092		
	Total	31,500	339			

Fuente: elaboración propia

Los emprendedores vocacionales están más motivados que los situacionales en seguridad, económica, reconocimiento, logro, poder, independencia, y afiliación, y los situacionales en subsistencia (tabla 4.5.5.). Estas diferencias son significativas en subsistencia ($p = ,001$), económica ($p = ,018$), reconocimiento ($p = ,012$), logro ($p = ,001$), poder ($p = ,009$), e independencia ($p = ,000$) (tabla 4.5.6).

Figura 4.5.3 Motivaciones significativamente diferentes entre emprendedores vocacional y situacionales



Fuente: elaboración propia

Tabla 4.5.5 Descriptivo motivaciones de emprendedores vocacionales y situacionales

		N	Media	Desviación típica	Error típico
Motiv. seguridad	vocacional	249	3,32	1,286	,081
	situacional	84	3,15	1,401	,153
	Total	333	3,28	1,316	,072
Motiv. subsistencia	vocacional	252	3,59	1,179	,074
	situacional	85	4,07	,870	,094
	Total	337	3,71	1,127	,061
Motiv. económica	vocacional	251	3,25	1,198	,076
	situacional	85	2,88	1,295	,140
	Total	336	3,15	1,231	,067
Motiv. reconocimiento	vocacional	251	2,99	1,197	,076
	situacional	85	2,61	1,196	,130
	Total	336	2,90	1,206	,066
Motiv. logro	vocacional	250	3,97	,952	,060
	situacional	85	3,54	1,075	,117
	Total	335	3,86	1,001	,055
Motiv. poder	vocacional	249	2,43	1,159	,073
	situacional	85	2,06	,980	,106
	Total	334	2,33	1,126	,062
Motiv. Independencia	vocacional	251	4,45	,795	,050
	situacional	85	4,04	1,029	,112
	Total	336	4,34	,877	,048
Motiv. afiliación	vocacional	247	3,15	1,187	,076
	situacional	84	2,87	1,159	,126
	Total	331	3,08	1,185	,065

Fuente: elaboración propia

Tabla 4.5.6 ANOVA, motivaciones de emprendedores vocacionales y situacionales

		Suma de cuadrados	Gl.	Media cuadrática	F	Sig.
Motiv. seguridad	Inter-grupos	1,659	1	1,659	,958	,328
	Intra-grupos	572,924	331	1,731		
	Total	574,583	332			
Motiv. subsistencia	Inter-grupos	14,603	1	14,603	11,860	,001
	Intra-grupos	412,477	335	1,231		
	Total	427,080	336			
Motiv. económica	Inter-grupos	8,444	1	8,444	5,646	,018
	Intra-grupos	499,509	334	1,496		
	Total	507,952	335			
Motiv. reconocimiento	Inter-grupos	9,182	1	9,182	6,413	,012
	Intra-grupos	478,172	334	1,432		
	Total	487,354	335			
Motiv. logro	Inter-grupos	11,556	1	11,556	11,919	,001
	Intra-grupos	322,850	333	,970		
	Total	334,406	334			
Motiv. poder	Inter-grupos	8,529	1	8,529	6,847	,009
	Intra-grupos	413,581	332	1,246		
	Total	422,111	333			
Motiv. independencia	Inter-grupos	10,722	1	10,722	14,503	,000
	Intra-grupos	246,918	334	,739		
	Total	257,640	335			
Motiv. afiliación	Inter-grupos	4,799	1	4,799	3,445	,064
	Intra-grupos	458,313	329	1,393		
	Total	463,112	330			

Fuente: elaboración propia

Los emprendedores vocacionales o *pull* que están creando su empresa muestran mayor energía, dinamismo y asertividad; mayor tesón, perseverancia, proactividad, constancia en el trabajo, capacidad de esfuerzo y escrupulosidad; más apertura mental, creatividad, apertura a la experiencia, capacidad de adaptación e innovación; están más motivados, el perfil motivacional es de carácter emprendedor, muestran mayor motivación de logro, el trabajo es más importante para ellos y tienen un significado del trabajo emprendedor; presentan mayor locus de control interno, capacidad de asumir riesgo; y en general son más emprendedores según nuestras escalas de coeficiente emprendedor de 93, 32 y 17 ítems. Los emprendedores situacionales o *push* están motivados por la subsistencia, ganar lo suficiente para atender sus necesidades mientras que los vocacionales están más motivados por ganar el máximo posible, obtener reconocimiento, conseguir objetivos o logro, el poder, y trabajar de forma independiente o autónoma.

Los datos confirman nuestra hipótesis 4.5.2, y amplían las aportaciones de Vesper (1990) que asevera que el emprendedor vocacional tiene una alta motivación de logro, asume riesgos moderados y presenta un alto locus de control interno. Varios autores⁶⁰, señalan que los emprendedores *pull* están incentivados a promover un negocio por el propio atractivo de crear una empresa, el deseo de ser tu propio jefe, de trabajar con independencia, de desarrollar una idea, de aumentar los ingresos y de demostrarse a sí mismos que son capaces de implantar una empresa o de ganar dinero.

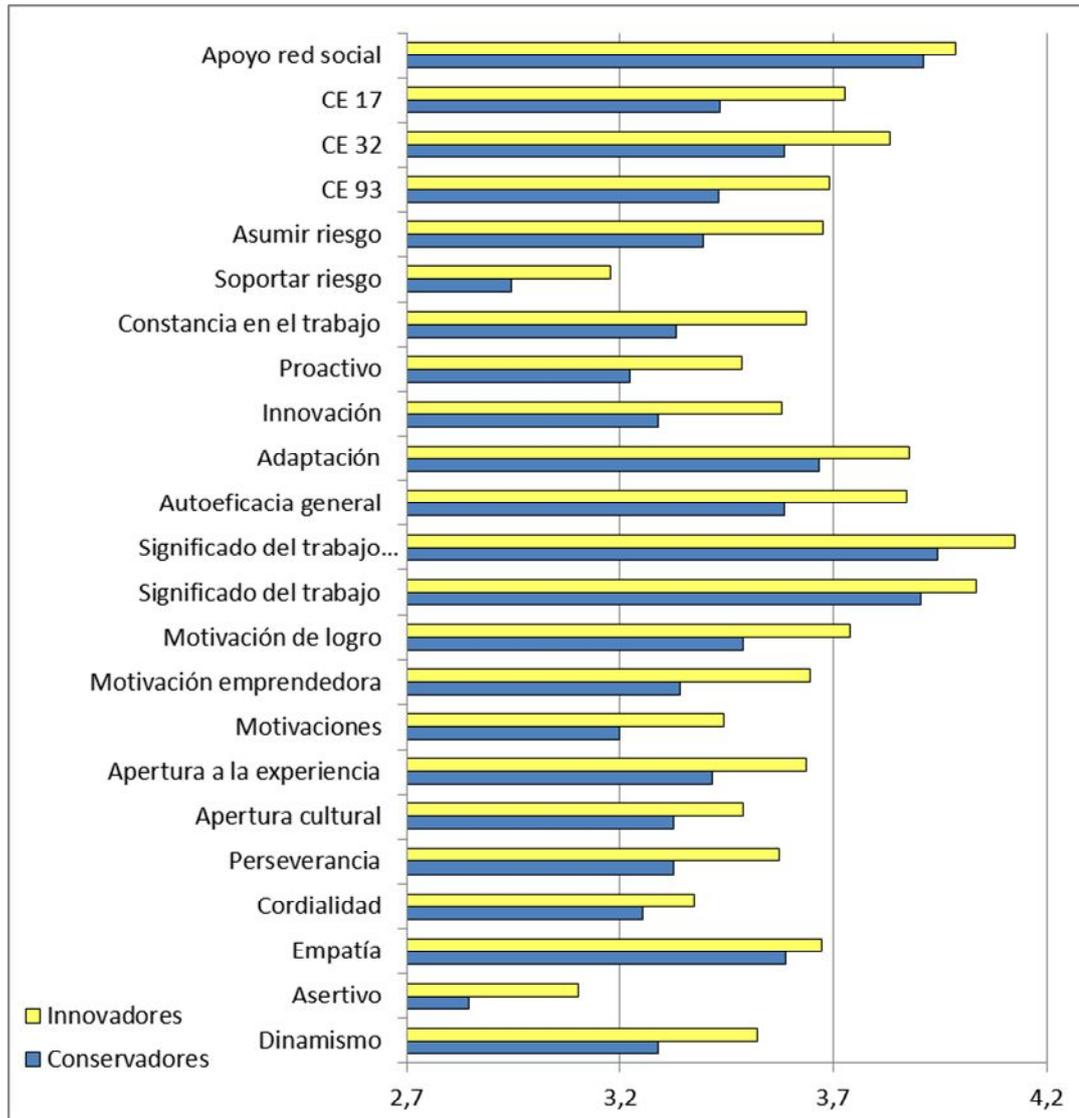
4.5.3. EMPRENDEDORES INNOVADORES

En el cuestionario cuantitativo se pidió a los emprendedores que señalaran en qué grado han aplicado en su empresa o actividad innovaciones en el producto/servicio, en el método o proceso de producción, en la comercialización, y en la forma de tratar a clientes y proveedores. Calculamos la media en estos cuatro ítems y a partir de esta media clasificamos a los emprendedores en innovadores, los que puntúan por encima de 3 en esta media, y no innovadores los que están por debajo de 3.

En la tabla 4.5.7 comprobamos que los innovadores puntúan por encima de los no innovadores en todos los constructos psicosociales del perfil emprendedor. Las diferencias de medias son significativas en BFQ dinamismo ($p = ,000$), FQ asertivo ($p = ,000$), BFQ empatía ($p = ,026$), BFQ cordialidad ($p = ,006$), BFQ perseverancia ($p = ,000$), BFQ apertura cultura ($p = ,000$), BFQ apertura experiencia ($p = ,000$), motivaciones ($p = ,001$), motivación emprendedora ($p = ,000$), motivación logro ($p = ,000$), locus de control interno ($p = ,000$), significado del trabajo ($p = ,006$), significado del trabajo emprendedor ($p = ,000$), autoeficacia general ($p = ,000$), adaptación ($p = ,000$), innovación ($p = ,000$), proactivo ($p = ,000$), constancia en el trabajo ($p = ,000$), soportar riesgo ($p = ,000$), asumir riesgo ($p = ,000$), coeficiente emprendedor 93 ($p = ,000$), coeficiente emprendedor 32 ($p = ,000$), coeficiente emprendedor 17 ($p = ,000$), apoyo red social, experiencia y adquisición activa de las competencias emprendedoras ($p = ,036$), y muy próximo a ser significativo la influencia de familiares y amigos ($p = ,052$).

⁶⁰En el marco teórico se hizo referencia en este sentido al informe GEM (2007); Gilad y Levine (1986); Everett y Watson (1998); Olofsson, Petersson y Wahlbin (1986); y a Dubini (1988).

Figura 4.5.4 Constructos del perfil psicossocial significativos entre emprendedores innovadores y no innovadores.



Fuente: elaboración propia

Tabla 4.5.7 Descriptivo perfil psicossocial de emprendedores innovador y no innovadores

		N	Media	Desviación típica	Error típico
BFQ dinamismo	Conservadores	151	3,2896	,46908	,03817
	Innovadores	177	3,5231	,44173	,03320
	Total	328	3,4156	,46855	,02587
BFQ asertivo	Conservadores	151	2,8451	,38977	,03172
	Innovadores	177	3,1039	,43028	,03234
	Total	328	2,9848	,43132	,02382
BFQ empatía	Conservadores	151	3,5867	,34393	,02799
	Innovadores	177	3,6735	,34907	,02624
	Total	328	3,6335	,34888	,01926
BFQ cordialidad	Conservadores	151	3,2534	,40069	,03261
	Innovadores	177	3,3733	,38020	,02858
	Total	328	3,3181	,39374	,02174
BFQ escrupulosidad	Conservadores	151	3,1673	,41702	,03394
	Innovadores	177	3,2626	,46568	,03500

	Total	328	3,2187	,44582	,02462
BFQ perseverancia	Conservadores	151	3,3253	,35545	,02893
	Innovadores	177	3,5742	,41643	,03130
	Total	328	3,4596	,40832	,02255
BFQ control emociones	Conservadores	151	3,0070	,54079	,04401
	Innovadores	177	3,1114	,44107	,03315
	Total	328	3,0633	,49150	,02714
BFQ control impulsos	Conservadores	151	2,8476	,53041	,04316
	Innovadores	177	2,9413	,50412	,03789
	Total	328	2,8982	,51771	,02859
BFQ apert. cultura	Conservadores	151	3,3256	,45261	,03683
	Innovadores	177	3,4891	,45127	,03392
	Total	328	3,4138	,45852	,02532
BFQ apert. experiencia	Conservadores	151	3,4164	,34360	,02796
	Innovadores	177	3,6368	,40505	,03045
	Total	328	3,5353	,39314	,02171
Motivaciones	Conservadores	150	3,2006	,58821	,04803
	Innovadores	175	3,4430	,64602	,04883
	Total	325	3,3311	,63078	,03499
Motivación emprendedora	Conservadores	150	3,3400	,58868	,04807
	Innovadores	175	3,6443	,59340	,04486
	Total	325	3,5038	,60955	,03381
Motv. Logro 2	Conservadores	151	3,4882	,46754	,03805
	Innovadores	177	3,7382	,51436	,03866
	Total	328	3,6231	,50817	,02806
L.C.I.	Conservadores	150	,5656	,21524	,01757
	Innovadores	175	,6612	,20115	,01521
	Total	325	,6171	,21287	,01181
Total ST16	Conservadores	151	3,90436	,440060	,035812
	Innovadores	177	4,03387	,410509	,030856
	Total	328	3,97425	,428616	,023666
ST emprendedor	Conservadores	151	3,9437	,47731	,03884
	Innovadores	177	4,1251	,41786	,03141
	Total	328	4,0416	,45463	,02510
autoeficacia G.	Conservadores	151	3,5856	,47725	,03884
	Innovadores	177	3,8705	,46177	,03471
	Total	328	3,7393	,48936	,02702
Adaptación 3	Conservadores	151	3,6670	,28997	,02360
	Innovadores	177	3,8781	,33911	,02549
	Total	328	3,7809	,33402	,01844
Innovación 3	Conservadores	151	3,2890	,46828	,03811
	Innovadores	177	3,5795	,48983	,03682
	Total	328	3,4457	,50076	,02765
Proactivo2	Conservadores	151	3,2221	,33386	,02717
	Innovadores	177	3,4866	,38513	,02895
	Total	328	3,3648	,38521	,02127
Const. trabajo3	Conservadores	151	3,3323	,37384	,03042
	Innovadores	177	3,6372	,42943	,03228
	Total	328	3,4968	,43189	,02385
Sop. riesgo	Conservadores	151	2,9461	,44024	,03583

	Innovadores	177	3,1774	,45818	,03444
	Total	328	3,0709	,46392	,02562
Asu. riesgo	Conservadores	151	3,3956	,39257	,03195
	Innovadores	177	3,6757	,40124	,03016
	Total	328	3,5467	,42058	,02322
CE93	Conservadores	151	3,4324	,26721	,02175
	Innovadores	177	3,6897	,30656	,02304
	Total	328	3,5713	,31596	,01745
CE432	Conservadores	151	3,5839	,31486	,02562
	Innovadores	177	3,8314	,36213	,02722
	Total	328	3,7175	,36238	,02001
CE17ITENS	Conservadores	151	3,4337	,36709	,02987
	Innovadores	177	3,7261	,39153	,02943
	Total	328	3,5915	,40697	,02247
Influencia red social	Conservadores	151	3,9096	,62143	,05057
	Innovadores	173	3,9877	,62253	,04733
	Total	324	3,9513	,62227	,03457
Familiares y amigos	Conservadores	151	1,6881	,24881	,02025
	Innovadores	175	1,7409	,23929	,01809
	Total	326	1,7164	,24479	,01356
Experiencia y adqui. comp.	Conservadores	151	1,4514	,28044	,02282
	Innovadores	176	1,5213	,31544	,02378
	Total	327	1,4890	,30136	,01667

Fuente: elaboración propia

Tabla 4.5.8 ANOVA, perfil psicosocial del emprendedor innovador y no innovador

		Suma de cuadrados	Gl.	Media cuadrática	F	Sig.
BFQ dinamismo	Inter-grupos	4,442	1	4,442	21,500	,000
	Intra-grupos	67,347	326	,207		
	Total	71,789	327			
BFQ asertivo	Inter-grupos	5,460	1	5,460	32,142	,000
	Intra-grupos	55,373	326	,170		
	Total	60,833	327			
BFQ empatía	Inter-grupos	,613	1	,613	5,103	,025
	Intra-grupos	39,188	326	,120		
	Total	39,802	327			
BFQ cordialidad	Inter-grupos	1,171	1	1,171	7,709	,006
	Intra-grupos	49,524	326	,152		
	Total	50,696	327			
BFQ escrupulosidad	Inter-grupos	,741	1	,741	3,759	,053
	Intra-grupos	64,252	326	,197		
	Total	64,993	327			
BFQ perseverancia	Inter-grupos	5,047	1	5,047	33,257	,000
	Intra-grupos	49,472	326	,152		
	Total	54,519	327			
BFQ control emociones	Inter-grupos	,888	1	,888	3,708	,055
	Intra-grupos	78,107	326	,240		
	Total	78,996	327			
BFQ control impulsos	Inter-grupos	,717	1	,717	2,687	,102
	Intra-grupos	86,929	326	,267		

	Total	87,645	327			
BFQ apert. cultura	Inter-grupos	2,179	1	2,179	10,669	,001
	Intra-grupos	66,569	326	,204		
	Total	68,747	327			
BFQ apert. experiencia	Inter-grupos	3,956	1	3,956	27,686	,000
	Intra-grupos	46,585	326	,143		
	Total	50,541	327			
Motivaciones	Inter-grupos	4,744	1	4,744	12,342	,001
	Intra-grupos	124,169	323	,384		
	Total	128,913	324			
Motivación emprendedora	Inter-grupos	7,478	1	7,478	21,394	,000
	Intra-grupos	112,904	323	,350		
	Total	120,383	324			
Motv. Logro 2	Inter-grupos	5,091	1	5,091	20,915	,000
	Intra-grupos	79,351	326	,243		
	Total	84,442	327			
L.C.I.	Inter-grupos	,738	1	,738	17,087	,000
	Intra-grupos	13,944	323	,043		
	Total	14,681	324			
total ST16	Inter-grupos	1,367	1	1,367	7,590	,006
	Intra-grupos	58,707	326	,180		
	Total	60,074	327			
ST emprendedor	Inter-grupos	2,683	1	2,683	13,477	,000
	Intra-grupos	64,905	326	,199		
	Total	67,588	327			
Autoeficacia G.	Inter-grupos	6,613	1	6,613	30,072	,000
	Intra-grupos	71,694	326	,220		
	Total	78,307	327			
Adaptación 3	Inter-grupos	3,631	1	3,631	36,030	,000
	Intra-grupos	32,852	326	,101		
	Total	36,483	327			
Innovación 3	Inter-grupos	6,877	1	6,877	29,844	,000
	Intra-grupos	75,121	326	,230		
	Total	81,998	327			
Proactivo2	Inter-grupos	5,698	1	5,698	43,373	,000
	Intra-grupos	42,824	326	,131		
	Total	48,522	327			
Const. trabajo3	Inter-grupos	7,576	1	7,576	46,232	,000
	Intra-grupos	53,420	326	,164		
	Total	60,995	327			
Sop. riesgo	Inter-grupos	4,357	1	4,357	21,514	,000
	Intra-grupos	66,020	326	,203		
	Total	70,376	327			
Asu. riesgo	Inter-grupos	6,390	1	6,390	40,488	,000
	Intra-grupos	51,451	326	,158		
	Total	57,841	327			
CE93	Inter-grupos	5,395	1	5,395	64,537	,000
	Intra-grupos	27,250	326	,084		
	Total	32,645	327			
CE432	Inter-grupos	4,992	1	4,992	42,878	,000

	Intra-grupos	37,951	326	,116		
	Total	42,943	327			
CE17ITENS	Inter-grupos	6,966	1	6,966	48,122	,000
	Intra-grupos	47,194	326	,145		
	Total	54,160	327			
Influencia red social	Inter-grupos	,492	1	,492	1,270	,261
	Intra-grupos	124,582	322	,387		
	Total	125,074	323			
Familiares y amigos	Inter-grupos	,225	1	,225	3,796	,052
	Intra-grupos	19,249	324	,059		
	Total	19,475	325			
Experiencia y adqui comp.	Inter-grupos	,397	1	,397	4,415	,036
	Intra-grupos	29,210	325	,090		
	Total	29,607	326			

Fuente: elaboración propia

Los emprendedores que innovan muestran más energía, dinamismo y asertividad; afabilidad, empatía y cordialidad; perseverancia, proactividad y constancia en el trabajo; son innovadores, abiertos a la cultura y la experiencia; están más motivados por emprender y su perfil motivacional es emprendedor; el trabajo es importante en su vida y valoran en el trabajo aspectos emprendedores; con una alta motivación logro; mayor locus de control interno, autoeficacia general, capacidad de adaptación, innovación; soportar riesgo y asumir riesgos; y en general es más emprendedor según nuestras escalas de coeficiente emprendedor de 93, 32 y 17 ítems; tiene experiencias emprendedoras y a adquirido las competencias emprendedoras de forma activa.

Se confirma nuestra hipótesis 5.3, las personas emprendedoras que introducen innovaciones en sus empresas muestran más apertura mental, capacidad de adaptación e innovación, mayor energía, capacidad de asumir riesgo y coeficiente emprendedoren general. También concuerda con autores como Miner (1996a, 1997) que define a las innovadoras como personas que exhiben un fuerte deseo de innovación, aceptan riesgos moderados para compensar el entusiasmo de sus ideas y son más emprendedoras.

4.5.4. ORIGEN DE LA EMPRESA: NUEVA EMPRESA O ASUMEN UNA EMPRESA YA CREADA

En virtud del origen de la empresa hemos agrupado a los emprendedores en dos grupos: los que crean una nueva empresa y los que asumen una ya creada sea por herencia, porque son franquiciados o filiales de otra empresa.

En la tabla 4.5.9 comprobamos que los emprendedores que asumen una empresa puntúan más en, BFQ escrupulosidad, motivaciones, motivación emprendedora, apoyo red social, influencia de familiares y amigos, experiencia y adquisición activa de las competencias emprendedoras y los emprendedores que crean una nueva empresa en el resto de los constructos.

Tabla 4.5.9 Descriptivos, constructos psicosociales con emprendedores que crean/asumen una empresa

		N	Media	Desviación típica	Error típico
BFQ dinamismo	Nueva creación	253	3,4365	,47516	,02987
	Herencia, franquicia, filial.	92	3,3834	,44145	,04602
	Total	345	3,4224	,46637	,02511
BFQ asertivo	Nueva creación	253	3,0120	,42992	,02703
	Herencia, franquicia, filial.	92	2,9548	,43400	,04525
	Total	345	2,9968	,43112	,02321
BFQ empatía	Nueva creación	253	3,6465	,34245	,02153
	Herencia, franquicia, filial.	92	3,5947	,34526	,03600
	Total	345	3,6327	,34346	,01849
BFQ cordialidad	Nueva creación	253	3,3264	,37045	,02329
	Herencia, franquicia, filial.	92	3,3147	,45229	,04715
	Total	345	3,3233	,39329	,02117
BFQ escrupulosidad	Nueva creación	253	3,2142	,46984	,02954
	Herencia, franquicia, filial.	92	3,2315	,37829	,03944
	Total	345	3,2188	,44679	,02405
BFQ perseverancia	Nueva creación	253	3,4962	,41755	,02625
	Herencia, franquicia, filial.	92	3,3993	,37603	,03920
	Total	345	3,4704	,40862	,02200
BFQ control emociones	Nueva creación	253	3,0783	,49269	,03097
	Herencia, franquicia, filial.	92	3,0285	,47528	,04955
	Total	345	3,0650	,48792	,02627
BFQ control impulsos	Nueva creación	253	2,8963	,51557	,03241
	Herencia, franquicia, filial.	92	2,8864	,52500	,05474
	Total	345	2,8936	,51735	,02785
BFQ apert. Cultura	Nueva creación	253	3,4617	,43942	,02763
	Herencia, franquicia, filial.	92	3,3106	,48097	,05014
	Total	345	3,4214	,45511	,02450
BFQ apert. Experiencia	Nueva creación	253	3,6011	,36538	,02297
	Herencia, franquicia, filial.	92	3,3954	,43010	,04484
	Total	345	3,5462	,39374	,02120

Motivaciones	Nueva creación	249	3,3191	,62638	,03970
	Herencia, franquicia, filial.	88	3,3882	,66445	,07083
	Total	337	3,3371	,63627	,03466
Motivación emprendedora	Nueva creación	249	3,5094	,60906	,03860
	Herencia, franquicia, filial.	88	3,5256	,61762	,06584
	Total	337	3,5136	,61043	,03325
Motv. Logro 2	Nueva creación	253	3,6294	,51828	,03258
	Herencia, franquicia, filial.	92	3,5800	,48785	,05086
	Total	345	3,6162	,51011	,02746
L.C.I.	Nueva creación	251	,6341	,20715	,01308
	Herencia, franquicia, filial.	91	,5858	,22553	,02364
	Total	342	,6212	,21293	,01151
Total ST16	Nueva creación	253	3,98641	,403326	,025357
	Herencia, franquicia, filial.	92	3,96460	,495153	,051623
	Total	345	3,98059	,429089	,023101
ST emprendedor	Nueva creación	253	4,0662	,41242	,02593
	Herencia, franquicia, filial.	92	4,0133	,55289	,05764
	Total	345	4,0521	,45389	,02444
Autoeficacia G.	Nueva creación	253	3,7749	,49814	,03132
	Herencia, franquicia, filial.	92	3,6467	,46717	,04871
	Total	345	3,7407	,49268	,02653
Adaptación 3	Nueva creación	253	3,8270	,31548	,01983
	Herencia, franquicia, filial.	92	3,6985	,37308	,03890
	Total	345	3,7927	,33610	,01810
Innovación 3	Nueva creación	253	3,5069	,47967	,03016
	Herencia, franquicia, filial.	92	3,3348	,52318	,05455
	Total	345	3,4610	,49676	,02674
Proactivo2	Nueva creación	253	3,3951	,38882	,02444
	Herencia, franquicia, filial.	92	3,3082	,37568	,03917
	Total	345	3,3720	,38674	,02082
Const. trabajo3	Nueva creación	253	3,5376	,43913	,02761
	Herencia, franquicia, filial.	92	3,4196	,41880	,04366
	Total	345	3,5061	,43634	,02349
Sop. riesgo	Nueva creación	253	3,0952	,47626	,02994
	Herencia, franquicia, filial.	92	3,0033	,45269	,04720
	Total	345	3,0707	,47120	,02537
Asu. riesgo	Nueva creación	253	3,5931	,43232	,02718
	Herencia, franquicia, filial.	92	3,4627	,40260	,04197
	Total	345	3,5584	,42793	,02304
Ce93	Nueva creación	253	3,5986	,32062	,02016
	Herencia, franquicia, filial.	92	3,5247	,32416	,03380
	Total	345	3,5789	,32276	,01738
Ce432	Nueva creación	253	3,7417	,36289	,02281
	Herencia, franquicia, filial.	92	3,6575	,35513	,03702
	Total	345	3,7192	,36225	,01950
Ce17itens	Nueva creación	253	3,6108	,41128	,02586
	Herencia, franquicia, filial.	92	3,5534	,40022	,04173
	Total	345	3,5955	,40857	,02200
Influencia red social	Nueva creación	246	3,9243	,61569	,03925
	Herencia, franquicia, filial.	87	4,0399	,64960	,06964

Familiares y amigos	Total	333	3,9545	,62580	,03429
	Nueva creación	248	1,6879	,24890	,01581
	Herencia, franquicia, filial.	90	1,7707	,25022	,02638
Experiencia y adqui Comp.	Total	338	1,7100	,25156	,01368
	Nueva creación	252	1,4841	,31843	,02006
	Herencia, franquicia, filial.	92	1,5208	,28565	,02978
	Total	344	1,4939	,31002	,01672

Fuente: elaboración propia

Las diferencias, en las que puntúan más quienes crean una nueva empresa, son significativas en BFQ apertura cultura ($p = ,006$), BFQ apertura experiencia ($p = ,000$), autoeficacia general ($p = ,032$), adaptación ($p = ,003$), innovación ($p = ,004$), constancia en el trabajo ($p = ,026$), y asumir riesgo ($p = ,012$); y los que asumen su empresa en influencia de familiares y amigos ($p = ,007$), sin duda por el peso de quienes han heredado el negocio (tabla 4.5.10).

Tabla 4.5.10 ANOVA, constructos psicosociales con emprendedores que crean/asumen una empresa

		Suma de cuadrados	Gl.	Media cuadrática	F	Sig.
BFQ dinamismo	Inter-grupos	,190	1	,190	,875	,350
	Intra-grupos	74,629	343	,218		
	Total	74,819	344			
BFQ asertivo	Inter-grupos	,221	1	,221	1,189	,276
	Intra-grupos	63,718	343	,186		
	Total	63,939	344			
BFQ empatía	Inter-grupos	,181	1	,181	1,533	,217
	Intra-grupos	40,400	343	,118		
	Total	40,581	344			
BFQ cordialidad	Inter-grupos	,009	1	,009	,059	,807
	Intra-grupos	53,198	343	,155		
	Total	53,208	344			
BFQ escrupulosidad	Inter-grupos	,020	1	,020	,102	,750
	Intra-grupos	68,651	343	,200		
	Total	68,671	344			
BFQ perseverancia	Inter-grupos	,634	1	,634	3,830	,051
	Intra-grupos	56,803	343	,166		
	Total	57,437	344			
BFQ control emociones	Inter-grupos	,167	1	,167	,701	,403
	Intra-grupos	81,726	343	,238		
	Total	81,893	344			
BFQ control impulsos	Inter-grupos	,007	1	,007	,025	,875
	Intra-grupos	92,066	343	,268		
	Total	92,073	344			
BFQ apert. Cultura	Inter-grupos	1,539	1	1,539	7,572	,006
	Intra-grupos	69,711	343	,203		
	Total	71,250	344			
BFQ apert.	Inter-grupos	2,854	1	2,854	19,397	,000

Experiencia	Intra-grupos	50,476	343	,147		
	Total	53,330	344			
Motivaciones	Inter-grupos	,311	1	,311	,767	,382
	Intra-grupos	135,714	335	,405		
	Total	136,025	336			
Motivación emprendedora	Inter-grupos	,017	1	,017	,046	,831
	Intra-grupos	125,184	335	,374		
	Total	125,202	336			
Motv. Logro 2	Inter-grupos	,165	1	,165	,634	,426
	Intra-grupos	89,349	343	,260		
	Total	89,515	344			
L.C.I.	Inter-grupos	,155	1	,155	3,451	,064
	Intra-grupos	15,306	340	,045		
	Total	15,461	341			
ST16	Inter-grupos	,032	1	,032	,174	,677
	Intra-grupos	63,304	343	,185		
	Total	63,336	344			
ST emprendedor	Inter-grupos	,189	1	,189	,916	,339
	Intra-grupos	70,680	343	,206		
	Total	70,869	344			
Autoeficacia G.	Inter-grupos	1,108	1	1,108	4,613	,032
	Intra-grupos	82,393	343	,240		
	Total	83,501	344			
Adaptación 3	Inter-grupos	1,114	1	1,114	10,124	,002
	Intra-grupos	37,746	343	,110		
	Total	38,860	344			
Innovación 3	Inter-grupos	1,999	1	1,999	8,272	,004
	Intra-grupos	82,889	343	,242		
	Total	84,888	344			
Proactivo2	Inter-grupos	,510	1	,510	3,432	,065
	Intra-grupos	50,941	343	,149		
	Total	51,450	344			
Const. trabajo3	Inter-grupos	,940	1	,940	4,993	,026
	Intra-grupos	64,555	343	,188		
	Total	65,495	344			
Sop. riesgo	Inter-grupos	,569	1	,569	2,577	,109
	Intra-grupos	75,809	343	,221		
	Total	76,378	344			
Asu. riesgo	Inter-grupos	1,147	1	1,147	6,364	,012
	Intra-grupos	61,848	343	,180		
	Total	62,996	344			
Ce93	Inter-grupos	,368	1	,368	3,563	,060
	Intra-grupos	35,468	343	,103		
	Total	35,837	344			
Ce432	Inter-grupos	,478	1	,478	3,670	,056
	Intra-grupos	44,663	343	,130		
	Total	45,141	344			
Ce17itens	Inter-grupos	,223	1	,223	1,336	,249
	Intra-grupos	57,202	343	,167		
	Total	57,425	344			

Influencia red social	Inter-grupos	,858	1	,858	2,200	,139
	Intra-grupos	129,163	331	,390		
	Total	130,021	332			
Familiares y amigos	Inter-grupos	,452	1	,452	7,272	,007
	Intra-grupos	20,874	336	,062		
	Total	21,326	337			
Experiencia y aquí comp.	Inter-grupos	,091	1	,091	,945	,332
	Intra-grupos	32,876	342	,096		
	Total	32,967	343			

Fuente: elaboración propia

Por tanto, los emprendedores que crean su propia empresa, muestran mayor capacidad de adaptación, creatividad e innovación y están más abiertos a nuevas ideas a la cultura y a la experiencia, y puntua más en autoeficacia general, constancia en el trabajo y capacidad de asumir riesgo que los emprendedores que asumen o heredan un negocio o asumen una franquicia o filial, que reciben más influencia de familiares y amigos. Se confirma así nuestra hipótesis 5.4, en consonancia con la clasificación de Lambing y Kuehl (1997) que achaca a la tipología de emprendedor que desarrolla una nueva idea y un nuevo negocio la máxima creatividad e innovación, y al franquiciador poca creatividad e innovación. Y completa las conclusiones de Cooper y Dunkelberg que (1986) que sugirieron, que diferentes rutas de acceso a la propiedad de negocios constituyen diferentes grados de la iniciativa empresarial. Poner en marcha un negocio requiere de iniciativa, creatividad, y la toma de riesgo personal, pero los propietarios empresariales que obtengan su posición mediante la compra o la herencia, en general, no están obligados a ser innovadores.

4.6. ESCALAS INTEGRALES DEL COEFICIENTE EMPRENDEDOR

En este apartado presentaremos tres escalas, compuestas por elementos contestados en la batería de cuestionarios cuantitativos (anexo 3), que miden conjuntamente las diferentes dimensiones del coeficiente emprendedor, así como una propuesta de modelo integrando los factores psicosociales, que afectan al proceso de emprendimiento y al éxito emprendedor.

El *cuestionario emprendedor CE43/34*; incluye inicialmente los 43 ítems que miden autoeficacia, motivación de logro, adaptación e innovación, constancia en el

trabajo, asumir y soportar riesgos, incluidos en el apartado 2 de la batería de cuestionarios cuantitativos (ítems de ce1 a ce43 del anexo 3). Tras el análisis de fiabilidad eliminamos los elementos que obtiene una correlación elemento-total corregida inferior a 0,20 (ce43, ce27, ce16, ce42, ce11, ce4, ce33, ce34, ce36) y nos queda una escala con 34 ítems.

El cuestionario CE de 43/34 elementos obtiene un Alpha de Cronbach de ,803, con los datos de la muestra recogida para este estudio, y la escala de 34 elementos un *Alpha de Cronbach* de ,849 y, por tanto, una muy buena fiabilidad.

En el *cuestionario emprendedor CE TOTAL 133/94*: integramos los ítems de las escalas, del cuestionario cuantitativo (anexo 3), de motivación, significado del trabajo, autoeficacia, motivación de logro, adaptación e innovación, proactivo, constancia en el trabajo, asumir y soportar riesgos conformando una escala de 133 ítems. Tras el análisis de fiabilidad (anexo 5.1) eliminamos los elementos que obtiene una correlación elemento-total corregida inferior a 0,20 (st4, st7, ce16, ce27, bfq109, bfq41, bfq36, bfq9, bfq103, seguridad15, Subsistencia, lc1b, lc3b, ce34, ce42, bfq6, bfq107, bfq100, st10, bfq125, ce43, lc10b, bfq5, bfq47, bfq35, bfq86, bfq44, bfq55, bfq120, bfq72, bfq105, st9, lc4b, lc2b, lc13b, lc13b, ce4, ce11, ce33, ce36, bfq42, ce6, económica) y nos queda una escala de 94 ítems.

La escala de 133 elementos con los datos de la muestra recogida para este estudio obtiene un *Alpha de Cronbach* ,898. Y la escala de 94 ítems de 0.925 y por tanto una excelente fiabilidad.

La escala CE17: realizamos un análisis de prueba t para muestras independientes, con la variable de agrupación emprendedor/no emprendedor contrastamos todas las variables incluidas en las escalas de motivaciones, significado del trabajo, CE y BFQ que incluyen las escalas de motivación, significado del trabajo, autoeficacia, motivación de logro, adaptación e innovación, proactivo, constancia en el trabajo, asumir y soportar riesgos (anexo 5.2). Seleccionando las variables con un nivel de significación de ,000 en la prueba t para la igualdad de media obtenemos una escala de 36 ítems (tabla 4.6.1). Tras el análisis de fiabilidad (anexo 5.3) de esta escala eliminamos los ítems negativos, los que obtiene una correlación elemento-total corregida inferior a 0,20 y los reiterativos resultando una escala de 17 ítems que valoran autoeficacia, motivación de logro, adaptación, capacidad de trabajo, perseverancia, asumir y soportar riesgos, proactividad,

asertividad, control de la emociones, motivación de independencia y autonomía, y significado del trabajo innovador (tabla 4.6.2).

Tabla 4.6.1 Elementos de las escalas con los ítems que mejor discriminan.

Escala	N de elementos	Elementos de la escala
Elementos que discriminan p= 000	36	Ce5 Ce8 Ce9 Ce13 Ce15 Ce18 Ce19 Ce20 Ce21 ce23 Ce29 Ce30 Ce32 Ce33 Ce43 st11 st12 st14 bfq19 bfq24 bfq25 bfq30 bfq36 bfq100 bfq102 bfq103 bfq107bfq113 bfq115 bfq119 bfq125 bfq117 segurida15 logro poder independ.
CE17	17	Ce5 Ce9 Ce15 Ce19 Ce21 ce23 Ce30 Ce32 st14 bfq19 bfq24 bfq25 bfq102 bfq119 bfq115 logro independ

Fuente: elaboración propia

Esta escala reducida del coeficiente emprendedor, CE17, obtiene con los datos de la muestra recogida para este estudio un *Alpha de Cronbach* de ,753 y por tanto una buena fiabilidad (tabla 4.6.2 y 4.6.3).

Tabla 4.6.2 Estadísticos de los elementos ce 17.

Mide	Variable	Media	Desviación típica	N
Autoeficacia	Ce21	3,56	,870	671
Autoeficacia	Ce30	3,73	,741	671
Motiv. Logro	Ce15	3,38	,968	671
Motiv. Logro	Ce19	3,91	,856	671
Adaptación	Ce9	4,27	,696	671
Adaptación	Ce5	4,23	,801	671
Cap. trabajo	Ce32	2,82	1,237	671
Cap. trabajo, perseverancia	bfq115	3,55	,885	671
Asu. riesgos	ce23	3,86	,825	671
Sop. riesgos	bfq24	2,54	1,073	671
Proactivo, dinamismo	bfq25	3,00	1,021	671
Proactivo, asertivo	bfq102	2,71	,954	671
Energía, asertivo	bfq19	2,29	1,064	671
Control emociones	bfq119	3,15	,976	671
Motiv. independencia	independencia	3,65	1,270	671
Motiv. logro	logro	3,60	1,116	671
Sig. trabajo innovar	St14	4,00	,864	671

Fuente: elaboración propia

Tabla 4.6.3 Estadísticos de la escala CE17 y fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos	Media	Varianza	Desviación típica	N de elementos
,753	17	58,23	54,605	7,389	17

Fuente: elaboración propia

Tabla 4.6.4 Estadísticos total-elemento ce 17

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
Ce21 Autoeficacia	54,67	48,659	,427	,735
Ce30 Autoeficacia	54,49	49,558	,431	,736
Ce15 Motiv. Logro	54,85	48,745	,364	,739
Ce19 Motiv. Logro	54,32	49,210	,388	,738
Ce9 Adaptación	53,96	51,400	,272	,747
Ce5 Adaptación	54,00	51,339	,229	,750
Ce32 Cap. trabajo	55,40	47,408	,332	,744
bfq115	54,68	50,606	,255	,748
ce23 Asu. riesgos	54,37	50,293	,310	,744
bfq24	55,69	47,801	,381	,738
bfq25	55,23	49,161	,308	,745
bfq102	55,52	48,635	,380	,738
bfq19	55,93	49,421	,271	,748
bfq119	55,08	49,721	,286	,746
Motiv. independencia	54,58	46,310	,386	,738
Motiv. logro	54,62	46,848	,426	,733
Sig. t. Innovar	54,23	49,843	,329	,743

Fuente: elaboración propia

En la tabla 4.6.5 comprobamos como el emprendedor puntúan por encima del no emprendedor en las tres escalas integrales y lo hacen de forma altamente significativa $p = ,000$ (tabla 4.6.5).

Tabla 4.6.5 Descriptivos, persona emprendedor/ no emprendedor con escalas CE17, CE34 Y CE 94

		N	Media	Desviación típica	Error típico
CE17	No emprende	664	3,2448	,37679	,01462
	Emprende	403	3,5769	,41604	,02072
	Total	1067	3,3702	,42371	,01297
CE34	No emprende	664	3,5789	,34014	,01320
	Emprende	404	3,7136	,38151	,01898
	Total	1068	3,6298	,36212	,01108
CE 94	No emprende	664	3,4635	,31316	,01215
	Emprende	404	3,5732	,33873	,01685
	Total	1068	3,5050	,32728	,01001

Fuente: elaboración propia

Tabla 4.6.6 ANOVA, emprendedor no emprendedor con escalas CE17, CE34 Y CE 94

		Suma de cuadrados	Gl.	Media cuadrática	F	Sig.
CE17	Inter-grupos	27,672	1	27,672	180,018	,000
	Intra-grupos	163,708	1065	,154		
	Total	191,380	1066			
CE34	Inter-grupos	4,560	1	4,560	35,908	,000
	Intra-grupos	135,361	1066	,127		
	Total	139,920	1067			
CE 94	Inter-grupos	3,026	1	3,026	28,995	,000
	Intra-grupos	111,259	1066	,104		
	Total	114,285	1067			

Fuente: elaboración propia

En la tabla 4.6.7 comprobamos como los emprendedores que continúan tras la crisis puntúan por encima de los emprendedores que cierran en las tres escalas integrales y lo hacen de forma altamente significativa $p = ,000$ en las escalas CE32 y CE 93 y $p = ,001$ en CE17 (tabla 4.6.8).

Tabla 4.6.7 Descriptivos, emprendedor que continúan y no con escalas CE17, CE34 Y CE 94

		N	Media	Desviación típica	Error típico
CE17	Continúan	140	3,6541	,37925	,03205
	Cierra	54	3,4535	,37488	,05102
	Total	194	3,5983	,38770	,02783
CE32	Continúan	140	3,8027	,34391	,02907
	Cierra	54	3,6130	,26241	,03571
	Total	194	3,7499	,33370	,02396
CE 93	Continúan	140	3,6511	,32102	,02713
	Cierra	54	3,4660	,25654	,03491
	Total	194	3,5996	,31497	,02261

Fuente: elaboración propia

Tabla 4.6.7 ANOVA, emprendedor que continúan y no con escalas CE17, CE34 Y CE 94

		Suma de cuadrados	Gl.	Media cuadrática	F	Sig.
CE17	Inter-grupos	1,568	1	1,568	10,973	,001
	Intra-grupos	27,441	192	,143		
	Total	29,009	193			
CE32	Inter-grupos	1,402	1	1,402	13,397	,000
	Intra-grupos	20,090	192	,105		
	Total	21,491	193			
CE 93	Inter-grupos	1,335	1	1,335	14,385	,000
	Intra-grupos	17,812	192	,093		
	Total	19,147	193			

Fuente: elaboración propia

En la tabla 4.6.9 comprobamos como los emprendedores que han introducido innovaciones en sus negocios puntúan por encima de los emprendedores más conservadores en las tres escalas integrales y lo hacen de forma altamente significativa $p = ,000$ (tabla 4.6.10).

Tabla 4.6.9 Descriptivos, emprendedor innovador / conservador con escalas CE17, CE34 Y CE 94

		N	Media	Desviación típica	Error típico
CE17	Conservadores	151	3,4337	,36709	,02987
	Innovadores	177	3,7261	,39153	,02943
	Total	328	3,5915	,40697	,02247
CE432	Conservadores	151	3,5839	,31486	,02562
	Innovadores	177	3,8314	,36213	,02722
	Total	328	3,7175	,36238	,02001

CE93	Conservadores	151	3,4324	,26721	,02175
	Innovadores	177	3,6897	,30656	,02304
	Total	328	3,5713	,31596	,01745

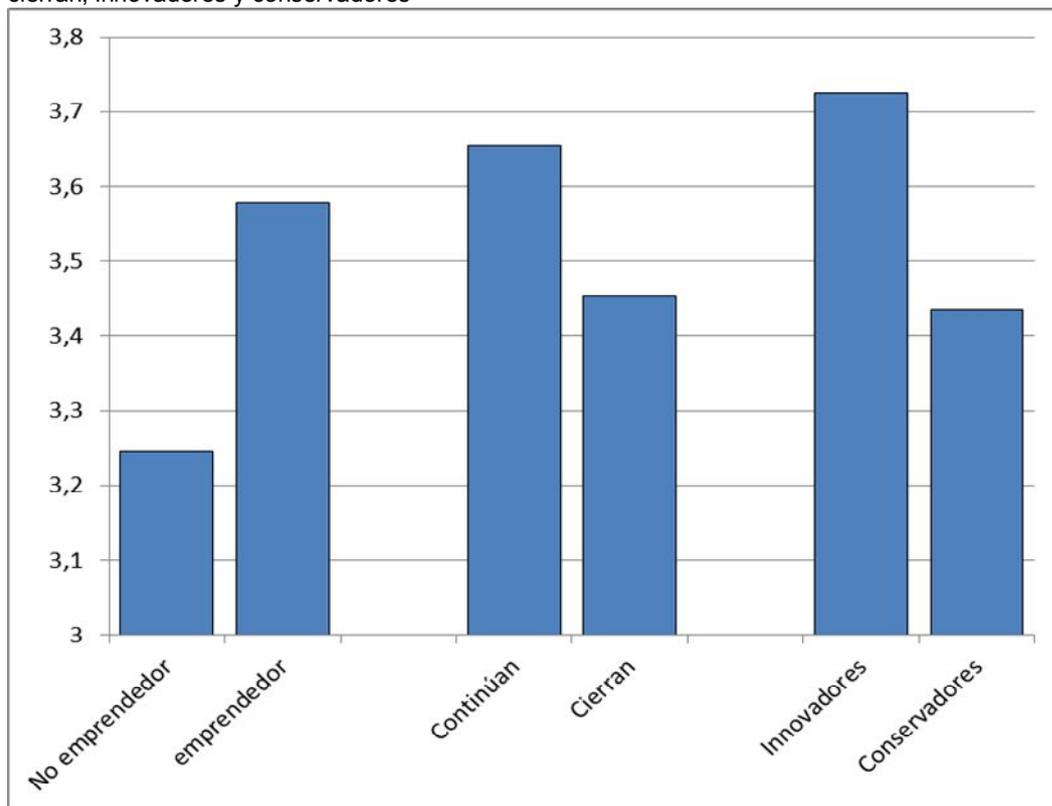
Fuente: elaboración propia

Tabla 4.6.10 Descriptivos, emprendedor innovador / conservador con escalas CE17, CE34 Y CE 94

		Suma de cuadrados	Gl.	Media cuadrática	F	Sig.
CE17ITENS	Inter-grupos	6,966	1	6,966	48,122	,000
	Intra-grupos	47,194	326	,145		
	Total	54,160	327			
CE432	Inter-grupos	4,992	1	4,992	42,878	,000
	Intra-grupos	37,951	326	,116		
	Total	42,943	327			
CE93	Inter-grupos	5,395	1	5,395	64,537	,000
	Intra-grupos	27,250	326	,084		
	Total	32,645	327			

Fuente: elaboración propia

Figura 4.6.1 Puntuaciones en la escala CE17 de no emprendedores, emprendedores, que continúan, cierran, innovadores y conservadores



Fuente: elaboración propia

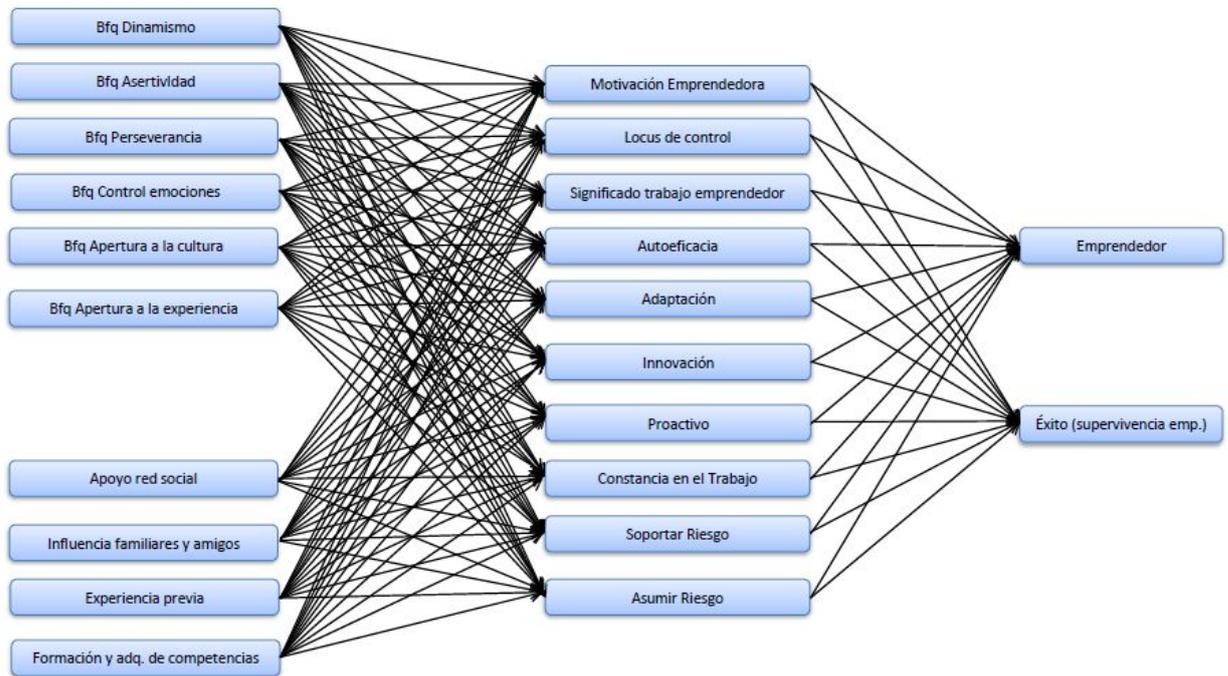
En la figura 4.6.1 podemos observar, además de las diferencias de puntuación entre los grupos comentados anteriormente en la escala CE17, que se puede establecer una escala de mayor a menor puntuación con empresarios innovadores, los que continúan, todos los emprendedores, los que cierran, seguidos de los emprendedores

conservadores y por último los no emprendedores. La escala parece valorar el grado de emprendimiento y, en este sentido, considera que los emprendedores que innovan tiene el mayor grado de emprendimiento, seguidos de los que continúan con la empresa a pesar de las adversidades, los no innovadores y los que abandonaron el negocio obtiene un nivel de emprendimiento similar. En todo caso todos los grupos de emprendedores muestran un mayor grado de emprendimiento, según esta escala, que los no emprendedores.

Por tanto, confirmando la hipótesis 3.9, podemos diseñar escalas que discriminan de forma significativa a personas emprendedoras, que sobreviven a la crisis y que son innovadoras. Esta escala podría ser relativamente breve, en nuestro caso de 17 ítems, a pesar de su brevedad nos ofrece información sobre las características claves de la persona emprendedora autoeficacia, motivación de logro, adaptación, capacidad de trabajo, perseverancia, asumir y soportar riesgos, proactividad, asertividad, control de las emociones, motivación de independencia y autonomía, y significado del trabajo innovador. Habría que añadir preguntas referidas a si cuenta con apoyo de su red social y si tiene formación y experiencia laboral.

Otra línea de investigación futura es la de determinar la relación e influencia entre las variables psicosociales que, según hemos constatado en este estudio, caracterizan a la persona emprendedora y a la emprendedora de éxito, que continua a pesar de las circunstancias adversas. De esta forma proponemos un modelo (figura 4.6.2) en el que las características personales que definen a la persona emprendedora (dinamismo, asertivo, perseverancia, control de las emociones, apertura a la cultura, apertura a la experiencia) junto a los factores microsociales (apoyo de la red social, influencia de familiares y amigos, experiencias previas y formación) explican la puntuación significativamente diferente en los constructos psicosociales (motivación emprendedora, locus de control, significado del trabajo emprendedor, autoeficacia, adaptación, innovación, proactividad, constancia en el trabajo, soportar y asumir riesgos) y éstos en el emprendimiento y en el éxito entendido como supervivencia de la iniciativa.

Figura 4.6.2 Modelo integrado, personalidad, factores sociales, constructos psicossociales, emprendimiento y éxito



Fuente: elaboración propia

5. SUPERVIVENCIA DE LAS INICIATIVAS EMPRENDEDORAS ANTE LA CRISIS

5.11. Personas emprendedoras que continúan y sexo	428
5.12. Razones por las que la empresa continúa a pesar de la crisis	428
5.13. Estrategias para mantener la empresa	431
5.14. Supervivencia emprendedora, experiencia y formación	431
5.15. Influencia de familiares y amistades emprendedoras	436
5.16. Apoyo de la red social a personas emprendedoras que continúan	437
5.17. Nivel de estudios académicos	440
5.18. Supervivencia emprendedora y constructos personales	441
5.19. Motivaciones de las personas emprendedoras que continúan tras la crisis	447
5.20. Significado del trabajo y supervivencia empresarial	448

5. SUPERVIVENCIA DE LAS INICIATIVAS EMPRENDEDORAS ANTE LA CRISIS

Transcurridos al menos diez años, desde la realización de la batería de cuestionarios, aplicamos una encuesta estructurada (anexo 4) a quienes emprendieron; esta encuesta la llevamos a cabo de forma telefónica a 194 sujetos. Las cuestiones que les planteamos se refieren a cuál es la situación actual de la empresa y a las razones por las que el propio sujeto cree que ha conseguido mantener el negocio a pesar de la crisis. En concreto se preguntamos por la situación actual de la empresa y les ofrecemos cuatro opciones.

- Ha cerrado
- Continúa con la misma línea de negocio
- Ha transformado o adaptado la empresa.
- Ha creado otra empresa.

Nos interesa constatar, por una parte, el grado en que han variado los siguientes aspectos de su empresa o actividad en el último año: número de clientes, facturación, empleados, alcance geográfico del negocio y número de servicios o productos. Por otra en qué medida se han aplicado en su empresa acciones innovadoras como: introducción de un nuevo producto, una nueva característica de un producto existente, un nuevo método, un nuevo mercado o estrategia de marketing o nuevas formas de tratar con clientes y/o proveedores.

Además nos resulta interesante conocer por qué razón ha creado su propia empresa: vocación, o precariedad laboral. Si dejaría la empresa por un trabajo estable en una empresa privada donde ganara lo mismo. Cuál ha sido la clave para mantenerse a pesar de las circunstancias económicas. Ante el desencadenamiento de la crisis cuál ha sido su respuesta: mantener, reducir la empresa o ampliar el negocio.

Por último le pedimos que puntúe de 1 (poco importante) a 10 (muy importante) en qué medida 12 posibles razones han influido para que mantenga su negocio a pesar de la crisis.

En este capítulo analizaremos las respuestas y contrastaremos el perfil del emprendedor que continúa tras la crisis con las variables psicosociales recogidas en el cuestionario cualitativo (anexo 4).

5.1. PERSONAS EMPRENDEDORAS QUE CONTINÚAN Y SEXO

De los 194 emprendedores que responden a esta encuesta 105 continúan con su negocio, 54 cierran, 17 transforman la empresa y 18 crean otra empresa (tabla 2.2.7 y figura 2.2.4). Agrupando estas categorías obtenemos que 140 (87 hombres y 53 mujeres) continúan como emprendedores, continúan con su negocio, transforman la empresa y crean otra empresa, y 54 cierran ,29 hombres y 25 mujeres, (tabla 5.1).

Y aunque se mantiene un porcentaje mayor de hombres 74,6% que de mujeres 67,9% la diferencia no es estadísticamente significativa ($p=,201$).

Tabla 5.1 De contingencia sexo / emprendedor continúan o cierran

		Empred. Continúan / cierran		Total	
		Continúan	Cierra	Continúan	
Sexo	Hombre	Recuento	85	29	114
		% de Sexo	74,6%	25,4%	100,0%
	Mujer	Recuento	53	25	78
		% de Sexo	67,9%	32,1%	100,0%
Total		Recuento	138	54	192
		% de Sexo	71,9%	28,1%	100,0%

Fuente: elaboración propia

Tabla 5.2 Pruebas de chi-cuadrado sexo / emprendedores continúan o cierran

	Valor	Gl.	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	1,002(b)	1	,317		
Corrección por continuidad(a)	,701	1	,402		
Razón de verosimilitudes	,995	1	,319		
Estadístico exacto de Fisher				,331	,201
Asociación lineal por lineal	,997	1	,318		
N de casos válidos	192				

a Calculado sólo para una tabla de 2x2.

b 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 21,94.

Fuente: elaboración propia

5.2. RAZONES POR LAS QUE LA EMPRESA CONTINUA A PESAR DE LA CRISIS

Pedimos a los emprendedores que continúan tras la crisis, que puntúen de 1 a 10 en virtud de su importancia, las razones que han influido para que mantengan su negocio a

pesar de la crisis. La mayor puntuación la obtiene “más trabajo, constancia y sacrificio”, seguida de “me he adaptado a las nuevas circunstancias” y de “mantener la esencia del negocio”.

Comprobamos que los emprendedores achacan su éxito a razones relacionadas con su personalidad; *constancia en el trabajo y capacidad de adaptación*, son las dos primeras causas que apuntan para que su empresas subsistiera; hasta la cuarta posición no encontramos una razón que tenga que ver con aspectos económicos: *no haber crecido-endeudado por encima de mis posibilidades cuando las cosas iban bien*; y con la puntuación más baja aparece la causa más relacionada con la propia crisis: *la crisis no ha afectado a mi sector* (tabla 5.3).

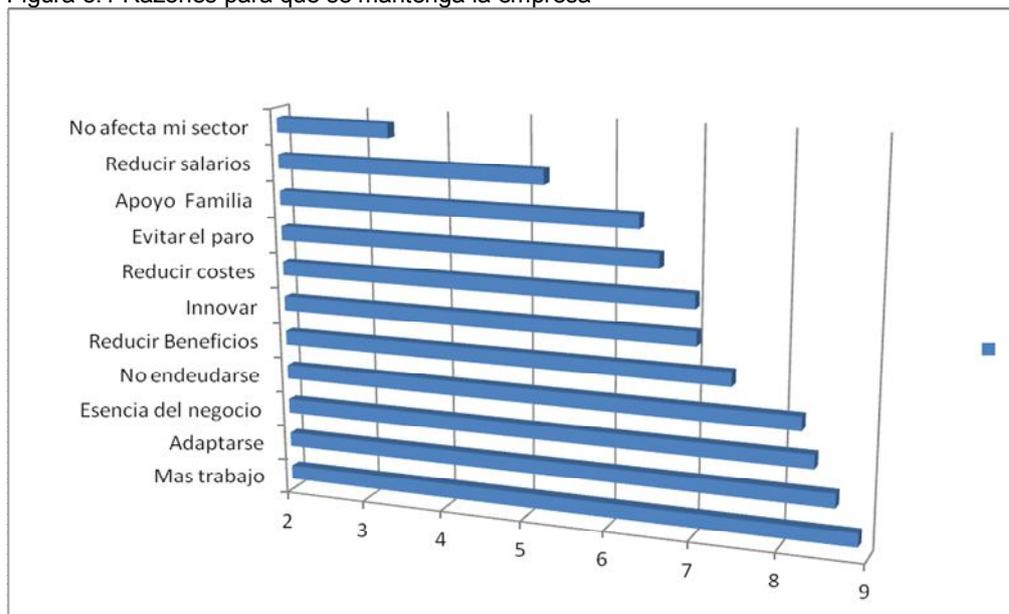
Destacamos que adaptarse ocupa la segunda posición con 8,6279 puntos de media por encima de innovar, que está en sexta posición con 7,0310 puntos. Por tanto los emprendedores consideran que les ayudó a superar la crisis la capacidad de adaptarse y de cambiar en virtud de las circunstancias, más que la creatividad o la innovación en sí misma.

Tabla 5.3 Razones para que se mantenga la empresa

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. Típ.
Más trabajo	129	1,00	10,00	8,8915	1,44828
Adaptarse	129	3,00	10,00	8,6279	1,47939
Esencia del negocio	129	1,00	10,00	8,3798	1,82086
No endeudarse	128	1,00	10,00	8,2266	1,88744
Reducir Beneficios	129	1,00	10,00	7,4341	2,42978
Innovar	129	1,00	10,00	7,0310	2,19352
Reducir costes	129	1,00	10,00	7,0078	2,14875
Evitar el paro	129	1,00	10,00	6,5969	2,74009
Apoyo Familia	129	1,00	10,00	6,3643	2,63966
Reducir salarios	129	1,00	10,00	5,2636	2,79933
No afecta mi sector	129	1,00	10,00	3,3953	2,34327

Fuente: elaboración propia

Figura 5.1 Razones para que se mantenga la empresa



Fuente: elaboración propia

Un 74% de los emprendedores que continúan con la empresa tras la crisis consideran que sus competencias personales (habilidades, conocimientos y actitudes) son más importantes para que su empresa logre éxito que el entorno socioeconómico (oportunidades del mercado, situación económica...), y es mayor el porcentaje de los emprendedores que piensan que, las competencias personales, son más importantes para mantener su trabajo que el resto de la población, de forma significativa ($p=,002$) (tabla 5.4).

Tabla 5.4 Contingencia competencias personales /entorno, emprendedor que continúan / resto

			Continúan	Resto de muestra	Total
Competencias personales /entorno	Competencias personales	Recuento	86	125	211
		% de Empred. continúan / resto	74,1%	62,2%	66,6%
	El entorno	Recuento	30	76	106
		% de Empred. continúan / resto	25,9%	37,8%	33,4%
Total		Recuento	116	201	317
		% de Empred. continúan / resto	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: elaboración propia

Tabla 5.5 Tabla Pruebas de chi-cuadrado competencias personales /entorno, emprendedor que continúan / resto

	Valor	Gl.	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	4,718(b)	1	,030		
Corrección por continuidad(a)	4,197	1	,041		
Razón de verosimilitudes	4,818	1	,028		
Estadístico exacto de Fisher				,036	,020
Asociación lineal por lineal	4,703	1	,030		
N de casos válidos	317				

a Calculado sólo para una tabla de 2x2.

b 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 38,79.

Fuente: elaboración propia

En consonancia con nuestra hipótesis 6.3, los emprendedores que continúan con la empresa tras la crisis consideran que sus competencias personales (habilidades, conocimientos y actitudes) han sido más determinantes para que su empresa logre éxito que el entorno socioeconómico (oportunidades del mercado, situación económica...).

Se confirma nuestra hipótesis 6.1, en la medida en que las personas emprendedoras consideran que su empresa se ha mantenido gracias al esfuerzo, las ganas de mantener su negocio, la capacidad de adaptación e innovación, a reducir beneficios, costes y salarios, a no endeudarse, a que les apoyó su red social y mantuvieron la esencia de su negocio. Sin embargo los emprendedores no consideran que haya sido determinante que la crisis no afectara a su sector, que lo puntúan con un 3,39 de media. Reducir los salarios ha obtenido la penúltima puntuación con 5,26. El apoyo de la familia obtiene un 6,39 de media, lo que la relega a la novena posición dentro del listado de razones que los emprendedores han valorado, y lejos del 8,89 que obtiene trabajar más; por tanto y si bien los emprendedores valoran positivamente el apoyo de la familia no lo hacen en el grado esperado ni la dan la importancia que se la achaca desde distintos estudios.

5.3 ESTRATEGIAS PARA MANTENER LA EMPRESA

Las respuestas a la pregunta ¿Cuál ha sido la clave para mantenerse a pesar de las circunstancias económicas? las hemos agrupado en cinco opciones:

- a) Trabajar más: hacer más horas, implicarse más en el trabajo, constancia, mayor esfuerzo ...
- b) Búsqueda de opciones, cambiar o añadir productos o servicios, adaptarse a la demanda, innovar, creatividad, flexibilidad, búsqueda de nuevos mercados o reinventarse.
- c) Ajustarse a la situación económica, revisión de gastos e ingresos, conformarse con menos beneficios, reducir el gasto, evitar un alto crédito, ahorrar, reinvertir....
- d) Calidad del producto, ofrecer un buen servicio.
- e) Atención y trato al cliente, mantener y cuidar la clientela, tener clientes leales.

Comprobamos que, en esta formulación, la respuesta más frecuente de los emprendedores es la constancia y el trabajo, seguido de la adaptación e innovación y,

en tercer lugar, ajustarse a las circunstancias económicas. En el porcentaje acumulado podemos ver como el 60% de las claves para mantener la empresa según los propios emprendedores están relacionados con los atributos personales de constancia en el trabajo y capacidad de adaptación o innovación.

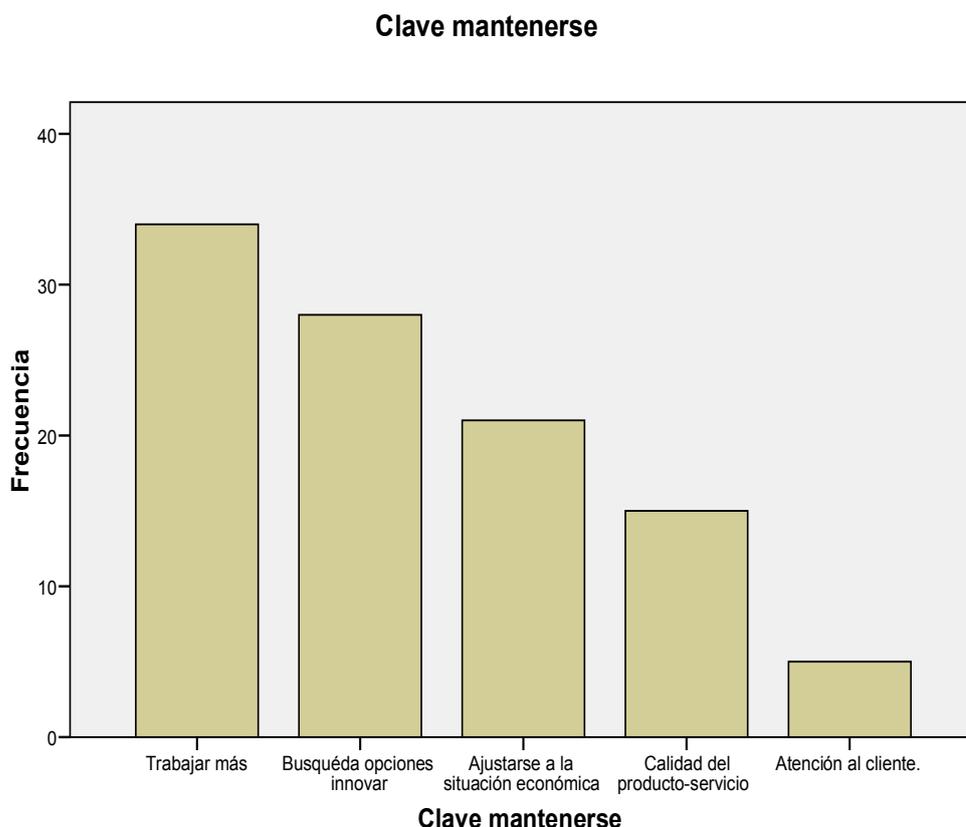
Los datos, confirmando nuestra hipótesis 6.2, vuelven a situar en las primeras posiciones el trabajo duro y la capacidad de adaptarse como la explicación que los emprendedores dan a que su empresa se mantenga. Un segundo grupo de razones giran en torno al ajuste a la situación económica y por último podemos citar las razones relacionadas con una buena gestión como la calidad del producto, un buen servicio, la atención y fidelización del cliente.

Tabla 5.6. Claves para mantener la empresa

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Trabajar más	34	3,1	33,0	33,0
Búsqueda de opciones innovar	28	2,6	27,2	60,2
Ajustarse a la situación económica	21	1,9	20,4	80,6
Calidad del producto-servicio	15	1,4	14,6	95,1
Atención al cliente.	5	,5	4,9	100,0
Total	103			

Fuente: elaboración propia

Figura 5.2. Claves para mantener la empresa



Fuente: elaboración propia

También se les pregunta cuál ha sido su respuesta ante el desencadenamiento de la crisis y se les ofrece tres opciones: mantener, reducir la empresa o ampliar el negocio. El 46,7 de los emprendedores que continúan decidieron mantener su empresa como estaba, el 25,4% buscaron nuevas opciones o ampliaron el negocio y sólo el 16,4% redujeron el negocio (tabla 5.6 y figura 5.3).

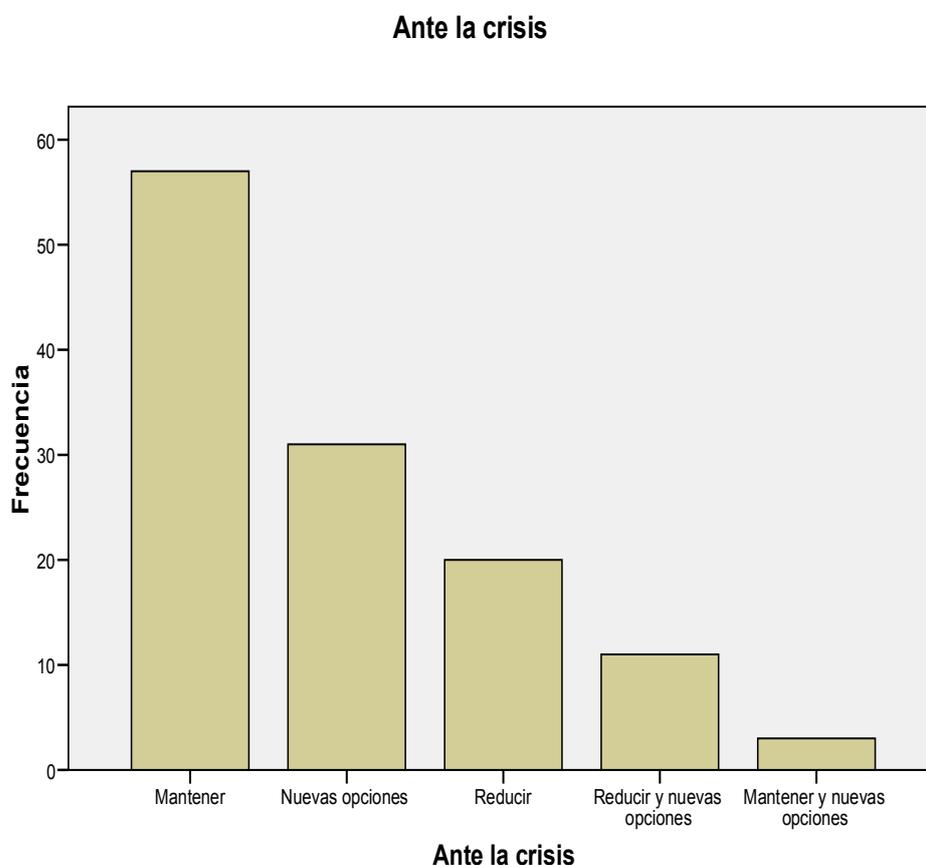
Por tanto la estrategia más utilizada por los emprendedores para proteger su empresa de la crisis ha sido mantener la calidad, los clientes y la esencia de su negocio, seguida de buscar nuevas opciones y ampliar el negocio.

Tabla 5.7. Estrategia de los emprendedores ante la crisis ante la crisis

	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Mantener	57	46,7	46,7
Nuevas opciones	31	25,4	72,1
Reducir	20	16,4	88,5
Reducir y nuevas opciones	11	9,0	97,5
Mantener y nuevas opciones	3	2,5	100,0
Total	122		

Fuente: elaboración propia

Figura 5.3. Estrategia de los emprendedores ante la crisis ante la crisis



Fuente: elaboración propia

En cuanto a las novedades introducidas, los emprendedores que continúan puntúan por encima de los que cierran en los cuatro tipos de novedades que tenían que valorar: introducir nuevos productos, nuevos métodos de producción, nuevos mercados o marketing, o nuevas formas de tratar con clientes y proveedores, y lo hacen de forma significativa en abrir nuevos mercados o emplear una nueva estrategia de marketing.

Tabla 5.8. Descriptivo, grado en que el emprendedor que continua o no ha aplicado novedades

		N	Media	Desviación típica	Error típico
Nuevo producto	Continúan	123	3,42	1,274	,115
	Cierra	42	3,17	1,360	,210
	Total	165	3,36	1,297	,101
Nuevo método	Continúan	121	3,03	1,197	,109
	Cierra	41	2,63	1,090	,170
	Total	162	2,93	1,180	,093
Nuevo mercado	Continúan	121	3,15	1,263	,115
	Cierra	42	2,57	1,252	,193
	Total	163	3,00	1,281	,100
Nuevos Clientes o.	Continúan	121	3,36	1,110	,101

proveedores	Cierra	42	3,21	1,260	,194
	Total	163	3,32	1,148	,090

Fuente: elaboración propia

Tabla 5.9 ANOVA, grado en que el emprendedor que continua o no ha aplicado novedades

		Suma de cuadrados	Gl.	Media cuadrática	F	Sig.
Nuevo producto	Inter-grupos	2,053	1	2,053	1,222	,271
	Intra-grupos	273,850	163	1,680		
	Total	275,903	164			
Nuevo método	Inter-grupos	4,873	1	4,873	3,554	,061
	Intra-grupos	219,380	160	1,371		
	Total	224,253	161			
Nuevo mercado	Inter-grupos	10,392	1	10,392	6,546	,011
	Intra-grupos	255,608	161	1,588		
	Total	266,000	162			
Nuevos clientes y proveedores.	Inter-grupos	,621	1	,621	,470	,494
	Intra-grupos	212,790	161	1,322		
	Total	213,411	162			

Fuente: elaboración propia

5.4. SUPERVIVENCIA EMPRENDEDORA, EXPERIENCIA Y FORMACIÓN

En la tabla 4.2.2 y la figura 4.2.1 observamos que es significativamente mayor el número de emprendedores que tienen experiencia laboral previa y continúan tras la crisis. También el tener experiencia en el sector se relaciona con continuar con la empresa, pero en este caso no de forma significativa.

La puntuación de los emprendedores que continúan tras la crisis, en la escala que mide experiencia emprendedora y adquisición activa de competencias, es de 1,5245, superior a la que obtienen el resto de la muestra con una media de 1,4437 (tabla 4.2.11).

Estas diferencias muestran un nivel de significación entre grupos de $p = ,040$ (tabla 4.2.12), lo que nos permiten afirmar que existe relación en contar con experiencias previas en liderazgo, en emprendimiento y en el sector laboral, y en la forma en que adquirió las competencias para llevar a cabo su trabajo entre el grupo de emprendedores que continúan a pesar de la crisis y el resto de la muestra.

En este punto se confirma nuestra hipótesis (2.1) y las conclusiones de la mayoría de los estudios previos que afirman que, la experiencia laboral (no necesariamente en el mismo sector), es un aspecto que favorece la supervivencia del negocio; sin embargo no hemos encontrado relaciones significativas entre la experiencia previa en el sector de

actividad con el éxito del emprendedor. Los estudios previos concluían que la experiencia empresarial anterior del emprendedor, influye en el incremento del número de trabajadores de las empresas de reciente creación (Wainer & Rubin, 1969; Smith & Miner, 1985; Johnson, 1990; Davidsson, 1991; o Box et al. 1993). Para Abdesselam, Bomnet y Le Pape (2004). Además la supervivencia de las nuevas empresas se relaciona significativamente con la formación específica y la experiencia. Cooper (1971) concluía que el resultado empresarial, está determinado por la experiencia empresarial previa del fundador y Pérez y Sánchez (1998), que el éxito se relaciona positivamente con el nivel de formación, la participación en proyectos anteriores y la experiencia comercial.

5.5 INFLUENCIA DE FAMILIARES Y AMISTADES EMPRENDEDORAS

Como hemos visto (tabla 4.2.24) el 63,4% de los emprendedores que continúan con la empresa señalan que tienen un familiar cercano emprendedor, así como el 72,1% de los que cerraron la empresa; resultado inesperado aun cuando las diferencias no sean significativas ($p > ,05$). El 53,4% de los emprendedores que continúan con la empresa y el 62,8% de los que cerraron señalan que tienen una amistad próxima emprendedora (tabla 4.2.26), no obstante las diferencias no son significativas ($p > ,05$), (tabla 4.2.27). En todo caso, de nuestros resultados no se deduce relación entre el éxito empresarial, medido como supervivencia a la crisis, y el tener familiares próximos o amistades emprendedoras.

Estos resultados tampoco confirman significativamente las aportaciones de Crowe (2010) que sostenía que el modelo de rol emprendedor podría ser una de las variables que contribuyen a la supervivencia de la empresa; o Cuadrado y García, (2006) que afirma que la tradición empresarial influye de forma determinante en el éxito del proyecto, y Rosenblat et al, (1985), quien afirma que los empresarios cuyos padres también dirigen una pequeña empresa, tienen más probabilidades de éxito que la población media.

5.6. APOYO DE LA RED SOCIAL A PERSONAS EMPRENDEDORAS QUE CONTINÚAN

En el cuestionario cuantitativo (anexo 3) preguntamos cómo han influido distintas personas (cónyuges, padres, hermanos, amigos, compañeros, profesores y técnicos) a la hora de preparar su acceso al trabajo o a crear la empresa. Podían contestar, en una escala de menor a mayor apoyo, de uno a cinco, cuyas medias de puntuación se muestran en la tabla 5.10. En ella se recogen las puntuaciones de los emprendedores que continúan y del resto de la muestra al apoyo que reciben de su red social.

Quienes continúan valoran especialmente el apoyo recibido por su cónyuge a la hora de poner en marcha la empresa, con un 4,35; en segundo lugar las personas por la que más se han sentido apoyados los emprendedores han sido sus hermanos, con 4,02; seguidos de los técnicos, 4,00; también valoran positivamente la aportación del resto de personas de su red social cercana, padres 3,97, amigos 3,80, compañeros 3,67, profesores 3,43, otras personas 3,51.

Los emprendedores que continúan reciben un mayor apoyo de las personas de su red social cercana que el resto de la muestra para acceder a su salida laboral. El apoyo a los emprendedores que continúan, del cónyuge, hermanos, profesores, técnicos, y otras personas es mayor que el aportado a los no emprendedores, y menor el de los padres, (tabla 5.10) y estas diferencias son significativas en las puntuaciones de cónyuges y técnicos. Asimismo el emprendedor que continua puntúa más, y de forma significativa ($p = ,042$), en la escala general de influencia de la red social.

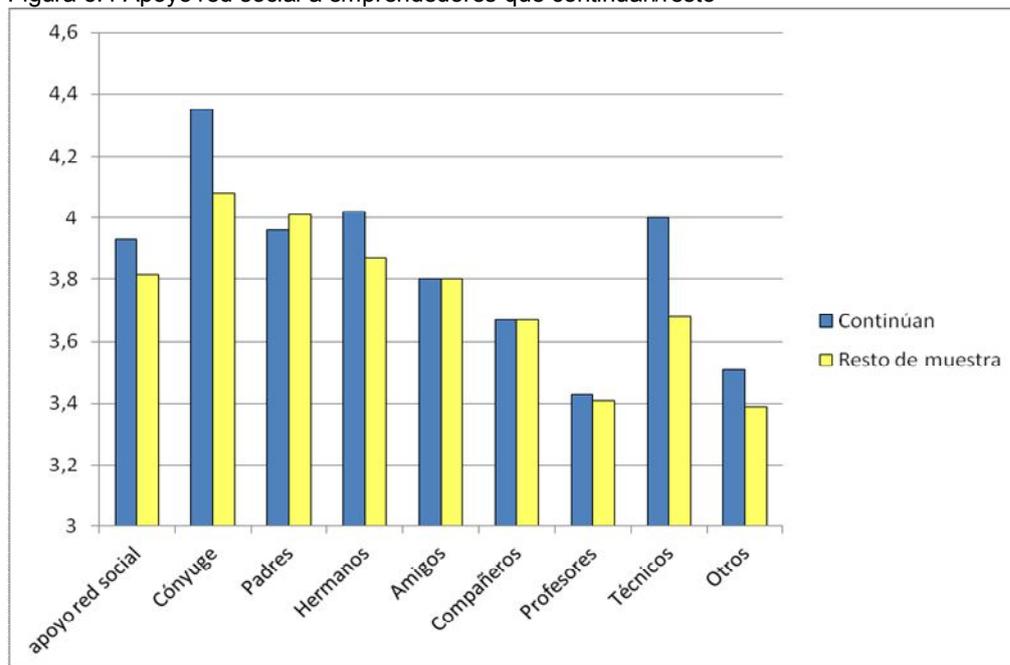
Tabla 5.10. Descriptivos, apoyo red social a emprendedores que continúan

		N	Media	Desviación típica	Error típico
Apoyo red social	Continúan	131	3,9321	,64765	,05659
	Resto de muestra	573	3,8137	,58912	,02461
	Total	704	3,8357	,60173	,02268
Familiares y amigos	Continúan	133	1,6844	,25420	,02204
	Resto de muestra	585	1,6542	,26937	,01114
	Total	718	1,6598	,26671	,00995
Infl. cónyuge	Continúan	86	4,35	,878	,095
	Resto de muestra	410	4,08	,832	,041
	Total	496	4,13	,845	,038
Infl. Padres	Continúan	126	3,96	1,038	,093
	Resto de muestra	553	4,01	,855	,036
	Total	679	4,00	,892	,034
Infl. Hermanos	Continúan	123	4,02	,859	,077

	Resto de muestra	535	3,87	,796	,034
	Total	658	3,89	,810	,032
Infl. Amigos	Continúan	123	3,80	,819	,074
	Resto de muestra	534	3,80	,692	,030
	Total	657	3,80	,717	,028
Infl. Compañeros	Continúan	110	3,67	,900	,086
	Resto de muestra	485	3,67	,784	,036
	Total	595	3,67	,806	,033
Infl. Profesores	Continúan	70	3,43	,894	,107
	Resto de muestra	405	3,41	,731	,036
	Total	475	3,41	,756	,035
Infl. Técnicos	Continúan	85	4,00	,976	,106
	Resto de muestra	389	3,68	,884	,045
	Total	474	3,73	,909	,042
Infl. Otros	Continúan	53	3,51	1,137	,156
	Resto de muestra	289	3,39	,809	,048
	Total	342	3,41	,867	,047

Fuente: elaboración propia

Figura 5.4 Apoyo red social a emprendedores que continúan/resto



Fuente: elaboración propia

Tabla 5.11 ANOVA, apoyo red social a emprendedores que continúan

		Suma de cuadrados	Gl..	Media cuadrática	F	Sig.
Influencia red social	Inter-grupos	1,496	1	1,496	4,150	,042
	Intra-grupos	253,047	702	,360		
	Total	254,543	703			
Familiares y amigos	Inter-grupos	,099	1	,099	1,388	,239
	Intra-grupos	50,904	716	,071		
	Total	51,003	717			
Infl. Cónyuge	Inter-grupos	5,027	1	5,027	7,121	,008
	Intra-grupos	348,715	494	,706		
	Total	353,742	495			

Infl. Padres	Inter-grupos	,226	1	,226	,284	,594
	Intra-grupos	538,773	677	,796		
	Total	538,999	678			
Infl. Hermanos	Inter-grupos	2,275	1	2,275	3,485	,062
	Intra-grupos	428,278	656	,653		
	Total	430,553	657			
Infl. Amigos	Inter-grupos	,002	1	,002	,004	,947
	Intra-grupos	336,878	655	,514		
	Total	336,880	656			
Infl. Compañeros	Inter-grupos	,002	1	,002	,003	,956
	Intra-grupos	385,773	593	,651		
	Total	385,775	594			
Infl. Profesores	Inter-grupos	,021	1	,021	,036	,849
	Intra-grupos	271,103	473	,573		
	Total	271,124	474			
Infl. Técnicos	Inter-grupos	7,319	1	7,319	9,015	,003
	Intra-grupos	383,188	472	,812		
	Total	390,506	473			
Infl. Otros	Inter-grupos	,665	1	,665	,884	,348
	Intra-grupos	255,840	340	,752		
	Total	256,506	341			

Fuente: elaboración propia

Los emprendedores que continúan reciben mayor apoyo de su red social, especialmente de sus cónyuges, que es el familiar más cercano, y de los técnicos, y menos de los padres, que el resto de la muestra; esto podría explicarse porque dada la edad de los emprendedores están ya en su propio núcleo familiar (cónyuge) y no en la familia de origen (progenitores), al contrario de quienes acceden a su primer empleo en la empresa pública o privada.

En esta línea nuestro estudio demuestra que el apoyo de familiares y amigos, a la hora de iniciar su proyecto laboral, es significativamente más relevante en los emprendedores que en los no emprendedores. No obstante, esta clara influencia de la red social en la creación de la empresa, no se manifiesta con la misma rotundidad en el éxito emprendedor.

Nuestros resultados son congruentes con los estudios que concluyen que 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 (Sánchez, 2003).

Varios autores⁶¹ afirman que muchos emprendedores descienden de familias en las que alguno de sus miembros ha sido o es empresario, facilitándose así una cultura y unos valores proclives al emprendimiento. Shapero y Sokol (1992) indican 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 emprendedores.

En efecto nuestros datos confirman que ser emprendedor se relaciona significativamente con tener un familiar cercano (padres, hermanos o abuelos) emprendedores. Sin embargo, y a pesar de que el 61,9% de los emprendedores se refieren a que alguna amistad próxima es empresaria, no hemos hallado una relación significativa entre tener una amistad próxima empresaria con ser o no emprendedor.

5.7. NIVEL DE ESTUDIOS ACADÉMICOS

Comparando el grado de supervivencia de las empresas creadas por universitarios ,82,6%, con el de las empresas creadas por el resto de los emprendedores, que agrupadas obtienen un 66,4% de éxito (tabla 4.2.33), constatamos que las diferencias son significativas (tabla 4.2.34). Por tanto hay relación entre el nivel de estudios superiores de los emprendedores y el que éstos hayan evitado cerrar la empresa a pesar de la situación económica, continuando, transformando o creando una nueva identidad empresarial.

Nuestros resultados son coherentes con la hipótesis planteada de que un mayor nivel de formación académica guarda relación con el éxito emprendedor medido como supervivencia del negocio a las situaciones de dificultad, y coincide con otros estudios que concluyen que el éxito emprendedor se relaciona positivamente con el nivel de formación⁶².

Y esto a pesar de que la intención emprendedora sea menor en los universitarios. Así Thomas (2004) concluye que los licenciados universitarios emprenden menos,

⁶¹ Entre estos autores hemos destacado en el marco teórico a Benavides et al. (2004); Veciana (1989); Scott y Twomey (1988); Hallak, Assaker, y O'Connor (2012); González Domínguez (2006); Rossenblatt et al. (1985); Collins y Moore (1964); Gorton (2000); y Pinillos (2001).

⁶² Así lo confirman los estudios de Zapalska (1997); Timmons (1999); Lundström y Stevenson (2005); Pérez y Sánchez, (1998); Davidsson (1991); y Abdesselam et al. (2004).

porque esperan mejores oportunidades en otros empleos y porque tienen más opciones laborales. Sin embargo, tal y como hemos visto, los universitarios que se deciden a emprender obtienen a medio plazo mejores resultados. Resumiendo podríamos decir que el mayor nivel de estudios se relaciona con una menor intención emprendedora y con un mayor éxito empresarial.

5.8. SUPERVIVENCIA EMPRENDEDORA Y CONSTRUCTOS PERSONALES

Los emprendedores que continúan tras la crisis puntúan más que los emprendedores que cierran, en los constructos personales que definen el perfil emprendedor: motivación emprendedora, motivación de logro, locus de control, significado del trabajo, autoeficacia, capacidad de adaptación, innovación, proactividad, constancia en el trabajo, soportar riesgos, asumir riesgos, y en las escalas integrales de coeficiente emprendedor (tabla 5.12).

Tabla 5.12 Descriptivos, emprendedores que continúan / cierran y constructos personales

		N	Media	Desviación típica	Error típico
Motivación emprendedora	Continúan	134	3,5025	,62761	,05422
	Cierra	50	3,4558	,61558	,08706
	Total	184	3,4898	,62303	,04593
Motv. Logro 2	Continúan	140	3,6941	,52815	,04464
	Cierra	54	3,5008	,48861	,06649
	Total	194	3,6403	,52345	,03758
LCI	Continúan	138	,6675	,18757	,01597
	Cierra	54	,6324	,18726	,02548
	Total	192	,6576	,18766	,01354
Significado trabajo emprendedor	Continúan	140	4,0804	,41738	,03528
	Cierra	54	3,8877	,39036	,05312
	Total	194	4,0268	,41810	,03002
Autoeficacia	Continúan	140	3,8559	,45801	,03871
	Cierra	54	3,5976	,38578	,05250
	Total	194	3,7840	,45323	,03254
Adaptación 3	Continúan	140	3,9075	,34413	,02908
	Cierra	54	3,6419	,26253	,03573
	Total	194	3,8336	,34417	,02471
Innovación 3	Continúan	140	3,6012	,43732	,03696
	Cierra	54	3,1710	,39499	,05375
	Total	194	3,4814	,46685	,03352
Proactivo 2	Continúan	140	3,4507	,39160	,03310
	Cierra	54	3,2768	,31852	,04334
	Total	194	3,4023	,38001	,02728
Const. trabajo 3	Continúan	140	3,6026	,45992	,03887

	Cierra	54	3,4040	,36625	,04984
	Total	194	3,5473	,44401	,03188
Sop. riesgo	Continúan	140	3,1616	,46455	,03926
	Cierra	54	2,9480	,45461	,06186
	Total	194	3,1021	,47052	,03378
Asu. riesgo	Continúan	140	3,6600	,42123	,03560
	Cierra	54	3,4683	,33830	,04604
	Total	194	3,6067	,40822	,02931
Ce 93	Continúan	140	3,6511	,32102	,02713
	Cierra	54	3,4660	,25654	,03491
	Total	194	3,5996	,31497	,02261
Ce32	Continúan	140	3,8027	,34391	,02907
	Cierra	54	3,6130	,26241	,03571
	Total	194	3,7499	,33370	,02396
Ce17	Continúan	140	3,6541	,37925	,03205
	Cierra	54	3,4535	,37488	,05102
	Total	194	3,5983	,38770	,02783

Fuente: elaboración propia

Esta puntuación mayor de los emprendedores que continúan tras la crisis, sobre los emprendedores que cierran, son significativas en todos constructos personales que definen el perfil emprendedor: motivación de logro ($p = ,021$), significado del trabajo ($p = ,004$), autoeficacia ($p = ,000$), capacidad de adaptación ($p = ,000$), innovación ($p = ,000$), proactividad ($p = ,004$), constancia en el trabajo ($p = ,005$), soportar riesgos ($p = ,004$), asumir riesgos ($p = ,003$), y en las escalas integrales de coeficiente emprendedor CE93 ($p = ,000$), CE32 ($p = ,000$) y CE17 ($p = ,000$) (tabla 5.13 y figura 5.5).

Tabla 5.13 ANOVA, emprendedores continúan / cierran y constructos personales

		Suma de cuadrados	Gl.	Media cuadrática	F	Sig.
Motivación emprendedora	Inter-grupos	,079	1	,079	,203	,653
	Intra-grupos	70,956	182	,390		
	Total	71,035	183			
Motiv. Logro 2	Inter-grupos	1,456	1	1,456	5,437	,021
	Intra-grupos	51,426	192	,268		
	Total	52,882	193			
LCI	Inter-grupos	,048	1	,048	1,362	,245
	Intra-grupos	6,679	190	,035		
	Total	6,727	191			
Significado trabajo emprendedor	Inter-grupos	1,447	1	1,447	8,603	,004
	Intra-grupos	32,291	192	,168		
	Total	33,738	193			
Autoeficacia g.	Inter-grupos	2,599	1	2,599	13,470	,000
	Intra-grupos	37,046	192	,193		
	Total	39,645	193			
Adaptacion3	Inter-grupos	2,748	1	2,748	26,233	,000
	Intra-grupos	20,114	192	,105		
	Total	22,862	193			

Innovacion3	Inter-grupos	7,212	1	7,212	39,732	,000
	Intra-grupos	34,852	192	,182		
	Total	42,064	193			
Proactivo2	Inter-grupos	1,178	1	1,178	8,472	,004
	Intra-grupos	26,693	192	,139		
	Total	27,871	193			
Const. Trabajo3	Inter-grupos	1,537	1	1,537	8,081	,005
	Intra-grupos	36,511	192	,190		
	Total	38,048	193			
Sop. riesgo	Inter-grupos	1,778	1	1,778	8,335	,004
	Intra-grupos	40,951	192	,213		
	Total	42,729	193			
Asu. riesgo	Inter-grupos	1,433	1	1,433	8,955	,003
	Intra-grupos	30,729	192	,160		
	Total	32,162	193			
Ce 93	Inter-grupos	1,335	1	1,335	14,385	,000
	Intra-grupos	17,812	192	,093		
	Total	19,147	193			
Ce32	Inter-grupos	1,402	1	1,402	13,397	,000
	Intra-grupos	20,090	192	,105		
	Total	21,491	193			
Ce17	Inter-grupos	1,568	1	1,568	10,973	,001
	Intra-grupos	27,441	192	,143		
	Total	29,009	193			

Fuente: elaboración propia

Los emprendedores que continúan tras la crisis puntúan más que el resto de la muestra en los constructos personales que definen el perfil emprendedor: motivación emprendedora, motivación de logro, locus de control, significado del trabajo, autoeficacia, capacidad de adaptación, innovación, proactividad, constancia en el trabajo, soportar riesgos, asumir riesgos y en las escalas integrales de coeficiente emprendedor (tabla 5.14 y figura 5.5), y todas las diferencias son altamente significativas (tabla 5.15).

Se confirman nuestras las hipótesis 3.1 a 3.8 en lo que se refiere a que las personas emprendedoras que continúan a pesar de la crisis se caracterizan por un alto locus de control interno (hipótesis 3.1), mayor autoeficacia general (3.2), estar más motivadas (3.3), mayor motivación de logro (3.4), por obtener medias superiores en capacidad de adaptación e innovación (3.5), le dan más importancia al trabajo y, para ellas, el significado del trabajo esta mas relacionado con la búsqueda de independencia, conseguir logros y menos con la seguridad (3.6), mayor disposición a asumir riesgos y

capacidad para soportar riesgos (3.7), y mayor constancia en el trabajo y proactividad (3.8).

Los resultados también son coherentes con diversos estudios comentados en la fundamentación teórica entre los que destacamos:

Los realizados en el marco de la teoría de la resiliencia que afirman que la *capacidad de adaptación* de los empresarios a situaciones adversas ejerce un efecto positivo y es una cualidad importante en tiempos de crisis para los empresarios (Manzano & Ayala, 2013; Sutcliffe & Vogus, 2003; Filley & Aldag, 1988)

Leitão y Cruz (2006) indican que las características psicológicas del emprendedor tienen influencia sobre la continuidad de un proyecto empresarial, y todas las variables resultan significativas y destacan la mayor *creatividad e innovación*. Las empresas que experimentan crecimiento, disfrutan de una ventaja competitiva basada en la innovación.

Para Driessen y Zwart (1999), existen diferencias significativas entre los empresarios de éxito (supervivencia) y los que fracasan respecto a la *perseverancia*.

Variables psicológicas estructuradas en torno a "*la motivación inicial*" y el "*locus de control* externo" tienen un efecto moderador (Khelila & Hammerb, 2013), mientras que la inestabilidad en la atribución causal está relacionada con el fracaso (Bellu, 1999).

Para Begley y Boyd (1987) en las relaciones entre los atributos psicológicos y el desempeño emprendedor destaca la alta *tolerancia a la ambigüedad* asociada con una alta rentabilidad sobre activos y la alta *necesidad de logro* relacionada con un alto ratio de liquidez. La asunción de *riesgo moderado* se relaciona con mayor rendimiento; el miedo al fracaso, el estrés generado por la magnitud de la actividad empresarial y la aversión al riesgo, son otros factores psicológicos que podrían explicar la salida empresarial.

Smith et al. (1987) hallan que los empresarios cuyas empresas presentan un nivel de crecimiento más alto, tienen un *mayor nivel de motivación, autorrealización, propensión al riesgo, autoeficacia, e innovación personal*.

Salazar et al. (2014) y antes Byron et al. (2010) en el marco de la Teoría de la Conservación de Recursos destacan el efecto positivo de la *autoeficacia* emprendedora y la percepción de la propia creatividad.

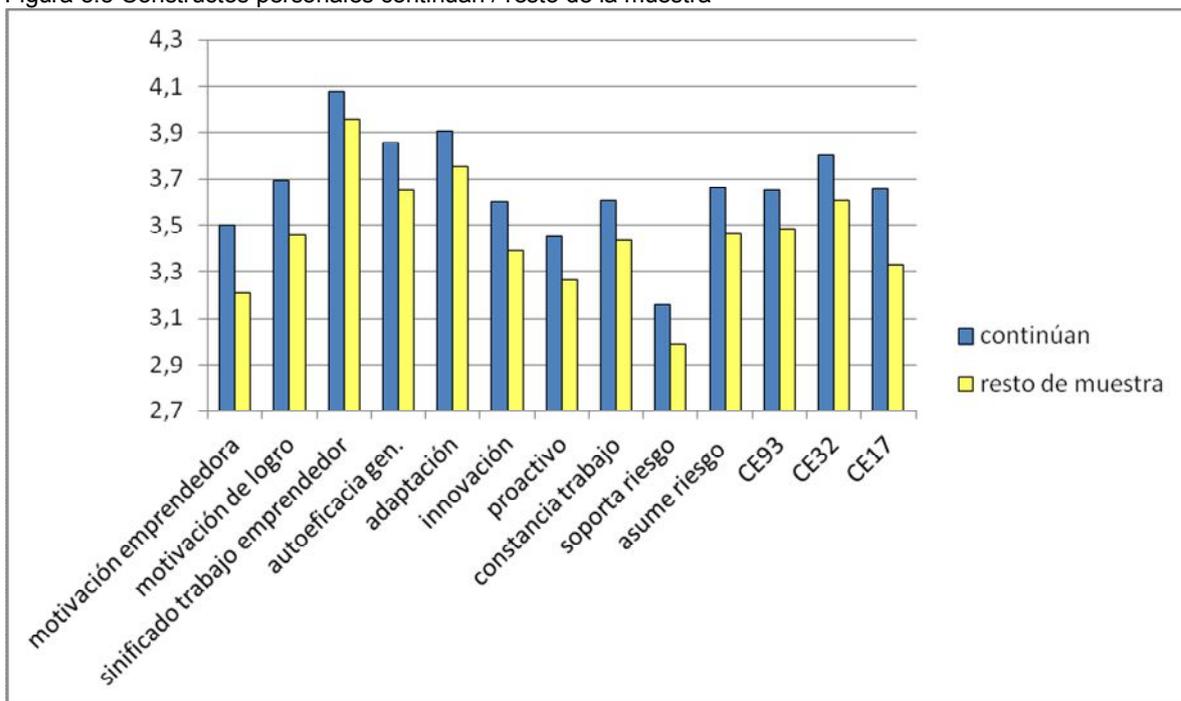
Según Pandey (2011) un significativo grado de variación en el rendimiento se puede explicar por las características psicológicas, en particular la *auto-eficaci* y la *motivación de logro*.

Tabla 5.14 Descriptivos, emprendedores que continúan / resto de la muestra y constructos personales

		N	Media	Desviación típica	Error típico
Motivación emprendedora	Continúan	134	3,5025	,62761	,05422
	Resto de muestra	585	3,2080	,75713	,03130
	Total	719	3,2629	,74323	,02772
Motv. Logro 2	Continúan	140	3,6941	,52815	,04464
	Resto de muestra	935	3,4576	,47913	,01567
	Total	1075	3,4884	,49203	,01501
LCI	Continúan	138	,6675	,18757	,01597
	Resto de muestra	931	,5495	,22640	,00742
	Total	1069	,5647	,22520	,00689
Significado trabajo emprendedor	Continúan	140	4,0804	,41738	,03528
	Resto de muestra	927	3,9555	,48801	,01603
	Total	1067	3,9719	,48102	,01473
Autoeficacia gen.	Continúan	140	3,8559	,45801	,03871
	Resto de muestra	935	3,6496	,51562	,01686
	Total	1075	3,6764	,51301	,01565
Adaptación 3	Continúan	140	3,9075	,34413	,02908
	Resto de muestra	934	3,7525	,35328	,01156
	Total	1074	3,7727	,35579	,01086
Innovación 3	Continúan	140	3,6012	,43732	,03696
	Resto de muestra	934	3,3879	,50166	,01641
	Total	1074	3,4157	,49876	,01522
Proactivo 2	Continúan	140	3,4507	,39160	,03310
	Resto de muestra	934	3,2634	,37336	,01222
	Total	1074	3,2878	,38086	,01162
Const. trabajo 3	Continúan	140	3,6026	,45992	,03887
	Resto de muestra	934	3,4324	,44423	,01454
	Total	1074	3,4546	,44975	,01372
Sop. Riesgo 2	Continúan	140	3,1616	,46455	,03926
	Resto de muestra	934	2,9896	,48346	,01582
	Total	1074	3,0120	,48430	,01478
Asu. riesgo	Continúan	140	3,6600	,42123	,03560
	Resto de muestra	934	3,4611	,44142	,01444
	Total	1074	3,4871	,44373	,01354
Ce 93	Continúan	140	3,6511	,32102	,02713
	Resto de muestra	935	3,4841	,32259	,01055
	Total	1075	3,5058	,32711	,00998
Ce 32	Continúan	140	3,8027	,34391	,02907
	Resto de muestra	935	3,6046	,35882	,01173
	Total	1075	3,6304	,36294	,01107
Ce 17	Continúan	140	3,6541	,37925	,03205
	Resto de muestra	934	3,3302	,41431	,01356
	Total	1074	3,3724	,42402	,01294

Fuente: elaboración propia

Figura 5.5 Constructos personales continúan / resto de la muestra



Fuente: elaboración propia

Tabla 5.15 ANOVA, emprendedores que continúan / resto de la muestra y constructos personales

		Suma de cuadrados	Gl.	Media cuadrática	F	Sig.
Motivación emprendedora	Inter-grupos	9,455	1	9,455	17,509	,000
	Intra-grupos	387,167	717	,540		
	Total	396,622	718			
Motv. Logro 2	Inter-grupos	6,813	1	6,813	28,874	,000
	Intra-grupos	253,191	1073	,236		
	Total	260,004	1074			
LCI	Inter-grupos	1,674	1	1,674	34,024	,000
	Intra-grupos	52,489	1067	,049		
	Total	54,162	1068			
Significado trabajo emprendedor	Inter-grupos	1,899	1	1,899	8,264	,004
	Intra-grupos	244,750	1065	,230		
	Total	246,649	1066			
Autoeficacia gen.	Inter-grupos	5,183	1	5,183	20,042	,000
	Intra-grupos	277,473	1073	,259		
	Total	282,656	1074			
Adaptacion3	Inter-grupos	2,924	1	2,924	23,586	,000
	Intra-grupos	132,906	1072	,124		
	Total	135,830	1073			
Innovacion3	Inter-grupos	5,538	1	5,538	22,712	,000
	Intra-grupos	261,380	1072	,244		
	Total	266,918	1073			
Proactivo2	Inter-grupos	4,270	1	4,270	30,242	,000
	Intra-grupos	151,376	1072	,141		
	Total	155,647	1073			
Const. Trabajo3	Inter-grupos	3,525	1	3,525	17,699	,000

	Intra-grupos	213,520	1072	,199		
	Total	217,046	1073			
Sop. riesgo2	Inter-grupos	3,600	1	3,600	15,558	,000
	Intra-grupos	248,069	1072	,231		
	Total	251,670	1073			
Asu. riesgo	Inter-grupos	4,817	1	4,817	25,012	,000
	Intra-grupos	206,456	1072	,193		
	Total	211,273	1073			
Ce 93	Inter-grupos	3,396	1	3,396	32,676	,000
	Intra-grupos	111,522	1073	,104		
	Total	114,918	1074			
Ce32	Inter-grupos	4,777	1	4,777	37,500	,000
	Intra-grupos	136,693	1073	,127		
	Total	141,470	1074			
Ce17	Inter-grupos	12,775	1	12,775	76,019	,000
	Intra-grupos	180,146	1072	,168		
	Total	192,921	1073			

Fuente: elaboración propia

5.9. MOTIVACIONES DE LAS PERSONAS EMPRENDEDORAS QUE CONTINUAN TRAS LA CRISIS

Tal como hemos visto en el apartado 4.3 los emprendedores que continúan tras la crisis están más motivados (tabla 4.3), y de forma significativa (tabla 4.4.), que el resto de la muestra por las motivaciones de logro ($p=,000$), e independencia ($p=,000$) y obtienen puntuaciones significativamente más bajas en motivaciones de seguridad ($p=,000$) y afiliación ($p=,027$).

Nuestros resultados coinciden con los numerosos estudios⁶³ que encontraron relación entre la motivación inicial o posterior de necesidad de logro y el resultado empresarial, ya sea medido como supervivencia, como incremento del número de trabajadores, crecimiento de las ventas o en la cifra de negocio.

⁶³ Estudios citados en el marco teórico como los de Abdesselam et al. (2004); Wainer y Rubin (1969); Smith y Miner (1985); Johnson (1990); Davidsson (1991); Box et al. (1993); Driessen y Zwart (1999); Driessen y Zwart (1999); Feeser y Dugan (1989); Jenssen y Kolverid (1992); Smith y Miner (1985); Woo et al. (1988); Bellu (1999); Martínez et al. (1998); y Pandey (2011).

Asimismo hemos hecho mención a los estudios⁶⁴ que consideraban que la necesidad de independencia influye significativamente en el resultado empresarial.

5.10. SIGNIFICADO DEL TRABAJO Y SUPERVIVENCIA EMPRESARIAL

Los emprendedores que continúan con su negocio tras la crisis puntúan más y significativamente en significado del trabajo emprendedor ($p = ,004$), promoción ($p = ,035$) variedad ($p = ,009$), autonomía ($p = ,000$), nuevos retos ($p = ,001$), innovar ($p = ,000$) y estabilidad ($p = ,011$) que el resto de la muestra, incluidos el resto de emprendedores. Además los que continúan puntúan más de forma significativa en significado del trabajo emprendedor ($p = ,024$), aprender ($p = ,004$), variedad ($p = ,033$), nuevos retos ($p = ,025$) e innovar ($p = ,001$) que los que cerraron la empresa (tabla 4.3).

Por tanto confirmamos que las personas emprendedoras que continúan a pesar de la crisis, le dan más importancia al trabajo emprendedor y, para ellas, el significado del trabajo está más relacionado con la búsqueda de independencia, conseguir logros y menos con la seguridad (hipótesis 3.6). Además los emprendedores que continúan también consideran el trabajo como una oportunidad para aprender a hacer cosas diferentes, innovar y promocionarse.

Los resultados son coherentes con los obtenidos por Barba et al. (2012) que les permiten afirmar que la búsqueda de independencia, influye

en el éxito emprendedor, medido como incremento del número de trabajadores en la empresa.

También son coherentes con los estudios que señalan entre las causas que guían a los empresarios, la búsqueda de autonomía o independencia, y se destaca como una consideración de primer orden (Hamilton, 2000).

⁶⁴ Entre estos estudios destacamos los de Wainer y Rubin (1969); Smith y Miner (1985); Johnson (1990); Davidsson (1991); Box et al. (1993) Driessen y Zwart (1999); Feeser y Dugan (1989); y Jenssen y Kolverid (1992).

6. CONCLUSIONES

6. CONCLUSIONES

En este apartado comentaremos en qué grado los resultados confirman las hipótesis que se han planteado, haciendo referencia a las aportaciones teóricas, y reflexionado sobre los futuros estudios y las aplicaciones que pueden tener los resultados.

Conscientes de la complejidad intrínseca del objeto de estudio, hemos intentado comprender la personalidad emprendedora desde una perspectiva multidimensional, ya que la aplicación práctica requiere una intervención integral, teniendo en consideración los diversos factores sociales y psicológicos que influyen en el perfil y rendimiento emprendedor.

El objeto de la investigación se ha centrado en estudiar el perfil psicosocial de la persona emprendedora, y de la emprendedora que continúa a pesar de la crisis, constatando las diferencias respecto al resto de la población.

A continuación, presentamos las conclusiones sobre los factores personales y sociales estudiados que definen la personalidad de quien abre una empresa, y de quien mantiene su negocio ante las circunstancias adversas que ha conllevado la crisis económica. Seguimos para ello el orden de las hipótesis planteadas en nuestra investigación.

Hemos comprobado, con el análisis de las puntuaciones en las dimensiones del BFQ, que las personas emprendedoras y las que continúan con la empresa tras la crisis presentan algunos *rasgos de personalidad* significativamente diferentes.

Las personas *empreendedoras* puntúan más en energía, son más dinámicas, asertivas, muestran mayor estabilidad y control de las emociones. Sin embargo, son menos empáticas.

Los resultados son coherentes con estudios anteriores en lo que respecta a extraversión (energía) (Tokar & Swanson, 1995); actividad (asertividad), neuroticismo (estabilidad), y amabilidad (De Castro, 2012); interés por los otros, amabilidad (afabilidad), habilidades sociales de persuasión (energía y asertividad), de calma y baja ansiedad (estabilidad) (Zhao & Seibert, 2006); y autodominio (estabilidad) (Sánchez, 2003).

No confirmamos diferencias significativas en tesón, en apertura mental ni en innovación a la experiencia, ni coincidimos con quienes consideran característico de la personalidad emprendedora los rasgos de apertura a la experiencia y tesón (De Castro, 2012, y Spencer & Spencer 1993); ni los de orden, minuciosidad o escrupulosidad (Sánchez, 2003).

Las *personas emprendedoras que mantienen su empresa* a pesar de la crisis muestran más energía, dinamismo, asertividad, perseverancia, estabilidad, control de las emociones, apertura a la cultura y a la experiencia.

En este punto confirmamos nuestra hipótesis, salvo en lo que se refiere a tesón (escrupulosidad). Investigaciones previas, como la de Judge et al. (1999), encontraron que los factores de responsabilidad (tesón) permiten un pronóstico favorable de predicción del éxito laboral.

Conviene señalar, respecto a la dimensión de tesón, que se confirman las diferencias significativas esperadas en la subdimensión de perseverancia; sin embargo, las personas emprendedoras que continúan no puntúan más en escrupulosidad. Ciertamente, al redactar nuestras hipótesis consideramos que quienes emprenden debía puntuar más en la dimensión tesón (definida como perseverancia y capacidad de trabajo); sin embargo; esta dimensión en el BFQ incluye la subdimensión de escrupulosidad y las personas emprendedoras no son más meticulosas, escrupulosas ni precisas. De hecho no puntúan de forma diferencial en esta subescala, lastrando la escala de tesón. Por tanto, debemos valorar de forma independiente las dos subdimensiones de tesón; es decir, por un lado la perseverancia, en la que las personas emprendedoras que continúan puntúan por encima del resto y de las que cierran, y por otro, la escrupulosidad, en la que no encontramos diferencias significativas.

Asimismo, queremos destacar que en apertura los emprendedores no puntúan más que los no emprendedores y sí los emprendedores que continúan tras la crisis, que obtienen mayor puntuación en apertura mental y en las dos subdimensiones, apertura a la cultura y a la experiencia. Dato coincidente con que los emprendedores que continúan son más innovadores y muestran más capacidad de adaptación.

Ordenando estos resultados por dimensiones del BFQ concluimos que:

En *energía* tanto las personas emprendedoras como las que continúan tras la crisis puntúan más y confirman nuestras hipótesis y los estudios previos.

En *afabilidad* se confirma que las personas emprendedoras puntúan menos en cooperación, empatía y afectividad, y que las que continúan tras la crisis no se diferencian significativamente en esta dimensión.

En *tesón* se confirman las diferencias significativas esperadas en la subdimensión de perseverancia en quienes continúan con la empresa, ya que puntúan más de forma significativa que el resto de la muestra. Sin embargo, no puntúan más en escrupulosidad.

En *estabilidad* se confirma que las personas emprendedoras, y las emprendedoras que continúan tras la crisis, puntúan más, aunque no en la subdimensión de control de los impulsos.

En *apertura* no se confirma que quienes emprenden puntúen más, y sí quienes continúan tras la crisis con la empresa, que obtienen mayor puntuación en apertura mental y en las dos subdimensiones de apertura a la cultura y a la experiencia.

Vista la capacidad de discriminación del BFQ, consideramos una interesante línea de investigación la validación empírica de este cuestionario para evaluar la personalidad emprendedora.

Hemos analizado la relación de los *aspectos sociales* cercanos a la persona emprendedora con la creación de la empresa y con su mantenimiento a pesar de la crisis.

La *experiencia laboral* anterior, la experiencia en liderazgo y emprendimiento, y la *adquisición activa de competencias* emprendedoras, se relacionan con emprender y con mantener la empresa a pesar de las dificultades económicas.

Es preciso matizar que nuestros resultados son significativos respecto a que quien emprende haya tenido experiencias laborales con anterioridad, y no concretamente a que esta experiencia sea en el mismo sector de actividad en el que constituye la empresa.

Estos resultados son congruentes con los estudios previos, que consideran la formación y la experiencia factores fundamentales a la hora de emprender⁶⁵; que la situación laboral previa es determinante en la decisión de autoemplearse (Beaucage et al., 2004 y March & Yagüe, 1997); que la experiencia laboral (no necesariamente en el

⁶⁵ En el marco teórico recogemos que Zapalska (1997); Timmons (1999); Lundström y Stevenson (2005); Informe GEM España (2014); Ihrig et al. (2006); y Minniti y Bygrave (2001) consideran importante la formación y la experiencia a la hora de emprender.

mismo sector) es un aspecto que favorece la eficiencia emprendedora y la supervivencia del negocio⁶⁶. La formación guarda relación con el crecimiento de la empresa (Davidsson, 1991), y el éxito se relaciona positivamente con la formación y los conocimientos previos del emprendedor (Abdesselam et al., 2004; Pérez & Sánchez, 1998; Planellas, 2003).

Las personas emprendedoras perciben un mayor *apoyo social* que quienes no emprenden, en su proceso de acceso al trabajo, de todos y cada uno de los miembros de su red social. Las personas emprendedoras valoran especialmente la ayuda recibida por su cónyuge a la hora de poner en marcha la empresa; en segundo lugar, las personas por las que más se han sentido ayudadas, ha sido sus progenitores; los hermanos también han colaborado de forma muy positiva; de las amistades y compañeros han recibido sobre todo ánimos; la función de profesionales se distribuye de forma similar entre el ánimo, la ayuda y la indiferencia; la influencia del profesorado, en general, es considerada como indiferente.

Las personas emprendedoras que mantienen la empresa, a pesar de la crisis, también reciben un mayor apoyo y ayuda de su red social, especialmente del cónyuge y de técnicos.

Estos resultados son congruentes con numerosos estudios⁶⁷ que recogen que la mayoría de los empresarios se apoyan en su familia y amistades, y que ello les permite conseguir soporte y obtener ciertos recursos, constituyendo una fuente de seguridad financiera, apoyo emocional, intercambio de información y conocimientos. Los resultados también son coherentes con los autores⁶⁸ que afirman que el apoyo afectivo y económico, y la participación de miembros de la familia en el negocio son determinantes en el éxito del proyecto emprendedor.

⁶⁶ Relación confirmada por; Rubio López et al (1999); Cooper (1971); Abdesselam et al. (2004); Barba et al. (2012); Wainer y Rubin (1969); Smith y Miner (1985); Johnson (1990); Davidsson (1991); y Box et al. (1993).

⁶⁷ En este sentido se expusieron los estudios de Arregle et al. (2007); Rossenblatt et al. (1985); Sorenson (2007); Fairlie y Robb (2007); Kantis (2005); Varela (2000); Johannisson (1989); Krackhardt (1992); Rowley et al. (2000); Herrera (2008); Anderson et al. (2005); Ram y Jones (2001); Pinho (2013); y Sánchez (2003).

⁶⁸ Sobre la relación entre apoyo familiar y éxito emprendedor se recogió en el marco teórico las aportaciones de Camacho et al. (2013); Watkins y Watkins (1983); Gasse (1985); Carvajal et al. (1989); y Danes et al. (2013).

Distintas investigaciones⁶⁹, han confirmado la importancia del apoyo de los *cónyuges*, los más influyentes en nuestro estudio, ya sea instrumental (ayudando en las tareas del hogar y laborales), o emocional (escuchando de forma empática las preocupaciones de quien emprende), para el éxito en la creación de una nueva empresa.

Los altos porcentajes de personas emprendedoras que declaran tener un *familiar o amistades próxima también emprendedoras* son congruentes con los estudios que concluyen que el proceso de creación de una empresa se facilita al encontrarse próximo a un entorno socio-familiar emprendedor,⁷⁰ y con los que afirman que quienes emprenden descenden de familias en las que alguno de sus miembros ha sido o es titular de una empresa, facilitándose así una cultura y unos valores proclives al emprendimiento.

Sin embargo, nuestros resultados indican que no hay relación significativa entre el éxito empresarial, medido como supervivencia a la crisis, y el tener familiares o amistades emprendedoras. Esto no confirma que la tradición empresarial influye de forma determinante en el éxito del proyecto de empresa y que quienes tienen padres que también dirigen una pequeña empresa, tienen más probabilidades de éxito que la población media⁷¹, punto que convendría aclarar en futuros estudios.

Encontramos relación positiva entre un mayor *nivel de estudios* superiores de las personas emprendedoras y el que éstos hayan evitado cerrar la empresa. Las empresas de personas con título universitario son las que, en un mayor porcentaje, sobreviven a la crisis.

Este resultado es coherente con la hipótesis planteada, y coincide con los estudios que afirman que el éxito emprendedor se relaciona positivamente con el nivel de formación⁷², y esto a pesar de que la intención emprendedora sea menor en los universitarios, que emprenden menos porque esperan disponer de más y mejores

⁶⁹ El papel de los cónyuges quedó documentado con las aportaciones de Danes y Morgan (2004); Danes y Olson (2003); Liang (2002); Danes et al. (2009); Matzek et al. (2010); Oughton y Wheelock (2003); Rogoff y Heck (2003); Anthias y Mehta (2003); Poza y Messer (2001); Gurman (2008); Rodríguez et al. (1999); Knudson y Mahoney (2009); y Parasuraman et al. (1996).

⁷⁰ La influencia de los antecedentes familiares en el emprendimiento ha sido confirmada por Benavides et al. (2004); Veciana (1989); Scott y Twomey (1988); Hallak et al. (2012); González (2006); Rossenblatt et al. (1985); Collins y Moore (1964); Gorton (2000); y Pinillos (2001).

⁷¹ Tal y como afirman Crowe (2010) Cuadrado y García (2006); y Rossenblatt et al. (1985).

⁷² En este sentido se manifestaron Zapalska (1997); Timmons (1999); Lundström y Stevenson (2005); ; Pérez & Sánchez, (1998); Davidsson (1991); Abdesselam et al. (2004); y Thomas (2004).

opciones laborales. Es decir, el mayor nivel de estudios académicos parece relacionarse con una menor intención emprendedora y con un mayor éxito empresarial.

Hemos comprobado que *los constructos psicosociales* que se han utilizado en la literatura científica para definir a las personas emprendedoras realmente describen su perfil y el de la persona emprendedora que continúa a pesar de la crisis.

Quienes emprenden, y más si continúan a pesar de la crisis, se caracterizan por un alto, y significativo, *locus de control interno*, confirmando los numerosos estudios que relacionan puntuaciones altas en locus de control interno con el hecho de emprender o manifestar intención emprendedora⁷³. En el marco de la teoría de Rotter (1966), podemos afirmar que las personas emprendedoras perciben el éxito y/o el fracaso de su conducta como más dependiente de sí misma (locus de control interno) que del entorno (locus de control externo).

Quienes emprenden muestran mayores niveles de *autoeficacia* que el resto de grupos laborales, en concordancia con lo expuesto por varios autores sobre cómo niveles altos en autoeficacia se han obtenido en quien emprende, o presenta intención emprendedora⁷⁴.

En relación a la autoeficacia, y quienes continúan a pesar de la crisis, nuestro resultados respaldan lo expresado por distintos autores⁷⁵ en cuanto a que se observan niveles mayores de este constructo en quienes se mantienen en actividades emprendedoras a pesar de las dificultades.

Las personas emprendedoras, y más las que continúan tras la crisis, muestran *mayor motivación* por el trabajo y especialmente en motivación de logro e independencia y menos en motivación de seguridad que el resto de la muestra. Señalan

⁷³ Los estudios, que expusimos en el marco teórico, de Shapero (1982); Krueger et al. (2000); Begley et al. (2005); Entrialgo et al. (2002); Entrialgo et al. (1998); Moriano (2006); Cisneros (2000); Boyd y Vozikis (1994); Brockhaus y Horwitz (1986); Kaufmann et al. (1995); Koh (1996); Gürol y Atsan (2006); Gilad (1986); King (1985); Bonnet y Furnham (1991); Rahim (1996); Müller (1999); Mescon et al. (1981); Robinson et al. (1991); Korunka et al. (2003); Lee y Tsang (2001); Espíritu y Zacarías (2010); y Sorondo y Brenlla (2011) relacionan puntuaciones altas en locus de control interno con el hecho de emprender o tener intención emprendedora.

⁷⁴ Entre los autores que relacionan autoeficacia y emprendimiento nos hemos referido a Boyd y Vozikis (1994); De Noble et al. (1999); Sánchez et al. (2005); Zhao et al. (2005); Chen et al. (1998); Jung et al. (2001); Krueger y Brazeal (1994); Krueger et al. (2000); Moriano et al. (2006a); Sánchez (2009); Scherer et al. (1989); Vidal y Lopez (2013).

⁷⁵ La relación entre autoeficacia, y éxito empresarial ha sido demostrada por De Noble et al. (1999); Bausenitz y Lau (1996); Allison et al. (2000); Pandey (2011).

como *motivaciones* principales para crear su empresa la autonomía o independencia para tomar las propias decisiones y la motivación de logro o el impulso para fijarse constantemente nuevos retos y superarse a sí mismo para alcanzar objetivos; también están más motivadas de forma significativa que el resto de la muestra por el reconocimiento, intentando conseguir prestigio social, y por la motivación económica o intentar enriquecerse. Las personas no emprendedoras valoran más que quienes emprenden la motivación de seguridad.

Quienes emprenden y continúan tras la crisis puntúan más, y de forma significativa, que el resto de la muestra en las *motivaciones de logro e independencia*, y obtienen puntuaciones significativamente más bajas en motivaciones de seguridad.

Los resultados son coherentes con los obtenidos en distintos estudios⁷⁶, que destacan la necesidad de independencia como la motivación más específica del emprendimiento y, junto a ésta, la necesidad de logro, influyen significativamente en el resultado empresarial. De hecho, varios autores⁷⁷ relacionan las motivaciones del emprendedor con el éxito empresarial, y coinciden con nuestros resultados en que el rendimiento emprendedor, medido como supervivencia a la crisis, está relacionado positivamente con quienes emprenden motivados por conseguir objetivos y por la búsqueda de autonomía e independencia. (Anna et al., 2000).

Asimismo, se ha confirmado en distintos estudios⁷⁸ la importancia de la motivación económica; en este caso, nosotros hemos distinguido entre motivación de subsistencia: interés por ganar lo suficiente para vivir dignamente y motivación económica: ganar el máximo dinero posible; es en esta última en la que quien emprende puntúa de forma diferencial. Si bien, coincidiendo con la mayoría de las investigaciones, constatamos que las motivaciones para emprender van más allá de los asuntos meramente económicos (Kantis, 2004).

⁷⁶ Barba et al. (2012); Wainer y Rubin (1969); Smith y Miner (1985); Johnson (1990); Davidsson (1991); y Box et al. (1993) consideran la necesidad de independencia como la motivación más específica del emprendimiento.

⁷⁷ Feeser y Dugan (1989); Jenssen y Kolverid (1992); Barba et al. (2012); Anna et al. (2000); Feesen y Dugan (1989); y Woo et al. (1988) han afirmado que la independencia y la necesidad de logro influyen significativamente en el resultado empresarial.

⁷⁸ La importancia de la motivación económica en el emprendimiento ha sido defendida por Blais y Toulouse (1990); Anna et al. (2000); Barredo y Llorens (1993); Kantis et al (2002); Leiva (2008); Crowe (2010); Fernández et al. (2012); y Barba (2012).

Coincidimos con varios estudios (Anna et al., 2000, y Westhead & Wright 1997) en que las personas emprendedoras están menos motivadas que el resto de las trabajadoras por la *seguridad* o la tranquilidad de tener un trabajo fijo e ingresos estables.

En cuanto a la razón de crear la empresa, el 75,9% son *vocacionales*, deseaban tener su propio negocio, y el 23,5% *situacionales*; resultados similares a los obtenidos por el informe GEM. Solymossy (1997) no pudo confirmar la significatividad de la existencia de una relación entre la orientación motivacional (*push o pull*) y las variables que median en el éxito de la empresa de reciente creación; nuestros datos sí confirman esta relación positiva y significativa entre los que sobreviven a la crisis y el que estos hayan creado la empresa motivados por factores *pull* o vocacionales.

Las personas emprendedoras, y más las que continúan a pesar de la crisis, muestran mayor *motivación de logro*, en consonancia con los estudios referidos en la fundamentación teórica⁷⁹ según los cuales, en línea con la teoría de McClelland (1968), las personas emprendedoras muestran mayor necesidad de alcanzar objetivos retadores y lograr un nivel óptimo de rendimiento; y con numerosas investigaciones⁸⁰ que confirman a la necesidad de logro como la principal motivación del empresariado, que determina su decisión de crear una empresa y se relaciona con el éxito de quien emprende⁸¹.

Las capacidades de adaptación e innovación caracterizan a las personas emprendedoras, y más a las que continúan a pesar de la crisis. Salvo en que los emprendedores no puntúan significativamente más en innovación que los no emprendedores.

⁷⁹ McClelland y Winter (1969); Collins et al. (1964); Hornaday y Aboud (1971); Atkinson y Birch (1979); Di Carlo y Lyons (1979); Feather (1986); Carsrud y Olm (1986); Weiner (1986); Gasse (1987); Francès (1987); Woo et al. (1988); Bruns y Kippenberg (1988); Dubini (1988); Gartner (1989); Johnson (1990); Jenssen y Kolvered (1992); Box et al. (1993); Gatewood et al. (1995); Stewart et al. (1999); Anna et al. (2000); Smith et al. (2003); Collins et al. (2004); De Pablo y Bueno (2004); De Castro y Costa (2012); Barredo y Llorens (1993); Díez de Castro et al. (1995); Koh (1996); McClelland (1968); Rusque (2002) han encontrado mayor motivación de logro en las personas emprendedoras.

⁸⁰ La necesidad de logro es considerada como la principal motivación del empresariado por McClelland (1968); Carsrud y Olm (1986); Johnson (1990); Carland y Carland (1991); Stewart et al. (1999); Begley y Boyd (1987); Barba et al. (2012); y como factor fundamental en la intención emprendedora Gartner (1989); Gürol y Afsan (2006); Espiritu y Zacarías (2010); De Castro y Costa (2012).

⁸¹ Jenssen y Kolverid (1992); Entrialgo et al. (1998); Pandey (2011); Begley y Boyd (1986); Johnson (1989); Schrage (1965); Smith y Miner (1983 y 1985); Smith et al. (1987) relacionan la motivación de logro con el éxito emprendedor.

Los resultados son coherentes, al menos en parte, con las investigaciones precedentes ⁸² que considera a la innovación y a la creatividad como factores decisivos en la actividad emprendedora. Varela (1998) señala que una de las principales fuentes de riqueza y beneficios de la empresa moderna es la innovación, y el creador de un procedimiento nuevo se encuentra en una situación de ventaja respecto a sus competidores (Servan-Schreiber, 1991). Sin embargo, otras investigaciones sugieren que las empresas emprendedoras pueden beneficiarse más de la imitación que de altos niveles de innovación (Nelson & Winter, 1982 y Schollhammer, 1982), lo cual es congruente con que, en nuestro estudio, no toda persona que emprende presenta altos niveles de innovación y sí de adaptación.

Los altos niveles de capacidad de adaptación, tanto en el grupo de personas emprendedoras como de emprendedoras que continúan, son coherentes con estudios recientes que sostienen que quien emprende se adapta a las circunstancias cambiantes, y en lugar de rendirse a los cambios, demuestran determinación en su búsqueda para el éxito, sobre todo cuando se enfrentan a un gran desafío (Cooper et al., 2004).

Las personas emprendedoras, y más las que continúan a pesar de la crisis, le dan más importancia al trabajo y, para ellas, *el significado del trabajo* está relacionado con la búsqueda de independencia y conseguir logros, y menos con la seguridad. Además, las que continúan tras la crisis, también consideran el trabajo como una ocasión para aprender a hacer cosas diferentes, innovar y promocionarse.

Los resultados son coherentes con los estudios ⁸³ que identifican la necesidad de independencia en el trabajo como una de las características esenciales del emprendedor. Los resultados obtenidos por Barba, et al. (2012) les permiten afirmar que la búsqueda de independencia, influye en el éxito emprendedor. Por su parte, Gorgievski (2014

⁸² Entre los autores que consideraa la innovación y a la creatividad como factores decisivos en la actividad emprendedora hemos hecho referencia en el marco teórico a Schumpeter (1943); Drucker (2003); Amit y Villalonga (2004); Zhou y George (2001); León-Rubio (2013); Gupta et al. (2007); Lumpkin y Dess (1996); O'Connor y Ayers (2005); Hurley y Hult (1998); Baudeau (1771); Nueno (1994); Gibb (1987); Robinson et al. (1991); Cossette (1992); Fortin (1992); Ahuja (2000); Capaldo (2007); Laursen y Salter (2006); Anna et al. (2000); De Pablo y Bueno (2004); Dubini (1988); García y Wandoseel (2004); Jenssen y Kolvered (1992); Smith et al. (1987); Engle et al. (1997); Chell (2000); Chen et al. (1998); Krueger et al. (2000); Byron et al. (2010); Chalí (2012); y Lee et al. (2012).

⁸³ Varios autores han identificado la necesidad de independencia en el trabajo como una de las características esenciales del emprendedor: Anna et al. (2000); Collins et al. (1964); De Pablo y Bueno (2004); Douglas y Shepherd (1997); Dubini (1988); Duchéneaut y Orham (1998); Feeser y Dugan (1989); García y Wandoseel (2004); Jenssen y Kolvered (1992); McClelland (1968); Sheinberg y MacMillan (1988); Woo et al. (1988); Hamilton (2000); Blanchflower y Oswald (1998); Blanchflower 2000; Blanchflower et al. (2001); y Hundley (2001).

citado en Gorgievski et al., 2014) considera que la pasión positiva por el trabajo se relaciona con un comportamiento más innovador y juega un papel importante en la explicación del alto rendimiento.

Los resultados confirman con claridad nuestra hipótesis de que las personas emprendedoras, y más las que continúan a pesar de la crisis, muestran mayor *disposición a asumir y capacidad para soportar riesgos*. Son coherentes con los estudios previos que inciden sistemáticamente en que la propensión a asumir riesgos y la inexistencia de miedo al fracaso son atributos de las personas que ponen en marcha una empresa y en su éxito⁸⁴; la “toma de riesgos” es una de las principales características del emprendedor⁸⁵.

Quienes emprenden, y más quienes continúan a pesar de la crisis, muestran mayor *constancia en el trabajo y proactividad* en línea con los estudios previos expuestos en la fundamentación teórica que sostienen que la dedicación, la perseverancia y la constancia en el trabajo permiten tener éxito o al menos continuar con el negocio superando, a base de esfuerzo, las dificultades del contexto económico⁸⁶; de hecho, la variable de personalidad proactiva tal vez sea la que más ha visto confirmada su influencia tanto en la intención emprendedora como en el éxito empresarial (Crant, 1996; Krueger & Brazeal, 1994; Shapero & Sokol, 1982).

Podemos *diseñar instrumentos de evaluación* con un buen nivel de fiabilidad, discriminan de forma significativa a personas emprendedoras, a las que superan la crisis, y a las innovadoras a partir de los rasgos psicosociales que hemos estudiado.

Sería interesante validar y comprobar los aspectos psicométricos de un instrumento que nos ofrezca información sobre las características claves de la persona

⁸⁴ La propensión a asumir riesgos ha sido considerado un atributo esencial de las personas que ponen en marcha una empresa por Brockhaus (1980); Cross y Travaglione (2003); De Pablo y Bueno (2004); Douglas y Shepherd (1997); Dubini (1988); Entrialgo et al. (1998); García et al. (2010); Gartner (1990); Gupta y Govindarajan (1984); Korunka et al. (2003); Lambing y Kuehl (1997); Mullins y Forlani (2005); Schwer y Yucelt (1984); Smith et al. (1987); Teoh y Foo (1997); Wagner (2006).

⁸⁵ Para Arenius y Minniti (2005); Balakrishnan et al. (1998); Bracker y Miner (1987); Carsrud et al. (1996); Douglas y Shepherd (1997); De Pablo y Bueno (2004); Díez de Castro et al. (1995); Dubini (1988); Engle et al. (1997); Hisrich (1990); Kao (1989); Miller y Friesen (1984); Shapero (1975); Smith y Begley (1995); Smith-Hunter et al. (2003); Stewart y Roth (2004); Timmons (1994), la toma de riesgos es una de las principales características del emprendedor

⁸⁶ Así lo confirman autores como Kuratko y Hodgetts (1995); Hatch y Zweig (2000); McGinnis y Frehn (1987); Kent et al. (1982); Montagnó y Kuratko (1986); Begley y Boyd (1987); Ibrahim y Ellis (1990); y Bird (1989).

empresaria: autoeficacia, motivación de logro, adaptación, perseverancia, asumir y soportar riesgos, proactividad, asertividad, control de las emociones, motivación de independencia, autonomía, y significado del trabajo innovador, completado con preguntas referidas a si cuenta con apoyo de su red social y con formación y experiencia laboral. Asimismo, proponemos articular una aplicación práctica para que fuera posible evaluar el potencial emprendedor a partir de dicho cuestionario. Una vez detectadas las competencias psicosociales, se podría diseñar un protocolo para orientar a cada persona con intención emprendedora sobre qué aspectos mejorar para llevar con éxito su proyecto emprendedor.

Hemos analizado el perfil psicosocial de *la mujer emprendedora*, comparándolo con el del emprendedor varón. Comprobamos que son *similares*, tal como señalaba Díaz et al. (2008), aunque existen determinadas características psicosociales que diferencian a hombres y mujeres en lo que a la creación de empresas se refiere, y que parecen deberse a las propias características socioculturales de la población.

En las dimensiones de *personalidad*, medidas con el BFQ, confirmamos que las mujeres emprendedoras son más afables, empáticas y cordiales, además, son más creativas, abiertas a la experiencias y a las nuevas ideas, mientras que los emprendedores son más dominantes, asertivos y capaces de dominar sus emociones que las empresarias.

Comprobamos que las emprendedoras dan más *importancia al trabajo* y muestran mayor capacidad de *adaptación* mientras que los emprendedores soportan mejor una situación arriesgada tal y como señalaba Sexton, y Bowman (1990), quienes encontraron que las emprendedoras se adaptaban mejor a las nuevas circunstancias, no obstante preferían los resultados más seguros, y puntuaban menos en energía y asumir riesgos.

Aclaración especial requiere el que tanto emprendedores como emprendedoras presentan, en nuestro estudio, altas y similares puntuaciones en *autoeficacia* coincidiendo con la investigación de Oliveira et al. (2005). La primera impresión es que este resultado es contradictorio con numerosos autores⁸⁷, que concluyen que las mujeres

⁸⁷ En el marco teórico hicimos referencia a las investigaciones de Wilson et al. (2007); Eddleston et al. (2006); Bandura (2001); Betz y Hackett (1981); Scherer et al. (1990); Salvador (2009); Chen et al. (1998)

obtuvieron puntuaciones significativamente más bajas en autoeficacia emprendedora que los varones, y por esto presentan menores tasas de intención emprendedora. No obstante, examinando los resultados, comprendemos que son congruentes, ya que las bajas puntuaciones se obtienen con mujeres en general; sin embargo, cuando los sujetos de estudio son mujeres que han creado una empresa, éstas presentan altos niveles de autoeficacia, de no ser así no iniciarían el proyecto empresarial. Es decir, las mujeres, en general, presentan bajos niveles de autoeficacia y menores tasas de intención emprendedora, y las que finalmente emprenden precisan de una alta confianza en sus capacidades de gestión empresarial.

En futuras investigaciones sería interesante confirmar en qué medida las variables psicosociales que aquí presentamos se deben o no a diferencias entre mujeres y hombres y no sólo entre emprendedores y emprendedoras.

Las emprendedoras dan más importancia en el trabajo a tener buenas relaciones interpersonales, aprender y plantearse nuevos retos que los emprendedores, confirmando los estudios de Mercadé (1998) y Donoso et al. (2011), sobre el interés por las “relaciones” y por crear un buen clima de trabajo de la mujer emprendedora.

En esta línea, nuestra muestra de emprendedoras está más motivada por la consecución de objetivos retadores, *motivación de logro*, y por motivaciones de *afiliación*, buscan relacionarse con las personas que le rodean. Confirmando que las emprendedoras se interesan más por objetivos sociales que los emprendedores varones (Carosio, 2004).

Si bien las emprendedoras puntúan menos que los hombres en las *motivaciones económicas*, no lo hacen de forma significativa, por lo que no podemos confirmar con claridad las conclusiones de varios autores como Gromie (1987), que encontró que las mujeres estaban menos motivadas que los hombres por ganar dinero. A pesar de que la *motivación de independencia* es la más importante para la mujer emprendedora no es significativamente mayor que en los emprendedores. Por tanto, no hemos confirmado las conclusiones de Goffée et al. (1982), que encontraron que las mujeres estaban más motivadas por la búsqueda de independencia, tener su propio negocio y dejar de estar dominadas por el hombre.

Eccles (1994) en las que las mujeres obtuvieron puntuaciones significativamente más bajas en autoeficacia emprendedora que los varones.

Las emprendedoras valoran más que los emprendedores el apoyo recibido de todos los miembros de su red social y de forma significativa el recibido por profesores y técnicos, confirmando que las mujeres atribuyen más importancia a los programas de asesoramiento y formación (Quevedo et al., 2010).

Hemos visto que un porcentaje significativamente mayor de emprendedoras trabajaban previamente en situación de precariedad, y son menos las emprendedoras vocacionales que crean la empresa para tener su propio negocio que los hombres; ambos resultados son acordes con que las empresarias están más influidas por situaciones desagradables (Cromie, 1987), explicable porque la situación laboral de la mujer es, en general, más precaria.

Valorando los datos sobre formación y situación laboral previa, de forma conjunta, podemos señalar que las emprendedoras están más y mejor formadas y los emprendedores cuentan con más experiencia laboral.

Hemos comprobado que el perfil psicosocial difiere *en virtud del tipo* de persona emprendedora; no todas son iguales, no requieren las mismas capacidades ni crean las empresas por las mismas motivaciones.

Las personas emprendedoras *en fase de creación de la empresa* muestran mayor tesón, perseverancia y *constancia en el trabajo*, control de las emociones, capacidad de *adaptación*, de *asumir riesgos* y son más emprendedoras, según nuestras escalas de coeficiente emprendedor, que las que gestionan empresas ya consolidadas.

Estos resultados coinciden con los del estudio cualitativo previo en el que los expertos y los propios emprendedores señalan como principales competencias para emprender la constancia en el trabajo, la proactividad, la adaptación y asumir riesgos.

Coincidimos con Gallup (2007) en que es preciso, en la fase inicial, un fuerte sentido de la responsabilidad y trabajo, pero a diferencia de este autor no hemos encontrado diferencias significativas en creatividad y sí en capacidad de asumir riesgos.

Al parecer, y matizando lo que predecíamos al basarnos en lo expuesto sobre este asunto en el marco teórico, quien está creando la empresa no despliega una especial capacidad de innovación y creatividad, sino más bien *capacidad de adaptación* al entorno, es decir, no es tan necesario que sea original y creativo sino que cambie en

virtud de las circunstancias del mercado. Dicha matización tiene importantes consecuencias prácticas ya que en los procesos de formación y asesoramiento no se debería de hacer tanto hincapié en la originalidad y la creatividad del futuro emprendedor, sino en la capacidad de interpretar el entorno y adaptarse a él.

Nuestros datos sobre personas emprendedoras *vocacionales versus situacionales* confirman y amplían las aportaciones de varios autores⁸⁸. Las vocacionales o *pull* muestran mayor energía, dinamismo y asertividad; tesón, perseverancia, proactividad, constancia en el trabajo, capacidad de esfuerzo y escrupulosidad; más apertura mental, creatividad, apertura a las experiencias, capacidad de adaptación e innovación; están más motivadas, su perfil motivacional es de carácter emprendedor, muestran mayor motivación de logro; el trabajo es más importante y tienen un significado del trabajo emprendedor; presentan mayor locus de control interno, capacidad de asumir riesgos; y, en general, son más emprendedoras. Los situacionales o *push* están motivados por la subsistencia, ganar lo suficiente para atender sus necesidades, mientras que los vocacionales están más motivados por ganar el máximo posible, obtener reconocimiento, conseguir logros, el poder, y trabajar de forma independiente o autónoma.

Al clasificar a las personas emprendedoras en *innovadoras versus no innovadoras* autores como Miner (1996a, 1997) definen a las innovadoras como personas que exhiben un fuerte deseo de innovación, aceptan riesgos moderados para compensar el entusiasmo de sus ideas y son más emprendedores.

Nuestros resultados enriquecen esta descripción al hallar que los que innovan muestran más energía, dinamismo y asertividad; afabilidad, empatía y cordialidad; perseverancia, proactividad y constancia en el trabajo; son innovadores, abiertos a la cultura y la experiencia; están más motivados por emprender y su perfil motivacional es emprendedor; el trabajo es importante en su vida y valoran en el trabajo aspectos emprendedores; con una alta motivación de logro, mayor locus de control interno, autoeficacia general, capacidad de adaptación, innovación; soportar y asumir riesgos; y, en general, un carácter más emprendedor; tiene experiencias previas emprendedoras y ha adquirido las competencias emprendedoras de forma activa.

⁸⁸ En el marco teórico mostramos como Vesper (1990); el informe GEM (2007); Gilad y Levine (1986); Everett y Watson (1998); Olofsson et al. (1986); Dubini (1988) clasifican a las personas emprendedoras en *vocacionales-pull* versus *situacionales-push*.

Quienes *crean su propia empresa, muestran, frente a quienes la heredan o asumen una franquicia o filial*, mayor capacidad de adaptación, creatividad e innovación; están más abiertos a nuevas ideas, a la cultura y a la experiencia; y demuestran mas autoeficacia general, constancia en el trabajo y capacidad de asumir riesgo. De esta forma confirmamos y ampliamos la clasificación de Lambing y Kuehl (1997), que en su tipología, achaca a quien desarrolla un nuevo negocio la máxima creatividad e innovación, y las conclusiones de Cooper y Dunkelberg (1986), que sugirieron que diferentes rutas de acceso a la propiedad de negocios constituyen diferentes grados de la iniciativa empresarial; poner en marcha un negocio requiere de iniciativa, creatividad y la toma de riesgo personal, pero los propietarios empresariales que obtengan su posición mediante la compra o la herencia, no están obligados a ser innovadores.

Consideramos que investigaciones futuras de carácter práctico deberían concretar las diferencias entre tipos de emprendimiento, especialmente en lo que respecta a las competencias necesarias para iniciar y gestionar distintos negocios, con el objeto de poder ofrecer un asesoramiento y capacitación diferenciada a las personas que siguen cauces distintos de emprendimiento o crean empresas con requerimientos diferentes.

Las cuatro *principales razones*, por este orden, que las personas emprendedoras consideran que han sido *importantes para que mantuvieran su empresa* en tiempos difíciles son: más trabajo, la capacidad de adaptación, mantener la esencia de su negocio y no endeudarse, y consideran que sus competencias personales han sido más determinantes para que su empresa logre éxito, que el entorno socioeconómico.

Sin embargo, quienes emprenden consideran menos determinante que la crisis no afecte a su sector y reducir los salarios. Valoran positivamente el apoyo de la familia, pero no lo hacen en el grado esperado ni le dan la importancia que se le achaca desde distintos estudios.

La estrategia más utilizada para proteger su empresa de la crisis ha sido mantener la calidad, los clientes y la esencia de su negocio, seguida de buscar nuevas opciones y ampliar el negocio.

Una línea de investigación futura es la de determinar la relación e influencia entre las variables psicosociales que en este estudio hemos constatado que caracterizan a la persona emprendedora y a la que continúa a pesar de las circunstancias adversas. Así como determinar hasta qué punto las distintas variables explican el comportamiento emprendedor. Por esto hemos esbozado un modelo (figura 4.6.2), que integra las características personales, los factores sociales y los constructos psicosociales, aquí expuestos, para explicar el emprendimiento y el éxito entendido como supervivencia de la iniciativa empresarial.

Otro ámbito interesante de investigación es la capacidad emprendedora en el personal por cuenta ajena, visto que cada vez más el mercado laboral y el desarrollo empresarial requiere de plantillas con espíritu emprendedor.

Consideramos que este estudio tiene importantes aplicaciones prácticas en el marco de las acciones de fomento del autoempleo, aporta una fundamentación que permite *evaluar, entrenar, y asesorar* sobre las competencias y actitudes que deben reunir quienes emprenden para culminar con éxito su idea empresarial. Esto es importante si tenemos en cuenta que el éxito de una iniciativa de autoempleo depende de las capacidades y competencias de su líder, y que los fracasos empresariales se deben sobre todo a factores relacionados con las competencias psicosociales.

Hemos avanzando, en párrafos anteriores, reflexiones sobre la necesidad de establecer criterios e instrumentos fiables que nos permiten actuar profesionalmente en cuanto a valorar y asesorar en una propuesta empresarial la viabilidad personal de la persona que emprende.

En cuanto a los programas formativos raramente incluyen un módulo encaminado a desarrollar las habilidades y competencias personales necesarias para liderar un proyecto empresarial, aun sabiendo que son estas competencias las que avalan la supervivencia y el crecimiento de la empresa. Nuestro estudio aporta alguna luz respecto a qué competencias personales hay que entrenar en la futura persona emprendedora, y es preciso proponer qué metodologías utilizar para apoyar, en la persona que promueven una iniciativa empresarial, el desarrollo de estas capacidades.

7. BIBLIOGRAFIA

7. BIBLIOGRAFIA

- Aaltonen, S., Blackbrun, R. & Heinonen, J. (2010). *Exploring Entrepreneurial Exits: A Study of Individual Exit Experiences in Finland and the UK*, in: Smallbone, D., Leitão, J., Raposo, M., Welter, F. (Eds.), *The theory and practice of entrepreneurship: frontiers in European entrepreneurship research*, Elgar., pp. 145-168.
- Abdesselam, R., Bonnet, J. & Le Pape, N. (2004). An explanation of the life span of new French firms. *Small Business Economics*, 23 (3), 237-254.
- Acs, Z. J., Arenius, P., Hay, M. & Minniti, M. (2005). *Global entrepreneurship monitor 2004 executive report*. Disponible en: <http://www.gemconsortium.org>.
- Acs, Z. J. & Audretsch, D. B. (2003). *Handbook of entrepreneurship research*. (pp. 55-79). Springer US.
- Adizes, I. (1979). Organizational passages: Diagnosing and treating life cycle problems of organizations. *Organizational Dynamics*, 9 (Summer), 3-24.
- Adizes, I. (1994). *Ciclos de vida de la organización*. Madrid: Díaz de Santos.
- Adler, P. S. & Kwon, S. W. (2002). Social capital: Prospects for a new concept. *Academy of management review*, 27(1), 17-40.
- Ahmed, S.U. (1985). Anch, risk taking propensity, locus of control and entrepreneurship. *Personality and Individual Difference*, 6, 781-782.
- Ahuja G. (2000). Collaboration networks, structural holes, and innovation: a longitudinal study. *Administrative Science Quarterly*, 45, 425-455.
- Ajzen, I. (1987). Attitudes, traits, and actions: Dispositional prediction of behavior in social psychology. *Advances in Experimental social Psychology*, vol. 20, 1-63.
- Ajzen, I. (1989). Attitude structure and behaviour. En Pratkanis, S.R., Breckler, S.J. and Greenwald, A.G. (Eds.). *Attitude Structure and Function*, Hillsdale, L. Erlbaum, 241-274.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior & Human Decision Processes*, 50, 179-211.
- Aktouf, O. (1998). *La administración: entre tradición y renovación* (2ªEd.). Cali: Universidad del Valle.
- Aldrich, H. (1989). Networking among women entrepreneurs. En Hagan, O., Rivchun C. & Sexton D., *Women-owned business* (103-132). NY: Praeger.
- Aldrich, H. (1990). Using an ecological perspective to study organizational founding rates, *Entrepreneurship: theory and practice*, vol. 14, 3. 7-24.
- Aldrich, H. (1992). Methods in our madness? Trends in entrepreneurship research. *The State of the Art in Entrepreneurship*, 191-213.
- Aldrich, H. E. & Kim, P. H. (2007). Small worlds, infinite possibilities? How social networks affect entrepreneurial team formation and search. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 1(1-2), 147-165.
- Aldrich, H., Reese P. & Dubini, P. (1989). Women on the verge of a breakthrough: networking among entrepreneurs in the United States and Italy. *Entrepreneurship & Regional Development*, vol. 1, no 4, pp. 339-356.
- Aldrich, H., Rosen, B., & Woodward, W. (1987). The impact of social networks on business foundings and profit: a longitudinal study. *Frontiers of entrepreneurship research*, 7(154), 68.
- Aldrich, H. E. & Ruef, M. (2006). *Organizations evolving*, Sage Publication, 2ème edition.
- Aldrich, H. & Zimmer, C. (1986). Entrepreneurship through Social Networks. En Sexton, D. L. & Smilor R. W. (Eds.). *The art and science of entrepreneurship*. Cambridge, MA: Ballinger.
- Aldrich, H. E. & Wiedenmayer, G. (1993). From traits to rates: An ecological perspective on organizational foundings. *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence, and Growth*, 1, 145-195.
- Alexei, T. & Kolvereid, L. (1999). Self-employment intentions among Russian students. *Entrepreneurship and Regional Development*, 11 (3), 269-271.
- Alexei, T. & Kolvereid, L. (2002). Ob and entrepreneurship: the reciprocal benefits of closer conceptual links; en Staw, B. M. & Kramer, R. M. (Eds.) *Research in organizational behaviour- An annual series of analytical essays and critical reviews*, 24, 225-270. Oxford: Elsevier Science.
- Ali, H. (1995). Gateways to market entry. *Journal of Entrepreneurship*, 4(1), 49-69.
- Allen, L. L. (1977). *Cómo iniciar y hacer prosperar la pequeña empresa*. Pamplona. Ediciones Universidad de Navarra.
- Allen, I. E., Elam, A., Langowitz, N. & Dean, M. (2008). *Global Entrepreneurship Monitor. 2007 Report on Women and Entrepreneurship*. Center for Women's Leadership at Babson College.
- Allen, I.E., Langowitz, N. & Minniti, M. (2007). *Global Entrepreneurship Monitor. 2006 Report on Women and Entrepreneurship*. Center for Women's Leadership at Babson College.
- Allison C. W., Chell, E. & Hayes, J. (2000). Intuition and entrepreneurial behaviour. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 9(1), 31-43.

- Álvarez, C., Noguera, M. & Urbano, D. (2012). Condicionantes del entorno y emprendimiento femenino un estudio cuantitativo en España. *Economía industrial*, 383, 43-52.
- Alsos, G. A. & Carter, S. (2006). Multiple business ownership in the Norwegian farm sector: Resource transfer and performance consequences. *Journal of Rural Studies*, 22(3), 313-322.
- Alsos, G. A. & Ljunggren, E. (1998). *Does the business start-up process differ by gender? A longitudinal study of nascent entrepreneurs*. Disponible en: <http://www.babson.edu/entrep/fer/>.
- Álvarez, M. J., Rebollo, M. A., Catalán M. A. & Rodríguez M. R. (2013). *Factores facilitadores y bloqueadores del emprendimiento femenino: orientar para el emprendimiento desde una perspectiva de género en Investigación e Innovación Educativa al Servicio de Instituciones y Comunidades Globales, Plurales y Diversas*. Actas del XVI Congreso Nacional / II Internacional Modelos de Investigación Educativa de la Asociación Interuniversitaria de Investigación Pedagógica (AIDIPE), Alicante.
- Álvarez, J. (1992) *Desempleo y bienestar psicológico*. Madrid, España: Siglo veintiuno editores.
- Alvira, (1999). Antropología y ética de la iniciativa emprendedora. *Iniciativa Emprendedora*. 16 (Mayo – Junio), 17-26.
- Amabile, T. M. (1983). *The social psychology of creativity*. New York: Springer-Verlag.
- Amabile, T. M. (1997). Entrepreneurial Creativity. Through motivational synergy. *Journal of Creativity Behavior*, 31(1), 18-25.
- Amatori, F. (2010). Determinants and typologies of entrepreneurship in the history of industrial Italy, en *The determinants of entrepreneurship*. Leadership, culture, Institutions. Editado por García-Ruiz, J. L. & Toninelli, P. A. *Perspectives in economic and social history*. Nº7. Londres: Pickering & Chatto.
- Amit, R., Brander, J. & Zott, C. (1998). Why do venture capital firms exist? Theory and Canadian evidence. *Journal of Business Venturing*, 13, 441-466.
- Amit, R., Glosten, L., and Muller, E. (1990). Entrepreneurial ability, venture investments, and risk sharing. *Management Science*, 36(10), 1232-1245.
- Amit, R., Glosten, L., & Muller, E. (1993). Challenges to theory development in entrepreneurship research. *Journal of Management Studies*, 30 (5), 815-834.
- Amit, R. & Schoemaker, P. J. H. (1993). Strategic assets and organizational rent. *Strategic Management Journal*, 14 (1), 33-46.
- Amit, R. & Villalonga, B. (2004). *How Do Family Ownership, Control y Management Affect Firm Value*. EFA 2004 Maastricht Meetings Paper No. 3620.
- Anderson, A. & Drakopoulou, J. (2005). The role of family members in entrepreneurial networks: beyond the boundaries of the family firm. *Family Business Review*,
- Anderson, A. R., Jack, S. L., & Dodd, S. D. (2005). The role of family members in entrepreneurial networks: Beyond the boundaries of the family firm. *Family Business Review*, 18(2), 135-154.
- Andrés Ciurana, B. & Montesa Andrés, E. (1994). *Manual para emprendedores*. Valencia: CEPYMEV, 22-23.
- Anna, A. L., Chandler, G. N., Jansen, E. & Mero, N. P. (2000). Women business owners in traditional and non-traditional industries. *Journal of Business Venturing*, 15 (3), 279-303.
- Anthias, F. & Mehta, N. (2003). The Intersection between Gender, the Family and Self-employment: the Family as a Resource. *International Review of Sociology*, 13 (1), 112-135.
- Aragón, J. A, Casado, M. A. & García Morales, V. J. (1997). *Emprendedores e iniciativa empresarial como motor de futuro: hacia un modelo explicativo global*. Actas XI Congreso Nacional y VII Hispano-francés de la Asociación Europea de Dirección y Economía de la Empresa, Lérida. 649-660.
- Aragón, A. (ed.) (2009). *Historias de jóvenes emprendedores*, Murcia, Universidad de Murcia.
- Aranzadi, D. (1992). *El arte de ser empresario hoy*. Bilbao: Deusto.
- Ares, A. (2004). La conducta proactiva de los emprendedores. *Portularia*, 4. 493-498.
- Arenius, P. & Minniti, M. (2005). Perceptual variables and nascent entrepreneurship. *Small Business Economics*, 24, 233-247.
- Argyle, M., & Little, B. R. (1972). Do personality traits apply to social behaviour?. *Journal for the Theory of Social Behaviour*, 2(1), 1-33.
- Ariño, A. & García, P.C. (1998). Cooperar para crecer. *Iniciativa emprendedora y Empresa familiar*. 10 (mayo-junio), 26-32.
- Ariza, J. A. & Molina, H. (1999). Aspectos determinantes del perfil emprendedor. *Iniciativa emprendedora y Empresa familiar*, 18 (septiembre-octubre), 50-58.
- Arregle, J-L., Hitt, M., Sirmon, D. G. & Véry, P. (2007). The development of organizational social capital: Attributes of family firms. *Journal of Management Studies*, 44(1), 73-95.
- Arrow, K. J. & Debreu, G. (1954). Existence of an equilibrium for a competitive economy. *Econometrica: Journal of the Econometric Society*, 265-290.

- Asociación de Trabajadores Autónomos (2012). Informe mujer autónoma 2012. Consultado en marzo 2013. Disponible en: <http://www.ata.es/imagenes/publicacionesPdf/publicacion72.pdf>.
- Audretsch, D. (2002). *Entrepreneurship: a survey of the literature*. London: Indiana University and Centre of Political Policy Research (Institute of development Strategies).
- Audretsch, D. (2013). *Entrepreneurship: A survey of the literature*, elaborado para la Comisión Europea, Dirección General de Empresa, *Enterprise Papers*, N° 14. London.
- Audrestch, D. & Keilbach, M. (2008). Resolving the knowledge paradox: Knowledge-spillover entrepreneurship and economic growth». *Research Policy*, vol. 37, n° 10, 1697-1705.
- Audretsch, D., & Thurik, A. (2000):«Capitalism and democracy in the 21st century: from the managed to the entrepreneurial economy», *Journal of Evolutionary Economics*, 10(1), pp.17-34.
- Audretsch, D. y Thurik, A. (2004). A model of the entrepreneurial economy. *International journal of entrepreneurship education*, vol. 2, n° 2. 99.
- Audretsch, D., Thurik, A., Verhuel, I. & Wennekres, A. (2002). *Entrepreneurship: Determinants and Policy in a European-US Comparison*. Kluwer Academic Publisher. Boston.
- Auer, P. & Duda, F. (1989). *Industrial relations in small and medium-sized enterprises. Evidence from six countries*. Luxemburg: Commission of the European Community.
- Augusto Landa, J. M., Berrios Martos, M., López Zafra, E. & Aguilar Luzón, M. C. (2006). Relación entre burnout e inteligencia emocional y su impacto en la salud mental, bienestar y satisfacción laboral en profesionales de enfermería. *Ansiedad y Estrés*, 12, 2-3, 479-493.
- Austin, J., Stevenson, H. & Wei-Skillern, J. (2006). Social and commercial entrepreneurship: same, different or both. *Entrepreneurship Theory and Practice*, n° 30, 1-22.
- Aznar, G. (1974). *La creatividad en la empresa. Organización práctica y técnicas de animación*. Barcelona: Oikos-Tau.
- Bakker, A. B. (2009). Work engagement: An overview of 10 years of research. *Gedrag & Organisatie*, 22(4), 336-353
- Bakaikoa, B., Begitistain, A., Errasti, A. & Goikoetxea, G. (2004). Redes e innovación cooperativa. *CIRIEC-ESPAÑA*, 49, 263-294.
- Balakrishnan, S., Kumar, K.G. & Kanungo, R. N. (1998). Entrepreneurship development. Concept and context, *Entrepreneurship innovation. Models for development*, New Delhi; London.
- Banatini, C., Simonetti, G., Michelin, M. & Napione, M. (1999). *El mito de Saturno desocupación y vida cotidiana*. Rosario, Argentina: Universidad Nacional de Rosario.
- Bandura, A. (1977a). *Social Learning Theory*. Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- Bandura, A. (1977b). Self-efficacy: Toward a Unifying theory of behavioral change. *Psychological Rev.* 84 (2), 191-215.
- Bandura, A. (1982). The self and mechanisms as agency, en SULLS, J. *Psychological perspectives on the self*. Lawrence Erlbaum, Hillsdale, 1, 3-39.
- Bandura, A. (1986). *The social foundations of thought and action*. Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- Bandura, A. (1987). Autoeficacia. En *Pensamiento y acción: fundamentos sociales* (pp. 415-78). Barcelona: Martínez Roca SA.
- Bandura, A. (1989). Human agency in social cognitive theory. *American Psychologist*, vol. 44, 9, 1175-1184.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. Nueva York: W. H. Freeman & Company.
- Bandura, A. (1999). Social cognitive theory of personality. En L. Pervin y O. John (Eds.), *Handbook of Personality* (2ª Ed.), (págs. 154-196). Nueva York: Guilford.
- Bandura, A. (2001). Social cognitive theory: An agentic perspective. *Annual Review of Psychology*, 52, 1-26.
- Bandura, A. & Wood, R. (1989). Effect of perceived controllability and performance standards on the self-regulation of complex decision making. *Journal of Personality & Social Psychology*, 56, 805-814.
- Banks, M.H. (1989) Beliefs about economic success. ESRC 16-19 Initiative, Occasional papers (2), 1989
- Barba, S. V. (2000). *La motivación para crear una empresa y su efecto sobre la satisfacción del empresario*. Tesis Doctoral, Universidad de Castilla-La Mancha.
- Barba, S. V. (2007). La necesidad de logro y la experiencia del emprendedor: elementos clave en el crecimiento de la nueva empresa. *Contabilidad y Dirección. Monográfico sobre Creación de Empresas*, 5, 121-138.
- Barba, S. V. & Atienza, S. C. (2011a). *Las teorías motivacionales y su aplicación a la creación de empresas*. EAE Editorial Academia Española.
- Barba, S. V. & Atienza, S. C. (2011b). El papel del espíritu emprendedor en el proceso de cambio económico. *Revista IEE (Instituto de Estudios Económicos). Monográfico sobre "El papel del empresario en la economía de mercado"*. Vol. 1/2011, 213-238.

- Barba, S. V. & Atienza, S. C. (2012). Entrepreneurial behavior: impact of motivation factors on decision to create a new venture. *Investigaciones europeas de dirección y economía de la empresa*, 18 (2), 132-138.
- Barba, S. V., Jiménez, Z. A. M. & Martínez, R. M. P. (2012). *Effects of entrepreneurial motivation and background on new venture's growth*. International Marketing Trends Conference. Paris.
- Barba, S. V. & Martínez, M.P. (2006). Cambios en el modelo de desarrollo económico y creación de empresas: el emprendedor como factor clave del proceso de cambio. *Boletín Económico del ICE* (Información Comercial Española), 2882, 15-27.
- Barba, S. V. & Martínez, M. P. (2009). A longitudinal Study to Assess the Most Influential Entrepreneurs' Features on New Firms' Growth. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 22 (3), 253-266.
- Barkham, R. (1994). Entrepreneurial characteristics and the size of the new firm: a model and an econometric test. *Small Business Economics*, 6 (2), 117-125.
- Baron, R.A. (2000a). Psychological perspectives on entrepreneurship: Cognitive and social factors in entrepreneurs' success. *Current Directions in Psychological Science*, 9, 15-19.
- Baron, R.A. (2000b). *Psychology* (5ª edición). Boston, MA: Allyn & Bacon.
- Baron, R. A. (2004). The Cognitive Perspective: A Valuable Tool for Answering Entrepreneurship's Basic «why» Questions. *Journal of Business Venturing*, vol. 19, núm. 2, 221-239.
- Baron, R. A. (2007). Entrepreneurship: A process perspective. En Baum, J. R., Frese, M. & Baron, R. A. (Eds.), *The Psychology of Entrepreneurship*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Baron, R. M. & Kenney, D. A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51, 1173-1182.
- Barredo, I. & Llorens, J.L. (1993). Diferencias y similitudes entre las PYMES españolas y las europeas. *Economía Industrial*, 291, 119-129.
- Barreyre, P. Y. (1978). *La pequeña y mediana empresa frente al cambio* (p. 11). Barcelona: Ed. Hispano-Europea.
- Barrick, M. R. & Mount, M. K. (1991). The Big Five personality dimensions and job performance: A meta-analysis. *Personnel Psychology*, 44, 1-26.
- Bates, T. (1990). Entrepreneur human capital inputs and small business longevity. *Review of Economic and Statistics*, 72, 551-559.
- Baudeau, N. (1771). Première introduction à la philosophie économique, ou Analyse des Etats policés, par un disciple de l'Ami des hommes. Didot l'aîné.
- Baughn, C. C., Cao, J. S., Le, L. T. M., Lim, V. A. & Neupert, K. E. (2006). Normative, social and cognitive predictors of entrepreneurial interest in China, Vietnam and the Philippines. *Journal of developmental entrepreneurship*, 11(01), 57-77.
- Baum, J., Calabrese, C. & Silverman, B. (2000). Don't Go it Alone; Alliance Network Composition and Start-ups Performance in Canadian Biotechnology. *Strategic Management Journal*, 21(3), 267-294.
- Baum, J. R. & Locke, E. A. (2004). The Relationship of Entrepreneurial Traits, Skill, and Motivation to Subsequent Venture Growth. *Journal of Applied Psychology*, 89(4), 587-598.
- Baumol, W. J. (1993). Formal entrepreneurship theory in economics: Existence and bounds. *Journal of business venturing*, 8(3), 197-210.
- Beale, D. A. & Manstead, A. S. R. (1991). Predicting mother's intentions to limit frequency of infants' sugar intake: testing the theory of planned behaviour. *Journal of Social Psychology*, 21, 409-431.
- Beattie, R. (1999). *The creative, entrepreneur: A study of the entrepreneur's creative processes*. Trabajo presentado al Frontiers of Entrepreneurship Research, Babson College, Wellesley.
- Beaucage, A., Laplante, N. & Légaré, R. (2004). Le passage au travail autonome: choix imposé ou choix qui s'impose. *Relations industrielles. Industrial Relations*, 59(2), 345-378.
- Bechard, J. P. & Toulouse, J. M. (1998). Validation of a didactic model for the analysis of training objectives in entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 13 (4), 317-332.
- Beck, U. (1986). *Risikogesellschaft. Auf dem Weg in eine andere Moderne*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Becker, H. S. (1997). *Outsiders: studies in the sociology of deviance*. New York: Free Press.
- Begley, T. M. (1995). Using founder status, age of firm, and company growth rate as the basis for distinguishing entrepreneurs from managers of smaller business", *Journal of Business Venturing*, 10 (3), 249-263.
- Begley, T. M. & Boyd, D. P. (1986). Psychological characteristics associated with entrepreneurial performance. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 146-165.
- Begley, T. M. & Boyd, D. P. (1987a). Psychological characteristics associated with performance in entrepreneurial firms and smaller business. *Journal of Business Venturing*, 2, 79-93.

- Begley, T. M. & Boyd, D. P. (1987b). A comparison of entrepreneurs and managers of small business firms. *Journal of Management*, vol. 13, 1, 99-108.
- Begley, T., Tan W-L. & Schoch, H. (2005). Politic-Economic Factors Associated with Interest in Starting a Business: A Multi-Country Study. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 29(1), 35-55.
- Behling, O. & Law, K. S. (2000). *Translating questionnaires and other research instruments: Problems and solutions*. Londres: Sage publications.
- Bellu, R. P. (1988). Entrepreneurs and managers: are they different? *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Babson College, 16-30.
- Bellu, R. P. (1993). Task role motivation and attributional style as predictors of entrepreneurial performance: female sample findings. *Entrepreneurship and Regional Development*, 5 (4), 331-344
- Bellu, R. R. (1999). *Entrepreneurial behavior and venture success: a longitudinal study*. 2nd International Conference EURO-PME, Rennes-Saint Malo (France), 30 September-2 October.
- Bellu, R. R., Davidsson, P. & Goldfarb, C. (1990). Toward a theory of entrepreneurial behaviour: empirical evidence from Israel, Italy and Sweden. *Entrepreneurship and Regional Development*, 2 (2). 195-209.
- Bellu, R. R. & Sherman, H. (1996). Predicting entrepreneurial success from task motivation and attributional style: a longitudinal study. *Entrepreneurship and Regional Development*, 8(4), 329-341.
- Benavides, M., Sánchez, M.I. & Luna, R. (2004). El proceso de aprendizaje para los emprendedores en la situación actual: un análisis cualitativo en el ámbito universitario. *Revista de dirección, organización y administración de empresas*, 30, 34-48..
- Benet, V. & John, O.P. (1998). Los Cinco Grandes Across Cultures and Ethnic Groups: Multitrait Multimethod Analyses of the Big Five in Spanish and English. *Journal of Personality and Social Psychology*, 75(3), 729-750.
- Bennet, S. (1989). *Triunfe como nuevo empresario*. Barcelona: Francisco Casanovas editor.
- Benz, M. & Frey, B. S. (2003). The value of autonomy: Evidence from the self-employed in 23 countries. Institute for Empirical Research in Economics Working Paper, (173).
- Bergmann, H. & Sternberg, R. (2007): The changing face of entrepreneurship in Germany. *Small Business Economics*, vol. 28, 2-3, 205-221.
- Bermejo, M., Rubio, I. & Vega, I. (1996). *La creación de la empresa propia*. Madrid: McGraw-Hill e Instituto de Empresa, 11-65.
- Bermúdez, J., Pérez, A. M. & Sánchez, M. A. (1990). Type a Behaviour pattern and attentional performance. *Personality and Individual Differences*, 11(1), 13-18.
- Bernardi, R. (1997). The relationships among locus of control, perceptions of stress, and performance. *Journal of Applied Business Research*, 13, 108.
- Betz, N. E. (2001). Perspectives on future directions in vocational psychology. *Journal of Vocational Behavior*, 59, 275-283.
- Betz, N. & Hackett, G. (1981). The relationship of career-related self-efficacy expectations to perceived career options in college men and women. *Journal of Counseling Psychology*, 28, 399-410.
- Bewayo, E. D. (1998). *Uganda Entrepreneurs: Why are they in Business?* Montclair State University. Recuperado el 13 de Diciembre de 2012 de, <http://www.sbaer.uca.edu/research/sbida/1995/pdf/03.pdf>
- Bhide et al. (1999). Harvard Business Review. *La iniciativa emprendedora*, Deusto, Bilbao.
- Binnewies, C., Ohly, S. & Sonnentag, S. (2007). Taking personal initiative and communicating about ideas: What is important for the creative process and for idea creativity? *European Journal of Work and Organizational Psychology*. 16(4), 432-455.
- Birley, S. (1985). The Role of Networks in the Entrepreneurial Proces. *Journal of Business Venturing*, Vol. 1, 107-117.
- Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: the case of intention. *Academy of managements Review*, 13, 442-453.
- Bird, B. J. (1989). *Entrepreneurial behavior*. Scott Foresman & Company.
- Birley, S. & McMillan, I. C. (1992). *International perspective on entrepreneurship research*. Elsevier Science Publishers B.V. Amsterdam.
- Birley, S. & Westhead, P. (1994). A taxonomy of business start-up reasons and their impact on firm growth and size. *Journal of Business Venturing*, vol. 9, 7-31.
- Blais, R.A. & Toulouse, J-M. (1990). Les motivations des entrepreneurs: une étude empirique de 2278 fondateurs d'entreprise dans 14 pays. *Revue Internationale PME (UQATR)*, vol. 3, 3-4, 269-300.
- Blanch Ribas, J. M. (2003). Trabajar en la modernidad industrial. En Blanch Ribas, J. M., Tomás, M. J. E., Durán, C. G. & Artiles, A. M. (Eds.), *Teoría de las relaciones laborales. Fundamentos* (pp. 19-147). Barcelona: Editorial UOC.
- Blanchflower, D. G. & Meyer, B. D. (1994). A longitudinal analysis of the young self-employed in Australia and the United States. *Small Business Economics*, 6(1), 1-19.

- Blanchflower, D. G. (2000). Self-employment in OECD countries. *Labour economics*, 7(5), 471-505.
- Blanchflower, D. G. & Oswald, A. J. (1998). *Entrepreneurship and the youth labour market problem: a report for the OECD*. Report to OECD, Paris. November.
- Blanchflower, D. G., Oswald, A. & Stutzer, A. (2001). Latent entrepreneurship across nations. *European Economic Review*, 45(4), 680-691.
- Block, J. (1995). A contrarian view of the five-factor approach to personality description. *Psychological Bulletin*, 117, 187-215
- Blumberg, F. (2006). What distinguishes entrepreneurs? A comparative study of European Entrepreneurs from a social identity perspective. En Springer Berlin Heidelberg (ed.), *Jahrbuch Entrepreneurship 2005/2006* (pp. 185-208). Berlín: Springer Berlin Heidelberg.
- Boix, R. & Lazzeretti, L. (2012). Las industrias creativas en España: una panorámica. *Investigaciones regionales*, 22, 181-206.
- Bonnet, C. & Furnham, A. (1991). Who wants to be an entrepreneur? A Study of adolescents interested in a young enterprise Scheme. *Journal of Economic Psychology*, 12(3) September, 465-478.
- Boone, C., De Brabander, B. & Witteloostuijn, A.V. (1996). CEO locus of control and small firm performance: an integrative framework and empirical test. *Journal of Management Studies*, 33, 667-699.
- Boone, C. & de Brabander, B. (1997). Self reports and CEO locus of control research: A note. *Organizational Studies*, 18, 949-71.
- Boone, C., de Brabander, B. & Hellemans, J. (2000). Research note: CEO locus of control and small firm performance. *Organization Studies*, 21, 641-46.
- Borges, L. O. (1997). Os atributos e a medida do significado do trabalho. *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, 13(2), 211-221.
- Borges, L. O. (1998). Os pressupostos dos estudos do significado do trabalho na psicologia social: no caminho do existencialismo. *Vivência*, 12(2), 87-105.
- Borges, L. O. (1999). As concepções do trabalho: um estudo de análise de conteúdo de dois periódicos de circulação nacional. *Revista de Administração Contemporânea*, 3(3), 81-108.
- Borges, L.,O. & Yamamoto, O. H. (2004). O mundo do trabalho. *Psicologia, organizações e trabalho no Brasil*, 24.
- Bornstein, D. (2005). *Cómo cambiar el mundo: los emprendedores sociales y el poder de las nuevas ideas*. Madrid: Debate.
- Bosma, N. & Hardin, R. (2006). *Global Entrepreneurship Monitor. GEM 2006 Summary Results*. Babson Park & Londres: Babson College & London Business School.
- Bosma, N., Jones, K., Autio, E. & Levie, J. (2007). *Global Entrepreneurship Monitor 2006 Executive Report*. Babson Park & London: Babson College & London Business School.
- Bourdieu, P. (1991). *El sentido práctico*. Madrid: Taurus.
- Bowey, J. & Easton, G. (2007). Entrepreneurial social capital unplugged: an activity-based analysis. *International Small Business Journal*, vol. 25, nº 3, 273-306.
- Boyd, D. P. & Gumpert, D. E. (1983). Coping with entrepreneurial stress. *Harvard Business Review*, 61(2), 44.
- Boyd, N. & Vozikis, G. (1994). The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(4), 63-77.
- Box, T. M., White, M. A. & Barr, S.H. (1993). A contingency model of new manufacturing firm performance. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, vol. 18, nº 2, winter, 31-45.
- Brandstätter, H. (1997). Becoming an entrepreneur. A question of personality structure. *Journal of Economic Psychology*, 18, 157-177.
- Bras, F. (1995). *Sé tu propio Jefe. Guía del trabajo en casa* (pp. 19-46). Barcelona. Salvat Editores S.A. Colección vida profesional.
- Bravo, M. J (1993). Satisfacción con el trabajo, en Peiro, J.M; et al (drtores). *El significado del trabajo y su medida*. Nau Llibres, Valencia. 155-183.
- Brenes, G. (2007). Emprendedores costarricenses revelando algunos de sus secretos. *TEC empresarial*. 1 (2), 16-19.
- Brenner, O. C. (1982). Relationship of education to sex, managerial status and the managerial stereotype. *Journal of Applied Psychology*, 67, 380-383.
- Brenner, O.C, Pringle C.D. & Greenhaus, J.H. (1991). Perceived fulfilment of organizational employment versus entrepreneurship: work values and career intentions of business college graduates. *Journal of Small Business Management*, 29, 62-74.
- Bretones, F. (2004). Actitudes, motivación y creación de empresas: el caso de los emprendedores en sistema cooperativo. *Revesco. Revista de Estudios Cooperativos*, Tercer Cuatrimestre, nº 084. Universidad Abdelmalek Essaadi Madrid, España. 37-52. Disponible en:

- http://www.academia.edu/970933/Actitudes_motivacion_y_creacion_de_empresas_el_caso_de_los_emprendedores_en_sistemas_cooperativos
- Brockhaus, R.H. (1980). Risk taking propensity of entrepreneurs. *Academy of Management Journal*, 23, 63-77
- Brockhaus, R.H. (1982). The psychology of the entrepreneur. C.A. Kent, D.L. Sexton et K.H. Vesper (Eds.). *Enciclopedia of Entrepreneurship*. Englewood Cliffs. N.J.: Prentice Hall, 39-71.
- Brockhaus, R. H. (1987). Entrepreneurial Folklore. *Journal of Small Business Management*, vol. 25, n° 3, 1-6.
- Brockhaus, R. H. & Horwitz, P. (1986). Psychology of the entrepreneur. En D. Sexton & R. Smilor (Eds.). *The art and science of entrepreneurship* (pp. 25-48). Cambridge: Ballinger.
- Brockhaus, R. H. & Nord, W. R. (1979). An exploration of factors affecting the entrepreneurial decision: Personal characteristics versus environmental conditions. *Proceedings of the 39th Annual Meeting of the Academy of Management*, 386-373.
- Brown, D. D. & Hisrich, R. D. (1986). The female entrepreneur: A career development perspective. *Academy of Management Review*, 11, 393-407.
- Brüderl, J. & Preisendörfer, P. (1998). Network Support and the Success of Newly Founded Businesses. *Small Business Economics*, 10.
- Brüderl, J., Preisendörfer, P. & Ziegler, R. (1992). Survival chances of newly founded business organizations. *American sociological review*, 227-242.
- Bruni, A., Gherardi, S. & Poggio, B. (2004). Doing gender, doing entrepreneurship: An ethnographic account of intertwined practices. *Gender, Work & Organization*, 11(4), 406-429.
- Bruno, A.V. & Tyebjee, T.T. (1984). The entrepreneur's search for capital. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 18-31.
- Burns, P. & Kippenberger, T. (1988), *Entrepreneur: Eight British Success Stories of the 1980s*, Macmillan, London.
- Brush, C. G. (1992). Research on women business owners: past trends and future directions. *Entrepreneurship, Theory and Practice*, 16(4), 5-30.
- Brush, C. G. (1997). Women-owned businesses: obstacles and opportunities. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 2(1), 1-25.
- Brush, C. G. & Bird, B. J. (1996). Leadership vision of successful women entrepreneurs: Dimensions and characteristics. *Frontiers of Entrepreneurship*. Recuperado el 13 de Diciembre de 2012 de, <http://fusionmx.babson.edu/entrep/fer/papers96/summ96/brush.html>
- Brush, C. G., de Bruin, A. & Welter, F. (2009). A gender-aware framework for women's entrepreneurship. *International Journal of Gender Entrepreneurship*, 1(1), 8-24.
- Bryant, C. R. (1989). Entrepreneurs in the rural environment. *Journal of Rural Studies*, 5, 337-348.
- Bruyat, C. H. (1993). *Création d'entreprises: contributions épistémologiques et modélisation*. Tesis para el Doctorado en Ciencias de Gestión. Université P. Mèndes-France de Grenoble II, Grenoble.
- Buame, S. (1992). Stimulation of Entrepreneurship: An Integrative Approach. *In European Small Business Seminar*.
- Bueno, E. & Morcillo, P. (1997). Dirección estratégica por competencias básicas distintivas: propuestas de un modelo. *Documentos IADE*, n° 51. Madrid.
- Bumm, S. C. (1988): *Entrepreneurship is American Enterprise in Full Bloom*, Manage USA; Apr 1988, 3.
- Burns, R. A. & Anstey, K. J. (2010). The Connor–Davidson Resilience Scale (CD-RISC): Testing the invariance of a uni-dimensional resilience measure that is independent of positive and negative affect. *Personality and Individual Differences*, 48(5), 527-531.
- Burke, R. (2006). *Small Business Entrepreneur: Guide to Running a Small Business*. Burke Publishing.
- Burke, A., Fitzroy, F. & Nolan, M. (2000). When less is more: distinguishing between entrepreneurial choice and performance. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 62 (5), 565-87.
- Burt, R. (2000). The network structure of social capital. En R. Sutton y B. Staw (Eds.), *Research in organizational behavior* (pp. 345- 423). Greenwich, UK: JAI Press.
- Busenitz, L.W (1996). Research on entrepreneurial alertness. *Journal of Small Business Management*, October, 35-44.
- Busenitz, L. W., Gomez, C. & Spencer, J. W. (2000). Country institutional profiles: Unlocking entrepreneurial phenomena. *Academy of Management journal*, 43(5), 994-1003.
- Butler, J. E. & Hansen, G. S. (1991). Network evolution, entrepreneurial success, and regional development. *Entrepreneurship & Regional Development*, 3(1), 1-16.
- Busenitz, L. W. & Lau, C.M. (1996). A cross-cultural cognitive model of new venture creations. *Entrepreneurship theory and Practice*, 20(4), 25-40.

- Buttner, E. H., & Rosen, B. (1989). Funding new business ventures: are decision makers biased against women entrepreneurs? *Journal of Business Venturing*, 4(4), 249-261.
- Buttner, E. H. & Rosen, B. (1992). Rejection in the loan application process: Male and female entrepreneurs' perceptions and subsequent intentions. *Journal of Small Business Management*, 30(1), 58.
- Bygrave, W. D. & Hofer, C. W. (1991). Theorizing about Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(2), Winter, 13-20.
- Bygrave, W. D. & Minniti, M. (2000). The social dynamics of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 24, 25-37.
- Byron, K., Khazanchi, S. & Nazarian, D. (2010). The relationship between stressors and creativity: a meta-analysis examining competing theoretical models. *Journal of Applied Psychology*, 95(1), 201-212.
- Cable, D. M. & Shane, S. (1997). A Prisoner's Dilemma Approach to Entrepreneur-Venture Capitalist Relationships. *Academy of Management Review*, 22 (1), 142-176.
- Cabrera, A. M. G. & Soto, M. G. G. (2007). Diferencias culturales y comportamiento emprendedor: un análisis cross-cultural intrapaís. *Revista europea de dirección y economía de la empresa*, 16(4), 47-68.
- Cáceres, F. R. (1995). *Influencia de la educación en el potencial empresarial. Una aplicación a los alumnos de F.P.* Tesis de Licenciatura. Departamento de Economía Aplicada I. Universidad de Sevilla.
- Calás, M. B., Smircich, L. & Bourne, K. A. (2007). Knowing Lisa? Feminist analyses of «gender and entrepreneurship». *Handbook on women in business and management*, 78-105.
- Caliendo, M. & Kritikos, A. S. (2007). Is entrepreneurial success predictable? An ex-ante analysis of the character-based approach. *Kyklos*, 61 (2), 189-214
- Camacho, J. L., Aramendia, S. & Messina, M. (2013). Análisis de los factores que impactan en el logro de los objetivos de los emprendedores. Disponible en: <http://www.ccee.edu.uy/jacad/2012/x%20area%20y%20mesa/CONTABILIDAD-ADMINISTRACION/5%20-%20Emprendedurismo/2-Analisis%20de%20los%20factores%20que%20impactan%20en%20el%20logro%20de%20los%20objetivos%20de%20los%20emprendedores.pdf>
- Camarero Rioja, L. & Sampedro Gallego, R. (2007). Mujeres empresarias en la España rural, El sujeto pendiente del desarrollo. *Revista internacional de sociología (RIS)*, Vol. LXV, N° 48, Septiembre-Diciembre, 121-146.
- Camison, C. (1997). *La competitividad de la Pyme industrial española: estrategia y competencias distintivas*. Madrid: Civitas.
- Campbell, J. P., Dunnette, M. D., Lawler, E. E. & Weick, K. E. (1970). *Managerial behaviour, performance and effectiveness*. McGraw-Hill, New York.
- Cannon, M. & Edmondson, A. C. (2001). Confronting failure: antecedents and consequences of shared beliefs about failure in organizational work groups. *Journal of Organizational Behaviour* 22(2), 161-177.
- Cantillon, R. (1734). *Essai sur la nature du commerce en general [Essay on the nature of general commerce]*. (Henry Higgs, Trans.). London: Macmillan.
- Cantillon, R. (1755): *Essai sur la Nature du Commerce en Générale*. Macmillan. Londres (1931).
- Cañadas, M. (1996). *Cómo crear empresas rentables*. Ediciones Gestión 2000.
- Capaldo, A. (2007). Network structure and innovation: the leveraging of a dual network as a distinctive relational capability. *Strategic Management Journal*, 28, 585-608.
- Capelleras, J. L. & Greene, F. J. (2008). The determinants and growth implications of venture creation speed. *Entrepreneurship and regional development*, 20(4), 317-343.
- Capowski, G. S. (1992). Be your own boss? Millions of women get down to business. *Management Review*, 81(3), 24.
- Carbonero, M. A. & Merino, E. (2004). Autoeficacia y madurez vocacional. *Psicothema*, 16 (2), 229-234.
- Cardon, M. S., Stevens, C. E. & Potter, D. R. (2011). Misfortunes or mistakes? Cultural sensemaking of entrepreneurial failure. *Journal of Business Venturing*, 26(1), 79-92.
- Carland, J.A., Hoy, F., Boulton, W.R. & Carland, J.A.C. (1984). Differentiating entrepreneurs from small business owners: a conceptualization. *Academy of Management Review*, 9(2), 354-359.
- Carland, J.A. & Carland, J.W. (1989). An assessment of the psychological determinants of planning in small business. *International Small Business Journal*, 7(4), 23-34.
- Carland, J.A. & Carland, J.W. (1991). An empirical investigation into the distinctions between male and female entrepreneurs and managers. *International Small Business Journal*, vol. 9, 3, 62-72.

- Carosio, A. (2004). Las mujeres y la opción emprendedora. Consideraciones sobre la gestión. *Revista Venezolana de Estudios de la Mujer*, 9 (23). Recuperado el 21 de diciembre de 2012. Disponible en: http://saber.ucv.ve/ojs/index.php/rev_vem/article/view/2257
- Carree, M. A. & Thurik, A. R. (2002). The impact of entrepreneurship on economic growth. *International Handbook of Entrepreneurship Research*. Boston/Dordrecht: Klumer Academic publishers.
- Carree, M., Van Stel, A., Thurik, R. & Wennekers, S. (2007). The relationship between economic development and business ownership revisited. *Entrepreneurship & Regional Development*, 19(3), 281-291.
- Carsrud, A. & Olm, K. (1986). The success of male and female entrepreneurs: a comparative analysis of the effects of multidimensional achievement motivation and personality traits. En Smilor, R.W. & Kuhn, R. L. (Eds.). *Managing take-off in fast-growth companies* (pp. 147-162). New York: Praeger.
- Carsrud, A. L. (1989). In the beginning: concept development, feasibility analysis, and value creation. En Hagan, O., Rivchun, C. & Sexton, D. (eds): *Woman Business Owners* (pp. 25-54). Ballinger Publishing Company, Cambridge.
- Carsrud, A.L. & Johnson, R.W. (1989). Entrepreneurship a social psychological perspective. *Entrepreneurship and Regional Development*, 1 (1). 21-31.
- Carsrud, A.L., Olm, K.W. & Eddy, G. G. (1996). Entrepreneurship research in quest of a paradigm, en Sexton, D. L. & Smilor, R. (eds.): *The art and science of entrepreneurship*, Ballinger Publishing Company, Cambridge.
- Carter, N. M., Gartner, W. B. & Reynolds, P. D. (1996). Exploring start-up event sequences. *Journal of business venturing*, 11(3), 151-166.
- Carton, R. B., Hofer C. W. & Meeks, M. D. (1998). *The entrepreneur and entrepreneurship: operational definitions of their role in society*. Trabajo presentado al Frontiers of Entrepreneurship Research, Babson College, Wellesley.
- Carvajal, M. J, Fiedler, A. M. & González, F. (1989). Perfil de la microempresa y del microempresario: Industria de la Transformación en México. *Memorias del III Congreso Latinoamericano sobre Espíritu Empresarial (Emprendedor)*. Monterrey: Inst. Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey e ICESI, 271-292.
- Casson, M. (1982). *The entrepreneur, an economic theory*. Martin Robertson. Rowman & Littlefield. Oxford.
- Casson, M. (1990). ed. *Entrepreneurship*. vol. 13, International Library of Critical Writings in Economics.
- Casson, M. (2005). Entrepreneurship and the theory of the firm. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 58(2), 327-348.
- Casson, M. & Della Giusta, M. (2007). Entrepreneurship and social capital: Analysing the impact of social networks on entrepreneurial activity from a rational action perspective. *International Small Business Journal*, 25(3), 220-244.
- Castillo, E. & Salina, O. (1994). *Análisis de las pruebas de autoselección del programa de asesoría a creadores de empresa Face (Sen): Un ejemplo de coinvestigación institucional*. Memorias del VIII Congreso Latinoamericano de Espíritu Empresarial. Cali. Colombia. ICESI, 259-276.
- Castro, J., Pistruí, J., Coduras, A., Cohen, E. & Justo, R. (2002). *Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Informe ejecutivo España 2001*. Madrid: Instituto de Empresa.
- Catley, S. (1998). Small business development and gender of owner. *Journal of Management Development*, vol. 17, 1. Vol. 17, 1, 75 – 82.
- Cattell, R. B. (1982). The psychometry of objective motivation measurement: A response to the critique of Cooper and Kline. *British Journal of Educational Psychology*, 52(2), 234-241.
- Cattell, R. B., Kline, P., Zamora, J. M. P., & Calabozo, J. E. (1982). *El análisis científico de la personalidad y la motivación*. Ediciones Pirámide.
- Catturi, G. & Di Pietra, R. (1996). La creazione di nuove imprese in Italia. Quaderni Senesi di Economia Aziendale e di Ragioneria, Serie interventi nº40, Siena.
- Centro Municipal de Empresas de Gijón (2007) Estudio del Perfil del Emprendedor Gijónes 2004-2007. Gijón 2007.
- Chalí Mijangos J. C. (2012). Identificación de los factores que determinan el emprendimiento de pymes de los estudiantes de ciencias de la computación. Traba de graduación para el TÍTULO de ingeniero en ciencias y sistemas, Facultad de Ingeniería, Escuela de Ingeniería de Ciencias y Sistemas, Universidad de San Carlos de Guatemala, Guatemala.
- Chandler, A. D. (1962). *Strategy and Structure*. Cambridge, Massa-chusetts: Massachusetts Institute of Tech-nology Press. ChandlerStrategy and Structure1962.
- Chandler, G. N. & Hanks, S. H (1994). Founder competence, the environment and venture performance. *Entrepreneurship Theory and practice*, 18(3), 77-90.

- Chapman, M. (2000). When the entrepreneur sneezes, the organization catches a cold: A practitioner's perspective on the state of the art in research on the entrepreneurial personality and the entrepreneurial process. *European Journal of Work and Organizational Psychology* 9(1), 97-101. Disponible en: <http://www.tandf.co.uk/journals/pp/1359432X.html> (Inteligencia emocional).
- Chay, Y. W. (1993). Social support, individual differences and well being: A study of small business entrepreneurs and employess. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 66, 285-302.
- Chell, E. (2000). Towards researching the "opportunistic entrepreneur": A social constructionist approach and research agenda. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 9(1), 63-80.
- Chell, E., Haworth, J. & Brearley, S. (1991). *The entrepreneurial personality: concepts, cases and categories*. London: Routledge. Small Business Series.
- Chemers, M. M. (2001). Leadership effectiveness: an integrate review. En Hogg, M.A. & Tindale, R.S. (Eds.). *Blackwell Handbook of Social Psychology: Group processes* (pp. 376-399). Oxford: Blackwell.
- Chen, C. C., Greene, P. G. & Crick, A. (1998). Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? *Journal of Business Venturing*, 13, 295-316.
- Chesbrough H. (2003). Open Innovation. Harvard University Press: Cambridge, MA.
- Chinchilla, N., García, P. & Mercadé, A. (1999). *Emprendiendo en Femenino*. Barcelona: Gestión 2000.
- Chung, L. H. & Gibbons, P. T. (1997). Corporate Entrepreneurship. The roles of ideology and social capital. *Group and Organizational Management*, 22(1), 10-30.
- Cimbalista, S. (2007). Sufrimiento: los significados adversos de las condiciones de trabajo en el sistema de producción flexible. *Universitas Psychologica*, 6(1), 69-78.
- Cisneros, I. & Munduate, L. (2000). Implicaciones de la Teoría de la Autoeficacia en la gestión de organizaciones. *Apuntes de Psicología*, 18(1), 3-8.
- Clancy, S. (2005). ¿Por qué no hay más mujeres en la cima de la escala corporativa: debido a estereotipos, a diferencias biológicas o a escogencias personales? *Revista Latinoamericana de Administración*, 2007-38, 1-8.
- Clifton, D. O. & Nelson, P. (1992). *Soar with your strengths*. New York: Delacorte Press.
- Clydesdales, G. (2005). European explorers, entrepreneurial selection and environmental thresholds. *Prometheus*, 23(1), 47-61.
- Coduras, A. (2008a). Emprendedor o emprendedora. En Galindo, M. A, (Coord.), *Diccionario de Economía Aplicada. Política Económica, Economía Mundial y Estructura Económica* (p. 203). Ecobook. Madrid.
- Coduras, A. (2008b). Proyecto GEM o Global Entrepreneurship Monitor. En Galindo, M. A, (Coord.), *Diccionario de Economía Aplicada. Política Económica, Economía Mundial y Estructura Económica* (pp. 403-404). Ecobook. Madrid.
- Coduras, A. & Justo, R. (2003). *Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Informe ejecutivo 2002*. España. Madrid: Instituto de Empresa.
- Coduras, A. & Justo, R. (2004). *Global Entrepreneurship Monitor Informe ejecutivo 2003*. España. Madrid: Instituto de Empresa.
- Coffey, W. J. & Polese, M. (1984). The concept of local development: a stages model of endogenous regional growth. *Papers of the Regional Sciences Association*, vol. 55, 1-12.
- Coleman, D., Irving, G. & Cooper, C. (1999). Another look at the locus of control-organizational commitment relationship: It depends on the form of commitment. *Journal of Organizational Behavior*, 20, 995-1001.
- Collins, C. J., Hanges, P. J. & Locke, E. E. (2004). The relationship of achievement motivation to entrepreneurial behaviour: A meta-analysis. *Human Performance*, 17(1), 95-117.
- Collins, O. F., Moore, D. G & Unwalla, D. B. (1964a). *The entreprising man*. East Lansing: Bureau of Business and Economic Research. Michigan State University MUS Graduate School of Business Administration.
- Collins, O. F., Moore, D. G. & Unwala, D.B. (1964b). *The organization makers: a behavioral study of independent entrepreneurs*. New York: Meredith.
- Confederación Empresarial de la Pequeña y Mediana Empresa Valenciana. (1994). Manual para emprendedores. Valencia.
- Congredado, E., Millán, J.M. & Román, C. (2001). El papel de la innovación en la supervivencia de los emprendedores UE-15. *Economía Industrial*. 382, 119-128.
- Contín, I., Larranza, M. & Mas, I. (2007). Características distintivas de los emprendedores y los empresarios establecidos. *Revista de empresa: La fuente de ideas del ejecutivo*, 20, 10-19.
- Cooper, A. C. (1971). *The founding of technologically based firms*. Milwaukee: Center for Venture Management.

- Cooper, A. C. & Artz, K. W. (1995). Determinants of satisfaction for entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 10, 439-457.
- Cooper, A. C. & Bruno, A. V. (1977). Success among high technology firms. *Business Horizons*, 28 (2), 16-22.
- Cooper, A. C. & Dunkelberg, W. C. (1986). Entrepreneurship and paths to business owner-ship. *Strategic Management Journal*, 7, 53-68.
- Cooper, A. C., Gimeno-Gascon, F. J. & Woo, C. Y. (1994). Initial human and financial capital as predictors of new venture performance. *Journal of business venturing*, 9(5), 371-395.
- Cooper, N., Estes, C. A. & Allen, L. (2004). Bouncing back. *Parks & Recreation (Ashburn)*, 39(4), 28-35.
- Cooper, A. C., Woo, C.Y. & Dunkelberg, W. C. (1989). Entrepreneurship and the initial size of firms. *Journal of Business Venturing*, vol. 4, 317-332.
- Corley, T. A. B. (1993). The entrepreneur: the central issue in business history?. *Entrepreneurship, networks and modern business*, 123-133.
- Corrigall, E. A. & Konrad, A. M. (2007). Gender role attitudes and careers: A longitudinal study. *Sex Roles*, 56(11-12), 847-855.
- Corripio, F. (1992). *Diccionario práctico de sinónimos y antónimos* (p. 154). Barcelona: Larousse Planeta.
- Cossette, C. L. (1992). Un Québec viable mais vivable pour nos enfants! *Le club régional de l'entrepreneurship*. Eds. Spéciale 5^a anniversaire, 26-27.
- Costa, P. T. & McCrae, R. R. (1988). Personality in adulthood: A six year longitudinal study of self-reports and spouse ratings on the NEO Personality Inventory. *Journal of Personality and Social Psychology*, (54), 853-863.
- Costa, P. T. & McCrae, R. R. (1992a). Revised NEO Personality Inventory (NEOPI-R) and NEO Five Factor Inventory (NEO-FFI) professional manual. Odessa, FL:PAR.
- Costa, P. T. & McCrae, R. R. (1992b). Four ways five factors are basic. *Personality and Individual Differences*, (13), 653-665.
- Costa, P. T. & McCrae, R. R. (1999). *NEO-PI-R, Inventario de Personalidad NEO revisado. NEO-FFI, Inventario NEO reducido de Cinco Factores*. Madrid: Tea Ediciones.
- Cotton, J. (2000). *Educating young people for entrepreneurship in the 21st Century*. Seminario Trasnacional emprendedores en la escuela, noviembre, (paper).
- Covey, S. R. (1993). *El liderazgo centrado en principios*. Paidós.
- Covey, S. R., Felipe, A. & Badillo, A. (2001) *Los 7 hábitos de la gente altamente efectiva*. Litografía roses
- Covin, J. G. & Slevin, D. P. (1989). Strategic management of small firms in hostile and benign environments. *Strategic Management Journal*, 10, 75-87.
- Cowling, M. & Taylor, M. (2001). Entrepreneurial women and men: two different species? *Small Business Economics*, 16(3), 167-175.
- Cox, L.W., Mueller, S.L. & Moss, S.E. (2002). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial self-efficacy. *International Journal of Entrepreneurship Education*, vol. 1, 2, 229-245.
- Crant, J. M. (1996). The proactive personality scale as a predictor of entrepreneurial intention. *Journal of small business management*, 34, 42-49.
- Chrisman, J. J., Bauerschmidt, A. & Hofer, C. W. (1999). The Determinants of New Venture Performance: An Extended Model. *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol.22, n°1, 5-29.
- Cromie, S. (1987). Motivations of Aspiring Male and Female Entrepreneurs. *Journal of Organizational Behavior*. Vol. 8, n° 3, 251-261.
- Cromie, S. (2000). Assessing entrepreneurial inclinations: Some approaches and empirical evidence. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 9(1), 7-30.
- Cromie, S., Callahan, I. & Jansen, M. (1992). The entrepreneurial tendencies of managers. *British Journal of Management*, 3, 1-5.
- Cromie, S. & Hayes, J. (1988). Towards a typology of female entrepreneurs. *Sociological Review*, 36 (1), 87-113.
- Cromie, S. & Johns, S. (1983). Irish entrepreneurs: some personal characteristics. *Journal of Occupational Behaviour*, 4(4). 317-324.
- Cromie, S. & O'Donaghe, J. (1992). Assessing entrepreneurial inclinations. *International Small Business Journal*, 10(2), 66-73.
- Cross, B. & Travaglione, A. (2003). The Untold Story: Is the Entrepreneurship of the 21th Century Defined by Emotional Intelligence?, *International Journal of Organizational Analysis*, vol. 11, núm. 3, pp. 221-228.
- Crowe, A. P. C. (2010). La motivación para emprender: evolución del modelo de rol en emprendedores argentinos (Doctoral dissertation, Universidad Nacional de Educación a Distancia).

- Cruz, P. (1984). Problemática empresarial en un proceso de desarrollo local endógeno. *Información Comercial Española*, nº 141, Julio, 141-146.
- Cuadrado, J. R. & García, A. (2006). Emprendedores y creatividad competitiva en España. *Cuadernos de CC.EE y EE*, 50-51, 13-40.
- Cuervo, A. (2005). Individual and environmental determinants of entrepreneurship. *The International Entrepreneurship and Management Journal*, 1(3), 293-311.
- Cunningham, J. B. & Lischeron, J. (1991). Defining entrepreneurship. *Journal of small business management*, January. 45-61
- Dahl, M. S. & Sorenson, O. (2012). Home sweet home: Entrepreneurs' location choices and the performance of their ventures. *Management Science*, 58(6), 1059-1071.
- Danes, S. M., Matzek, A. E. & Werbel, J. D. (2010). Spousal context during venture creation process. *Advances in entrepreneurship, firm emergence and growth*, 12, 113-162.
- Danes, S. M., Craft, S. M., Jang, J. & Lee, J. (2013). Liability of newness: Assessing couple social support when starting a new business venture. *Journal of marital and family therapy*, 39(4), 515-529.
- Danes, S. M. & Morgan, E. A. (2004). Family business-owning couples: An EFT view into their unique conflict culture. *Contemporary Family Therapy*, 26(3), 241-260.
- Danes, S. M. & Olson, P. D. (2003). Women's role involvement in family businesses, business tensions, and business success. *Family Business Review*, 16(1), 53-68.
- Danes, S. M., Stafford, K., Haynes, G. & Amarapurkar, S. S. (2009). Family capital of family firms: Bridging human, social, and financial capital. *Family Business Review*.
- Davidsson, P. (1988). Type of man and type of company revisited: a confirmatory cluster analysis approach. *Frontier of Entrepreneurship Research*, Wellesley Mass: Babson College, 88-105.
- Davidsson, P. (1991). Continued entrepreneurship: ability, need and opportunity as determinants of small firm growth. *Journal of Business Venturing*, vol. 6, 405-429.
- Davidsson, P. & Honing, B. (2003). The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, vol. 18, nº 3, 301-331.
- Davis, D., Morris, M. & Allen, J. (1991). Perceived environmental turbulence and its effect on selected entrepreneurship, marketing, and organizational characteristics in industrial firms. *Journal of the Academy of Marketing Science*, vol. 19, nº 1, 43-51.
- Dawis, R. V. & Lofquist, L. H. (1993). From TWA to PEC. *Journal of Vocational Behavior*, 43(1), 113-121.
- De Carolis, D. M. & Saporito, P. (2006). Social Capital, Cognition, and Entrepreneurial Opportunities: A Theoretical Framework. *Entrepreneurship Theory and Practice*, nº 30, 41-56.
- De Castro, J. & D. Szyliowicz. (2004). Entrepreneurial Failure? The Factors that Predict Voluntary vs. Involuntary Exit. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Babson College. (
- De Castro e Costa Rizzato, S. (2012) *Dimensiones de personalidad, motivación de logro y expectativas de control en jóvenes emprendedores brasileños*. Tesis de Psicología y Ciencias de la Educación, Departamento: Psicología, Sociología y Filosofía, Universidad de León. León (España),
- De Carlo, J. & Lyons, P. (1979). A comparison of selected personal characteristics of minority and non-minority female entrepreneurs. *Journal of Small Business Management*, 17 (4). 22-29.
- De Charms, R. & Muir, M. S. (1978). Motivation: social approaches. *Annual Review of Psychology*, 29, 91-113.
- De la Garza, E. (2001). Problemas clásicos y actuales de la crisis del trabajo. En De la Garza Toledo, E. & Neffa, J. C. (Comps.), *El Futuro del Trabajo. El Trabajo del futuro* (pp. 11-31). Buenos Aires: CLACSO.
- De la Vega, I., Corduras, A., Cruz, C., Justo, R. & González, I. (2006). *Global Entrepreneurship Monitor. Informe Ejecutivo GEM España*. Madrid: Instituto de Empresa.
- De Noble, A. F., Jung, J. & Ehrlich, S. B. (1999). Entrepreneurial self-efficacy: The development of a measure and its relationship to entrepreneurial action. En Reynolds, P. D., Bygrave, W. D., Manigart, S., Manson, C. M., Meyer, G. D., Sapienza, H. J. & Shaver, K. S. (Eds.), *Frontiers of entrepreneurship research-1999* (pp. 73-87). Wellesley: Babson College.
- De Pablo, I. & Bueno, Y. (2004). Rasgos personales que caracterizan a un emprendedor de éxito. *Iniciativa Emprendedora y Empresa Familiar*, nº 44, 113-125.
- De Clercq, D. & Arenius, P. (2006). The role of knowledge in business start-up activity. *International Small Business Journal*, 24(4), 339-358.
- Deivasenapathy, P. (1986). Entrepreneurial success: Influence of certain personal variables. *Indian Journal of Social Work*.
- Dema, S. (2007). La introducción de la perspectiva de género en el marketing: una nueva forma de analizar las relaciones de un intercambio. *Estudios sobre consumo*, 81, 55-69.

- Detarsio, R., North, K. & Ormaetxea, M. (2013). Sobrevivir y competir en tiempos de crisis. Casos de estrategias de Pymes argentinas. *Economía industrial*, (388), 145-156.
- Dhanaraj, C. & Parkhe, A. (2006). Orchestrating innovation networks. *Academy of management review*, 31(3), 659-669.
- Díaz, C., de la Cruz, M., Postigo, M. & Ayala, C. (2008). Mujer y creación de empresas en Extremadura: Un análisis comparativo. En *Ayala J.(Ed.) Conocimiento, Innovación y Emprendedores: Camino al Futuro*. Universidad de la Rioja.
- Díaz, F. & Rodríguez, A. (2003). Locus of control, nach and values of community entrepreneurs. *Social behaviour and personality*, 31 (8), 739-748.
- Díaz, J. C., Hernández, R., de la Cruz, M. & Postigo M. V. (2008). Actividad emprendedora y género. Un estudio comparativo. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 19(2), 83-98
- Díaz Bretones, F. & Rodríguez, A. (2003). Locus of Control, Nach and Values of Community Entrepreneurs. *Social Behavior and Personality*, 31(8), 739-748. Recuperado el 29 de Diciembre de 2012. Disponible en: http://www.academia.edu/970423/Locus_of_Control_Nach_and_Values_of_Community_Entrepreneurs
- Díez De Castro, E. P., Galán González, J. L., Landa Bercebal, J. & Leal Millán, A. (1995). *La empresa en Andalucía*. Madrid: Civitas.
- Dickson, P. H., & Weaver, K. M. (1997). Environmental determinants and individual-level moderators of alliance use. *Academy of Management Journal*, 40(2), 404-425.
- Dike, L.S., Fischer, E. M. & Reuber, A. R (1992). An inter-industry examination of the impact of owner experience on firm performance. *Journal of small business management*, Octubre, 72-87.
- Dimov, D. P., & Shepherd, D. A. (2005). Human capital theory and venture capital firms: exploring “home runs” and “strike outs”. *Journal of Business Venturing*, 20(1), 1-21.
- Diochon, M., Gasse, Y., Menzies, T. V. & Garand, D. J. (2002). Attitudes and entrepreneurial action: exploring the link.
- Diochon, M., Menzies, T. V. & Gasse, Y. (2005). Exploring the relationship between start-up activities and new venture emergence: A longitudinal study of Canadian nascent entrepreneurs. *International Journal of Management and Enterprise Development*, 2(3-4), 408-426.
- Djankov, S., La Porta, R., Lopez de Silanes, F. & Shleifer, A. (2002). The regulation of entry. *Quarterly Journal of Economics*, 117, 1-37.
- Djankov, S., Miguel, E., Qian, Y., Roland, G. & Zhuravskaya, E. V. (2004). *Entrepreneurship: First Results from Russia*. Working Paper. Available at SSRN 641721.
- Doh, S. & Zolnik, E. J. (2011). *Social Capital and Entrepreneurship*. En Innovation and multidimensional entrepreneurship: economic, social and academic aspects: revised papers presented at the 13th Uddevalla Symposium, 19-22 august 2010, Jönköping, Sweden (pp. 245-268). Department of Economics and IT.
- Donoso, T., Figuera, P. y Rodríguez Moreno, M. L. (2011). Barreras de género en el desarrollo profesional de la mujer universitaria. *Revista de Educación*, 355, 187-212.
- Douglas, E. J. & Shepherd, D. (1997). Why entrepreneurs create businesses: a utility maximizing response. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley Mass.: Babson College, 185-186.
- Douglas, E. J. & Shepherd, D. (2000). Entrepreneurship as a utility maximizing response. *Journal of Business Venturing*, 15 (3), 231-251.
- Douglas, E. J. & Shepherd, D. (2002). Self-Employment as a Career Choice: Attitudes, Entrepreneurial Intentions, and Utility Maximization. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26 (3), 81-90.
- Doutriaux, J. (1984). Evolution of the characteristics of (high-tech) entrepreneurial firms. *Frontiers of Entrepreneurial Research*, 368-386.
- Driessen, M. P. & Zwart, P. S. (1999). *The role of the entrepreneur in small business success: the Entrepreneurship Scan*. 44th ICSB World Conference Proceedings Innovation and Economic Development: the Role of Entrepreneurship and SMEs. Nápoles, 20-23 Junio.
- Drucker, P. F. (1985). *Innovation and Entrepreneurship*. Nueva York: Harper y Row.
- Drucker, P. F. (1988). Management and the World's Work. *Harvard Business Review*. September-October.
- Drucker, P. F. (2003). Purposeful Innovation and the Seven Sources for Innovate Opportunity. En *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles*, Chapter 2, New York: Harper and Row, 30-36
- Dubin, R. (1956). Industrial workers' worlds: A study of the “central life interests” of industrial workers. *Social problems*, 3(3), 131-142.
- Dubin, R., Champoux, J. E. & Potter, L. W. (1975): Central life interest and organizational commitment of blue-collar and clerical workers. *Administrative Science Quarterly*, 20, 411-421.
- Dubini, P. (1988). Motivational and environmental influences on business start-ups: some hints for public policies. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley Mass.: Babson College, 31-45.

- Dubini, P. (1989). The evaluation of new ventures and entrepreneurs: methodological considerations; en Dubini, P. *The evaluation of entrepreneurial projects and profiles*. EGEA, Milano.
- Dubini, P. & Aldrich, H. (1991). Personal and extended networks are central to the entrepreneurial process. *Journal of Business Venturing*, 6(5), 305-313.
- Duchesneau, D. A. & Gartner, W. (1990). A Profile of New Venture Success and Failure in an Emerging Industry. *Journal of Business Venturing*, 5, 297-312.
- Duchéneaut, B. & Orhan, M. (1998). Women entrepreneurs in France: motivations for creating a business. *Research in Entrepreneurship and Small Business* (Rent XII), Lyon (France), November 26-27.
- Duncan, J. (1991). *Grandes ideas en la dirección de empresas*. Diaz de Santos, Madrid.
- Dunkelberg, W. & Cooper, A. C. (1982). Entrepreneurial typologies: an empirical study. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 88-105.
- Dunn, T. A. & Holtz-Eakin, D. J. (2000). Financial Capital, Human Capital, and the Transition to Self-Employment: Evidence from Intergenerational Links. *Journal of Labor Economics*, 18, 282-305.
- Dunnette, M.D. & Kirchner, W.K. (1972). *Psicología industrial*. Trillas, México.
- Durkheim, E. (2001). *La división del trabajo social*. Madrid: Ediciones Akal S.A.
- Dutton, J. (1993). The making of organizational opportunities: An interpretive pathway to organizational change. En Staw, B. & Cummings, L. (Eds.), *Research in organizational behavior*, vol. 15. Greenwich, CT" JAI Press.
- Durand, D. E. (1975). Effects of achievement motivation and skill training on the entrepreneurial behavior of black businessmen. *Organizational Behavior and Human Performance*, 14(1), 76-90.
- Dvir, D., Sadeh, A., Pines, A. M., & Shenhar, A. J. (2009, August). Key Entrepreneurial Traits and Their Relationship to Venture Uncertainty and Venture Success. In Management of Engineering & Technology, 2009. PICMET 2009. Portland International Conference on (pp. 1812-1818). IEEE.
- Dweck, C. S. (1999). Self-theories: their role in motivation, personality and development. *The Psychology Press*. páginas
- Dyer, G. W. Jr. (1994). Toward a theory of entrepreneurial careers. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 19, 7-21.
- Eagly, A. H. & Johannesen-Schmidt, M. C. (2007). 13 Leadership style matters: the small, but important, style differences between male and female leaders. *Handbook on women in business and management*, 279.
- Eccles, J. (1994). Understanding women's educational and occupational choices. *Psychology of Women Quarterly*, 18, 585-609.
- Eckhardt, J. T. & Shane, S. A. (2003). Opportunities and entrepreneurship. *Journal of management*, 29(3), 333-349.
- Eddleston, K., Veiga, J. & Powell, G. (2006). Explaining sex differences in managerial career satisfierpreferences: The role of gender self-schema. *Journal of Applied Psychology*, 91(2), 437-445.
- Endler, N. S., & Magnusson, D. (1976). Toward an interactional psychology of personality. *Psychological bulletin*, 83(5), 956.
- Eden, D. (1973). Self-employed workers: A comparison group for organizational psychology. *Organizational Behavior and Human Performance*. 9, 186-214.
- Eden, D. (1975). Organizational membership vs. Self-employment: Another blow to the American dream. *Organizational Behavior and Human Performance*, 13, 79-94.
- Eguía Fernández, J. (1994). *Personalidad del emprendedor*. Bilbao: Croman.
- Ehrlich, S. B., De Noble, A., Moore, T. & Weaver, R. R. (1994): After the cash arrives: A comparative study of venture capital and private investor involvement in entre-prenurial firms. *Journal of Business Venturing*, 9, 67-82.
- Eisenhauer, J. G. (1995). Is precautionary saving futile? A critique of orthodox theory. *Review of Political Economy*, 7(4), 415-429.
- Eisenhardt, K. M. & Schoonhoven, C. B (1990). Organizational growth: linking founding team, strategy environment, and growth among US semiconductor ventures, 1978-1988. *Administrative Science Quarterly*, 35. 504-529.
- Elfring, T. & Hulsink, W. (2003). Networks in entrepreneurship: the case of high-technology firms. *Small business economics*, 21(4), 409-422.
- Engle, D. E., Mah, J. J. & Sadri, G. (1997). An empirical comparison of entrepreneurs and employees: Implications for innovation. *Creativity Research Journal*, 10, 45-49.
- Entrialgo, M. (1998). *El perfil empresarial como factor determinante de la estrategia y competitividad de la Pyme*. Tesis Doctoral, Universidad de Oviedo.

- Entrialgo, M., Fernández, E. & Vázquez, C. J. (1998). Características psicológicas y proceso: El papel del comportamiento emprendedor en la PYME española. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 4 (3), 57-72.
- Entrialgo, M., Fernández, E. & Vázquez, C. J. (2001). El comportamiento emprendedor y el éxito de la PYME: modelos de contingencia y configuraciones. *Revista de Dirección y Organización y Administración de Empresas*, vol. 25, 47-58.
- Entrialgo, M., Fernández, E. & Vázquez, C. (2002). La función empresarial en el nuevo entorno competitivo: características personales y motivaciones. *Alta Dirección*, 225, 397-406.
- Envick, B. R. & Langford, M. (1998). Behaviors of entrepreneurs: A gender comparison. *Journal of Business and Entrepreneurship*, 10(1), 106.
- Epstein, S., & O'Brien, E. J. (1985). The person-situation debate in historical and current perspective. *Psychological Bulletin*, 98(3), 513.
- Erickson, G. K. (2001). *Emprendedores de la red*. Bilbao, Deusto.
- Erikson, T. (2002). Entrepreneurial Capital: The Emerging Venture's Most Important Asset and Competitive Advantage. *Journal of Business Venturing*, vol. 17, 3, 275-290.
- Erikson, T. (2003). Towards a taxonomy of entrepreneurial learning experiences among potential entrepreneurs. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 10, 106-112.
- Espasandín, F. (1996). *Guías para la Creación de Empresas*. Madrid. Cámara de Comercio. 6ª edición, cap. 2. European Council for Small Business (ECSB). (1997). *Newsletter*, 4, 5.
- Espíritu, R. M., H. M. Zacarías. (2010) *La influencia de los rasgos de personalidad riesgo, control interno y necesidad de logro en la intención emprendedora: un estudio empírico con estudiantes universitarios*. Presentado en el XV congreso internacional de contaduría administración e informática México, D.F., México. Disponible en: <http://congreso.investiga.fca.unam.mx/es/docs/antiores/xv/docs/7.pdf>
- Estruch, V. F., Ortiz, M. P., Carañana, C. A. D. & Armengot, C. R. (2013). *The value of discovery of opportunities and innovation for entrepreneurship in a context of crisis*. En Descubriendo nuevos horizontes en administración: XXVII Congreso Anual AEDEM, Universidad de Huelva, 5, 6 y 7 de junio de 2013 (p. 89). Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing, ESIC.
- European Network for SME Research (1996). *The European Observatory for SMEs, Fourth Annual Report, 1996*. EIM- Small Business Research and Consultancy.
- Evans, D. S. (1987). Tests of alternative Theories of Firm Growth, J incompleto
- Evans, D. & Lighton, L. (1989). Some empirical aspects of entrepreneurship, *American Economic Review*, 79 (3).
- Everett, J. & Watson, J. (1998). Small Business Failure and External Risk Factors. *Small Business Economics*, 11(4), 371-390. Doi 10.1023/A:1008065527282
- Extremera, N., Durán, A. & Rey, L.(2005). La inteligencia emocional percibida y su influencia sobre la satisfacción vital, la felicidad subjetiva y el engagement en trabajadores de centros para personas con discapacidad intelectual. *Ansiedad y estrés*, 11, 1, 63-73.
- Fafchamps, M. (2004). *Market institutions in sub-Saharan Africa: Theory and evidence*. MIT Press Books, 1.
- Fairlie, R.W. & Robb, A. (2007). Families, Human Capital, and Small Business: Evidence from the Characteristics of Business Owners Survey. *Industrial and Labor Relations Review*, 60, 225-245
- Falter, J. M. (2002). *Are Self-Employed Happier at Work?* University of Geneva. Working paper.
- Fayolle, A. (2004). A la recherche du cœur de l'entrepreneuriat: vers une nouvelle vision du domaine. *Revue internationale PME: Économie et gestion de la petite et moyenne entreprise*, 17(1), 101-121.
- Fayolle, A. & Bruyat C. (2002). *A conceptual and methodological framework to study, using the modelling of complex system, the foundation and the development processes of innovative business activities*. RENT XVI, 16 Workshop. Conference Proceedings. Nov 21-22, 2002. Barcelona, España.
- 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. En Dr. Brow and J. Veroff (éd.), *Frontiers of motivational psychology* (pp.146-172). New York: Springer Verlay.
- Feeser, H. R. & Dugan, K. W. (1989). Entrepreneurial motivation: a comparison of high and low growth high tech founders. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley Mass.: Babson College, 13-27.
- Feeser, H. R. & Willard, G. E. (1990). Founding Strategy and performance: a comparison of high and low growth high tech firms. *Strategic Management Journal*, 11, 87-98.
- Fernández, E. M. & Ruiz R. J. (2006). *Los jóvenes y la creación de empresas: actitudes y comportamientos emprendedores en la juventud andaluza*. Madrid, Instituto de Estudios Sociales Avanzados de Andalucía.

- Fernández, R. V., & Gervilla, M. J. Q. (2013). Factores explicativos de la intención de emprender en la mujer. Aspectos diferenciales en la población universitaria según la variable género. *Cuadernos de gestión*, 13(1), 127-149.
- Fernández, M. L., Romero Fernández P. M. & Díaz Carrión, R. (2012). Motivaciones para emprender: un análisis de diferencias entre hombres y mujeres, *Economía industrial*, 383, 75-84.
- Ferreira, A., Diogo, C., Ferreira, M. (2006). Construção e validação de uma Escala Multi-factorial de motivação no Trabalho (Multi-moti). *Comportamento Organizacional e Gestão*, 12(2), 187-198.
- Ferreiro, F. & Vaquero, A. (2010). *El papel de los viveros de empresa en Galicia como agentes de promoción económica y generación de empleo*. Edita Xunta de Galicia. Consellería de Traballo e Benestar. Santiago de Compostela.
- Ferreiro, F. & Vaquero, A. (2012). *La contribución económica de los viveiros de empresas en Galicia. Unha aproximación a través dun modelo de balanza fiscal*. XXXVIII Reunión de Estudos Rexionais. Bilbao.
- Ferreiro, F. & Vaquero, A. (2013a). La realidad de la participación femenina en los viveros de empresas en Galicia. *Emprender: Una perspectiva de género*. Coord. López Díaz, A. J. Servicios de Publicaciones de la Universidad de A Coruña. pp. 57-68.
- Ferreiro, F. & Vaquero, A. (2013b). Variables laborales y fiscales del emprendimiento. *Emprender: Una perspectiva de género*. Coord. López Díaz, A. J. Servicios de Publicaciones de la Universidad de A Coruña. pp. 39-56.
- Ferrer, C. M. S. (2009). Ecuaciones estructurales como modelos predictivos de la autoeficacia emprendedora en una muestra de jóvenes mexicanos y españoles. *Apuntes de Psicología*, 27(1), 65-78.
- Filley, A. C. & Aldag, R. J. (1988). Venture age and growth within organization types. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 77-88.
- Filon, L. J (1991). *Visions et relations: les cleufs du succes de l'entrepreneur*. Les Editions de l'Entrepreneur.
- Filon, L. J. (2003). Emprendedores y propietarios-dirigentes de pequeña y mediana empresa (PME). *Revista de Administración de Empresas*, 34(2), 5-28.
- Fishbein, M. & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research*. Reading, M.A.: Adison-Wesley.
- Florida, R. (1995). Toward the learning region. *Futures*, vol. 27, 527-536.
- Forlani, D. & Mullins, J. W. (2000). Perceived risks and choices in entrepreneurs' new venture decisions. *Journal of Business Venturing*, 15(4), 305-322.
- Fornahl, D. (2003). Entrepreneurial activities in a regional context. Cooperation, Networks and Institutions in Regional Innovation Systems. Cheltenham: Edward Elgar, 38-57.
- Fortin, P. A. (1992). *Devenez entrepreneur (2ª edición)*. Québec, Canada. Les éditions Transcontinentales inc.
- Francès, R. (1987). La motivation au travail. En Lévy-Leboyer, C. & Sperandio, J.C. (éd) *Traité de psychologie du travail*: Paris: Presses Universitaires de France, 347-377.
- Frank, H., Lueger, M. & Korunka, C. (2007). The significance of personality in business start-up intentions, start-up realization and business suc-cess. *Entrepreneurship & Regional Development: An International Journal*, 19(3), 227-251.
- Fredrickson, B. L. (2001). The role of positive emotions in positive psychology: The broaden-and-build theory of positive emotions. *American psychologist*, 56(3), 218.
- Fredrickson, B. L. & Branigan, C. (2005). Positive emotions broaden the scope of attention and thought-action repertoires. *Cognition & emotion*, 19(3), 313-332.
- Frese, M. (1995). Entrepreneurship in East Europe: A general model and empirical findings. En Cooper, C.L. & Rousseau, D.M (eds) *Trends in organizational behavior* (pp. 65-83). Chichester. U.K: Wiley.
- Frese, M. (2001). Personal Initiative (PI): The theoretical concept and empirical findings. *Work motivation in the context of a globalizing economy*, 99-110.
- Frese, M., Chell, E. & Klandt, H. (2000). Introduction. *European Journal of Work and Organisational Psychology*, 9, 3-6.
- Frese, M., Fay, D., Leng, K., Hilburger, T. & Tag, A. (1996). *The concept of personal initiative: operationalization, reliability, and validity in two German samples*. Manuscript submitted for publication.
- Frese, M., Garman, G., Garmeister, K., Halemba, K., Hortig, A., Pulwitt, T., & Schildbach, S. (2002). Training to increase personal initiative of the unemployed: report on a pilot study. *Zeitschrift fur Arbeits- und Organisationspsychologie*, 46(2), 89-97.
- Frey, B. S. & Benz, M. (2003). Being independent is a great thing: subjective evaluations of self-employment and hierarchy.

- Fuentes, F. J. & Sánchez, S. M. (2010). Análisis del perfil del emprendedor: una perspectiva de género. *Estudios de economía aplicada*, 28(3), 1-28.
- Fuller, T. & Moran, P. (2001). Small enterprises as complex adaptive systems: a methodological question. *Entrepreneurship & Regional Development*, 13, 47-63.
- Galbraith, J. (1982). The stages of growth. *Journal of Business Strategy*, 3(4), 70-79.
- Galindo, M. A (2009). El comportamiento de los emprendedores españoles en 2008. *Boletín económico de ICE*, 2962, 23-32.
- Galindo, M. A. & Méndez, M. T. (2008). Emprendedores y objetivos de política Económica. *Información Comercial Española*, nº 841, marzo-abril, 29-40
- Galindo, M. A. & Méndez, M. T. (2009). Entrepreneurship and Economic Policy Objectives. En Bradshaw, M. V. & Carrington, P.T. (Eds.): *Entrepreneurship and its Economic Significance, Behavior and Effects*, Nova Press, Nueva York.
- Galindo, M. A. & Méndez, M. T. (2011). La actividad emprendedora y competitividad: factores que inciden sobre los emprendedores. *Papeles de Europa* (61-75).
- Gallup, A. M. (2007). *Entrepreneurship Survey of the EU (25 Member States), United States, Iceland and Norway*. Brussels.
- Gallup, A. M. & Newport, F. (Eds.). (2010). *The Gallup Poll: Public Opinion 2009*. Rowman & Littlefield Publishers.
- Gallup, J. L., Sachs, J. D. & Mellinger, A. D. (1999). Geography and economic development. *International regional science review*, 22(2), 179-232.
- García, A. M. & García, M. G. (2007). Diferencias culturales y comportamiento emprendedor: un análisis cross-cultural intrapais. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, vol.16, 4, 47-68.
- García, C., Martínez, A. & Fernández, R. (2010). Características del emprendedor influyentes en el proceso de creación empresarial y en el éxito esperado. *Revista europea de dirección y economía de la empresa*, 19(2), 31-47.
- García, E., García, O. & Caneda, A. (2009). ¿Cómo es el emprendedor gallego de éxito? *Fundación Caixanova. Colección: Atalaya del emprendedor*. Vigo.
- García, I. (2005). *Los jóvenes venezolanos en la mira: La exclusión social y el desempleo no son sólo problemas de adultos*. Recuperado el 13 de Julio de 2005 del Sitio web de la: <http://www.ucabista.com.ve>.
- García, J. (1999). Fomento del espíritu empresarial y nuevos proyectos empresariales. Claves del desarrollo futuro. *Revista de investigación económica y social de Castilla y León*, 1, 29-83.
- García, L., Marco Lajara, B., Molina Azorin, J. F. & Quer Ramón, D. (1999) Factores de éxito y Fracaso de las nuevas empresas: propuesta de un marco teórico investigador. En *La gestión de la diversidad: XIII Congreso Nacional*, IX Congreso Hispano-Francés, Logroño (La Rioja), 16, 17 y 18 de junio, 1999 (pp. 565-572). Universidad de La Rioja.
- García, M. A. A. (2004). Centralidad del trabajo y metas en el trabajo: dos variables claves en orientación laboral. *Revista de educación*, 335, 319-344.
- García, P. M., Sáez, F.J. & Barba-Sánchez, V. (1999). Analisis del resultado de las empresas de nueva creación: influencia de la estrategia y el sector de actividad. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 8, 127-138.
- García-Sánchez, A.; Wandosell, G. (2004) “Motivaciones y obstáculos en la creación de empresas: efectos de la experiencia empresarial”, *Boletín Económico de ICE*, nº 2819, pp. 19-36.
- García Egocheaga, J. (1984). Innovación, desarrollo económico y política industrial. *Boletín de Estudios Económicos*, 121, Abril, 6.
- García Erquiaga, E. (1992). *Incidencia de las motivaciones personales en el proceso de creación de la nueva PYME industrial*. *Revista europea de dirección y economía de la empresa*, Vol. 1, 1, 67-78.
- García Erquiaga, E. (2000). Aprendiendo de los errores del emprendedor: claves para evitar el fracaso. *Harvard DEUSTO Business Review*, 96, 86-92.
- García Ramos, C., Martínez Campillo, A. & Fernández Gago, R. (2010). Características del emprendedor influyentes en el proceso de creación empresarial y en el éxito esperado. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, vol. 19, 2, 31-48.
- García-Sánchez, A. & Wandosell, G. (2004). Motivaciones y obstáculos en la creación de empresas: efectos de la experiencia empresarial. *Boletín Económico de ICE*, 2819, 19-36.
- Garofoli, G. (1992). *Endogenous development and southern Europe*. Aldershot: Avebury.
- Garrido, E. (2000). Autoeficacia en el mundo laboral. *Apuntes de Psicología*, 18 (1), 9-28.
- Garrido, J. A. (1993). La empresa, factor dinamizador de la sociedad. *En Estudios Empresariales*. 1993/3 (83), 2-14.
- Gartner, W. B. (1985). Entrepreneur or Self Made? *Business*, 5, 55.

- Gartner, W. B. (1988). Who is an entrepreneur? Is the wrong question. *American Journal of Small Business*, Spring, 12, 47-68.
- Gartner, W. B. (1989a). Some Suggestions for Research on Entrepreneurial Traits and Characteristics. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 14 (1) summer, 27-38.
- Gartner, W. B. (1989b). Who is an entrepreneur? Is the wrong question. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 14 summer, 47-68.
- Gartner, W. B. (1990). What are we Talking about when we Talk About Entrepreneurship? *Journal of Business Venturing*, vol. 5, 1, 15-28.
- Gartner, W. B. (2001). Is There an Elephant in Entrepreneurship? Blind Assumptions in Theory Development. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, Summer, Vol. 25, Issue 4, 27.
- Gartner, W. B. (2002). Are entrepreneurs different than others? En P.R. Christensen, P.V. Freytag & L.F. Toftild, *Arsrapport 2001/2002-Center for Smavirksomheds-forskning* (pp. 11-15). Kolding: Syddansk Universitys Trykkeri.
- Gartner, W. B. & Carter, N. M. (2003). Entrepreneurial behavior and firm organizing processes. En *Handbook of entrepreneurship research* (pp. 195-221). Springer US.
- Gartner, W. B., Mitchell, T. R. & Vesper, K. H. (1989). A taxonomy of new business ventures. *Journal of Business Venturing*, 14, 169-186.
- Gartner, W. B. & Shane, S. A. (1995). Measuring entrepreneurship over time. *Journal of Business Venturing*, 10, 283-301.
- Gartner, W. B. & Starr, J. A. (1992). *The nature of entrepreneurial work*. Second Annual Conference on Entrepreneur Research. London, March.
- Gartner, W. B., Starr, J. A. & Bhat, S. (1998). Predicting new venture survival: an analysis of 'Anatomy of a start-up'. Cases from INC. Magazine. *Journal of Business Venturing*, vol. 14, 215-232.
- Gasse, Y. (1982a). Elaborations on the psychology of the entrepreneur. In C. A. Kent, D. L. Sexton, & K. H. Vesper (Eds.), *Encyclopedia of entrepreneurship*: 209-223. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Gasse, Y. (1982b). L'entrepreneur moderne: attributs et fonctions. *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, 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. En Vesper, K. *Frontiers of Entrepreneurship Research* (pp. 525-567). Babson University Press.
- Gasse, Y. (1995b). *ICE: Inventaire des caractéristiques entrepreneuriales*. Québec: Laval
- Gasse, Y. (1996). Entrepreneurial characteristics inventory: Validation process of an instrument of entrepreneurial profiles. *Frontiers of Entrepreneurship Research* [on ligne]. Disponible en: <http://www.babson.edu/entrep/fer/papers96/summ96/gasse.html>.
- Gasse, Y. & D'Amours, A. (1993). *Profession: entrepreneur*. Les Éditions Transcontinentales et Fondation de l'Entrepreneurship, Québec.
- 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. *Journal of business venturing*, 10(5), 371-391.
- Gatewood, E. J., Brush, C. G., Carter, N. M., Greene, P. G. & Hart, M. M. (2009). Diana: a symbol of women entrepreneurs' hunt for knowledge, money, and the rewards of entrepreneurship. *Small Business Economics*, 32(2), 129-144.
- Gea Segura, A. B., García García, J. & Carlos Jesús Cano Guillén C. J. (2005). Actitudes emprendedoras en estudiantes universitarios y empresarios. Evidencias de validez de un instrumento. *Iberpsicología: Revista Electrónica de la Federación española de Asociaciones de Psicología*, ISSN-e 1579-4113, Vol. 10, 8, 2005
- Genesca, E. & Veciana, J.M. (1984). Actitudes hacia la creación de empresas. *Información Comercial Española*, vol. 611, 147-155.
- George, J. M. & Zhou, J. (2002). Understanding when bad moods foster creativity and good ones don't: the role of context and clarity of feelings. *Journal of Applied Psychology*, 87(4), 687.
- Gerber, M. E. (1997). *El mito del emprendedor. Por qué no funcionan las pequeñas empresas y qué hacer para que funcionen*. Barcelona: Paidós.
- Gibb, A. A. (1993). Enterprise Culture and Education Understanding Enterprise Education and Its Links with Small Business, Entrepreneurship and Wider Educational Goals. *International small business journal*, 11(3), 11-34.

- Gibb, A. & Ritchie, J. (1982). Understanding the process of starting small business. *European Small Business Journal*. Vol. 1, 26-46.
- Gibb, A. & Richie, J. (1987). Understanding the process of starting small businesses. *European Small Business Journal*, 1(1), 26-46.
- Gibb, J. R. (1994). Toward a Theory of Entrepreneurial Careers. *Entrepreneurship Theory and practice*, Winter.
- Gibson, D. E. (2004). Role models in career development: New directions for theory and research. *Journal of Vocational Behaviour*, vol. 65, 1, 134-56.
- Giddens, A. (1991). *Modernity and Self-Identity. Self and Society in the Late Modern Age*. Stanford, University Press.
- Gilad, B. (1982). On Encouraging Entrepreneurship: An interdisciplinary approach. *Journal of Behavioral Economics*, 11, 132-163.
- Gilad, B. (1986). Entrepreneurial Decision Making: Some Behavioral Considerations, in Gilad, B.S. & Kaish, S. (Eds), *Handbook of Behavioral Economics*, Volume A, Behavioral Microeconomics, JAI Press, Greenwich, CT.
- Gilad, B. & Levine, P. (1986). A behavioural model of entrepreneurial supply. *Journal of small business management*, 24(4), 45-54.
- Gil-Monte, P., García-Jueas, J. & Caro-Hernández, M. (2006). Influencia de la sobrecarga laboral y la autoeficacia sobre el síndrome de quemarse por el trabajo (burnout) en profesionales de enfermería. *Revista Interamericana de Psicología*, 42(1), 227-232.
- Gil, E. M. A. (1996). *Cómo crear y hacer funcionar una empresa. Conceptos e instrumentos*. Madrid. ESIC Editorial. Colección Universidad, 35-36.
- Jimeno, J., Folta, T., Cooper, A. & Woo, C. (1997). Survival of the fittest? Entrepreneurial human capital and the persistence of underperforming firms. *Administrative Science Quarterly*, vol. 42, 750-783.
- Jimeno, M. J. & Rocabert, E. (1998) ¿Poseen las mujeres que escogen opciones no tradicionales para su género unas características en común? *Revista de Psicología de la Educación*, 23, 69-90.
- Ginsberg, A. & Buchholtz, A. (1989). Are entrepreneurs a breed apart? A look at the evidence. *Journal of General management*, 15,(2), 32-40.
- Ginzberg, E., Ginzburg, S. W., Axelrad, S., & Herma, J. L. (1951). *Occupational choice*. New York.
- Global Entrepreneurship Monitor (2005). *GEM Andalucía 2005*. Recuperado el 13 de Diciembre de 2012. Disponible en: http://www.davidurbano.es/pdf/Libros/GEMAndalucia2005_2006.pdf.
- Global Entrepreneurship Monitor. (2006). *GEM 2006*. Recuperado el 13 de Diciembre de 2012. Disponible en: <http://www.gemconsortium.org/docs/download/738>.
- Global Entrepreneurship Monitor. (2008). *Informe Ejecutivo GEM España*. Instituto de Empresa. Madrid.
- Global Entrepreneurship Monitor (2013). *Informe GEM España 2013*. Disponible en: <http://www.gem-spain.com/?q=presentacion-informe-2013>.
- Gnyawali, D. R. & Fogel, D. S. (1994). Environments for entrepreneurship development: key dimensions and research implications. *Entrepreneurship: theory and practice*, 18(4), 43-62.
- Godley, A. (2001). *Jewish immigrant entrepreneurship in New York and London 1880-1914: Enterprise and culture*. University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship.
- Goffee, R., Scase, R. & Pollack, M. (1982). Why some women to become their own boss. *New Society*, Vol. 61, 1032, 408-10.
- Goffee, R. & Scase, R. (1985). *Women in Charge: the Experiences of Female Entrepreneurs*. London: George, Allen and Unwin.
- Gompers, P., Lerner, J. & Scharfstein, D. (2005). Entrepreneurial spawning: Public corporations and the genesis of new ventures, 1986 to 1999. *The Journal of Finance*, 60(2), 577-614.
- González, M. O. (2001). Actitudes y motivaciones hacia el trabajo y la creación de empresas según el género. *Boletín Económico (ICE)*, 2709, 21-30.
- González Domínguez, F. J. (2006). *Creación de Empresas: Guía del Emprendedor* (3ª edición). Pirámide.
- Gómez, J. M., Mira, I. & Martínez, J. (2010): Determinants of the entrepreneurship; an overview perspective. *International Journal of Business Environment*, vol. 3, 1, 1-14.
- Gordon, I. & Sarah, J. (2010): HEI engagement with SMEs: developing social capital. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, vol. 16, 6, 517-539.
- Gorgievski, M. J., Moriano, J. A. & Bakker, A. B. (2014). Relating Work Engagement and Workaholism to Entrepreneurial Performance, *Journal of Managerial Psychology*, 29(2), 106-121
- Gorman, G., Hanlon, D. & King, W. (1997). Some research perspectives on entrepreneurship education, enterprise education and education for small business management: a ten-year literature review. *International Small Business Journal*, 15(3), 56-79.

- Gorton, M. (2000). Overcoming the structure - agency divide in small business research. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, vol. 6, nº 5, 276-276.
- Gottfredson, L. S. (1981). Circumscription and compromise: A developmental theory of occupational aspirations. *Journal of Counseling psychology*, 28(6), 545.
- Gould, A. & Keeble, D. (1984). New firms and rural industrialization in east Anglia. *Regional Studies*, vol. 18, 189-201.
- Gracia, F., Martín, P., Rodríguez, I. & Peiró, J. (2001). Cambios en los componentes del significado del trabajo durante los primeros años de empleo: Un análisis longitudinal. *Anales de Psicología*, 17(2), 201-217.
- Grande, I. (2001). Características emprendedoras de los estudiantes de la Universidad Pública de Navarra. Navarra: CEIN.
- Granovetter, M. S. (1974). *Getting a Job: A Study of Contacts and Careers*. Harvard University Press. Cambridge, Mass.
- Granovetter, M. S. (1985). Economic action and social structure: The problem of embeddedness. *American Journal of Sociology*, 91, 481-510.
- Gray, D. & Cyr, D. (1993). *The entrepreneur's Complete Self-Assessment Guide*. International Self-Counsel Press Ltd.
- Greenberger, D. B. & Sexton, D. L. (1988). An interactive model of new venture initiation. *Journal of Small Business Management*, 26(3), 1-7.
- Greenfield, S. & Strickon, A. (1981). A new paradigm for the study of entrepreneurship and social change. *Economic Development and Cultural Change*, 29(3), 467-499.
- Greiner, L. (1972). Evolution and revolution as organizations grow. *Harvard Business Review*, 50(4), 37-46.
- Greve, A. & Salaff, J. W. (2003). Social networks and entrepreneurship. *Entrepreneurship theory and practice*, 28(1), 1-22.
- Gripaios, P. & Herbert, C. (1987). The role of new firms in economic growth: some evidence from south west England. *Regional Studies*, vol. 21, 270-273.
- Gromie, S. (1987). Motivations of aspiring males and female entrepreneurs. *Journal of Occupational Behavior*, Vol. 8, 3, 251-61.
- Gromie, S. & Hayes, J. (1988). Towards a typology of female entrepreneurs. *Sociological Review*, Vol. 36, 1, 87-113.
- Guerrero, A., Palacios, D. & Equipo IFES. (1994). *Estoy en paro ¿Cómo buscar trabajo o crearlo?* Madrid. Instituto de Formación y Estudios Sociales.
- Guillén, C. J. C., García, J. G. & Segura, A. B. G. (2004). Actitudes emprendedoras en los estudiantes universitarios. *The entrepreneur and starting up new R&D*. Capítulo, 9.
- Guiso, L. & Schivardi, F. (2004). *Learning to be an Entrepreneur*. Working paper.
- Gupta, A.K., Tesluk, E.G. & Taylor, M. S. (2007). Innovation at and across multiple levels of analysis. *Organization Science*, vol. 18, 6, 885-897.
- Gurman, A. S. (2008). *Clinical handbook of couple therapy*, (4ª edición). New York: Guilford.
- Gutiérrez Montoya, G. (1999). *El comportamiento emprendedor en El Salvador*. Tesis de Doctorado en Ciencias Empresariales, dirigida por el Dr. Ángel Cervera Paz y el Dr. Francisco Rodríguez, España, Universidad de Cádiz.
- Gutiérrez Montoya, G. (2011). Educación emprendedora en la universidad: educando para el futuro/Entrepreneurship education in college: Educating for the future.
- Guth, W. D. & Ginsberg, A. (1990). Corporate Entrepreneurship. *Strategic Management Journal*, 11, 5-15.
- Guzmán Cuevas, J. (1995). *El empresariado en la provincia de Sevilla*. Diputación de Sevilla. Sevilla.
- Gürol, Y. & Atsan, N. (2006). Entrepreneurial characteristics amongst university students: Some insights for entrepreneurship education and training in Turkey. *Education+ Training*, 48(1), 25-38.
- Haber, S. & Reichel, A. (2007). The cumulative nature of the entrepreneurial process: The contribution of human capital, planning and environment resources to small venture performance. *Journal of Business Venturing*, 22(1), 119-145.
- Hackett, G. & Betz, N. (1981). Entrepreneurship education and training in Turkey. *Education and Training*, 48, 25-38.
- Hall, C. S. & Lindzey, G. (1957). *Theories of personality*. New York: Wiley.
- Hall, C., Gardner, L. & Campbell, J. B. (2000). *Teorias da Personalidade* (4ª edición). Porto Alegre: Artes Médicas Sul.
- Hall, G. (1992). Reasons for insolvency amongst small firms. A review and fresh evidence. *Small Business Economics*, vol. 4, 237-250.

- Hallak, R., Assaker, G. & O'Connor, P. (2012). Are Family and Nonfamily Tourism Businesses Different? An Examination of the Entrepreneurial Self-Efficacy–Entrepreneurial Performance Relationship. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 1096348012461545.
- Hamilton, B. H. (2000). Does entrepreneurship pay? An empirical analysis of the returns to self-employment. *Journal of Political economy*, 108(3), 604-631.
- Hammer, T. H. & Vardi, Y. (1981). Locus of control and career selfmanagement among nonsupervisory employees in industrial settings. *Journal of Vocational Behavior*, 18, 13–29.
- Hammermesh, D. S. (1990). Shirking or productive schmoozing: Wages and the allocation of time at work. *Industrial and Labor Relations Review*. 43, 121-133.
- Hanks, S., Watson, C., Jansen, E. & Chandler, G. (1993). Tightening the life cycle construct: a taxonomic study of growth stage configurations in high technology organizations. *Entrepreneurship theory and practice*, Winter, 5-29.
- Hannan, M. T. & Freeman, J. (1977). The population ecology of organizations. *American Journal of Sociology*, 82 (5), 929-964.
- Hansen, E. (1995). Entrepreneurial networks and new organization growth. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, Vol. 19, 4, 7-21.
- Hansemark, O. (1998). The effects of an entrepreneurship programme on need for achievement and locus of control of reinforcement. *International Journal of Entrepreneurship Behaviour and Research*, 4(1), 28-50.
- Harpaz, I. (1999). Transformation of Work Values in Israel. *The Monthly Lab. Review*, 122, 46.
- Hartigan, P. (2005). El emprendedor social como modelo para el futuro. *Iniciativa Emprendedora y Empresa Familiar*, 46, 19-25.
- Hashimoto, M. (2006). *Espírito Empreendedor nas Organizações: aumentando a competitividade através do intraempreendedorismo*. São Paulo: Saraiva.
- Hatch, J. & Zweig, J. (2000). Departments-Entrepreneurs-What is the stuff of an entrepreneur? *Ivey Business Journal*, 65(2), 68-72.
- Hay, M., Verdin, P. & Williamson, P. (1993). Successful new ventures: Lessons for entrepreneurs and investors. *Long Range Planning*, vol.26, 5, 31-41.
- Hayton, J. C., George, G. & Zahra, S. A. (2002). National culture and entrepreneurship: A review of behavioral research. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 14, 33-52.
- Hayward, M. L. A., Shepherd, D. A. & Griffin, D. (2006). A hubris theory of entrepreneurship. *Management Science*, 52(2), 160-172.
- Heaven, P. C. (1990). Attitudinal and personality correlates of achievement motivation among high school students. *Personality and individual differences*, 11(7), 705-710.
- Heckhausen, H., Schmalt, H.D. & Schneider, K. (1985). *Achievement motivation in perspective*. Academy Press Inc., Londres
- Heilbrunn, S. (2004). Impact of gender on difficulties faced by entrepreneurs. *International Journal of Entrepreneurship & Innovation*, vol. 5, 3, 159-65.
- Helfat CE, Raubitschek RS. (2000). Product sequencing: co-evolution of knowledge, capabilities and products. *Strategic Management Journal* 21(10–11): 961–980.
- Hendrickx, L., Vlek, C. & Calje, H. (1992). Effect of frequency and scenario information on the evaluation of large-scale risks. *Organizational Behaviour and Human Decision Process*, 51, 256-275.
- Hennessey, B. A. & Amabile, T. M. (2010). Creativity. *Annual Review of Psychology*, 61, 569-598.
- Henriquez, M., Arias, A. & Mosquera, C. (2010). *Impacto de las variables de percepción en la creación de empresas de mujeres en Colombia*. Memorias XLV Asamblea CLADEA 2010 – ASCOLFA, Asociación Colombiana de Facultades de Administración. Disponible en: www.cladea2010.org/memorias_cladea2010/DOC/track6-13.swf.
- 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.
- Hernangómez Barahona, J., Martín Cruz, N., Rodríguez Escudero, A. I. & Saboia, F. (2005). *¿El emprendedor nace o se hace? Un análisis de los determinantes del espíritu emprendedor*. XVI Spanish-Portuguese meeting of scientific management. Sevilla, 33-44.
- Herrera, H. (2008). Revisión de la literatura sobre redes sociales y entrepreneurship. *Documentos de Economía y Finanzas*, Universidad de EAFIT, n° 08-20, 1-31.
- Herrera, H. (2009). Investigación sobre redes sociales y emprendimiento: revisión de la literatura y agenda futura. *Innovar*, 19(33), 19-33.
- Herron, L., Richard B. & Robinson, R. B. (1993). A structural model of the effects of entrepreneurial characteristics on venture performance. *Journal of business venturing*, 8, 281-294.
- Herron, L. & Robinson J. R. (1993). A Structural Model of the Effects of Entrepreneurial Characteristics on Venture Performance. *Journal of Business Venturing*, vol. 8, 3, 281-294.

- Herzberg, F. (1968). One more time: how do you motivate employees? *Harvard Business Review*, 46(1), enero-febrero, 53-62.
- Herzberg, F. (1971). The motivation-higiente theory. En Pugh (ed). *Organization theory*. Penguin, Harmondsworth.
- Herzberg, F. (1996). *Leadership and motivation*. MIT Press, Cambridge (MA).
- Heshmati, A. (2001). On the growth of micro and small firms: evidence from Sweden. *Small Business Economics*, vol. 17, nº 3, 213-228.
- Higgins, E. T. (1997). Beyond pleasure and pain. *American psychologist*, 52(12), 1280.
- Hisrich, R. D. (1986). The Woman Entrepreneur: Characteristics, Skills, Problems, and Prescriptions for Success. *The Art and Science of Entrepreneurship* (61-84). Cambridge, MA: Ballinger.
- Hisrich, R. D. (1990). Entrepreneurship/Intrapreneurship. *American Psychologist*, 45(2), 209-229.
- Hisrich, R. D. (1992). The need for marketing in entrepreneurship. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 7(3), 53-57.
- Hisrich, R. & Brush, C. (1984). The women entrepreneur: management skills and business problems. *Journal of Small Business Management*, Vol. 22, 1, 30-7.
- Hisrich, R. & Brush, C. (1986). *The Woman Entrepreneur: Starting. Financing and Managing a Successful New Business*. Lexington: Lexington Books.
- Hisrich, R. & O'Brien, M. (1981). The woman entrepreneur: management skills and business sociological perspective. Vesper, K. (Ed.). *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Badson College, Wellesley, MA., 21, 11-19.
- Hisrich, R. D. & Peters, M. P. (2002). The nature and Importance of entrepreneurs. In R. D. Hisrich, & M. P. Peters (Eds.), *Entrepreneurship*. McGraw-Hill.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P. & Sheperd, D. A. (2005). *Entrepreneurship*, McGrawHill Interamericana de España, 6ª Edición, Madrid.
- Hite, J. M. & Hesterly, W. S. (2001). Research notes and commentaries. The evolution of firm networks: From emergence to early growth of the firm. *Strategic management journal*, 22(3), 275-286.
- Hoang, H. & Antoncic, B. (2003). Network-based research in entrepreneurship: a critical review. *Journal of Business Venturing*, vol. 18, 2, 165-87.
- Hobfoll, S. E. (1998). *Stress, culture, and community: the psychology and philosophy of stress*. New York: Plenum Press.
- Hobfoll, S. E. (2001). The influence of culture, community, and the nested-self in the stress process: Advancing conservation of resources theory. *Applied Psychology*, 50(3), 337-421.
- Hofer, C.W. & Sandberg, W.R. (1987). Improving new venture performance: some guidelines for success. *American Journal of Small Business*, verano, 11-25.
- Hofstede, G. H. (1980a). *Culture's consequences: international differences in work related values*. Beverly Hills: Sage.
- Hofstede, G. H. (1980b). Motivation, leadership, and organization: do American theories apply abroad? *Organizational Dynamics*, verano, 42-63.
- Hofstede, G. H. (1991). *Cultures and organizations: software of mind*. London; New York: McGraw-Hill.
- Hofstede, G. (1998). Attitudes, values and organizational culture: Disentangling the concepts. *Organization studies*, 19(3), 477-493.
- Hofstede, G. (2001). *Culture's consequences: Software of the mind*. Thousand Oaks: Sage.
- Hofstede, G., Van Deusen, C. A., Mueller, C. B., Charles, T. A. & the Business Goals Network (2002). What goals do business leaders pursue? A study in fifteen countries. *Journal of International Business Studies*, 33, 785-803.
- Hofstede, G. J., Pedersen, P. B. & Hofstede, G. (2002). *Exploring culture: Exercises, stories and synthetic cultures*. USA: Intercultural Press.
- Hohti, S. (2000). Job flows and job quality by establishment size inthe finish manufacturing sector, 1980-1994. *Small Business Economics*, vol. 15, 4, 265-281.
- Holcombe, R. (1998). Entrepreneurship and Economic Growth. *The Quarterly Journal of Austrian Economics*, 1, 45-62.
- Holland, J. L. (1966). The psychology of Vocational Choise. *A Theory of personality types and model environments*. Waltham, MA:Blaisdell.
- Holland, J. L. (1996). Exploring Careers with a Typology. *American Psychologist*, april, 397-406.
- Hollenbeck, G. & Hall, D.T. (2004). Self-confidence and leader performance. *Organizational Dynamics*, 33(3), 254-269
- Honjo, Y. (2000a), Business failure of new firms: an empirical analysis using a multiplicative hazards model. *International Journal of Industrial Organization*, vol.18, 4, 557-574.
- Honjo, Y. (2000b). Business failure of new software firms. *Applied Economics Letters*, vol.7, 9, 575-579.

- Hopenhayn, H. & Vereshchagina, G. (2003). *Risk Taking by Entrepreneurs*. RCER Working Papers 500, University of Rochester - Center for Economic Research (RCER).
- Hornaday, J. A. (1982). Research about living entrepreneurs. En Kent, C. A., Sexton, D. L. & Vesper, K. H. (Eds.), *Encyclopedia of entrepreneurship* (pp. 91-101). Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Hornaday, J. A. & Bunker, C. (1970). The nature of the entrepreneur. *Personnel Psychology*, 23, 47-54.
- Hornaday, J. A. & Aboud, J. (1971). Characteristics of successful entrepreneurs. *Personnel Psychology*, 24, 144-153.
- Hout, M. & Rosen, H. S. (2000). Self-Employment, Family Background, and Race. *Journal of Human Resources*, 35, 670-92.
- Huggins, R. (2000). The success and failure of policy-implemented inter-firm network initiatives: motivations, processes and structure. *Entrepreneurship & Regional Development*, vol. 12, 2, 11-135.
- Hulin, C. L. (1966). Effects of community characteristics on measures of job satisfaction. *Journal of Applied Psychology*, 50, 185-192.
- Hull, D., Bosley, J. & Udell, G. (1980). Reviewing the heffalump: Identifying potential entrepreneurs by personality characteristics. *Journal of Small Business Management*, 18(1), 11-18.
- Humphreys, M. A. & McClung, H. (1981). Women entrepreneurs in Oklahoma. *Review of regional Economics and Business*, 6(2), 13-20.
- Hundley, N. (2001). *The Great Thirst: Californians and Water-A History (Revised Edition)*. Berkeley, CA: University of California Press.
- Hurley, R. F. & Hult, G. T. M. (1998). Innovation, market orientation, and organizational learning: an integration and empirical examination. *The Journal of Marketing*, 42-54.
- Husenman, S. & Ettinger, J. (1996). Las motivaciones del emprendedor. En *Emprender con éxito* (37-58). Barcelona: Gestión 2000.
- Iakovleva, T. & Kolvereid, L. (2005). New Firm Performance: Conceptual Perspectives En Fayolle, A., Kyrö, P. & Ulijn, J. (ed.). *Entrepreneurship research in Europe* (pp. 80-101). Cheltenham: Elgar.
- Ibrahim, B., & Ellis, W. (1990). *Entrepreneurship & Small Business Management*. Kendall/Hunt Publishing Company.
- Ibrahim, A., & Soufani, K. (2002). Entrepreneurship education and training in Canada: a critical assessment. *Education + Training*, Vol. 44 Iss: 8/9, 421 – 430.
- Iguñiz, J. M. (2011). Protagonismo económico de los pobres. Dos aproximaciones al mundo de emprendedores e informales. *Páginas: centro de estudios y publicaciones*, 36 (221), 19-27.
- Ihrig, M., Zu Knyphausen-Aufseß, D. & O'Gorman, C. (2006). The knowledge-based approach to entrepreneurship: linking the entrepreneurial process to the dynamic evolution of knowledge. *International Journal of Knowledge Management Studies*, 1(1-2), 38-58.
- INE. Anuario Estadístico de España 2008, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013 y 2014. www.ine.es
- Inkpen, A. C. & Tsang, E.W.K. (2005). Social capital, networks, and knowledge transfer. *Academy of Management Review*, vol. 30, n° 1, pp. 146-165.
- Istace, D. (1997). Créateurs d'entreprises, PME: quels créneaux choisir? *Revue Actualités perfectionnements. Gestion 2000*. 1. (Enero-febrero). : 81-88. Louvaine. Belgique.
- Ivcevic, Z. (2009). Creativity map: Toward the next generation of theories of creativity. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*. 3(1), 17-21.
- Jackson, P., & Harris, L. (2003). E-business and organisational change: Reconciling traditional values with business transformation. *Journal of Organizational Change Management*, 16(5), 497-511.
- Janice L. F. & Susanna R. (1995). Achievement, motivation and female entrepreneurs. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 68, 209-218.
- Jex, S. M., Bliese, P. D., Buzzell, S. & Primeau, J. (2001). The impact of self-efficacy on stressor-strain relations: coping style as an exploratory mechanism. *Journal of Applied Psychology*, 86(3), 401-409.
- Jenssen, S. & Kolvered, L. (1992). The entrepreneurs' reasons leading to start-up as determinants of survival and failure among Norwegian new ventures. En S. Birley & I.C. MacMillan, *International perspectives on entrepreneurship research* (pp. 120-133). Amsterdam: Elsevier Science Publishers B.V.
- Jo, H. & Lee, J. (1996). The relationship between an entrepreneur's background and performance in a new venture. *Technovation*, vol. 16, 4, 161-171.
- Johannisson, B. (1988). Business Formation, a network approach. *Scandinavian journal of management*, 4(3), 83-99.
- Johannisson, B. (1989). An action theory of entrepreneurship-why? how? what? so what. Paradigmer og Metoder i Småforetaksforskningen. *HSN-rapport 1989*, 5, 93-117.
- Johannisson, B. (1991). *Entrepreneurship: the management of ambiguity*. Lund/Vaxjo University.
- Johannisson, B. (1998). Designing supportive context for emergin enterprises. Vaxjo University.

- Johannisson, B., Ramirez, M. & Karlsson, G. (2001). The institutional embeddedness of inter-firm networks: A leverage for business creation. *Entrepreneurship and Regional Development*, 14(4), 297-316.
- Johnson, B. R. (1990). Toward a multidimensional model of entrepreneurship: the case of achievement motivation and the entrepreneur. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, vol. 14, 3, 39-48.
- Johnson, D. (1994). Driver behaviour and business outcomes: an alternative approach to the psychology of the entrepreneur. *Journal of Enterprising Culture*, 1, 403-420.
- Jourdan, L. F. (1987). *Differentiation between successful and unsuccessful entrepreneurs*. Georgia State University, Atlanta.
- Judge, T.A., Higgins, Ch.A., Thoresen, C.J. & Barrick, M.R. (1999). The big five personality traits, general mental ability, and career success across the life span. *Personnel Psychology*, (52), 621-654.
- Jung, D. I., Ehrlich, S. B., De Noble, A. F. & Baik, K. B. (2001). Entrepreneurial self-efficacy and its relationship to entrepreneurial action: A comparative study between the US and Korea. *Management International*, 6(1), 41-53.
- Julien, P. A. & Jacob, R. (1999). *Le paradoxe du nouvel entrepreneur dans l'économie du savoir*. 2nd International Conference EURO-PME, Rennes-Saint Malo (France), 30 September-2 October.
- Justo, R., & Díaz, C. (2012). Incidencia de los Modelos de Referencia en la Creación de Empresas: Efectos Mediadores y de Género. *Economía industrial*, (383), 111-124.
- Kahneman, D. & Tversky, A. (1979). Prospect theory: An analysis of decision under risk. *Econometrica*, 47, 263-291.
- Kalleberg, A. L. & Loscocco, K. A. (1983). Aging, values, and rewards: Explaining age differences in job satisfaction. *American Sociological Review*, Vol. 48, No. 1 (Feb., 1983), pp. 78-90.
- Kamm, J. B., Shuman, J. C., Seeger, J. A. & Nurick, A. J. (1990). Entrepreneurial teams in new ventures creation: a research agenda. *Entrepreneurship Theory and Practice*, verano, 7-17.
- Kantis, H. (2004). *Desarrollo emprendedor: América Latina y la experiencia internacional*. Washington: Banco Interamericano de Desarrollo y Fundes Internacional.
- Kantis, H. (2005). *Empresarialidad y contexto emprendedor en Uruguay*. Inter-American Development Bank.
- Kantis H., Angelelli, P. & Gatto, F. (2000). Nuevos emprendimientos y emprendedores en Argentina: de qué depende su creación y supervivencia? Disponible en: www.oit.org.ar/.../335-nuevos-emprendimientos-kantis-y-otros-2000-doc.
- Kantis, H., Ishida, M. & Komori, M. (2002). *Empresarialidad en economías emergentes: Creación de empresas en América latina y el este de Asia*. Washington: Banco Interamericano de Desarrollo.
- Kantor, P. (2002). Gender, microenterprise success and cultural context: the case of south asia. *Entrepreneurship, Theory and Practice*, 26(4), 131-143.
- Kao, J. (1989). *Entrepreneurship, Creativity and Organization*. EUA. Prentice Hall.
- Kaufmann, P., Welsh, D. & Bushmarin, N. (1995). Locus of Control and Entrepreneurship in the Russian Republic. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, vol. 20, 1, 43-56.
- Kennedy, J., Drennan, J., Renfrow, P. & Watson, P. (2003). *Situational factors and entrepreneurial intentions*. 16th Annual Conference of Small Enterprise Association of Australia and New Zealand.
- Kent, C. A., Sexton, D. L. & Vesper, K. H. (1982). Encyclopedia of entrepreneurship. *University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship*.
- Khelil, N. (2011). *Contribution à la compréhension de l'échec entrepreneurial: vers une taxonomie empirique axée sur la dialogique entrepreneur/nouvelle entreprise*. Thèse de doctorat en Sciences de Gestion, IAE de Caen Basse-Normandie.
- Khelil, N. & Smida, A. (2012). Cartographie cognitive à l'aide de l'analyse structurelle: un essai d'identification des facteurs de risque d'échec des entrepreneurs, Risque, stress et décision, Chasseigne G., Cadet B., Giraudeau C. (Ed.), 79-96.
- Khelil, N., Smida, A. & Zouaoui, M. (2012). Contribution à la compréhension de l'échec des nouvelles entreprises: exploration qualitative des multiples dimensions du phénomène, *Revue de l'Entrepreneuriat*, 1, vol. 11, 39-72.
- Khelila, N. & Hammerb, M. H. M. (2013). *Why do some entrepreneurs decide to give up? Exploring the causes through cognitive maps*. Disponible en: <file:///C:/Users/enrique/Downloads/301885.pdf>
- Kiggundu, M. N. (2002). Entrepreneurs and entrepreneurship in Africa: What is known and what needs to be done. *Journal of developmental Entrepreneurship*, 7, 239-259.
- Kilby, P. M. (1971). *Entrepreneurship and Economic Development*. New York, MacMillan.
- Kim, M. & Hunter, J. (1993). Relationships among attitudes, intentions and behavior. *Communication Research*, 20, 331-364.
- Kimberly J. R. & Miles R. H. (1980). *The organization life cycle*. San Francisco: Jossey Bass.

- King, A. (1985). Self-analysis and assessment of entrepreneurial potential, *Simulation & Games*, 16, 399-416.
- Kirzner, I. M. (1973). *Competition and entrepreneurship*. University of Chicago Press.
- Kirzner, I. M. (1998). *Competencia y empresariabilidad* (2ª Ed.). Unión editorial. Madrid.
- Klein, H. J. (1989). An integrated control theory model of work motivation. *Academy of Management Review*, 14 (2).
- Knight, F. H. (1921). *Risk, uncertainty and profit*. New York: Hart, Schaffner and Marx.
- Knight, R. (1983). Entrepreneurship in Canada. *Journal of Small Business Canada*, 1(1), 9 -14.
- Knudson, C. & Mahoney, A. R. (2009). *Couples, gender, and power: Creating change in intimate relationships*. New York: Springer Publishing Company.
- Koellinger, P. (2008). Why are some entrepreneurs more innovative than others? *Small Bus Econ*, 31. 21–37.
- Kolchin, M. G., & Hyclak, T. J. (1987). The case of the Traditional Intrapreneur, S. A. M. *Advanced Management Journal*, USA. 52 (3), 14-18.
- Köllinger, P., Minniti, M.; & Schade, C. (2005). *I think I can, I think I can: overconfidence and entrepreneurial behavior*. DIW Berlin. German Institute for Economic Research. Discussion Papers, 501.
- Köllinger, P. y Minniti, M. (2006). Not for lack of trying: American entrepreneurship in black and white. *Small Business Economics*, vol. 27, 1, 59-79.
- Kogan, N. & Wallach, M.A. (1964). *Risk taking: A study of cognition and personality*. New York: Wiley.
- Koh, H.C. (1996). Testing hypotheses of entrepreneurial characteristics. *Journal of Managerial Psychology*, vol. 11, 12-25.
- Kolvereid, L. (1996). Prediction of entrepreneurial employment status choice intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 21, 47-57.
- Komulainen, K. & Sinisalo P. (2008). The creation of coherence in the transitional career. A narrative case study of the woman entrepreneur. *International Journal of Educational and Vocational Guidance*. Marzo, 8(1), 35-48.
- Konrad, A. M. & Mangel, R. (2000). The impact of work-life programs on firm productivity. *Strategic Management Journal*, 21, 1225-1237.
- Kopelman, R. E. (1976). Poundary conditions for expectancy theory predictions of work motivation and job performance. *Academy of Management Journal*, 19, 238-258.
- Korsching, P. F. & Allen, J. C. (2004). Locality based entrepreneurship: A strategy for community economic vitality. *Community Development Journal*, 39, 385-400.
- Korunka, C., Frank, H., Lueger, M., & Mugler, J. (2003). The entrepreneurial personality in the context of resources, environment, and the startup process-A configurational approach. *Entrepreneurship theory and practice*, 28(1), 23-42.
- Kourilsky, M. & Walstad, M. (1998). Entrepreneurship and female youth: Knowledge, attitudes, gender differences and educational practices. *Journal of Business Venturing*, 13, 77-88.
- Krackhardt, D. (1992). The strength of strong ties: The importance of philos in organizations. *Networks and organizations: Structure, form, and action*, 216, 239.
- Kren, L. (1992). The moderating effects of locus of control on performance incentives and participation. *Human Relations*, 45, 991–1012.
- Krieger, R. (1982). Motivación cognitiva. Procesos de la conciencia y comportamiento intencional En Todt, E. *La motivación. Problemas, resultados y aplicaciones* (pp.119-149). Herder, Barcelona.
- Krueger, N. F. (1993). The impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of new venture feasibility and desirability. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18, 5-21.
- Krueger, N. F. & Brazeal, D. V. (1994). Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18, 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. & Dickson, P. R. (1993). Perceived self-efficacy and perceptions of opportunity and threat. *Psychological Reports*, 72(3c), 1235-1240.
- Krueger, N. & Dickson, P. R. (1994). How believing in ourselves increases risk taking: Perceived self-efficacy and opportunity recognition. *Decision Sciences*, 25, 385-400.
- Krueger, N., Deborah, J. R. & Brazeal, V. (1994). Entrepreneurial Potential and Potential Entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and practice*, Spring. 18, 91-91.
- Krueger, N. F., Reilly, M. D. & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15, 411-432.
- Kuratko, D. F. (1989). New Venture Creation: A Laboratory Course for Entrepreneurship Education. *Journal of Business Education*, March, 248-50,

- Kuratko, D. F. & Hodgetts, R. M. (1995). *Entrepreneurship: A Contemporary Approach*. Ft. Worth, Texas: Dryden Press.
- Kuratko, D. F. & Hoegestts, R. M. (2001). *Entrepreneurship a Contemporary approach* (5^aed.). Worth: Harcourt College.
- Kuratko, D. F., Morris, M. H., & Covin, J. G. (2011). Corporate innovation and entrepreneurship. *South-Western Cenage Learning Australia, United States*.
- Lachman, R. (1980). Toward measurement of entrepreneurial tendencies. *Management International Review*, 20(2), 108-116.
- Lafuente, A. & Salas, V. (1989). Types of entrepreneurs and firms: the case of new Spanish firms. *Strategic Management Journal*, vol. 10, 17-30.
- Lam, C. F & Gurland, S. T. (2008). Self-determined work motivation predicts job outcomes, but what predicts self-determined work motivation? *Journal of Research in Personality*. 42(4), 1109-1115.
- Lambing, P. & Kuelh, C. (1997). *Entrepreneurship*. London: Prentice-Hall.
- Lang-Von Wins, T. (2004). *Der Unternehmer*. In *Der Unternehmer* (pp. 213-242). Springer Berlin Heidelberg, Berlin: Springer.
- Langan-Fox, J. & Roth, S. (1995). Achievement motivation and female entrepreneurs. *Journal of occupational and organizational Psychology*, 68(3), 209-218.
- Langowitz, N. & Minniti, M. (2007). Entrepreneurial Propensity of Women. *Theory and Practice*, 31, 341-364.
- Larson, A. & Starr, J.A. (1993). A Network Model of Organization Formation. *Entrepreneurship theory and practice*, Vol. 17, 2, 5-5.
- Laursen K. & Salter, A. (2006). Open for innovation: the role of openness in explaining innovation performance among U.K. manufacturing firms. *Strategic Management Journal*, 27, 131-150.
- Lawler, E. E (1963). *Motivation in work organizations*. Books/Cole, Belmont (California).
- Lazear, E. P. (2002). *Entrepreneurship*. National Bureau of Economic Research Working Paper 9109, August.
- Lazear, E. P. (2004). Balanced skills and entrepreneurship. *American Economic Review*, 2 Vol. 94, No. 2, 08-211.
- Learned, K. E. (1992). What happened before the organization? A model of organization formation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16, 39-48.
- Lechner, C. & Dowling, M. (2003). Firm networks: external relationships as sources for the growth and competitiveness of entrepreneurial firms. *Entrepreneurship & Regional Development*, 15(1), 1-26.
- Lee, J. & Chan, J. (1998). Chinese entrepreneurship a study in Singapore. *Journal of management development*, 17(2), 130-139.
- Lee, C., Hallak, R. & Sardeshmukh, S. (2012). Antecedents of Business Performance in Small Tourism Firms: A Conceptual Framework and Research Propositions. In *Proceedings of World Business and Economics Research Conference*. Vol. 94, No. 2, 208-211.
- Lee, J. & Tan, F. (2001). Growth of Chinese family enterprises in Singapore. *Family Business Review*, 14(1), 49-74.
- Lee, S. M. & Peterson, S. J. (2000). Culture entrepreneurial orientation, and global competitiveness. *Journal of World Business*, 35, 401-416.
- Lee, S. H. & Wong, P. K. (2004). An exploratory study of technoemprenurial intentions: a career anchor perspective. *Journal of Business Venturing*, vol. 19, 1, 7-28.
- Leitão, F. A. S. & Cruz, N. M. (2006). Los rasgos psicológicos del emprendedor y la continuidad del proyecto empresarial: un estudio empírico de los emprendedores brasileños. *Revista Eletrônica de Administração*, 12(2).
- Leitão, J., Raposo, M. & Welter, F. (Eds.), *The theory and practice of entrepreneurship: frontiers. European entrepreneurship research.*, Elgar., pp. 145-168.
- Leiva, J. C. (2002). El proceso de creación de empresas en Costa Rica: Creación y desarrollo de nuevas empresas en América Latina y el Este de Asia: Informe Costa Rica. *Tecnología en Marcha*, 17(2), 87.
- Leiva, J. C. (2008). ¿Nacen empresas de las actividades de fomento al espíritu emprendedor? Un vistazo a empresas surgidas del Concurso Nacional de Emprendedores y el Programa de Formación en Espíritu Emprendedor del Instituto Tecnológico de Costa Rica. *TEC Empresarial*, 2(1), 16-27.
- Lent, R. W. & Brown, S. D. (2006). On conceptualizing and assessing social cognitive constructs in career research: A measurement guide. *Journal of Career Assessment*, 14 (1), 12-35.
- Lentz, B. & Laband, D. (1990). Entrepreneurial success and occupational inheritance among proprietors. *Canadian Journal of Economics*, 23, 563-79.
- León-Rubio, J. M. (2013). *Desenvolvimento regional e empreendedorismo*. Conferencia impartida en el XXXII Seminário G&DR Internacional de Integração Econômica Global Brasil-Espanha. Taubaté, São Paulo, Brasil: Universidad de Taubaté.

- León-Rubio, J. M., Cantero, F. J. & León-Pérez, J. M. (2011). Diferencias del rol desempeñado por la autoeficacia en el burnout percibido por el personal universitario en función de las condiciones de trabajo. *Anales de Psicología*, 27(2), 518-526.
- Leontiades, M. (1980). *Strategies for Diversification and Growth*. Boston: Little, Brown and Company.
- Lerner, M. & Haber, S. (2001). Performance factors of small tourism ventures: the interface of tourism, entrepreneurship and the environment. *Journal of business venturing*, 16(1), 77-100.
- Letowski, A. & Le Marois, H. (1994). La creación de empresas en la Europea de los Doce; programas de apoyo. CEDEFOP Documento.
- Leung, A. K. Y., Maddux, W. W., Galinsky, A. D. & Chiu, C. Y. (2008). Multicultural experience enhances creativity: the when and how. *American Psychologist*, 63(3), 169.
- Levesque, M. & Minniti, M. (2006). The effect of aging on entrepreneurial behavior. *Journal of Business Venturing*, 21(2), 177-194.
- Levesque, M. & Schade, C. (2005). Intuitive optimizing: Experimental findings on time allocation decisions with newly formed ventures. *Journal of Business Venturing*, 20(3), 313-342.
- Levesque, M., Shepherd, D. A. & Douglas, E. J. (2002). Employment or self-employment: A dynamic utility maximizing model. *Journal of Business Venturing*, 17 (3), 189-210.
- Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre, para la mejora de la calidad educativa «BOE» Núm. 295 Martes 10 de diciembre de 2013 Sec. I. 97858- 97921.
- Ley 14/2013, de 27 de septiembre, de apoyo a los emprendedores y su internacionalización. «BOE» núm. 233, de 28 de septiembre de 2013, páginas 78787 a 78882
- Liang, C. (2002). My love and my business – expectation and reality of couples working together in a new venture creation: The entrepreneurs' perception. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 8, 53–77.
- Littunen, H. (2000). Entrepreneurship and the characteristics of the entrepreneurial personality. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*. Bradford: 2000. Tomo 6, 6; 295.
- Littunen, H., Storhammar, E. & Nenonen, T. (1998). The survival of firms over the critical first 3 years and the local environment. *Entrepreneurship & Regional Development*, 10(3), 189-202.
- Locke, E. A. (1968). Toward a theory of task motivation and incentives. *Organizational Behaviour and Human Performance*, 3, 157-189.
- Locke, E. A. (1976). The nature and causes of job satisfaction. En Dunnette, M.D. (ed.). *Handbook of industrial and organizational psychology*. John Wiley & Sons, New York. 1, 1297-1343.
- Locke, E. A. (1991). Goal theory vs. Control theory: contrasting approaches to understanding work motivation. *Motivation and Emotion*, 15, 9-28.
- Locke, E. A. & Latham, G. P. (1990). *A theory of goal setting and task performance*. Prentice-Hall, Englewood Cliffs (NJ).
- Longenecker J. & Schoen, J. (1975). The Essence of Entrepreneurship. *Journal of Small Business Management*, 13 (3), 26-32.
- López, E. (2013). El programa Woman Emprende de la Universidad de Santiago de Compostela. *Emprender una perspectiva de género*. UDC 2013.
- López Fernández, M., Romero Fernández, P. M. & Díaz Carrión, R. (2012). Motivaciones para emprender: un análisis de diferencias entre hombres y mujeres. *Economía industrial*, 383, 75-84.
- Lord, R. D. & Hanges, P. J. (1987). A control system model of organizational motivation: theoretical development and applied implication. *Behavioral Science*, 32. 161-178.
- Lorenzoni, G. & Ornati, O. A. (1988). Constellations of firms and new Ventures. *Journal of Business Venturing*, Vol. 3, 1 41-57.
- Lorrain, J., Belley, A. & Dussault, L. (1998). *Les compétences des entrepreneurs: élaboration et validation d'un questionnaire (QCE)*. Congrès international francophone sur la PME, Nancy, 22-24.
- Lorrein, J. & Dussault, L. (1986). *Les caractéristiques psychologiques et les comportements de gestion des propriétaires-dirigeants*. Conference Internationale de la Petite Entreprise (Calgary).
- Lorrein, J., Dussault, L. & Belley, A. (1993). Le processus de création d'entreprises et la performance initial de la jeune entreprise: un modele explicatif. CCPME, Moncton N.-B.
- Low, M. B. & MacMillan, I. C. (1988). Entrepreneurship: Past Research and Future Challenges. *Journal of Management*. 14(2), 139-161.
- Lubart, T. I. (2001). Models of the creative process: Past, present and future. *Creativity Research Journal*, 13(3-4), 295-308.
- Lückgen, I., Oberschachtsiek, D., Sternberg, R., & Wagner, J. (2006). Nascent entrepreneurs in German regions. In *Entrepreneurship in the region* (pp. 7-34). Springer US.
- Ludevid, M. & Ollé, M. (1993). *Como crear su propia empresa. Factores clave de gestión* (2ª Ed.). Barcelona. Marcombo, Boixareu Editores.
- Luhmann, N. (1983). *Fin y racionalidad en los sistemas. Sobre la función de los fines en los sistemas sociales*. Madrid: Editora Nacional.

- Luhmann, N. (1987). *Soziale Systeme. Grundriss einer allgemeinen Theorie*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Lumpkin, G. T. & Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Journal*, 21(1), 135-172.
- Luna-Arocas, R. (2002). Análisis del concepto multidimensional de la motivación de logro de Cassidy y Lynn. *Cuadernos de Estudios Empresariales*, 12, 113-127.
- Lundström, A. & Stevenson, L. (2005). *Entrepreneurship policy: Theory & practice*. New York: Springer-Verlag.
- Luthar, S. S. & Cicchetti, D. (2000). The construct of resilience: Implications for interventions and social policies. *Development and psychopathology*, 12(04), 857-885.
- Lüthje, C. & Franke, N. (2003). The making of an entrepreneur. Testing a model of entrepreneurial intent among engineering students at MIT. *R&D Management*, 33(2), 135-147.
- MacMillan, I. C. (1986). Executive Forum: To really learn about entrepreneurship, Let's study habitual entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 13, 241-243.
- MacNabb, A., McCoy, J., Weinreich, P. & Northover, M. (1993). Using Identity Structure Analysis (ISA) to Investigate Female Entrepreneurship. *Entrepreneurship and Regional Development* 5(4), 301-313.
- Mars, M. M. & Garrison, S. (2009). Socially-oriented ventures and traditional entrepreneurship education models: A case review. *Journal of Education for business*, 84(5), 290-296.
- Maslow, A. H. (1943). A Theory of Human Motivation. Originally published. En *psychological review*, 50, 370-396. Classics in the History of Psychology. York University, Toronto. Disponible en: <http://psychclassics.yorku.ca/Maslow/motivation.htm>.
- Masters, R. & Meyer, R. (1988). Sex Difference and Risk-Taking Propensity of Entrepreneurs. *Journal of Small Business Management* 26(4), 5-13.
- Mazzarol, T., Volery, T., Doss, N. & Thein, V. (1999). Factors influencing small business start-ups: a comparison with previous research. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 5(2), 48-63.
- Maddux, W. W., Galinsky, A. D., Dyer, J. H., & Gregersen, H. (2008). *Multicultural experience and entrepreneurial innovation*. In annual meeting of the Academy of Management, Los Angeles, CA.
- Maddux, W. W., Leung, A. K., Chiu, C. & Galinsky, A. D. (2009). Toward a more complete understanding of the link between multicultural experience and creativity. *American Psychologist*. 64(2), 156-158.
- Malecki, E. J., & Veldhoen, M. E. (1993). *Network activities, information and competitiveness in small firms*. Geografiska Annaler. Series B. Human Geography, 131-147.
- Mallinckrodt, B. & Gelso, C. J. (2002). Impact of research training environment and Holland Personality Type: A 15-year follow-up of research productivity. *Journal of Counseling Psychology*, 49(1), 60-70.
- Manimala, M. J. (1999). *Entrepreneurial policies and strategies*. New Delhi: Sage.
- Manimala M. J. y Pearson, A. W. (1998). Entrepreneurial Motivation Revisited. En R. N. Kanungo (Ed.), *Entrepreneurship and Innovation* (págs. 139-155). New Delhi: Sage.
- Mannheim, B. (1975). A comparative study of Work Centrality, Job rewards and satisfaction. *Sociology of work and occupation*, 2, 79-102.
- Mannheim, B. y Dubin, R. (1996). Work role centrality of industrial workers as related to organizational conditions, task autonomy, managerial orientations and personal characteristics. *Journal of Occupational Behavior*, 7, 107-124.
- Manson, H. C. (1991). *Impact of International Outer Space Commerce on the Environment*, The. Tex. Int'l LJ, 26, 541.
- Manzano, G. & Ayala, J. C. (2007). ¿Puede la psicología positiva ayudar a comprender el comportamiento del emprendedor? *Conocimiento, innovación y emprendedores: camino al futuro*.
- Manzaneque, M., Banegas, R. & García, D. (2010). Diferentes procesos de fracaso empresarial. Un análisis dinámico a través de la aplicación de técnicas estadísticas clúster. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 19(3), 67-88.
- Manzano-García, G. & Ayala Calvo J, C. (2013). Psychometric properties of Connor-Davidson Resilience Scale in a Spanish sample of entrepreneurs. *Psicothema*, Vol. 25, 2, 245-251.
- March, I. & Yagüe, R. M. (1997). A recent exploratory insight on the profile of the innovative entrepreneur: conclusion from a cross-tabs analysis. *Entrepreneurship, Innovation and Change*, 6(2), 145-166.
- Marger, M. (2001). Social and human capital in immigrant adaptation: The case of Canadian business immigrants. *Journal of Socio-Economics*, 30, 169-170.
- Marina, J. A. (1993). *Teoría de la inteligencia creadora*, Barcelona, Anagrama, S.A., 1993
- Marinelli, F. (1998). Encouraging Visionary Board Leadership, Nonprofit World USA; Jul/Aug, 11.

- Mariotti, S. (2007). *Entrepreneurship: Starting and Operating a Small Business*. Upper Saddle River, NJ: Pearson/Prentice Hall.
- Mariotti, S. & Piscitello, L. (2001). Localized capabilities and the internationalisation of manufacturing activities by SMEs. *Entrepreneurship & Regional Development*, 13(1), 65-80.
- Markman, G. D., Balkin, D. B. & Baron, R. A. (2002). Inventors and new venture formation: The effects of general self-efficacy and regretful thinking. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 27, 149-165.
- Markman, G. D. & Baron, R. A. (2003). Person-entrepreneurship fit: why some people are more successful as entrepreneurs than others. *Human Resource Management Review*, 13, 281-301.
- Marlow, S. (2006). "A safety net or ties that bind? Women, welfare and self-employment". *International Journal of Sociology & Social Policy*, vol. 26, 9/10, 397-410.
- Marsh, B. (1992). Franchise Realities: Sandwich-Shop Chain Surges, But to run One Can take Heroic Effort. *Wall Street Journal*, September, 16, A1.
- Martín Cruz, N., Hernangómez Barahona, J., Rodríguez Escudero, A. I., & Saboia Leitao, F. (2010). La formación de los emprendedores y sus consecuencias sobre la innovación y el éxito empresarial. *Dirección y Organización*, (41), 86-95.
- Martínez, I., Marqués-Pinto, A., Salanova, M. & López da Silva, A. (2002). Burnout en estudiantes universitarios de España y Portugal. *Ansiedad y Estrés*, 8, 13-23.
- Martínez, J., Mira, I. & Gómez J. M. (2012). Influencias de las percepciones personales sobre la actividad emprendedora naciente. Una perspectiva de género a través de diferentes entornos económicos. *Economía industrial*, 383, 53-64.
- Martínez, J., Mira, I. & Gómez J. M. (2013). Influencia del ciclo económico sobre los determinantes de la actividad emprendedora naciente. Un análisis empírico del caso español. *Investigaciones regionales*, 26, 2013, 19-45
- Masifern, E. (1996). Requisitos para el emprendedor del siglo XXI. *Iniciativa Emprendedora*, 1, Nov-Dic., 26-34.
- Mateo, J. M., Solves, I. M. & Gras, J. M. G. (2012). Influencias de las percepciones personales sobre la actividad emprendedora naciente: una perspectiva de género a través de diferentes entornos económicos. *Economía industrial*, 383, 53-64.
- Matthews, C. H. & Moser, S. B. (1995). *The impact of family background and gender on interest in small firm ownership: A longitudinal study*. In Proceedings of the ICSB 40th World conference, Sydney (pp. 18-21).
- Matzek, A. E., Gudmunson, C. G. & Danes, S. M. (2010). Spousal capital as a resource for couples starting a business. *Family Relations*, 59, 58-71.
- Maurer, I., Bartsch, V. & Ebers, M. (2011): The Value of Intraorganizational Social Capital: How it Fosters Knowledge Transfer, Innovation Performance, y Growth. *Organization Studies*, 32, 157-185.
- Mayer, M. (2008). What motivates a serial entrepreneur to start new ventures: a multiple case study of serial entrepreneurs in Silicon valley. *Dissertation abstracts international section A: humanities and social sciences*, 69 (1-A), 285.
- McCarthy, B. (2003). Strategy is personality-driven, strategy is crisis-driven: insights from entrepreneurial firms. *Management Decision*, 41(4), 327-339.
- McClelland, D. C. (1961 [1968]). *La sociedad ambiciosa: factores psicológicos en el desarrollo económico*. Madrid: Guadarrama. Traducido de *The Achieving Society*. Princeton: Nostrand. revisar
- McClelland, D. C. (1961). *The achieving society*. Van Nostrand Reinold, Princeton (La sociedad ambiciosa. De Guadarrama, Madrid, 1968).
- McClelland, D. C. (1980). El motivo de realización puede desarrollarse, en Anzizu, J.M. (drtor.) *Motivación*. Biblioteca Harvard-Deusto, vol 2031. Eds. Deusto, Bilbao; pags 32-48.
- McClelland, D. C. (1985). *Human motivation*. Scott Foresman, Clenville.
- McClelland, D. C. (1987). Characteristics of successful entrepreneurs. *The Journal of Creative Behaviour*, 21(3). 219-233.
- McClelland, D. C. & Burham, D. H. (1976). Power is the great motivator. *Harvard Business Review*, March-April, 100-110.
- McCrae, R. R. (1982). Consensual validation of personality traits: evidence from self-reports and ratings. *Journal of Personality and Social Psychology*, 43(2), 293.
- McCrae, R. R., Costa, P. T. & Busch, C. M. (1986). Evaluating comprehensiveness in personality systems: The California Q-Set and the five-factor model. *Journal of Personality*, 54(2), 430-446.
- McCrae, R. R. & John, O. P. (1992). An introduction to the Five-Factor Model and its applications. *Journal of Personality*, 60, 175-216.
- McFarlin, D. B., Rice, R.W. (1992). The role of facet importance as a moderator in job satisfaction processes. *Journal of Organizational Behaviour*, 13. 41-54.

- McGinnis, M. & Verney, T. P. (1987). Innovation management and intrapreneurship. *San Advanced Management Journal*, summer, 19-23.
- McGowan, P. Redeker, C.L., Cooper, S.Y. & Greenan, K. (2012). Female entrepreneurship and the management of business and domestic roles: motivations, expectations and realities. *Entrepreneurship & Regional Development: An International Journal*, 24(1), 53-72.
- McGrath, R. G. (1999). Falling forward: Real options reasoning and entrepreneurial failure. *Academy of Management Review*, 24(1), 13-30. doi: Doi 10.2307/259034
- McGrath, R. K. & Macmillan, I. C. (1992). More like each other than anyone else? A cross-cultural study of entrepreneurial perceptions. *Journal of Venturing*, 7, 419-429.
- McGrath, R. K., Macmillan, I. C., Yang, E. A. & Tsai, W. (1992). Does culture endure, or is it malleable? Issues for entrepreneurial economic development. *Journal of Business Venturing*, 7, 441-458.
- Medina, U., Rodríguez, T. & Fuentes, E. (1996). Agencias de Desarrollo Local. El caso de canarias. *Revista de debate sobre Economía Pública, Social y Cooperativa*, 24, 42-61.
- Medrano, M. (2012). Juventud y emprendimiento. Una oportunidad en tiempos de crisis. *Revista de estudios de juventud* 99,15-127.
- Melián Navarro, A., Campos Climent, V. & Sanchis Palacio, J. R. (2011). Emprendimiento social y empresas de inserción en España. Aplicación del método delphi para la determinación del perfil del emprendedor y las empresas sociales creadas por emprendedores. *REVESCO*, 106, 151-172.
- Mellahi, K. & Wilkinson, A. (2004). Organizational failure: a critique of recent research and a proposed integrative framework. *International Journal of Management Reviews*, 5- 6(1), 21-41.
- Mercadé, A. (1998). *Mujer emprendedora*. Gestión.
- Mescon, T. S., Montanari, J. R. y Tinker, T. (1981). The personalities of independent and franchise entrepreneurs: an empirical analysis of concepts counterpoint. *Journal of Enterprise Management*, 3, 413-417.
- Messick, S. (1976). *Individuality in Learning*. London. Jossey-Bass.
- Miller, D. & Droge, C. (1986). Psychological and traditional determinants of structure. *Administrative Science Quarterly*, 31, 539-560.
- Miller, D. & Friesen, P. (1978). Archetypes of strategy formulation. *Management Science*, 24, 921-933.
- Miller, D. & Friesen, P. (1982). Innovation in conservative and entrepreneurial firms: Two models of strategic momentum. *Strategic Management Journal*, 3, 1-25.
- Miller, D. & Friesen, P. (1983). Strategy-making and environment: The third link. *Strategic Management Journal*, 4, 221-235.
- Miller, D., & Friesen, P. H. (1984). A longitudinal study of the corporate life cycle. *Management science*, 30(10), 1161-1183.
- Miller, D., Kets de Vries, M. F. R. & Toulouse, J. (1982). Top executive locus of control and its relationship to strategy-making, structure, and environment. *Academy of Management Journal*, 25, 237-53.
- Miller, D. & Toulouse, J. 1986. Chief executive personality and corporate strategy and structure in small firms. *Management Science*, 32, 1389-1409.
- 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. *Journal of Business Venturing*, 5, 221-234.
- Miner, J. B. (1993). *Role Motivation Theories*. Routledge (Chapman & Hall), New York.
- 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*. Disponible en: <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. *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. *Personal of Applied Psychology*, 74(4) Aug, 554-560.
- Miner, J. B., Bracker, J. S. & Smith, N. R. (1992). The role of the entrepreneurial task motivations in the growth of technologically innovative firms. *Personal of Applied Psychology*, vol. 74, 4, 554-560.
- Miner, J. B., & Raju, N. S. (2004). Risk propensity differences between managers and entrepreneurs and between low- and high-growth entrepreneurs: A reply in a more conservative vein. *Journal of Applied Psychology*, 89(1), 3-13.
- Miner, J. B., Smith, R. & Bracker, J. S. (1992). Defining the inventor-entrepreneur in the context of established typologies. *Journal of Business Venturing*, vol. 7, 103-113.

- Minniti, M. (2004). Entrepreneurial alertness and asymmetric information in a spin-glass model. *Journal of Business Venturing*, 19(5), 637-658.
- Minniti, M. (2005). Entrepreneurship and network externalities. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 57(1), 1-27.
- Minniti, M. (2009). Gender issues in entrepreneurship. Now Publishers Inc.
- Minniti, M., Arenius, P. & Langowitz, N. (2005). *Global Entrepreneurship Monitor. 2004 Report on Women and Entrepreneurship*. Center for Women's Leadership at Babson College.
- Minniti, M., Allen, I. E. & Langowitz, N. (2006). *Global Entrepreneurship Monitor. 2005 Report on Women and Entrepreneurship*. Center for Women's Leadership at Babson College.
- Minniti, M. & Bygrave, W. (1999). The microfoundations of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 23, 41-52.
- Minniti, M., & Bygrave, W. (2001). A dynamic model of entrepreneurial learning. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 25(3), 5-16.
- Minniti, M. & Nardone, (2006). Being in someone else's shoes: Gender and nascent entrepreneurship. *Small Business Economics*, vol. 28, 2-3, 223-239
- Minniti, M. & Nardone, C. (2007). Being in someone else's shoes: the role of gender in nascent entrepreneurship. *Small Business Economics*. vol. 28, 2/3, 223-238.
- Mischel, W. (1973). Toward a cognitive social learning reconceptualization of personality. *Psychological review*, 80(4), 252.
- Mitchell, R. K., Busenitz, L., Lant, T., McDougall, P. P., Morse, E. A. & Smith, J. B. (2002). Toward a theory of entrepreneurial cognition: Re-thinking the people side of entrepreneurship research. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 27(2), 93-104.
- Mitchell, R. K., Busenitz, L. W., Bird, B., Gaglio, C.M., McMullen, J. S., Morse, E. A. & Smith, J. B. (2007). The central question in enterpre-neurial cognition research 2007. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 31(1), 1-27
- Mischel, W., & Shoda, Y. (1998). *Reconciling processing dynamics and personality dispositions* (Vol. 49).
- Mitton, D. G. (1989). The compleat entrepreneur. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 13 (Spring), 9-19.
- Moisé, C. (2000). Trabajo, desempleo e impacto subjetivo. En I. Cortazzo y C. Moise (Comp). *Estado, salud y desocupación* (pp. 121-147). Buenos Aires, Argentina: Paidós.
- Molina, E., Barba-Sánchez, V. & Martínez, M. P. (2008). Relevancia e implicaciones del capital social en la creación de empresas. *Boletín Económico del ICE (Información Comercial Española)*, 2933, 31-43.
- Moliner, M. (2007). *Diccionario de uso del español*. Madrid: Gredos. Pág. 1135.
- Montagno, R. V., Kuratko, D. F. & Scarcella, J. H. (1986). Perception of entrepreneurial success characteristics. *American Journal of Small Business*, 10(3), 25-32.
- Montoya, G. A. G. (2013). *El comportamiento emprendedor de El Salvador: Contexto, características y factores de éxito del emprendedor salvadoreño*. Universidad Internacional de Andalucía.
- Moore D. P. & Buttner E. H. (1997). *Women Entrepreneurs*. Sage Publications.
- Morales, S. T. (2010). El emprendedor académico: su perfil y motivaciones para convertirse en empresario. *TEC empresarial*. 4 (2), 9-20.
- Moriano, J. A. (2005). *El perfil psicosocial del emprendedor*. Madrid, CES.
- Moriano, J. A. & Palací, F. J. (2005). Un estudio transcultural sobre las características psicológicas y sociales de los emprendedores en España, la República Checa y Bulgaria. *Revista de Psicología General y Aplicada*, 58 (4), 453-471.
- Moriano, J. A., Palací, D. F. J. & Morales, D. J. F. (2006a). El perfil psicosocial del emprendedor universitario. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*. 22(1), 75-99.
- Moriano, J. A., Palací, F. J. & Morales, J. F. (2006b). Adaptación y validación en España de la escala de Autoeficacia Emprendedora. *Revista de Psicología Social*, 21(1), 51-64.
- Moriano, J. A., Palací, F. J. & Trejo, E. (2001). El perfil psicosocial del emprendedor: un estudio desde la perspectiva de los valores. *Revista de Psicología Social*, 16 (2), 229-242.
- Morin, P. (1991). *La motivación: cómo mejorarla en la empresa*. Gestión 2000 (Barcelona).
- Morris, M. H. (1998). *Entrepreneurial intensity*. John Wiley & Sons, Ltd.
- Morris, M. H., Avila, R. A. & Allen, J. (1993). Individualism and the modern corporation: Implications for innovation and entrepreneurship. *Journal of Management*, 19, 595-612.
- MOW International Research Team. (1987). *The meaning of working*. Academic Press.
- Muir, E. J. (1999). *Women entrepreneurs in the EU: motivations and realisations for starting a business*. 44th ICSB World Conference Proceedings Innovation and Economic Development: the Role of Entrepreneurship and SMEs, Nápoles, 21-23 Junio.

- Müller, G. (1999). Persönlichkeit und selbständige Erwerbstätigkeit - Messung von Potenzialfaktoren und Analyse ihres Einflusses. *Wirtschaftspsychologie*, 6, 2-12.
- Mullins, J. W. & Forlani, D. (2005). Missing the Boat or Sinking the Boat: A Study of New Venture Decision Making. *Journal of Business Venturing*, vol. 20, 1, 47-69.
- 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.
- Murrell, A. & Zagenczyk, T. J. (2006). The gendered nature of role model status: an empirical study. *Career Development International*, vol. 11, 6, 560-578.
- Nafziger, D., Hornsby, J. S. & Kuratko, D. F. (1994). A proposed research model of entrepreneurial motivation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18 (3). 29-42.
- Nandy, A. (1978). Motives, modernity and entrepreneurial competence. *Journal of Social Psychology*, 9, 127-136.
- Narotzky, S. (2007). The project in the model. Reciprocity, Social Capital, and the Politics of Ethnographic Realism. *Current Anthropology*, 48(3), 403-424.
- Navarro, J. R., Ordaz, C. C. & Martínez, A. C. (2012). Mujer y desafío emprendedor en España: características y determinantes. *Economía industrial*, (383), 13-22.
- Necowitz, L. B. & Roznowski, M. (1994). Negative affectivity and job satisfaction. Cognitive processes underlying the relationship and effects on employee behaviors. *Journal of Vocational Behavior*, 45, 270-294.
- Negro, A., Fernández, J. C. y Tovar, F. J. (2015). La situación económica en Castilla y León. En Rueda, J. D. (ed.) *El Estado de Bienestar en Castilla y León*. (75-141) (No publicada) Universidad de Valladolid.
- Neider, L. (1987). A preliminary investigation of female entrepreneurs in Florida. *Journal of Small Business Management*, Vol. 25, 3, 22-9.
- Neira, I., Portela, M., Fernández, L. & Rodeiro, D. (2013). *Una actitud emprendedora: Un enfoque a través de los jóvenes y el género. Emprender una perspectiva de género* (pp. 69-84). Coord. López Díaz, A. J. Servicios de Publicaciones de la Universidad de A Coruña.
- Neira, I., Portela, M., Cancelo, M. & Calvo, N. (2013). Social and human capital as determining factors of entrepreneurship in the Spanish Regions. *Revista investigaciones Regionales*, 26, 115-139.
- Nelson, G. (1991). Locus de control for successful female small business proprietors. *The Mid-Atlantic Journal of Business*, 27, 213-224.
- Nelson, R. & Winter, S. (1982). *An evolutionary theory of economic theory and capabilities*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Newton, T. & Keenan, A. (1990). The moderating effect of Type A behavior pattern and locus of control upon the relationship between change in job demands and change in psychological strain. *Human Relations*, 43, 1229-55.
- Nieto, N. G. (2008). La función tutorial de la Universidad en el actual contexto de la Educación Superior. *Revista interuniversitaria de formación del profesorado*, (61), 21-48.
- Nicholson, P. (1997) *Poder, género y organizaciones*. Narcea: Madrid.
- Nicolaou, N., Shane, S., Cherkas, L., Hunkin, J. & Spector, T. D. (2008). Is the tendency to engage in entrepreneurship genetic? *Management Science*, 54, 167-179.
- Nova Forum & Sociedade Portuguesa de Inovação (2004). *The Global Entrepreneurship Monitor: 2004 Portugal Executive Report*. Lisboa: S.P.I.
- Noorderhaven, N. G., Wennekers, S., Hofstede, G., Thurik, A. R. & Wildeman, R. E. (1999). *Self-employment out of dissatisfaction: an international study* (No. 99-089/3). Tinbergen Institute Discussion Paper.
- North, D. C. (1990). *Institutions, institutional change and economic performance*. Cambridge: Cambridge University Press.
- North, D.C. (2005). *Understanding the process of economic change*. Princeton: Princeton University Press.
- 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. *Iniciativa Emprendedora*, 2, (Enero-Febrero), 21-24.
- Nuez, A. & Galve, G. C. (2008). El emprendedor y la empresa: una revisión teórica de los determinantes a su constitución. *Acciones e Investigaciones Sociales*, 26, 5-44.
- Obschonka, M., Silbereisen, R. K. & Schmitt-Rodermund, E. (2011). Successful entrepreneurship as developmental outcome: A path model from a life span perspective of human development. *European*

- Psychologist*. Disponible en: <http://www.pathwaystoadulthood.org/docs/Obschonka2011cSuccessfulEntrepreneurship.pdf>
- O'Connor, G. C. & Ayers, A. D. (2005). Building a radical innovation competency. *Research-Technology Management*, 48(1), 23-31.
- Oliveira, M. D. F. S., Martín, E. G. & Sánchez, J. C. (2005). *El impacto del ambiente social en la mentalidad de auto-eficacia del emprendedor: Un estudio pragmático*. Disponible en: e.xunta.es/sites/default/files/files/documentos/ES_%20Impacto.pdf
- Oliveira, M. D. F. S., García, J. C. S. & Martín, E. G. (2005). El impacto del entorno social en las ciencias de auto-eficacia de los emprendedores: Un estudio pragmático. En *Psicología social y problemas sociales* (pp. 407-418). Biblioteca Nueva.
- Olmos, C. & Arjona, G. A. (2005). Emprendedores étnicos en Almería, ¿una alternativa laboral a la segmentación del mercado de trabajo? *Sociología del Trabajo*, 54, 101-125.
- Olofsson, C., Petersson, G. & Wahlbin, C. (1986). Opportunities and obstacles: A study of start-ups and their development. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 482-501.
- Olson, P. H. D. (1987). Entrepreneurship and management. *Journal of Small Business Managemt.* 7-13.
- Organización Para la Cooperación Y el Desarrollo (1994). Estudio de la OCDE sobre el empleo: hechos, análisis y estrategias. Colección de estudios e informes. Número 1. Barcelona: La Caixa.
- Organización Para la Cooperación Y el Desarrollo (1998). *Fostering entrepreneurship*, the OCDE Jobs strategy. Paris
- Ornstein, R.E. (1977). *The psychology of consciousness*. New York: Harcourt Brace.
- Ortega, R. (2004). Evaluando la actividad emprendedora a través de una nueva propuesta metodológica: los algoritmos genéticos. *Revista de gestión pública y privada*, 9, 195-209.
- Ortiz, C., Duque, Y. & Camargo, D. (2008). Una revisión a la investigación en emprendimiento femenino. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*. Vol. 1. 16(1), 85-104. Bogotá. Colombia.
- Ortiz García, P. & Millán Jiménez, A. (2010). El perfil social del emprendedor. En Aragón, A. & Samuel B. (eds.): *El reto de emprender: factores clave*, Navarra, Thomson Reuters.
- Orrego Correa, C. I. (2010). La dimensión humana del emprendimiento. *Revista Ciencias Estratégicas*, 16(20), 225-235.
- Ostendorf, F. (1990). Comparing exploratory and confirmatory factor analysis: A study on the 5-factor model of personality. *Personality and Individual differences*, 11(5), 515-524.
- Ottesen, G. G. & Gronhaug, K. (2005). Positive illusions and new venture creation: Conceptual issues and an empirical illustration. *Creativity and Innovation Management*, 14(4), 405-412.
- Oughton, E. & Wheelock, J. (2003). A capabilities approach to sustainable household livelihoods. *Review of Social Economy*, 61(1), 1-22.
- Palenzuela, D. L. (1984). Critical evaluation of locus of control: toward a reconceptualizations of the construct and its measurement. *Psychological Reports*, 54, 683-709.
- Palmer, M. (1971). The application of psychological testing to entrepreneurial potential. *California Management Review*, XIII (3), 8-38.
- Pandey, V. (2011). An Analytical Study of Entrepreneurial Success Factors in Uttar Pradesh. *Asian Journal of Technology & Management Research*. Vol. 01 – Issue: 01 (Jan - Jun 2011)
- Pandey, J. & Tewary, N. B. (1979). Locus of control and achievement values of entrepreneurs. *Journal of Occupational Psychology*, Vol. 52, 2, 107-111.
- Parasuraman, S., Purohit, Y. S. & Godshalk, V. M. (1996). “Work and Family Variables, Entrepreneurial Career Success, and Psychological Well-Being”. In *Journal of Vocational Behavior*, 48, 275-300.
- Parker, S. C. (2008). The economics of formal business networks. *Journal of Business Venturing*, 23(6), 627-640.
- Peiró, J. M. (1990). *Organizaciones: nuevas perspectivas psicossociológicas*. Promociones y Publicaciones Universitarias.
- Peiró, J. M. & Salvador, A. (1993). *Desencadenantes del estrés laboral* (Vol. 2). Madrid: Eudema.
- Pérez Rubio, J. A. (1997). Motivación y satisfacción laboral: retrospectiva sobre sus formas de análisis. *Reis*, 80, 133-167.
- Pérez, O. U., & Sánchez, A. M. (1998). Emprendedores y empresas de alta tecnología: el caso de Aragón. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, vol. 7, (3), 135-146.
- Perry, S. C. (1998). *An Exploratory Study of U.S. Small Business Failures and the Influence of Relevant Experience and Planning*. Ann Arbor, MI: UMI Dissertation Services.
- Perry, S. C., Macarthur, R., Meredith, G. & Cunnington, B. (1986). Need for achievement and locus of control of Australian small business owner-managers and super entrepreneurs. *International Small Business Journal*, 4(4), 55-64.

- Pfeilstetter, R. (2011). El emprendedor. Una reflexión crítica sobre usos y significados actuales de un concepto. *Gazeta Antropología*, 27/1, Artículo 16.
- Pillis, E. (1998). *What's achievement got to go with it? The role of national culture in the relationship between entrepreneurship and achievement motivation*. Trabajo presentado al Frontiers of Entrepreneurship Research, Babson College, Wellesley.
- Pinchot III, G. (1985). *Intrapreneuring: Why you don't to leave the corporation to become an entrepreneur*. New York. Harper & Row.
- Pinho, J. C (2013) Entrepreneurial performance stakeholders' relationships: a social network analysis perspective. *International journal of Entrepreneurship*, Volume 17, 1-19.
- Pinillos, C. (2001). *Factores coadyuvantes de la creación de empresas en la Comunidad de Madrid*. Papeles de Economía.
- Planellas, M. (1996). Evolución de la investigación sobre la creación de empresas y estado actual del debate sobre los resultados de las nuevas empresas. *Papers ESADE*, 151, Noviembre.
- Planellas, M. (2003). Factores de éxito en la creación de empresas: el empresario, el sector y la estrategia. *Iniciativa Emprendedora y Empresa Familiar*, nº 40, 8-19.
- Plomin, R., DeFries, J. C. & McClearn, G. E. (1990). *Behavioral Genetics: A Primer*, 2nd ed. Freeman, New York.
- Porter, M. (1981). The contributions of industrial organization to strategic management. *Academy of Management Review*, 6(4), 609-420.
- Porter, M. (1985). *Competitive Advantage*. The Free Press, New York.
- Portes, A.. 1998. Social capital. *Annual Review of Sociology* 23:1-24.
- Poza, E. J. & Messer, T. (2001). Spousal leadership and continuity in the family firm. *Family Business Review*, 14, 25-35.
- Premaratne, S. P. (2001). Networks, resources, and small business growth: The experience in Sri Lanka. *Journal of Small Business Management*, 39(4), 363.
- Quevedo, L. M., Izar, J. M. & Romo, L. (2010). Factores endógenos y exógenos de mujeres y hombres emprendedores de España, Estados Unidos y México. *Investigación y Ciencia*. 46, (57-63).
- Quintanilla, S. A. R. & Wilpert, B. (1991). Are work meanings changing? *The European Work and Organizational Psychologist*, 1(2-3), 91-109.
- Rachida Justo, C. D. (2012). Incidencia de los modelos de referencia en la creación de empresas: efectos mediadores y de género, *Economía industrial*, Nº 383, (Ejemplar dedicado a: Mujer y desafío emprendedor en España), págs. 111-124
- Rae, D. & Carswell, M. (2001). Towards a conceptual understanding of entrepreneurial learning. *Journal of small business and enterprise development*, 8(2), 150-158.
- Rahim, A. (1996). Stress, Strain, and their Moderators: An Empirical Comparison of Entrepreneurs and Managers," *Journal of Small Business Management*, 34, 46-58.
- Raijman, R. & Tienda, M. (2000). Immigrants' pathways to business ownership: A comparative ethnic perspective. *International migration review*, 682-706.
- Ram, M. & Jones, T. (2001). Making the link: Households and small business activity in a multi-ethnic context. *Community, Work and Family*, 4(3), 327-348.
- Ramachandran, K. & Ramnarayan, S. (1993). Entrepreneurial orientation and networking: Some Indian evidence. *Journal of Business Venturing*, 8(6), 513-524.
- Rauch, A. & Frese, M. (1998). *Erfolgreiche Unternehmensgründer*. Göttingen: Hubert & Co.
- Rauch, A. & Frese, M. (2000). Psychological approaches to entrepreneurial success: A general model and an overview of findings. En Cooper, C.L., & Robertson, I.T. (eds), *International Review of Industrial and Organizational Psychology*, (pp. 101-141). Wiley, Chister, UK.
- Rauch, A. & Frese, M. (2007). Let's put the person back into entrepreneurship research: A meta-analysis on the relationship between business owners' personality traits, business creation, and success. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 16(4), 353-385.
- Ray, J. J. (1979). A quick measure of achievement motivation—validated in Australia and reliable in Britain and South Africa. *Australian Psychologist*, 14(3), 337-344.
- Real Academia Española de la Lengua. (2014). *Diccionario de la lengua española*. Madrid. Disponible en: <http://lema.rae.es/drae/?val=emprendedor>
- Rebali, F. (2006) Programas de desvinculación asistida por la empresa. *INVENIO* 9(17) 119-132.
- Rebollo, M. A., González-Hernández, E. M. & García-Pérez, R. (2001). Identidades profesionales en educación desde una perspectiva de género. *Revista Fuentes*, 3, 117-137.
- Reinhardt, L. & Wahba, M. A (1975). Expectancy theory as a predictor of work motivation effort expenditure, and job performance. *Academy of Management Journal*, 18, 520-537.
- Renzulli, L.A., Aldrich, H. & Moody, J. (2000). Family matters: Gender, networks and entrepreneurial outcomes. *Social Forces*, vol. 79, 2, 523-546.

- Reynolds, P., Storey, D. & Westhead, P. (1994). Cross-national comparison of the variation in new firm formation rates. *Regional Studies*, 28(4), 443-456.
- Reynolds, P. D., Miller, B. & Maki, W. (1995). Explaining regional variations in business births and deaths: U.S. 1976-88. *Small Business Economics*, 7, 389-407.
- Reynolds, P., Bosma, N., Autio, E., Hunt, S., de Bono, N., Servais, I., Lopez-Garcia, P. & Chin, N. (2005). Global Entrepreneurship Monitor: Data collection design and implementation 1998-2003. *Small Business Economics*, 24, 205-231.
- Richer, S. F., Blanchard, C. & Vallerand, R. J. (2002). A motivational model of work turnover. *Journal of Applied Social Psychology*, 32, 2089- 2113.
- Río, C. J., Alonso, M. Á. V. & Escribano, C. C. (1999). Desarrollo y validación del cuestionario de evaluación del potencial de autoempleo para personas con discapacidad. En *Hacia una nueva concepción de la discapacidad: Actas de las III Jornadas Científicas de Investigación sobre personas con discapacidad* (pp. 311-314). Amarú.
- Rioja, C. L. & Sampederro, G. R. (2007). Mujeres empresarias en la España rural. El sujeto pendiente del desarrollo. *Revista Internacional de Sociología*, 48, 121-146.
- Ripollés, M. (1995). *Pymes, entrepreneur y Direccion Estratégica: un estudio de la importancia de la Direccion Estrategica para el crecimiento empresarial*. Tesis doctoral, Universitat Jaume I.
- Ripollés, M., Menguzzato, M & Iborra, M. (1998). *Empresas internacionales de reciente creación y entrepreneurship*. VIII Congreso Nacional de ACEDE, Las Palmas de Gran Canaria, septiembre.
- Ripollés, M., Menguzzato, M. & Iborra, M. (1999). Empresas internacionales de reciente creación e intensidad empresarial. *Revista Europea de Direccion y Economía de la Empresa*, 8 (3). 127-138.
- Ripsas, S. (1998). Towards an Interdisciplinary Theory of Entrepreneurship. *Small Business Economics*, 10, 103-115.
- Roberts, E. B. (1972) Influences upon performance of new technical enterprise; en Cooper, A.C. & Komives, J. (ed.). *Technical Entrepreneurship: a symposium*. (pp. 126-149). Center for Venture Management (Milwaukee).
- Roberts, N. (2006). Public entrepreneurship as social creativity. *World futures*, 62 (8), 595-609.
- Robinson, P. B., Stimpson, D. V., Huefner, J. C. & Hunt, H. K. (1991). An attitude approach to the prediction of entrepreneurship. *Entrepreneurship theory and practice*, 15(4), 13-31.
- Robbie, K. & Wright, M. (1996). *Management Buy- Ins: Entrepreneurship, Active Investors and Corporate Restructuring*. Manchester: Manchester University Press.
- Robbins S. (1999). *Comportamiento Organizacional*. 8ª Edición. México: Prentice Hall.
- Rodríguez, S. N., Hildreth, G. J. & Mancuso, J. (1999). The dynamics of families in business: How therapists can help in ways consultants don't. *Contemporary Family Therapy*, 21(4), 453-468.
- Rodríguez Hernández, N. (2014). La influencia de la personalidad del empresario sobre el emprendimiento estratégico de la PYME: un análisis multinivel. Memoria para obtener el título de Doctor, estudios Económicos, Universidad Miguel Hernandez de Elche, Elche España.
- Rogoff, E. G. & Heck, R. K. Z. (2003). Evolving research in entrepreneurship and family business: Recognizing family as the oxygen that feeds the fire of entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 18, 559-566.
- Rokeach, M. (1973). *The nature of human values*. Nueva York: Free Press.
- Romano, C. (1994). It looks like men are from Mars, women are from Venus. *Management Review*, 83(10), 7.
- Rosa, P. & Hamilton, D. (1994). Gender and ownership in UK small firms. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, vol. 18, 3, 11-28.
- Rosenblatt, P., de Mik, L., Anderson, R. & Johnson, P. (1985). *The family in business*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Rotefoss, B. & Kolvereid, L. (2005). Aspiring, nascent and fledgling entrepreneurs: an investigation of the business start-up process. *Entrepreneurship & Regional Development*, 17 (2), 109-127.
- Rotter, J. B. (1966). Generalized Expectancies of Internal versus External Control of Reinforcement. *Psychological Monographs, Whole*. 609(80), 1.
- Roure, J. B. (1992). Critique of "The entrepreneurs" reason leading to star-up as determinants of survival and failure among Norwegian new ventures. En Birley, S. & McMillan, I.C. *International perspectives on entrepreneurship research* (pp. 116-119). Elsevier Science Publishers B.V., Amsterdam.
- Roure, J. B. & Keeley, R. H. (1990). Predictors of success in new technology based ventures. *Journal of Business Venturing*, 5, 201-220
- Roure, J. B. & Maidique, M. A (1990). La relación entre el éxito de las nuevas empresas de alta tecnología y los factores previos a su creación; en Escorsa, P. (drtor.) *La gestión de la empresa de alta tecnología* (pp. 17-46). Ariel.

- Rowley, T., Behrens, D. & Krackhardt, D. (2000). Redundant governance structures: An analysis of structural and relational embeddedness in the steel and semiconductor industries. *Strategic Management Journal*, 21
- Rubio, E., Cordon, E. P. & Agote, A. (1999). Actitudes hacia la creación de empresas: un modelo explicativo. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, vol. 8, nº 3, 37-52.
- Rusque, A. M. (2002). *De la capacidad emprendedora basada en rasgos individuales a la capacidad emprendedora como responsabilidad social*. V Encuentro de Red Motiva para la Formación de Formadores en Creación de Empresas. San José (Costa Rica), 21-22 de Noviembre.
- Ruiz-Quintanilla, S. A. & Claes, R. (2000). MOW Research Programs. En J. A. Katz (Ed.), *Databases for the study of entrepreneurship* (pp. 335-391). New York: JAI/Elsevier Science Inc.
- Rueda, J. D. (ed.) (2015). *El Estado de Bienestar en Castilla y León*. Universidad de Valladolid.
- Ruiz, J., Camelo, C., De La Vega, I., Coduras, A. & Justo, R. (2010). Mujer y Desafío Emprendedor en España. Disponible en: http://paralaigualdadenelemplo.mspsi.gob.es/repository/documents/Mujer_Desaf_Empren.pdf
- Ruiz, J., Camelo, C. & Coduras, A. (2012). Mujer y Desafío Emprendedor en España. Características y Determinantes. *Revista de Economía Industrial*, 383, 13-22.
- Ruiz Navarro, J. & García Montesinos, C. (2013). El Fenómeno Emprendedor y La Convergencia Norte-Sur en Europa: evidencias del Observatorio GEM. *Revista de Economía Mundial*, 35, 21-45.
- Rutherford M., Buller P. & McMullen, P. (2003). Human resource management problems over the life cycle of small to medium sized firms. *Human Resource Management*, winter 42 (4), 321-335.
- Sagie, A., Elizur, D. & Yamauchi, H. (1996). The structure and strength of achievement motivation: a cross-cultural comparison. *Journal of Organizational Behaviour*, 17. 431-444.
- Salancik, G. & Pfeffer, J. (1977). An examination of need-satisfaction models of job attitudes. *Administrative Science Quarterly*, 22. 427-756.
- Salancik, G. & Pfeffer, J. (1978). A social information processing approach to job attitudes and task design. *Administrative Science Quarterly*, 23. 224-253.
- Salanova, M. (1992). *Un estudio del significado del trabajo en jóvenes de primer empleo* (Doctoral dissertation, Tesis Doctoral. Director: Dr. D. María Peiró Silla. Valencia).
- Salanova, M., Peiro, J. M. & Hontangas, P. M. (1990). Motivación de la conducta laboral; en Mayor, L. & Tortosa, F. (eds.) *Ámbitos de aplicación de la psicología motivacional* (pp. 453-503). Desclée de Brouwer, Bilbao.
- Salanova, M., Grau, R. M., Cifre, E. & Llorens, S. (2000). Computer training, frequency of usage and burnout: the moderating role of computer self-efficacy. *Computers in Human Behavior*, 16(6), 575-590.
- Salanova, M., Grau, R., Llorens, S. & Schaufeli, W. B. (2001). Exposición a las tecnologías de la información, burnout y engagement: el rol modulador de la autoeficacia relacionada con la tecnología. *Revista de Psicología Social Aplicada*, 11, 69-90.
- Salazar Carvajal, P. F., Herrera Sánchez, I. M., Rueda Méndez, S. & León Rubio, J. M. (2014). El efecto de la conservación de recursos sobre la intención emprendedora en el contexto de crisis económica: el rol moderador de la autoeficacia y la creatividad. *Anales de psicología*, Vol. 30, 2, 549-559.
- Salvador, C. M. (2008). Impacto de la inteligencia emocional percibida en la autoeficacia emprendedora. *Boletín de psicología*, 92, 65-80.
- Salvador, C. M. (2009). Ecuaciones estructurales como modelos predictivos de la autoeficacia emprendedora en una muestra de jóvenes mexicanos y españoles. *Apuntes de psicología*, 27, 65-78.
- Salvador, C. & Morales, J. M. (2009). Satisfacción vital e inteligencia emocional como variables moduladoras de la autoeficacia emprendedora de los jóvenes mexicanos. *Revista Interamericana de Psicología*, 43 (2) 267-277.
- Sánchez, J. C. (2005). *El Cuestionario de Orientación Emprendedora. C.O.E.*. Documento de trabajo. Universidad de Salamanca.
- Sánchez, J. C. (2006). Efectos de la presentación del mensaje para realizar conductas saludables; el papel de la autoeficacia y de la motivación cognitiva. *International Journal of Clinical and Health Psychology*, 6(3), 613-630.
- Sánchez, J. C. (2009). Aprendizaje social e intenciones emprendedoras: un estudio comparativo entre México, España y Portugal. *Revista Latinoamericana de Psicología*, Vol. 41(1), 109-119.
- Sánchez, J. C., Lanero, A. & Yurrebaso, A. (2005). Variables determinantes de la intención emprendedora en el contexto universitario. *Revista de Psicología Social Aplicada*, 15, 37-60.
- Sánchez, J. C. & Yurrebaso, A. (2006). Tendencias de empleo en los universitarios hispano-portugueses. *Revista de Psicología Social Aplicada*, 16, (1-2), 45-66.
- Sánchez, M. L. (2002). *El perfil psicológico del auto empleado*. Documento inédito. Dpto. de Psicología del Trabajo y las Organizaciones. U.C.M. Madrid.

- Sánchez Almagro, M. L. (2003). *Perfil psicológico del autoempleado*. Tesis Doctoral, Universidad Complutense de Madrid, Madrid, España.
- Sánchez-Apellániz, M. (1999) Tendencias de las mujeres en el desarrollo profesional. *Reis*, 85, 67-83.
- Sanghera, B. (2002). Microbusiness, household and class dynamics: The embedding of minority ethnic petit commerce. *The Sociological Review*, 241-257.
- Saporosi, G. (1991). *Pasion entrepreneur*. (coeditado). Barcelona. Planeta. Buenos Aires: Ediciones Macchi.
- Saporta, B. (1995). Actualités de la création d'entreprises: le point sur les statistiques recentes et proposition de quelques éléments d'interprétation. *Les Petites Affiches*, 144, 16-20.
- Sarasvathy, S. D (2000). Seminar on research perspectives in entrepreneurship (1997). *Journal of Business Venturing*, 15 (1). 1-57.
- Sarriera C., Sá, S. & Teixeira, G. (1997). Valores, atribuciones e estratégias de procura de emprego: un estado transcultural. *Revista Psico*, 28 (1), 123 – 148.
- Saxenian, A. (2002). *Local and Global Networks of Immigrants in Silicon Valley*. San Francisco: Public Policy Institute of California.
- Say, J. (1803). *Traité de Economie Politique* (Edición de 1972). Calmann-Lévy Éditeur. París.
- Schade, C. & Koellinger, P. (2007). Heuristics, biases, and the behavior of entrepreneurs. *Entrepreneurship: The Engin of Growth*. Westport, Connecticut, London, USA: Praeger, 1, 41-63.
- Scheinberg, S. & McMillan, I. C. (1988). An 11 country study of motivations to start a business. *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Wellesley (Mass.): Babson College, 669-687.
- Scherer, R. F., Adams, J. S., Carley, S. S. & Wiebe, F. A. (1989). Role models performance effects on the development of entrepreneurial careers preferences. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 13, 53-71.
- Scherer, R., Brodzinski, J. & Wiebe, F. (1990). Entrepreneurial career selection and gender: A socialization approach. *Journal of Small Business Management*, 28(2), 37.
- Scherer, R., Brodzinski J. & Wieben, F. (1991). Examining the relationship between personality and entrepreneurial career preference. *Entrepreneurship and Regional Development*, 3 (2), 196.
- Schindehutte, M., Morris, M. & Brennan, C. (2003). Entrepreneurs and motherhood: Impacts on their children in South Africa and the United States. *Journal of Small Business Management*, 41(1), 94-107.
- Schneider, B. (1987). The people make the place. *Personnel Psychology*, 40, 437-453.
- Schollhammer, H. (1982). Internal corporate entrepreneurship. *Encyclopedia of entrepreneurship*, 209, 223.
- Schoon, I., & Duckworth, K. (2012). Who becomes an entrepreneur? Early life experiences as predictors of entrepreneurship. *Developmental Psychology*, 48(6), 1719-1726.
- Schoonhoven, C. B. (1981). Problems with contingency theory: Testing assumptions hidden within the language of contingency "theory." *Administrative Science Quarterly*, 26, 349- 377.
- Schumpeter, J. A. (1912). *Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung*. Berlin: Duncker & Humblot.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development*. Cambridge: Harvard University Press.
- Schumpeter, J.A. (1950). *Capitalism, Socialism and democracy*. New York: Harper y Brothers.
- Schumpeter, J. A. (1997). *Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung*. Berlin: Duncker & Humblot.
- Schumpeter, J. A. (1984). *Capitalismo, socialismo y democracia*, Barcelona, Folio.
- Schwartz, S. H. (1990). Individualism-Collectivism. Critique and proposed refinements. *Journal of cross-cultural psychology*, 21(2), 139-157.
- Schwartz, S. H. (1992). Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries. En Zanna, M. (Ed.). *Advances in experimental social psychology* (pp. 1-65). New York, Academic Press.
- Schwartz, S. H. (1994). Are there universal aspects in the structure and contents of human values? *Journal of Social Issues*, 50, 19-45.
- Schwartz, S. H. (1999). A Theory of Cultural Values and Some Implications for Work. *Applied Psychology: an International Review*, 48(1), 23- 47.
- Schwarzer, R. & Baessler, J. (1996). Evaluación de la autoeficacia: adaptación española de la Escala de Autoeficacia General. *Ansiedad y estrés*, 2(1), 1-8.
- Scott, M. & Twomey, D. (1988). Long-term supply of entrepreneurs: Students. career aspirations to entrepreneurship. *Journal of Small Business Management*, 26, 5-13.
- Scott, B. R. (1973). The industrial state: old myths and new realities. *Harvard Business Review*, 51(2), 133-148.
- Scott, A. J. (1996). Regional motors of the global economy. *Futures*, vol. 28, 391-411.
- Scott, S. & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.
- Seeman, M. (1982). On the personal consequences of alienation in work. *American Sociological Review*, 32, 273-85.

- Segal, G., Borgioia, D. & Schoenfeld, J. (2005). The motivation to become entrepreneur. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 11(1), 42-57.
- Segarra, A. (2002). *Creación y supervivencia de empresas*. XVII Jornadas de Alicante sobre Economía Española, 24-26 de Octubre, Alicante.
- Sennett, R. (2000). *La corrosión del carácter. Las consecuencias personales del trabajo en el nuevo capitalismo*. Barcelona: Anagrama.
- 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. *Frontiers of Entrepreneurship Research*. 213-232.
- Sexton, D. L., & Bowman, N. (1986). Validation of a personality index: comparative entrepreneurial analysis of female entrepreneurs, managers, entrepreneurship students and business students. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA: Babson College, 40-51.
- Sexton, D. L. & Bowman, N. (1990). Female and male entrepreneurs: psychological characteristics and their role in gender-related discrimination. *Journal of Business Venturing*, 5, 29-36.
- Shane, S. (2003). *A general theory of entrepreneurship. The individual-opportunity nexus*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Shane, S., Kolvareid, L. & Westhead, P. (1991). An Exploratory Examination of the Reasons Leading to New Firm Formation Across Country and Gender. *Journal of Business Venturing*, vol. 6, 6, 431-446.
- Shane, S. & Venkataraman, S. (2000). The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. *The Academy of Management Review*, 25, 217-226.
- Shane, S., Locke, E.A. & Collins, C.J. (2003). Entrepreneurial Motivation. *Human Resource Management Review*, vol. 13, 2, 257-279.
- Shapiro, A. (1975). The displaced, uncomfortable entrepreneur. *Psychology Today*, 9, 83-88.
- Shapiro, A. (1978). Entrepreneurship and economic development. En Naumes (Ed.). *The Entrepreneurial manager in the small business* (pp.183-202). Addison-Wesley, Reading Mass.
- Shapiro, A. (1982). Social dimensions of entrepreneurship. En Kent, C. et al. (Eds.). *The encyclopedia of entrepreneurship* (pp. 72-90). Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- Shapiro, A. (1984). The Entrepreneurial Event. En Kent CA. (Ed.). *The environment for the entrepreneurship* (pp.21-40). Lexington: Lexington. Books.
- Shapiro, A. (1987). *Los profesionales creativos en la empresa: cómo elegirlos, valorarlos y motivarlos*. Barcelona, Planeta.
- Shapiro, A. & Sokol, L. (1982). The Social Dimensions of Entrepreneurship. En Kent, C. A., Sexton, D. L & Vesper, K. L. (eds). En *Enciclopedia of Entrepreneurship* (72-90). Englewood Cliffs, N.J: Prentice Hall.
- Sharma, P. & Chrisman, J. J. (1999). Toward a Reconciliation of the Definitional Issues in the Field of Corporate Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 23(3), 11-28.
- Shaver, K. G. & Scott, L. R. (1991). Person, process, choice: the psychology of new creation. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, vol. 16, 2, 23-45.
- Shaver, K. G., Gatewood, E. J. & Gartner, W. B. (1992). Attributions for new venture creation: an experimental comparison. *Frontiers of Entrepreneurship Research* (32-48). Wellesley Mass.: Babson College.
- Shaver, K. G., Gartner, W. B. & Gatewood, E. J. (1996). *Psychological factors in success at getting into business*. Trabajo presentado al Frontiers of Entrepreneurship Research, Babson College, Wellesley.
- Shaw, E. (2006). Small firm networking. *International Small Business Journal*, vol. 24, 1, 5-29.
- Shaw, M. E. & Constanzo, P. R. (1982). *Theories of Social Psychology*. New York: McGraw-Hill.
- Shaw, G. & Williams, A. M. (1998). Entrepreneurship, small business culture and tourism development. En Ioannides, D. & Debbage, K. G. (Eds.). *The Economic Geography of the Tourist Industry*, 235-255. London: Routledge.
- Shaw, G. & Williams, A. M. (2003). Entrepreneurial cultures and small business enterprises in tourism. En Hall, M., Lew, A. & Williams, A. (Eds.), *Blackwells companion to tourism geography*. Oxford: Blackwell. 235-255
- Sheeran, P. (2002). Intention-behaviour relations: A conceptual and empirical review. En Stroebe, W. & Hewstone, M. (Eds.), *European review of social psychology*, 12, 1-36. Chichester: Wiley
- Shepherd, D. A., Douglas, E. J. & Shanley, M. (2000). New venture survival: ignorance, external shocks, and risk reduction strategies. *Journal of Business Venturing*, vol.15, 5-6, 393-410.
- Shimazu, A., Demerouti, E., Bakker, A. B., Shimada, K. & Kawakami, N. (2011). Workaholism and well-being among Japanese dual-earner couples: A spillover-crossover perspective. *Social Science & Medicine*, 73(3), 399-409.

- Shipley Jr, T. E., & Veroff, J. (1952). A projective measure of need for affiliation. *Journal of experimental psychology*, 43(5), 349.
- Shutt, J. & Whittington, R. C. (1987). Fragmentation strategies and the rise of small units: cases from the north-west. *Regional Studies*, vol. 21, 1-30.
- Silva, J. E. (1991). *El impacto de la educacion y el medio familiar en el desarrollo de la capacidad empresarial*. Trabajo presentado al V Congreso Latinoamericano sobre espíritu emprendedor, Santiago de Chile.
- Silva Duarte, J. E. (2009). *Emprendedor. Crear su propia empresa*. México, Ed. Alfaomega.
- Simon, M., Houghton, S. M. & Aquino, K. (2000). Cognitive biases, risk perception, and venture formation: how individuals decide to start companies. *Journal of Business Venturing*, 15(2), 113-134.
- Singer, J. S. (1990). *Differentiating the Entrepreneur: a Functional Personality Trait*. En Proceeding of the 1990 Small Business Institute Director's Association National Conference. Houston, Texas (February).
- Singh, S. (1970). N/ach among agricultural and business entrepreneurs of Delhi. *Journal of Social Psychology*, 81(2), 145-149.
- Singh, S., Corner, P. & Pavlovich, K. (2007). Coping with entrepreneurial failure. *Journal of Management & Organization*, 13(4), 331-344. doi: DOI 10.5172/jmo.2007.13.4.331
- Sitkin, S. B. & Pablo, A. L. (1992). Reconceptualizing the determinants of risk behavior. *Academy of Management Review*, 17(1): 9-38.
- Slovic, P., Fischhoff, B. & Lichtenstein, S. (1980). Facts versus fears: Understanding perceived risk. En D. Kahneman, P. Slovic, & A. Tversky (Eds.), *Judgment under uncertainty: Heuristics and biases* (pp. 463-489). Cambridge, England: Cambridge University Press.
- Smith, N. R. (1967). *The entrepreneur and his firm: the relationship between type of man and type of company*. East Lansing, Michigan State University.
- Smith, K. G., Mitchell T. & Summer, C. (1985). Top level management priorities in different stages of the organizational life cycle. *Academy of Management Journal*, 28(4), 799-820.
- Smith, N. R. & Miner, J. B. (1983). Type of entrepreneur, type of firm and managerial motivation: implications for organizational life cycle theory. *Strategic Management Journal*, 4, 325-340.
- Smith, N. R. & Miner, J. B. (1984). *Motivational Considerations in the Success of Technologically Innovative Entrepreneurs*. *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 finding. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley Mass.: Babson College, 482-488.
- Smith, N. R., Bracker, J. S. & Miner, J. B. (1987). Correlates of firm and entrepreneurs success in technologically innovative companies. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley Mass.: Babson College, 337-356.
- Smith, P. B. & Bond, M. H. (1993). *Social psychology across cultures: Analysis and perspectives*. New York: Harvester.
- Smith, L., Glasson, J. & Chadwick, A. (2005). The geography of talent: entrepreneurship and local economic development in Oxfordshire. *Entrepreneurship and Regional Development*, 17, 449-478.
- Smith, A. Kapp, J. Yonkers, V. (2003). A psychological model of entrepreneurial behavior. *Journal of the Academy of Business and Economics*, 2, 180-192.
- Solymosy, E. (1996). Motivation and success: an empirical study of the push/pull paradigm. *Journal of Business Venturing*, 11, 93-107.
- Solymosy, E. (1997). Push/pull motivation: does it matter in venture performance? *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Wellesley Mass.: Babson College, 204-217.
- Sonfield, M., Lussier, R., Corman, J. & McKinney, M. (2001). Gender comparisons in strategic decision-making: An empirical analysis of the entrepreneurial strategy matrix. *Journal of Small Business Management*, 39(2), 165.
- Sorenson, O. (2007). Entrepreneurship, Geography, and American Economic Growth. Zoltan J. Acs and Catherine Armington. *Administrative Science Quarterly*, 52(1), 156-157.
- Sorenson, O. Pino G. Audia. (2000). The social structure of entrepreneurial activity: Geographic concentration of footwear production in the United States, 1940-1989. *American Journal of Sociology*, 106(2), 424-462.
- Sorenson, Olav, Toby E. Stuart. (2001). Syndication networks and the spatial distribution of venture capital investments. *American Journal of Sociology*, 106(6), 1546-1588.
- Sorenson, Olav, David M. Waguespack. 2006. Social structure and exchange: Self-organizing dynamics in Hollywood. *Administrative Science Quarterly* 51(4) 560-589.
- Sorondo, J. & Brenlla, M. E. (2011). *Locus de control y autoeficacia en emprendedores argentinos*. Trabajo de integración final, Universidad católica argentina.

- Spencer Jr, L. M. & Spencer, S. M. (1993). *Competence at Work: models for superior performance*. New York: John Wiley and Sons.
- Spletzer, J. R. (2000). The contribution of establishment births and deaths to employment growth. *Journal of Business & Economic Statistics*, 18(1), 113-126.
- Stawb, M. (1984). Organizational behaviour. A review and reformulation of the field's outcome variables. En Rosenzweig, M. R. & Porter, L.W. (ed.). *Annual Review of Psychology* (63-78). Annual review Inc., Palo Alto.
- Steier, L. & Greenwood, R. (2000). Entrepreneurship and the evolution of angel financial networks. *Organization Studies*, vol.21, 1, 163-93.
- Steiner, G. A. & Miner, J. B. (1982). *Management PoliG-and Strategy*. Macmillan.
- Sternberg, R. (2005). Business start-ups. Hope for future regional development in Germany. *German Journal of Urban Studies*, vol. 44. Germany.
- Stevenson, L. (1999). A perspective on entrepreneurship. En Shalman, W., Stevenson, H. & Roberts, M. *Bride, he entrepreneurial venture* (pp. 7-22). Boston: Harvard Business School Press, 2ª edición.
- Stevenson, H. H. & Gumpert, D. E. (1985). The heart of entrepreneur. *Harvard Business Review*, March-April, 85-94.
- Stevenson, H. H. & Harmelin, S. (1990). Entrepreneurial management's need for a more chaotic theory. *Journal of Bussiness Venturing*, 5, 1-14.
- Stevenson, H. H. & Jarillo, J. C. (1990). A paradigm of entrepreneurship: entrepreneurial management. *Strategic Management Journal*, 11, 17-27.
- Stewart, W. H. (1995). Small business owner-managers and corporate managers: A comparative study of achievement motivation, risk-taking propensity and preference for innovation. *Dissertation abstracts international section A: Humanities & Social sciences*, 56(5), 1883.
- Stewart, W. H., Carland, J. C., Carland, J. W., Watson, W. E. & Sweo, R. (2003). Entrepreneurial dispositions and goal orientations: A comparative exploration of United States and Russian entrepreneurs. *Journal of Small Business Management*, 41(1), 27-46.
- Stewart, W. H., Watson, W. E., Carland, J. C. & Carland, J. W. (1999). A proclivity for entrepreneurship: A comparison of entrepreneurs, small business owners, and corporate managers. *Journal of Business venturing*, 14(2), 189-214.
- Stewart, W. H. & Roth, P. L. (2001). Risk propensity differences between entrepreneurs and managers: A meta-analytic review. *Journal of Applied Psychology*, 86 (1), 145-153
- Stewart, W. H. & Roth, P. L. (2004). Data quality affects meta-analytic conclusions: A response to Miner and Raju (2004) concerning entrepreneurial risk propensity. *Journal of Applied Psychology*, 89, 14-21.
- Stewart, W. H. & Roth, O. L. (2007). A meta-analysis of achievement motivation differences between entrepreneurs and managers. *Journal of small business management*, 45(4), 401-421.
- Storey, D. J. (1994). *Understanding the small business sector*. London: Routledge.
- Stuart, J. (1848). *Principles of Political Economy: with some of their applications to social philosophy*. Hackett Publishing, United States.
- Stuart, R. & Abetti, P. A. (1987). Start-up ventures: towards the prediction of initial success. *Journal of Business Venturing*, 2(3), 215-230.
- Stuart, R.W. & Abetti, P.A. (1990). Impact of entrepreneurial and management experience on early performance. *Journal of Business Venturing*, 5, 151-162.
- Stuart, R.W. & Abetti, P.A. (1998). Start-up ventures: towards the prediction of early success. *Journal of Business Venturing*, 2, 215-230.
- Suárez, P. S., García, A. M. P. & Moreno, J. B. (2000). Escala de autoeficacia general: datos psicométricos de la adaptación para población española. *Psicothema*, 12(Suplemento), 509-513.
- Super, D. E. (1957). *The psychology of careers* (Vol. 195). New York: Harper & Row.
- Super, D. E. (1970). *Work values inventory: Manual*. Riverside Publishing Company.
- Super, D. E. (1980). A life-span, life-space approach to career development. *Journal of vocational behavior*, 16(3), 282-298
- Sutcliffe, K. M. & Vogus, T. J. (2003). Organizing for resilience. *Positive organizational scholarship: Foundations of a new discipline*, 94, 110.
- Sutton, R.I. (1987). The Process of Organizational Death: Disbanding and Reconnecting. *Administrative Science Quarterly*, vol.32, 4, 542-569.
- Swayne, C. B. & Tucker, W. R. (1973). *The effective entrepreneur*. General Learning Press.
- Swedberg, R. (2006). Social entrepreneurship: the view of the young Schumpeter. En Steyaert, C. & Hjorth, D. (coord.), *Entrepreneurship as social change: a third movements in entrepreneurship book* (pp. 21-34). Cheltenham: Edward Elgar Publishing.

- Sweeney, P., McFarlin, D. & Cotton, J. (1991). Locus of control as a moderator of the relationship between perceived influence and procedural justice. *Human Relations*, 44, 333-42.
- Szarka, J. (1990). Networking and small firms. *International Small Business Journal*, 8(2), 10-22.
- Szyperski, N., & Klandt, H. (1988). New concepts in entrepreneurial testing. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 66-69.
- Taber, T. D. & Alliger, G. M. (1995). A task-level assesment of job satisfaction. *Journal of Organizational Behaviour*, 16. 101-121.
- Tamasy, C. (2006). Determinants of regional entrepreneurship dynamics in contemporary Germany: A conceptual and empirical analysis. *Regional studies*, 40(4), 365-384.
- Taormina, R. J. & Sammi K. L. (2007). Measuring Chinese entrepreneurial motivation: Personality and environmental influences. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*. 13(4), 200-221.
- Tapias, M. G. & Cué, J. L. G. (2014). Talento emprendedor, inteligencia, creatividad y sistema educativo. *Revista Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 28(2), 95-110.
- Tett, R. P., Jackson, D. N. & Rothstein, M. (1991). Personality measures as predictors of job performance: a meta-analytic review. *Personnel Psychology*, (44), 703-742.
- Tett, R. P., Steele, J. R., & Beauregard, R. S. (2003). Broad and narrow measures on both sides of the personality-job performance relationship. *Journal of Organizational Behavior*, 24, 335-356.
- Thaler, R. H. & Johnson, E. J. (1990). Gambling with the house money and trying to break even: The effects of prior outcomes on risky choices. *Management Science*, 36, 643-660.
- Thomas, R. (2004). Small firms in tourism: International perspectives. Oxford: Pergamon. Tiffin, S. (Ed.) (2004). *Entrepreneurship in Latin America*. Boston: Praeger.
- Timmons, J. A. (1978). Goal-setting and the entrepreneur. *Journal of Small Business Management* (pre-1986), 16(000002), 1.
- Timmons, J. A. (1989). *The entrepreneurial mind*. Andover, Ma: Brick House.
- Timmons, J. A. (1990). *New Venture Creation: Entrepreneurship in the 1990s*. 3^a ed. Homewood, IL: Irwin.
- Timmons, J. A. (1991). *New venture creation: entrepreneurship in the 1990s*, Irwin Homewood, Boston.
- Timmons, J. (1999). The Entrepreneurial Process. *New venture creation: Entrepreneurship for the 21st century*, 5, 27-51.
- Timmons, J. A. & Spinelli, S. (1994). *New venture creation: Entrepreneurship for the 21st century* (Vol. 4). Burr Ridge, IL: Irwin.
- Tortella, G., Quiroga, G. & Moral, I. (2010). Entrepreneurship: a comparative approach. En J. L. García-Ruiz and P. A. Toninelli (Eds.), *The determinants of entrepreneurship. Leadership, culture, institutions* Londres, Pickering & Chatto, pp. 81-104.
- Tokar, D. M. & Swanson, J. L. (1995). Evaluation of the correspondence between Holland's vocational personality typology and the five-factor model of personality. *Journal of Vocational Behavior*, (46), 89-108.
- Trejo, E. (1998). Competencias personales del emprendedor. Congreso Nacional de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones. Valladolid. Conferencia. 3-Junio.
- Trejo, E. (2002). Actitudes Emprendedoras de los Universitarios de Castilla y León. (No publicado), Centro de Empresas e Innovación de Castilla y León, Valladolid, España.
- Trías de Bes, F. (2007). El libro *negro del emprendedor: "no digas que nunca te lo advirtieron"*, (p: 1-183)
- Tugade, M. M. & Fredrickson, B. L. (2004). Resilient individuals use positive emotions to bounce back from negative emotional experiences. *Journal of personality and social psychology*, 86(2), 320.
- Tversky, A. & Kahneman, D. (1974). Judgment under uncertainty: Heuristics and biases. *Science*, 185(4157), 1124-1131.
- Ubasaran, D., Westhead, P., Wright, M. & Flores, M. (2010). The nature of entrepreneurial experience, business failure and comparative optimism. *Journal of Business Venturing*, 25(6), 541-555.
- Urbano, D. & Veciana, J. M. (2001). *Marco institucional formal de la creación de empresas en Cataluña: oferta y demanda de servicios de apoyo*. Documento de Trabajo n° 2001/9, XI Congreso Nacional de ACEDE, Barcelona, 22-24 de Septiembre.
- Utsch, A. & Rauch, A. (2000). Innovativeness and initiative as mediators between achievement orientation and venture performance. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 9(1), 45-62.
- Uzzi, B. (1996). The sources and consequences of embeddedness for the economic performance of organizations: The network effect. *American sociological review*, 674-698.

- Vaillant, Y. & Lafuente, E. (2007). Do different institutional frameworks condition the influence of local fear of failure and entrepreneurial examples over entrepreneurial activity? *Entrepreneurship & Regional Development*, 19(4), 313-337. doi: 10.1080/08985620701440007
- Valenzuela, P. G., Moreno, N. M. & Almanza L. M. (2013). *Rasgos psicológicos de los fundadores de start ups*. Disponible en: <http://www.chi.itesm.mx/investigacion/wp-content/uploads/2013/11/NEG22.pdf>
- Vallerand, R. J. (2008). On the psychology of passion: In search of what makes people's lives most worth living. *Canadian Psychology*, 49, 1-13.
- Van Auken, H. E. (1999). Obstacles to business launch. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 4(2), 175.
- Van Auken, H., Stephens, P., Fry, F. L. & Silva, J. (2006). Role model influences on entrepreneurial intentions: A comparison between USA and Mexico. *International Entrepreneurship & Management Journal*, 2, 325-336.
- Van Praag, C. M. (2003). Business survival and success of young small business owners. *Small Business Economics*, 21(1), 1-17. Why do some entrepreneurs decides to give up? Nabil Khelil & Matthijs Hammer Rent XXVII - Vilnius, Lithuania November 20-22, 2013 25
- Van Praag, M. (2006). *Entrepreneurship and Human Capital*. Amsterdam Center for Entrepreneurship, University of Amsterdam.
- Van Praag, C. & J. Cramer (2001). The roots of entrepreneurship an labour demand: Individual ability and low risk aversion. *Economica*, 68(269), 45-62.
- Van de Ven, A. H., Hudson, R. & Schroeder, D. M. (1984). Designing new business startups: Entrepreneurial, organizational, and ecological considerations. *Journal of management*, 10(1), 87-108.
- Varela, R. (1998). *Innovación empresarial. Un nuevo enfoque de desarrollo* (5ª ed.). Cali. Colombia. ICESI.
- Varela, R. (2001). *Innovación empresarial; arte y ciencia de la creación de nuevas empresas*. Pearson Education, Bogotá Colombia.
- Varela R. (2003). *Hacia una universidad con espíritu empresarial*. Disscution paper, Ponencia, II Conferencia de investigacion en entrepreneurship en Latinoamérica, Viña del Mar Chile.
- Vecchio, R. P. (2003). Entrepreneurship and leadership: common trends and common threads. *Human Resource Management Review*, 13, 303-327.
- Veciana, J. M. (1988). Empresari i procés de creació d'empreses. *Revista Economica de Catalunya*, 8, 53-67.
- Veciana, J. M. (1989). Características del empresario en España. *Papeles de Economía Española*, 39, 19-36.
- Veciana, J. (1998). *Teoría y política de la creación de empresas*. Jornada del Economista 1998. Collegi d'Economistes de Catalunya. Barcelona.
- Veciana, J. M. (1999). Creación de empresas como programa de investigación científica. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 8 (3), 11-36.
- Veciana, J. (2005). La creación de empresas. Un enfoque gerencial. *Colección Estudios Económicos*, 33. La Caixa. Barcelona.
- Veciana, J. M. & Urbano, D. (2004). *Actitudes de los estudiantes universitarios hacia la creación de empresas: un estudio empírico comparativo entre Catalunya y Puerto Rico. El emprendedor innovador y la creación de empresas de I+D+I*. Universidad de Valencia, 35-58.
- Veciana, J. M., Aponte, M. & Urbano, D. (2005). University student's attitudes towards entrepreneurship: a two countries comparison. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1, 165-182.
- Vega, I., Corduras, A. & Justo, R. (2005). *Global Entrepreneurship Monitor. Informe ejecutivo GEM España 2004*. Madrid: Instituto de Empresa.
- Vélaz, J. I. (1996). *Motivos y motivación en la empresa*. Diaz de Santos, Madrid.
- Venkatapathy, R. (1983). Internal-external locus of control among entrepreneurs and non-entrepreneurs. *Managerial Psychology*, 4 (1-2), 43-50.
- Venkatapathy, R. (1984). Locus of control among entrepreneurs: a review. *Psychological studies*, 29(1), 97-100.
- Venkatraman, M. P. (1989). Involvement and risk. *Psychology & Marketing*, 6(3), 229-247.
- Veres Ferrer, E. J., Labatut Serer, G. & Pozuelo Campillo, J. (2009). Hacia una ordenación de las pequeñas empresas atendiendo a su posible situación de fracaso. *Estudios de economía aplicada*, 27(3) 1-18.
- Verheul, I., Wennekers, T., Kers, D., Audretsch, D. B. & Thurik, R. (2002). An eclectic theory of entrepreneurship: policies, institutions and culture. En D. B. Audretsch, R. Thurik & I. Verheul, *Entrepreneurship: determinants and policy in a European-US comparison*. Kluwer Academic Publishers, Boston, 11-81.

- Verheul, I., Uhlaner, L. & Thurik, R. (2005). Business accomplishments, gender and entrepreneurial self-image. *Journal of Business Venturing*, vol. 20, 4, 483-518.
- Vernette, E. (1995). Eficacia de los instrumentos de estudio: evaluación de las escalas de medida. *Investigación y Marketing*, nº 48, julio, 49-66.
- Vesalainen, J., & Pihkala, T. (1999). Motivation Structure and Entrepreneurial Intentions. *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Wellesley, MA: Babson College.
- Vesper, K. H. (1982a). Expanding entrepreneurship research. *Frontiers of Entrepreneurship Research*.
- Vesper, K. H. (1982b). Research on education for entrepreneurship. En, C. A. Kent & D. L. Sexton, *Encyclopedia for entrepreneurship Englewood Cliffs* (321-344). N.J.: Prentice-Hall Inc.
- Vesper, K. H. (1990). *New Venture strategies*. Englewood Cliffs. N.J.: Prentice Hall (revised ed).
- Vidal, A. & Lopez, M. B. (2013). Institutional and economic determinants of the perception of opportunities and entrepreneurial intention. *Investigaciones Regionales, Section Articles*, 26, 75-96.
- Vidondo, F. (1991). *Una nueva concepción de la empresa y del empresario emprendedor*. Fundación Alfredo Brañas.
- Virtanen, M. (1997). The rol of different theories in explaining entrepreneurship; en Kunkel, S. (Ed.). *Entrepreneurship: the engine of global economic development. Journal of best papers of the 42nd World conference, international council for small business*. San Francisco.
- Vroom, V. H. (1964). *Work and motivation*. Wiley, New York.
- Vroom, V. H. (1967). *Work and Motivation*. New York: John Wiley & Sons
- Vroom, V. H. & Yetton, P. (1973). *Leadership and Decision making*. University of Pittsburgh Press, Pittsburgh.
- Vroom, V. H. & Declé, E. L. (1988). *Motivación y Alta Dirección*. Trillas, México
- Wagner, J. (2004). What a difference a Y makes- Female and Male Nascent entrepreneurs in Germany. *IZA DP*, 1134. May
- Wagner, J. (2006). Are Nascent Entrepreneurs Jacks-of-all-Trades? A Test of Lazear's Theory of Entrepreneurship with German Data, *Applied Economics*, vol. 38, 2415-2419.
- Wagner, J. (2007). What difference a Y makes-Female and Male nascent entrepreneurs in Germany. *Small Business Economics*. 28(1), 1-21.
- Wagner, J. & Sternberg, R. (2004). Start-up activities, individual characteristics, and the regional milieu: Lessons for entrepreneurship support policies from German micro data. *The annals of regional science*, 38(2), 219-240.
- Wah, Y. (1993). Social support, individual differences and well-being: A study of small business entrepreneurs and employees. *Journal of occupational and organizational psychology*, 66, 285-302.
- Wainer, H. A. & Rubin, I. M. (1969). Motivation of research and development entrepreneurs: determinants of company success. *Journal of Applied Psychology*, vol. 53, 178-184.
- Walras, L. (1874). *Eléments d'économie Politique Pure ou Théorie de la Richese*. Traducción al castellano: Elementos de economía política pura. Ed Alianza. Madrid.
- Walsh, W. B. (2001). The changing nature of the science of vocational psychology. *Journal of Vocational Behavior*, 59, 262-274.
- Walstad, W. B. & Kourilsky, M. L. (1998). Entrepreneurial attitudes and knowledge of black youth. *Entrepreneurship theory and practice*, 23(2). 5-18.
- Ward, E. A. (1993). Motivation of expansion plans of entrepreneurs and small business managers (measuring locus of control). *Journal of small business management*, 31, 32-38.
- Ward, E. A. (1997). Multidimensionality of achievement motivation among employed adults. *Journal of Social Psychology*, 137(4). 542-544.
- 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 & K.H. Vespers (Eds.), *Frontiers of Entrepreneurship Research* (pp. 271-288). Wellesley. M.A. Boston College, Center for Entrepreneurial Studies.
- Watson, D. & Clark, L. A. (1997). Extraversion and its positive emotional core. En R. Hogan, J. Johnson & S. Briggs (Eds.), *Handbook of personality psychology* (pp.767-793). San Diego, CA: Academic Press.
- Watts, C. & Caldwell, L. (2008). Self-determination and free time activity participation as predictors of initiative. *Journal of leisure research*, 40(1), 156-181.
- Weber, M. (1904/1995). *La ética del protestante y el espíritu del capitalismo*. (p. 69). Barcelona, Península. Traducido de: *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*. London: Inmin.
- Weber, M. (1930). *The protestant ethic and the spirit of capitalism*. Nueva York.
- Wheeler, R. W. & Davis, J. M. (1979). Decision making as a function of locus of control and cognitive dissonance. *Psychological Reports*, 44, 499-502.
- Weiner, B. (1986). *An attributional theory of motivation and emotion*. Springer-Verlag, Nueva York.

- Wennberg, K. (2009), Improving Business Failure Prediction for New Firms: Benchmarking Financial Models with Human and Social Capital. *Journal of Private Equity*, 12(2), 30-37.
- Wennberg, K. (2011). Entrepreneurial Exit. En L. P. Dana (Ed.), *World Encyclopedia of Entrepreneurship* (pp. 170-177).
- Wennberg, K., Wiklund, J., DeTienne, D. R. & Cardon, M. S. (2010). Reconceptualizing entrepreneurial exit: Divergent exit routes and their drivers. *Journal of Business Venturing*, 25(4), 361-375.
- Wennekers, A. R. M. & Thurik, A. R. (1999). Linking Entrepreneurship and economic growth. *Small Business Economics*, 13, 27-55.
- Wennekers, S., Van Wennekers, A., Thurik, R. & Reynolds, P. (2005). Nascent entrepreneurship and the level of economic development. *Small business economics*, 24(3), 293-309.
- Westhead, P. & Wright, M. (1997). Novice, portfolio and serial founders: are they different? *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley Mass.: Babson College, 218-231.
- Whetten, D. A. & Cameron, K. S. (2005). Desarrollo del autoconocimiento. *Desarrollo de habilidades directivas* (pp. 74-75). México: Pearson.
- White, R. (1959). Motivation reconsidered: the concept of competence. *Psychological Review*, 66(5), 297-333.
- Whitford, J. (2001). The decline of a model? Challenge and response in the Italian industrial districts. *Economy and Society*, vol. 30, February.
- Whittaker, J. O, (1999) *La Psicología Social en el Mundo de Hoy*. Ed. Trillas, México.
- Wickremaratchi, J. (2003). *New cooperatives: motivations and barriers* (p. 35). Bathurst: Chales Sturt University.
- Wilson, F., Kickul, J. & Marlino, D. (2007). *Gender, Entrepreneurial Self-Efficacy, and Entrepreneurial Career Intentions: Implications for Entrepreneurship Education*. Baylor Univeristy.
- Windle, G., Bennett, K. M. & Noyes, J. (2011). A methodological review of resilience measurement scales. *Health and quality of life outcomes*, 9(8), 1-18.
- Woo, C. Y., Cooper, A. C. & Dunkekberg, W. C. (1988). Entrepreneurial typologies: definitions and implications. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley Mass.: Babson College, 165-176.
- Wood, R. & Bandura, A. (1989). Social cognitive theory of organizational management. *Academy of Management Review*, 14, 361-384.
- Yates, J. & Stone, E. (1992). Risk appraisal. En J. Yates (Ed.), *Risk taking behavior* (pp. 49-85). New York; Wiley.
- Zacharakis, A. L., Meyer, G. D. & J. DeCastro. (1999). Differing perceptions of new venture failure: a matched exploratory study of venture capitalists and entrepreneurs. *Journal of Small Business Management*, vol.37, 3, 1-14.
- Zapalska, A. (1997). Profiles of Polish entrepreneurship. *Journal of Small Business Management*, 35(2), 111.
- Zellner, W., King, R., Byrd, V., DeGeorge, G. & Birnbaum, J. (1994). Women Entrepreneurs: They're Forming Small Businesses at Twice Rate of Men. *Business Week*, April 18, 104-110.
- Zhao, H., Seibert, S. E. & Hills G. E. (2005). The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions. *Journal of Applied Psychology*, 90, 1265-1272
- Zhao, H. & Seibert, S.E. (2006). The Big Five personality dimensions and entrepreneurial status: A meta-analytical review. *Journal of Applied Psychology*, 91 (2), 259-271.
- Zhao, H., Seibert, S. E. & Lumpkin, G.T. (2010). The relationship of per-sonality to entrepreneurial intentions and performance: A meta-analytic review. *Journal of Management*, 36(2), 381-404.
- Zhikun Yu, D. (2013). *La actividad emprendedora de los inmigrantes. Un estudio de los emprendedores chinos en Andalucía*. Trabajo realizado para optar al grado de Doctor en Economía.
- Zhou, J. & George, J. M. (2001). When job dissatisfaction leads to creativity: encouraging the expression of voice. *Academy of Management Journal*, 44(4), 682-696.

10. INDICES

8.1. Índice de tablas	516
8.2. Índice de figuras	523
8.3. Índice de siglas y abreviaturas	524

8. INDICES

8.1. ÍNDICE DE TABLAS

1.1.1 Aceptaciones idiomáticas del término emprendedor	11
1.5.1 Tipología de emprendedor según Vesper y Gilad & Levine	172
1.5.2 Empezar según el informe GEM	173
1.5.3 Tipología de emprendedores según Singer	174
1.5.4 Tipología de emprendedores según Mundet	174
1.5.5 Tipología de emprendedores según Husenman & Ettinger	174
1.5.6 Tipología de emprendedores según Gray & Cyr	175
1.5.7 Tipología de emprendedores según Lambing & Kuehl	176
1.5.8 Tipología de emprendedores según Lee & Chan	176
1.5.9 Principales motivos para abandonar la actividad emprendedora	194
2.2.1 De contingencia situación laboral/sexo	214
2.2.2 Distribución de la muestra por provincias	215
2.2.3 Distribución de la muestra en emprendedores y no emprendedores	216
2.2.4 Distribución de la muestra de contingencia situación laboral/sexo	217
2.2.5 Contingencia forma jurídica/situación laboral	218
2.2.6 Muestra longitudinal situación laboral	218
2.2.7 Contingencia situación actual, continúa/cierra/sexo	219
2.2.8 Profesión de profesionales encuestados	221
2.2.9 Carácter de la entidad en la que trabajaban los profesionales encuestados	221
2.3.1 Instrumentos aplicados	223
2.3.2 Estadísticos de la escala y fiabilidad BFQ	231
2.3.3 Estadísticos de fiabilidad dimensiones y subdimensiones del BFQ	231
2.3.4 Correlaciones entre las dimensiones del BFQ	232
2.3.5 Significaciones discriminativas en las dimensiones del BFQ	232
2.3.6 Estadísticos de fiabilidad escalas globales del coeficiente emprendedor	234
2.3.7 Significaciones discriminativas en las escalas globales del coeficiente emprendedor	235
2.3.8 ANOVA, laboral2 (emprendedores y no emprendedores) con escalas de coeficiente emprendedor	235
2.3.9 ANOVA, laboral 4, emprendedores, trabajadores de empresa privada, de empresa pública y estudiante-desempleado con escalas de coeficiente emprendedor	237
2.3.10 ANOVA, emprendedores que continúan/todos los sujetos con escalas de coeficiente emprendedor	239
2.3.11 ANOVA, emprendedores que continúan/cierran con escalas de coeficiente emprendedor	242
2.3.12 Fiabilidad y elementos de las escalas de adaptación autoeficacia	244
2.3.13 Significaciones discriminativas en la escala de autoeficacia	245
2.3.14 Fiabilidad y elementos de las escalas de adaptación	246
2.3.15 Significaciones discriminativas en la escala de significado del trabajo	247
2.3.16 Fiabilidad y elementos de la escala de locus de control interno	247
2.3.17 Significaciones discriminativas en la escala de locus de control interno	248
2.3.18 Fiabilidad y elementos de la escala motivación de logro	248
	515

2.3.19	Significaciones discriminativas en las escalas de motivación de logro	249
2.3.20	Fiabilidad y elementos de las escalas de adaptación	250
2.3.21	Significaciones discriminativas en la escala de adaptación	250
2.3.22	Fiabilidad y elementos de la subescala innovación	251
2.3.23	Significaciones discriminativas en la escala de innovación	252
2.3.24	Fiabilidad y elementos de las escalas de asumir y soportar riesgos	253
2.3.25	Significaciones discriminativas en las escalas de asumir y soportar riesgos	254
2.3.26	Fiabilidad y elementos de la escala de proactividad	255
2.3.27	Significaciones discriminativas en la escala de proactividad	255
2.3.28	Fiabilidad y elementos de la escala de constancia en el trabajo	256
2.3.29	Significaciones discriminativas en la escala de constancia en el trabajo	256
2.3.30	Fiabilidad y elementos de las escalas de influencia familiares y amigos y apoyo de la red social	257
2.3.31	Significaciones discriminativas en la escala de apoyo red social y influ. familiares y amigos	258
2.3.32	Fiabilidad y elementos de la escala de experiencia y adquisición de competencias	259
2.3.33	Significaciones discriminativas en la escala de experiencia y adquisición de competencias	259
3.1.1	¿Por qué emprende el negocio?	264
3.1.2	Aspectos del entorno que influyeron para que creara la empresa	265
3.1.3	¿Cómo has adquirido las competencias necesarias para llevar a cabo tu negocio?	265
3.1.4	Influencias positivas y negativas al emprendimiento	265
3.1.5	Importancia del contexto y de las competencias personales en el emprendimiento	266
3.1.6	Competencias importantes a la hora de crear la empresa	267
3.1.7	Competencias importantes a la hora de crear la empresa	268
3.1.8	Puntuación a las motivaciones de los emprendedores	269
3.1.9	Motivaciones elegidas como más importantes por los emprendedores	269
3.1.10	Competencias y motivaciones con más puntuación y elecciones la creación y la gestión de la empresa	270
3.1.11	Competencias y motivaciones más importantes en vocacionales y circunstanciales	270
3.1.12	Competencias y motivaciones más importantes en emprendedores excelente y estándar	271
3.1.13	Competencias y motivaciones más importantes en emprendedores sin empleados y con empleados	271
3.1.14	Competencias y motivaciones más importantes en mujeres y hombres	271
3.2.1	Puntuación de los orientadores a cada competencia emprendedora	273
3.2.2	Número de elecciones de los orientadores a la competencia más importante para crear y gestionar una empresa	274
4.1.1	Descriptivos, BFQ con emprendedores / no emprendedores	282
4.1.2	ANOVA, BFQ con emprendedores / no emprendedores	284
4.1.3	Descriptivos, BFQ con continúan / resto de muestra	285
4.1.4	ANOVA, Descriptivos BFQ con continúan / resto de muestra	287
4.1.5	Descriptivos, BFQ con continúan / resto de muestra	288
4.1.6	ANOVA, BFQ con emprendedores que continúan / cierran	289
4.1.7	Dimensiones del BFQ con diferencias significativas en emprendedores y emprendedores que se mantienen	292

4.2.1 De contingencia situación laboral anterior / tipo de empresario	295
4.2.2 De contingencia situación laboral anterior con emprendedores que continua/cierra la empresa	296
4.2.3 Pruebas de chi-cuadrado sobre la relación situación laboral anterior con emprendedores que continua/cierra la empresa	297
4.2.4 Experiencia previa del emprendedor en el sector	297
4.2.5 De contingencia emprendedores que continua/cierra tras la crisis con experiencia previa en el mismo sector	298
4.2.6 Pruebas de chi-cuadrado de la relación entre las variables emprendedor que continua/cierra tras la crisis y experiencia previa en el mismo sector	298
4.2.7 Emprendedores que continúan tras la crisis / resto de la muestra con tiempo de maduración del proyecto	298
4.2.8 Pruebas de chi-cuadrado emprendedores que continua tras la crisis / resto de la muestra con tiempo de maduración del proyecto	299
4.2.9 Descriptivos, puntuación media de emprendedores y no emprendedores en experiencias previas y adquisición de competencias	299
4.2.10 ANOVA, emprendedores y no emprendedores en experiencias previas y adquisición de competencias	299
4.2.11 Descriptivos, emprendedores que continúan tras la crisis y resto de la muestra con experiencias previas y adquisición de competencias	300
4.2.12 ANOVA, emprendedores que continúan tras la crisis y resto de la muestra con experiencias previas y adquisición de competencias	300
4.2.13 Descriptivos, emprendedores que continúan tras la crisis y los que cierran con experiencias previas y adquisición de competencias	300
4.2.14 ANOVA, emprendedores que continúan tras la crisis y los que cierran en experiencias previas y adquisición de competencias	300
4.2.15 Apoyo recibido por los emprendedores de las personas de su entorno	303
4.2.16 Media de apoyo recibidos por las personas del entorno a emprendedores y no emprendedores	304
4.2.17 ANOVA, significación de la diferencia de medias del apoyo recibidos por las personas del entorno a emprendedores y no emprendedores	305
4.2.18 Tiene algún familiar cercano emprendedor	305
4.2.19 Tiene alguna amistad cercana emprendedora	306
4.2.20 Tiene algún familiar cercano del mismo grupo laboral	306
4.2.21 Pruebas de chi-cuadrado familiar cercano del mismo grupo laboral	306
4.2.22 Tiene alguna amistad cercana emprendedora con emprendedor y no emprendedor	307
4.2.23 Pruebas de chi-cuadrado tiene alguna amistad cercana emprendedora con emprendedor y no emprendedor	307
4.2.24 Familiar emprendedor con emprendedores que continúan o que cierran	307
4.2.25 Pruebas de chi-cuadrado familiar emprendedor con emprendedores que continúan o que cierran	308
4.2.26 Tabla de contingencia amistad emprendedora con emprendedores que continúan o que cierran	308
4.2.27 Pruebas de chi-cuadrado amistad emprendedora con emprendedores que continúan o que cierran	308

4.2.28 Descriptivos, apoyo de la red social y la influencia de familiares y amigos en emprendedores/no emprendedores	309
4.2.29 ANOVA, apoyo de la red social y la influencia de familiares y amigos en emprendedores / no emprendedores	309
4.2.30 Descriptivos apoyo de la red social y la influencia de familiares y amigos en emprendedores que continúan / emprendedores que cierran	310
4.2.31 ANOVA, apoyo de la red social y la influencia de familiares y amigos en emprendedores que continúan / emprendedores que cierran	310
4.2.32 Tabla de contingencia, nivel de estudios con emprendedores que continua/cierra	312
4.2.33 Tabla de contingencia, universitarios con emprendedores que continua/cierra	313
4.2.34 Pruebas de chi-cuadrado universitarios con emprendedores que continua/cierra	314
4.3.1.1 Descriptivos, locus de control en grupos laborales 1	315
4.3.1.2 ANOVA, locus de control en grupos laborales	315
4.3.1.3 Descriptivos, locus de control en grupos emprendedores-no emprendedores	316
4.3.1.4 ANOVA, locus de control en grupos emprendedores-no emprendedores	316
4.3.1.5 Descriptivos, locus de control en grupos de emprendedores que continúan y el resto de la muestra	316
4.3.1.6 ANOVA, locus de control en emprendedores que continúan y el resto de la muestra	317
4.3.1.7 Descriptivo locus de control en emprendedores que continúan o cierran	317
4.3.1.8 ANOVA locus de control en emprendedores que continúan o cierran	317
4.3.2.1 Descriptivos, autoeficacia en grupos laborales	319
4.3.2.2 ANOVA, autoeficacia en grupos laborales	319
4.3.2.3 Descriptivos, autoeficacia para emprendedores y no emprendedores	320
4.3.2.4 ANOVA, autoeficacia para emprendedores y no emprendedores	321
4.3.2.5 Descriptivos de autoeficacia entre emprendedores que continúan y el resto	321
4.3.2.6 ANOVA, autoeficacia entre emprendedores que continúan y el resto	321
4.3.3.1 Descriptivos, motivaciones más importantes para emprendedores y no emprendedores	324
4.3.3.2 ANOVA, motivaciones más importantes para emprendedores y no emprendedores	325
4.3.3.3 Descriptivos, motivaciones más importantes para emprendedores que continúan tras la crisis	326
4.3.3.4 ANOVA, motivaciones más importantes para emprendedores que continúan tras la crisis	327
4.3.3.5 Descriptivos, motivaciones más importantes para emprendedores que Continúan / cierran	327
4.3.3.6 ANOVA, motivaciones más importantes para emprendedores que continúan/cierran	328
4.3.3.7 Descriptivos motivación emprendedora en grupos laborales	329
4.3.3.8 ANOVA, motivación emprendedora en grupos laborales	329
4.3.3.9 Descriptivos, motivación emprendedora en emprendedores que cierran / continúan	330
4.3.3.10 ANOVA, motivación emprendedora en emprendedores que cierran / continúan	330
4.3.3.11 Tabla de contingencia, emprendedores vocacional/situacional en emprendedores que continúan/resto de emprendedores	331
4.3.3.12 Pruebas de chi-cuadrado emprendedores vocacional/situacional en emprendedores que cierran / continúan	332

4.3.3.13 De contingencia emprendedores dejaría su negocio por un trabajo fijo con emprendedores que cierran / continúan	332
4.3.3.14 Pruebas de chi-cuadrado emprendedores dejaría su negocio por un trabajo fijo con emprendedores que cierran / continúan	332
4.3.3.15 De contingencia emprendedores dejaría su negocio por un trabajo fijo y 25% más de sueldo con emprendedores que cierran / continúan	333
4.3.3.16 Pruebas de chi-cuadrado emprendedores dejaría su negocio por un trabajo fijo y 25% más de sueldo con emprendedores que cierran / continúan	333
4.3.4.1 Descriptivo, motivación de logro por grupos laborales	339
4.3.4.2 ANOVA, motivación de logro por grupos laborales	339
4.3.4.3 Descriptivo motivación de logro en emprendedores y no emprendedores	340
4.3.4.4 ANOVA, motivación de logro en emprendedores y no emprendedores	340
4.3.4.5 Descriptivo motivación de logro en emprendedores que continúan/resto de la muestra	340
4.3.4.6 ANOVA, motivación de logro en emprendedores que continúan/resto de la muestra	340
4.3.4.7 Descriptivo, motivación de logro en emprendedores que continúan/cierran	340
4.3.4.8 ANOVA, motivación de logro en emprendedores que continúan/cierran	341
4.3.5.1 Descriptivo innovación y adaptación en categorías laborales	343
4.3.5.2 ANOVA, innovación y adaptación en categorías laborales	343
4.3.5.3 Descriptivos, innovación y adaptación en emprendedores-no emprendedores	344
4.3.5.4 ANOVA, innovación y adaptación en grupos emprendedores-no emprendedores	344
4.3.5.5 Descriptivos, innovación y adaptación en emprendedores que continúan a pesar de la crisis y resto de sujetos	345
4.3.5.6 ANOVA, innovación y adaptación en emprendedores-que continúan a pesar de la crisis y resto de sujetos	345
4.3.5.7 Descriptivos, innovación y adaptación en emprendedores que continúan a pesar de la crisis y emprendedores que cierran	345
4.3.5.8 ANOVA, innovación y adaptación en emprendedores que continúan a pesar de la crisis y emprendedores que cierran	346
4.3.6.1 Descriptivos. significado del trabajo y emprendedores /resto de los sujetos	349
4.3.6.2 ANOVA. significado del trabajo y emprendedores /resto de los sujetos	351
4.3.6.3 Descriptivos. significado del trabajo y emprendedores que continua/resto de los sujetos	353
4.3.6.4 ANOVA. significado del trabajo y emprendedores que continua/resto de los sujetos	355
4.3.6.5 Descriptivos, significado del trabajo y emprendedores que continua/cierran	356
4.3.6.6 ANOVA. significado del trabajo y emprendedores que continua/cierran	358
4.3.7.1 Descriptivo. asumir y soportar riesgo con grupos laborales	361
4.3.7.2 ANOVA, asumir y soportar riesgo con grupos laborales	362
4.3.7.3 Descriptivo asumir y soportar riesgo con emprendedores y no emprendedores	363
4.3.7.4 ANOVA, asumir y soportar riesgo con emprendedores no emprendedores	364
4.3.7.5 Descriptivo, asumir y soportar riesgo con emprendedores que continúan tras la crisis y el resto de los sujetos	364
4.3.7.6 ANOVA, asumir y soportar riesgo con emprendedores que continúan tras la crisis y el resto de los sujetos	364
4.3.7.7 Descriptivo, asumir y soportar riesgo con emprendedores que continúan tras la crisis y el resto de los sujetos	365

4.3.7.8 Descriptivo, asumir y soportar riesgo con emprendedores que continúan tras la crisis y el resto de sujetos	365
4.3.8.1 Descriptivo, constancia en el trabajo y proactividad con grupos laborales	367
4.3.8.2 ANOVA, constancia en el trabajo y proactividad con grupos laborales	367
4.3.8.3 Descriptivo, constancia en el trabajo y proactividad entre emprendedores y no emprendedores	368
4.3.8.4 ANOVA, constancia en el trabajo y proactividad entre emprendedores y no emprendedores	368
4.3.8.5 Descriptivo, constancia en el trabajo y proactividad con emprendedores que continúan y resto de la muestra	369
4.3.8.6 ANOVA, constancia en el trabajo y proactividad con emprendedores que continúan y resto de la muestra	369
4.3.8.7 Descriptivo, constancia en el trabajo y proactividad con emprendedores que continúan / cierran	369
4.3.8.8 ANOVA, constancia en el trabajo y proactividad con emprendedores que continúan / cierran	369
4.4.1 Descriptivos dimensiones y subdimensiones del BFQ y sexo	371
4.4.2 ANOVA, dimensiones y subdimensiones del BFQ y sexo	373
4.4.3 Descriptivos escalas de emprendimiento y sexo	374
4.4.4 ANOVA, escalas de emprendimiento y sexo	376
4.4.5 Descriptivo motivaciones de la emprendedora	377
4.4.6 ANOVA, motivaciones de la emprendedora	378
4.4.7 Descriptivo significado del trabajo de la emprendedora	378
4.4.8 ANOVA, significado del trabajo de la emprendedora	380
4.4.9 Descriptivo apoyo de la red social a la emprendedora	381
4.4.10 ANOVA, apoyo de la red social a la emprendedora	362
4.4.11 De contingencia familiares y amigos emprendedores de la emprendedora	383
4.4.12 Pruebas de chi-cuadrado familiares y amigos emprendedores de la emprendedora	383
4.4.13 De contingencia situación laboral anterior / sexo	364
4.4.14 Chi-cuadrado de Pearson situación laboral anterior / sexo	385
4.4.15 Tabla de contingencia experiencia en el sector / sexo	385
4.4.16 Chi-cuadrado de Pearson experiencia en el sector / sexo	386
4.4.17 De contingencia adquisición de competencias emprendedoras / sexo	386
4.4.18 Pruebas de chi-cuadrado adquisición de competencias emprendedoras / sexo	386
4.4.19 De contingencia razón por la que emprende / sexo	387
4.4.20 Pruebas de chi-cuadrado razón por la que emprende / sexo	387
4.4.21 De contingencia dejaría su propio negocio por un empleo estable mejor remunerado / sexo	387
4.4.22 Pruebas de chi-cuadrado dejaría su propio negocio por un empleo estable mejor remunerado / sexo	388
4.4.23 De contingencia nivel de estudios/ sexo	388
4.4.24 Pruebas de chi-cuadrado nivel de estudios/ sexo	388
4.5.1 Descriptivos, perfil emprendedor de emprendedores creando la empresa y consolidados	394
4.5.2 ANOVA, perfil psicosocial de emprendedores creando la empresa y consolidados	396
4.5.3 Descriptivos, perfil emprendedor de emprendedores vocacionales y situacionales	400

4.5.4 ANOVA, perfil psicosocial de emprendedores vocacionales y situacionales	401
4.5.5 Descriptivo, motivaciones de emprendedores vocacionales y situacionales	404
4.5.6 ANOVA, motivaciones de emprendedores vocacionales y situacionales	405
4.5.7 Descriptivo, perfil psicosocial de emprendedores innovadores y no innovadores	407
4.5.8 ANOVA, perfil psicosocial del emprendedor innovador y no innovador	409
4.5.9 Descriptivos, constructos psicosociales con emprendedores que crean/asumen una empresa	412
4.5.10 ANOVA, constructos psicosociales con emprendedores que crean/asumen una empresa	414
4.6.1 Elementos de las escalas con los ítems que mejor discriminan	418
4.6.2 Estadísticos de los elementos ce 17	418
4.6.3 Estadísticos de la escala CE17 y fiabilidad	418
4.6.4 Estadísticos total-elemento ce 17	419
4.6.5 Descriptivos, persona emprendedor/ no emprendedor con escalas CE17, CE34 Y CE 94	419
4.6.6 ANOVA, emprendedor no emprendedor con escalas CE17, CE34 Y CE 94	419
4.6.7 Descriptivos, emprendedor que continúan y no con escalas CE17, CE34 Y CE 94	420
4.6.7 ANOVA, emprendedor que continúan y no con escalas CE17, CE34 Y CE 94	420
4.6.9 Descriptivos, emprendedor innovador / conservador con escalas CE17, CE34 Y CE 94	420
4.6.10 Descriptivos, emprendedor innovador / conservador con escalas CE17, CE34 Y CE 94	421
5.1 De contingencia sexo / emprendedor continúan / cierran	428
5.2 Pruebas de chi-cuadrado sexo / emprendedores continúan / cierran	428
5.3 Razones para que se mantenga la empresa	428
5.4 Contingencia competencias personales /entorno / emprendedor que continúan / resto	430
5.5 Tabla Pruebas de chi-cuadrado competencias personales /entorno / emprendedor que continúan / resto	430
5.6 Claves para mantener la empresa	432
5.7 Estrategia de los emprendedores ante la crisis ante la crisis	433
5.8 Descriptivo, grado en que el emprendedor que continua o no ha aplicado novedades	434
5.9 ANOVA, Grado en que el emprendedor que continua o no ha aplicado novedades	435
5.10 Descriptivos, apoyo red social a emprendedores que continúan	437
5.11 ANOVA, apoyo red social a emprendedores que continúan	438
5.12 Descriptivos, emprendedores que continúan / cierran y constructos personales	441
5.13 ANOVA, emprendedores continúan / cierran y constructos personales	442
5.14 Descriptivos, emprendedores que continúan y resto de la muestra y constructos personales	445
5.15 ANOVA, emprendedores que continúan / resto de la muestra y constructos Personales	446

8.2. ÍNDICE DE FIGURAS

1.1.1 Descripción de las fases del proyecto GEM	18
1.3.1 Modelo de Butler y Hansen	43
1.3.2 Evolución de la percepción de posesión de conocimientos, habilidades y experiencia para emprender	56
1.3.3 Evolución del índice TEA por nivel de educación en España	56
1.3.4 Evolución del índice TEA por edades en España	58
1.3.5 Evolución de la percepción de oportunidades para emprender en los próximos seis meses	65
1.3.6 Evolución de la percepción de existencia de modelos de referencia	65
1.4.1 Modelo conceptual Cross-cultural	141
1.4.2 Marco integrado de determinantes y efectos de la creación de empresas	148
1.4.3 Modelo de los rasgos personales y la propensión a la creación de empresas	149
1.4.4 Modelo del potencial emprendedor de Krueger & Brazeal	150
1.4.5 Determinantes del emprendimiento según Verhuel	151
1.4.6 Factores del emprendedor de éxito	152
1.4.7 Factores de emprendimiento según González Domínguez	153
1.4.8 Experiencias vividas y emprendimiento	154
1.5.1 Planteamiento de la investigación de Martínez, Mira & Gómez sobre mujer y emprendimiento	165
1.5.2 Tipología de empresas en porcentaje	180
1.5.3 Evolución del número de empresas 2008-2014	181
1.5.4 Evolución porcentaje de población involucrada en negocios nacientes y nuevos negocios 2005-2014	183
1.5.5 Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años involucrada en negocios consolidados en España durante el periodo 2005-2014	184
1.5.6 Abandono de la actividad empresarial en España 2014	185
1.5.7 Evolución porcentaje de población que ha abandonado un negocio en los últimos 12 meses en España 2005-2014	186
2.2.1 Situación laboral de la muestra	215
2.2.2 Distribución de la muestra por edad	216
2.2.3 Distribución de la muestra por situación laboral y sexo	217
2.2.4 Situación actual de la empresa	219
2.2.5 Situación actual de la empresa y sexo	220
3.1.1 Obstáculos para emprender	264
4.1.1 Puntuaciones en las dimensiones del BFQ con emprendedores / no emprendedores	282
4.1.2 Puntuaciones en las dimensiones del BFQ de emprendedores que continúan y el resto de muestra	285
4.1.3 Perfiles de puntuación en las subdimensiones del BFQ de no emprendedores, emprendedores y emprendedor que continúa tras la crisis	294
4.2.1 Situación laboral anterior con emprendedores que continúan o cierran la empresa	296
4.2.2 Apoyo recibido por las personas del entorno a emprendedores y no emprendedores	304
4.2.3 Nivel de estudios de emprendedores que continua/cierra	313
4.3.1.1 Locus de control y grupos laborales	316
	522

4.3.1.2 Medias en Locus de control de no emprendedores, emprendedores, los que continúan y cierran	318
4.3.2.1 Autoeficacia y grupos laborales	320
4.3.2.2 Autoeficacia en no emprendedores, emprendedores que continúan y cierran	322
4.3.3.1 Motivaciones más importantes para emprendedores y no emprendedores	324
4.3.3.2 Motivación emprendedora en grupos laborales	330
4.3.3.3 Motivaciones para no emprendedores, emprendedores que continúan y que cierran	334
4.3.3.4 Motivación de seguridad e independencia en no emprendedores, emprendedores que continúan y que cierran	338
4.3.4.1 Motivación de logro por grupos laborales	339
4.3.4.2 Motivación de logro en no emprendedores, emprendedores que continúan y que cierran	341
4.3.5.1 Descriptivo innovación y adaptación en categorías laborales	343
4.3.5.2 Medias en innovación y adaptación en no emprendedores, emprendedores, emprendedores que continúan y que cierran	346
4.3.6.1 Significado del trabajo y emprendedores /resto de los sujetos	351
4.3.6.2 Significado del trabajo en emprendedores que continua/resto de los sujetos	354
4.3.6.3 Figura significado del trabajo y emprendedores que continua/cierran	358
4.3.7.1 Soportar riesgo con grupos laborales	362
4.3.7.2 Asume riesgo con grupos laborales	363
4.3.7.3 Asumir y soportar riesgos en no emprendedores, emprendedores, que continúan y cierran	365
4.3.8.1 Grupos laborales y constancia en el trabajo	367
4.3.8.2 Grupos laborales y proactividad	368
4.3.8.3 Puntuaciones en constancia en el trabajo y proactividad de no emprendedores, emprendedores, emprendedores que continúan y cierran	370
4.4.1 Dimensiones y subdimensiones del BFQ y sexo	372
4.4.2 Escalas de emprendimiento y sexo	375
4.4.3 Motivaciones de la emprendedora / emprendedor	377
4.4.4 Significado del trabajo de la emprendedora / emprendedor	380
4.4.5 Apoyo de la red social a la emprendedora / emprendedor	382
4.4.6 Situación laboral anterior / sexo	385
4.5.1 Constructos significativos entre emprendedores creando la empresa y consolidados	349
4.5.2 Constructos significativos del perfil emprendedor de emprendedores vocacionales y situacionales	399
4.5.3 Motivaciones significativamente diferentes entre emprendedores vocacionales y situacionales	404
4.5.4 Constructos del perfil psicosocial significativos entre emprendedores innovadores y no innovadores	407
4.6.1 Ppuntuaciones en la escala CE17 de no emprendedores, emprendedores, que continúan, cierran, innovadores y conservadores	421
4.6.2 Modelo integrado, personalidad, factores sociales, constructos psicosociales, emprendimiento y éxito	423
5.1 Razones para que se mantenga la empresa	430
5.2 Claves para mantener la empresa	433
	523

5.3 Estrategia de los emprendedores ante la crisis ante la crisis	434
5.4 Apoyo red social a emprendedores que continúan/resto	438
5.5 Constructos personales continúan/ resto de la muestra	446

8.3. ÍNDICE DE SIGLAS Y ABREVIATURAS

AE: Autoestima
ANOVA: Analysis of Variance (Análisis de la Varianza)
BFQ: Big Five Questionnaire (Cuestionario de los Cinco Grandes)
CE: Coeficiente Emprendedor
CGF: Cinco Grandes Factores
ESE: Entrepreneurial Self-Efficacy (Autoeficacia Emprendedora)
GEM: Global Entrepreneurship Monitor (Observatorio Global del Emprendimiento)
LC: Locus de Control
LCI: Locus de Control Interno
MANOVA: Multivariate Analysis of Variance (Análisis Multivariante de la Varianza)
MBA: Master in Business Administration (Máster en Administración de Negocios)
MIPS: Millon Inventory of Personality Styles (Inventario de Estilos de la Personalidad de Millon)
MOW: Meaning Of Working (Significado del Trabajo)
MSCS-T: Miner Sentence Completion Scale-Form 7
ND: Necesidad de dominancia
NEO PI-R: Neo Personality Inventory-Revised (Inventario de Personalidad Neo-Revisado)
NACH: needfor achievement (motivación de logro)
PFE: Proyectos de Formación de Emprendedores
ONG: Organización No Gubernamental
PIB: Producto Interior Bruto
PYME: Pequeña y Mediana Empresa
ROA: Research Centre for Education and the Labour Market (Centro de Investigación para educación y el Mercado)
SPSS: Statistical Package for the Social Sciences (Paquete Estadístico para Ciencias Sociales)
ST: significado del trabajo.
TEA: Total Early-stage Entrepreneurial Activity (tasa de actividad emprendedora)
TAT: Test de Apercepción Temática
WIS: Work Importance Study (Estudio de la Importancia del Trabajo)

9. ANEXOS

Anexo 1 Entrevista a personas emprendedoras para el estudio cualitativo previo	527
Anexo 2 Encuesta a profesionales sobre competencias de la persona emprendedora	532
Anexo 3 Batería de cuestionarios cuantitativos	534
Anexo 4 Encuesta telefónica a personas emprendedoras que cumplieron el cuestionario cuantitativo.	545
Anexo 5 Análisis de discriminación y fiabilidad para las escalas integrales	547

9.- ANEXOS

ANEXO 1 ENTREVISTA A PERSONAS EMPRENDEDORAS PARA EL ESTUDIO CUALITATIVO PREVIO. GUÍA PARA EL ENTREVISTADOR.

En las preguntas 1 a 4 pueden utilizarse las opciones que se presentan como posibles respuestas para conversar con el entrevistado y orientarle evitando influir en su respuesta. Procurar en todo caso que el responda primero sin ninguna pista y recoger esta respuesta antes de darle orientaciones.

1 ¿Qué aspectos del entorno han influido para que crearas tu empresa?

- Cultura empresarial, entorno, la ciudad, el barrio.
- Familia:
 - ¿Te animaron o estuvieron en contra?
 - ¿Te ayudaron?
 - ¿Algún miembro de tu familia tiene su propia empresa?
- Amigos:
 - ¿Te animaron o te ayudaron?
 - Algún amigo abrió una empresa.
- Las Instituciones Públicas.
- Información sobre la tramitación, información sobre financiación, ayudas, etc.
- La formación institucional (a lo largo de tus estudios).
- Formación específica para emprendedores.
- ¿Heredaste el negocio?
- ¿Tuviste una oportunidad única, una casualidad o circunstancia?

2 ¿Qué dificultades y obstáculos has encontrado a la hora de crear tu empresa?

- Barreras personales.
 - Falta de una idea de negocio.
 - Falta de experiencia laboral.
 - Falta de formación.
 - Falta de financiación.
- Barreras psicológicas.
 - No tengo carácter emprendedor.
 - Me asustan los primeros meses.
 - Soy demasiado joven.
 - No es un mundo para mujeres.
 - Barreras externas.
 - Falta de ayudas / préstamos.
 - Burocracia (papeleos).
 - Falta de asesoramiento.

3 ¿Habías trabajado antes en el sector de la empresa que has creado?

- Sí.
- No.

4 ¿Cuál es la principal razón por la que has creado tu negocio?

- Tuve una idea interesante.
- Tuve una oportunidad.
- No podías trabajar en otro sitio o estabas en paro.
- El trabajo que tenías no te gustaba.
- Me gusta trabajar por cuenta propia:
 - Independencia o autonomía.
 - Responsabilidad.
 - Motivación de logro.
 - Ambición.

El entrevistador explica que entendemos por competencias personales y que incluimos en ellas.
 - Las “*competencias y características personales*” las concebimos como las características subyacentes de la persona que están relacionadas con un adecuado desempeño y pueden basarse en la motivación, la personalidad, actitudes y valores.

- *Emprendedor*: persona que pone en marcha una iniciativa empresarial, crea su propia empresa, solo o asociado con otros promotores, asumiendo los riesgos financieros que ello supone, aportando su trabajo y ocupándose de la dirección de la empresa.

5 En general y según tus experiencias ¿Qué competencias han sido más importantes para ti a la hora de crear tu empresa?

6 En general y según tus experiencias ¿Qué competencias te han facilitado la gestión cotidiana de tu empresa?

7 En general y según tus experiencias ¿Qué competencias consideras determinantes para que tu empresa haya alcanzado el éxito?

8 ¿Cómo has adquirido las competencias necesarias para llevar a cabo tu negocio?

- Formación.
- Experiencias laborales.
- Modelado (observación de otras personas y empresas).

Las preguntas 9 a 13 las contesta el entrevistado directamente sobre las hojas del formulario, no es necesario que lea la descripción de cada competencia si sabe a qué se refiere con el título.

9 Según tu experiencia personal valora en que medida has tenido que desarrollar cada una de estas competencias cuando has creado o gestionado tu empresa.

COMPETENCIA

IMPORTANCIA

1. Proactivo: (visión estratégica orientación al futuro) actuar anticipándose a los problemas futuros, necesidades o cambios. <i>Si algo me indica que puede haber problemas en mi negocio procuro solucionarlo incluso antes de que aparezca el problema, siempre estoy intentando captar nuevos clientes, buscar otras salidas, cambios en los productos, nuevas formas de trabajo.</i>										
<i>Crear la empresa</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Gestionarla</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2. Confianza en sí mismo: seguridad en la valoración que hacemos sobre nosotros mismos y sobre nuestras capacidades. <i>Sé que soy capaz de afrontar por mí mismo cualquier problema, soy consciente de mis fortalezas y debilidades, y tengo la seguridad de que puedo sacar adelante mi negocio.</i>										
<i>Crear la empresa</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Gestionarla</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
3. Fijación continua de objetivos: capacidad de establecer metas claras que son desafiantes pero alcanzables. <i>Siempre estoy estableciendo nuevas metas, objetivos y desafíos que permitan que mi negocio se desarrolle.</i>										
<i>Crear la empresa</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Gestionarla</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
4. Capacidad de Asumir riesgos: estar dispuesto a aceptar los riesgos y asumir las responsabilidades que esto supone. <i>Estoy dispuesto a invertir todo lo necesario en mi negocio, si se quiere ganar hay que arriesgarse.</i>										
<i>Crear la empresa</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Gestionarla</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

5. Tolerancia a la incertidumbre: soportar el riesgo Capacidad de vivir con cierta inseguridad. Soportar tensiones. <i>Como empresario debo enfrentar muchas crisis y probables fracasos sin entrar en pánico. No me quita el sueño el estar pendiente de la decisión clave de un comprador, ni la duda de si mi negocio tendrá clientes.</i>										
<i>Crear la empresa</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Gestionarla</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
6. Facilidad para toma de decisiones: no me cuesta tomar una decisión cuando he de hacerlo. <i>No suelo necesitar mucho tiempo para tomar una decisión, no tengo dudas entre las distintas opciones, ni me arrepiento una vez que he optado por una alternativa.</i>										
<i>Crear la empresa</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Gestionarla</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
7. Tolerancia al fracaso: capacidad de asumir los fracasos y superar los contratiempos. <i>Como empresario sé que no siempre las cosas salen bien, los fracasos existen y no por ello me derrumbo, porque debo seguir adelante. Si me sale mal este negocio montare otro.</i>										
<i>Crear la empresa</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Gestionarla</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
8 Estabilidad: procurar que las cosas se hagan siempre de la misma forma que una vez me dio resultado.										
<i>Crear la empresa</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Gestionarla</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
9. Innovación: sentirse cómodo y abierto ante las nuevas ideas, enfoques e información. Tiende a hacer cosas nuevas. Ser creativo <i>Me gusta las cosas originales e intento aplicar nuevas ideas a mi negocio.</i>										
<i>Crear la empresa</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Gestionarla</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
10. Adaptabilidad: flexibilidad para adaptarse a los cambios. <i>Constantemente me pregunto que es lo que querrán mis posibles clientes, pregunto, analizo y me adapto a sus demandas. Valoro como cambia en entorno los productos los gustos etc.</i>										
<i>Crear la empresa</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Gestionarla</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
11 Perseverancia y constancia en el trabajo: tener capacidad de sacrificio, empeño y determinación. <i>Mi trabajo es muy importante si hay que sacar algo adelante no hay horarios ni días festivos. Cuando estoy convencido de lo que quiero no hay nada ni nadie que me aparte de mi camino, aunque ello requiera un gasto importante de energía y tiempo.</i>										
<i>Crear la empresa</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Gestionarla</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
12 Capacidad de trabajar en equipo: ser capaz de crear sinergias grupales en la consecución de metas colectivas. <i>Trabajo bien con otras personas y conseguimos entre todos llegar a metas que no hubiéramos llegado de forma individual.</i>										
<i>Crear la empresa</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Gestionarla</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
13. Liderazgo: capacidad de influir en los demás y contagiar entusiasmo. <i>Me resulta fácil convencer a las personas de mis ideas, mis colaboradores de trabajo se implican enseguida en las tareas que les encomiendo.</i>										
<i>Crear la empresa</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Gestionarla</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
14. Habilidades sociales: habilidad para las relaciones interpersonales. Capacidad de interactuar y relacionarse bien con otras personas. <i>Me gusta el contacto con la gente, me encuentro a gusto relacionándome con otras personas, se me da bien hacer nuevos amigos. Empatía, la gente siente que les entiendo.</i>										

<i>Crear la empresa</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Gestionarla</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
15. Capacidad de comunicación: habilidad de emitir mensajes claros y convincentes. <i>Me resulta fácil comunicarme con mis clientes y proveedores, sé que palabras emplear en cada momento y cómo debe decirle las cosas a cada persona.</i>										
<i>Crear la empresa</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Gestionarla</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
16. Capacidad de utilizar feedback: recurrir a la retroalimentación para evaluar mi trabajo . <i>Constantemente les pido información a mis clientes y colaboradores sobre diversos aspectos del negocio que me permita mejorar.</i>										
<i>Crear la empresa</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Gestionarla</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
17. Reconocer los errores y trata de mejorar(autocritico): conozco mis limitaciones y actúo en consecuencia. Si me equivoco no dudo en reconocerlo.										
<i>Crear la empresa</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Gestionarla</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

10. De las competencias señaladas elige las cinco que consideras más importantes.

10.1. Para crear la empresa:

10. 2. Para gestionarla:

11. ¿En que medida fue importante el que tuvieras estas características o los apoyos y oportunidades del contexto? Puntúa de uno a 10 según la importancia:

- El contexto.
- Las competencias personales.

12. Señale el grado de importancia que tienen los diferentes tipos de motivaciones en su decisión de crear una empresa y mantenerse al frente de ella:

1. Motivación de Seguridad. Búsqueda de estabilidad y tranquilidad. <i>Busco seguridad y no arriesgarme, no me preocupa que mi empresa no sea la mejor, me basta con obtener lo que necesito para vivir tranquilo.</i>										
<i>Crear la empresa</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Gestionarla</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2. Motivación de Reconocimiento. Está motivado por conseguir éxito económico y social. <i>Busco ser reconocido como uno de los mejores empresarios de mi sector y que la gente entienda lo importante que soy.</i>										
<i>Crear la empresa</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Gestionarla</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
3. Motivación de Logro y realización. Tendencia a conseguir objetivos y resultados cada vez más satisfactorios, mejorando constantemente los mismos. <i>Me preocupo por ser mejor y desarrollar todo mi potencial</i> <i>Creo que siempre hay cosas que aprender y cada día puede ser mejor en mi negocio En cuanto veo una oportunidad de ampliar mi negocio estudio como hacerlo, me esfuerzo por mejorar o satisfacer un determinado criterio de excelencia.</i>										
<i>Crear la empresa</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Gestionarla</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
4 Motivación de competición. Procuo superar a la competencia, ser el mejor.										
<i>Crear la empresa</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Gestionarla</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

5. Motivación de Poder. Necesidad de tener influencia sobre otros y la posibilidad de ejercer control sobre ellos. <i>Prefiero situaciones competitivas donde pueda demostrar mi capacidad y me preocupo por ganar prestigio e influencia.</i>										
<i>Crear la empresa</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Gestionarla</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
6. Motivación de Afiliación.. <i>Busco situaciones cooperativas donde puedo ayudar a los demás y me preocupo por entablar relaciones con las personas que me rodean.</i>										
<i>Crear la empresa</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Gestionarla</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
7. Motivación de autonomía. No quiero depender de las decisiones y la forma de trabajar de otro, necesito independencia para tomar mis decisiones y trabajar como yo creo mejor.										
<i>Crear la empresa</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Gestionarla</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
8. Motivación de económica. Interés por ganar el maximo de dinero. <i>Con mi negocio puedo ganar más dinero que trabajando por cuenta ajena.</i>										
<i>Crear la empresa</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Gestionarla</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
9. Motivación de subsistencia. Interés por ganar lo suficiente para vivir dignamente.										
<i>Crear la empresa</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Gestionarla</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

13. De las motivaciones señaladas señala las dos que consideras más importante

13.1. Para crear la empresa:

13.2. Para gestionarla:

DATOS DE IDENTIFICACIÓN DE LA ENTREVISTA:

Nombre.

Sexo.

Empresa.

Sector y actividad de la empresa.

Número de empleados.

Tiempo desde que creó la empresa.

Lo consideramos un emprendedor (completar por el entrevistador):

Vocacional.

Situacional – circunstancial.

ANEXO 2 ENCUESTA A PROFESIONALES SOBRE COMPETENCIAS DE LA PERSONA EMPRENDEDORA

Titulación académica:
 Trabaja de:
 Entidad de trabajo:
 Años trabajando:
 Prioritariamente actúa en el medio: rural urbano
 Sexo: Hombre Mujer

1. ¿Qué conocimientos, habilidades y destrezas deben caracterizar al emprendedor?
2. ¿Hasta que punto un emprendedor exitoso debe poseer las siguientes competencias?
Puntúa de 1 a 5 en función del grado e importancia que le otorgues a cada competencia.

COMPETENCIA	IMPORTANCIA
1. Proactivo: (visión estratégica orientación al futuro) Actua anticipándose a los problemas futuros, necesidades o cambios.	1 2 3 4 5
2. Confianza en sí mismo: seguridad en la valoración que hacemos sobre nosotros mismos y sobre nuestras capacidades.	1 2 3 4 5
3. Fijación continúa de objetivos: capacidad de establecer metas claras que son desafiantes y alcanzables.	1 2 3 4 5
4. Capacidad de Asumir riesgos: estar dispuesto a aceptar los riesgos y asumir las responsabilidades que esto supone.	1 2 3 4 5
5. Tolerancia a la incertidumbre: soportar el riesgo Capacidad de vivir con cierta inseguridad. Soportar tensiones.	1 2 3 4 5
6. Facilidad para toma de decisiones: no me cuesta tomar una decisión cuando he de hacerlo	1 2 3 4 5
7. Tolerancia al fracaso: Capacidad de asumir los fracasos y superar los contratiempos.	1 2 3 4 5
8 Estabilidad: procurar que las cosas se hagan siempre de la misma forma que una vez me dio resultado.	1 2 3 4 5
9. Innovación: Sentirse cómodo y abierto ante las nuevas ideas, enfoques e información. Tiende a hacer cosas nuevas. Ser creativo	1 2 3 4 5
10. Adaptabilidad Flexibilidad para adaptarse a los cambios.	1 2 3 4 5
11 Perseverancia y constancia en el trabajo Tener capacidad de sacrificio, empeño y determinación.	1 2 3 4 5
12 Capacidad de trabajar en equipo: Ser capaces de crear la sinergias grupales en la consecución de metas colectivas.	1 2 3 4 5
13. Liderazgo capacidad de influir en los demás y contagiar entusiasmo.	1 2 3 4 5

14. Habilidades sociales: habilidad para las relaciones interpersonales. Capacidad de interactuar y relacionarse bien con otras personas.	1	2	3	4	5
15. Capacidad de comunicación: Habilidad de emitir mensajes claros y convincentes.	1	2	3	4	5
16. Capacidad de utilizar feedback: Recurrir a la retroalimentación para evaluar mi trabajo.	1	2	3	4	5
17. Reconocer los errores y trata de mejorar (Autocrítico): conozco mis limitaciones y actuó en consecuencia. Si me equivocó no dudó en reconocerlo.	1	2	3	4	5

3. De las competencias señaladas elige las tres que consideras más importantes.
 - 3.1 Para crear la empresa:
 - 3.2. Para gestionarla:
4. ¿Además de los aspectos personales que otras circunstancias desencadena que una persona sea promotor de una empresa? ¿Que influye para que una persona cree una empresa?
5. ¿En qué medida influyen estos aspectos y en que medida las cualidades -competencias de la persona?
6. ¿Cómo evalúas la capacidad personal emprendedora?
7. ¿Cómo se adquieren las habilidades que un emprendedor debe tener? ¿Se podrían enseñar las competencias del emprendedor en acciones formativas? ¿Se ha hecho? ¿Cómo?

ANEXO 3 BATERÍA DE CUESTIONARIOS CUANTITATIVOS

Estimado/a señor/a:

El cuadernillo de cuestionarios que a continuación se presenta forma parte de una investigación para elaborar una tesis doctoral en la Universidad de Valladolid.

Los datos que proporcione serán totalmente *anónimos y confidenciales*, sólo se analizarán en conjunto, no individualmente. Por tanto, no tenga ningún reparo en contestar con *sinceridad* y recuerde que no existen respuestas correctas o incorrectas.

Antes de empezar a rellenar los diferentes cuestionarios, lea las instrucciones y *conteste a todas las preguntas*, Conteste con *espontaneidad*, aunque puede utilizar todo el tiempo que precise para responder a las preguntas.

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

1. DATOS ESTADISTICOS GENERALES

1. Localidad _____	2. Provincia: _____
3. Sexo: o Hombre o Mujer	4. Edad: _____ años.
5. Estado civil: _____	6. ¿Tiene alguna discapacidad? o Sí o No

6. Nivel de estudios:

<input type="checkbox"/> Estudios Primarios / EGB.	<input type="checkbox"/> Módulo de Técnico Superior.
<input type="checkbox"/> FP.	<input type="checkbox"/> Universitarios
<input type="checkbox"/> BUP / COU.	

7. Seleccione la opción que más se ajuste a su situación laboral actual:

7.1. Trabajador por cuenta ajena: o Empresa privada. o Organismo público. o ONG.	7.2. Trabajador por cuenta propia: o Independiente. o Asociado. o En proceso de creación de la empresa.	7.3 No trabaja: o Desempleado. o Estudiante. Su intención es (señala sólo una) : o Opositar a la Administración Pública. o Buscar trabajo en la empresa privada. o Autoempleo / crear su propia empresa.
---	--	--

2. ESCALA DE C.E

Se presenta una serie de frases que recogen formas de pensar o actuar. Señale con un círculo un número del 1 al 5 según este más o menos de acuerdo con cada frase. Sea sincero y espontáneo, no hay contestaciones buenas o malas.

1	2	3	4	5
Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Completamente de acuerdo

1. Tiendo a aceptar la vida como viene sin hacer demasiadas planificaciones.	1	2	3	4	5
2. Sentirme a gusto es más importante para mi que hacer grandes progresos, mejorar o abrirme caminos.	1	2	3	4	5
3. Puedo resolver problemas difíciles si me esfuerzo lo suficiente.	1	2	3	4	5

4. Hay que saber usar las influencia y “los enchufes” para conseguir tu propósito	1	2	3	4	5
5. Es importante observar continuamente y coger ideas de lo que ves incluso en tu tiempo libre para aplicarlo a tu trabajo	1	2	3	4	5
6. Estoy satisfecho de no ser mejor que la mayoría de mis compañeros de estudios o trabajo.	1	2	3	4	5
7. Me es fácil persistir en lo que me he propuesto hasta llegar a alcanzar mis metas.	1	2	3	4	5
8. Me esfuerzo en cultivar la amistad de las personas que pueden serme útiles para mis estudios o profesión.	1	2	3	4	5
9. Me gusta recoger las sugerencias de los clientes para realizar mejoras en el trabajo	1	2	3	4	5
10. Tengo confianza en que podría manejar eficazmente acontecimientos inesperados.	1	2	3	4	5
11. Si las cosas van bien no es necesario evaluar	1	2	3	4	5
12. Me siento intranquilo y aburrido cuando creo que estoy perdiendo el tiempo.	1	2	3	4	5
13. A menudo se me pasan los días sin hacer nada	1	2	3	4	5
14. Gracias a mis cualidades y recursos puedo superar situaciones imprevistas.	1	2	3	4	5
15. Me he esforzado mucho siempre por conseguir estar entre los mejores de mi clase o grupo profesional.	1	2	3	4	5
16. Normalmente sigo las reglas, pues si se han establecido será por una buena razón	1	2	3	4	5
17. Cuando me encuentro en dificultades permanezco tranquilo, porque cuento con las habilidades para manejar la situación.	1	2	3	4	5
18. Estoy intranquilo si no sé qué consecuencias tendrá una decisión	1	2	3	4	5
19. Tiendo a hacer proyectos para el futuro en mi trabajo o profesión.	1	2	3	4	5
20. Trabajar con entusiasmo y perseverancia es la clave del éxito	1	2	3	4	5
21. Venga lo que venga, por lo general soy capaz de manejarlo.	1	2	3	4	5
22. A menudo abordo las tareas de diferentes maneras.	1	2	3	4	5
23. En el trabajo se deben asumir riesgos calculados	1	2	3	4	5
24. Es fundamental revisar frecuentemente la forma de trabajar por si hay que cambiar algo	1	2	3	4	5
25. Me describiría como una persona vaga.	1	2	3	4	5
26. Puedo resolver la mayoría de los problemas si me esfuerzo lo necesario.	1	2	3	4	5
27. Si eres totalmente legal nunca tendrás éxito	1	2	3	4	5
28. Acepto con facilidad nuevas responsabilidades	1	2	3	4	5
29. Me considero una persona ambiciosa.	1	2	3	4	5
30. Si me encuentro en una situación difícil, generalmente se me ocurre lo que debo hacer.	1	2	3	4	5
31. Me intereso por los modos en los que otras personas hacen las cosas que yo hago	1	2	3	4	5
32. Para tener éxito es necesario trabajar sin horario	1	2	3	4	5
33. Estoy dispuesto a participar del éxito que consiguen los demás que a trabajar por mi propio éxito.	1	2	3	4	5
34. A veces hay que saltarse algún aspecto del procedimiento para ser eficaces	1	2	3	4	5
35. Al tener que hacer frente a un problema, generalmente se me ocurren varias alternativas de cómo resolverlo.	1	2	3	4	5
36. Me cuesta dormir si al día siguiente tengo que tomar una decisión muy importante	1	2	3	4	5
37. Considero que es importante conseguir el éxito en la vida.	1	2	3	4	5
38. Disfruto pudiendo usar antiguos conceptos y modos de trabajo de nuevas maneras	1	2	3	4	5
39. Puedo encontrar la manera de obtener lo que quiero, aunque alguien se me oponga.	1	2	3	4	5
40. Adaptarse a las circunstancias debe ser una de las funciones que se debe cumplir	1	2	3	4	5
41. El conseguir los objetivos propuestos debe justificar el arriesgarse en esta vida.	1	2	3	4	5

42. Me crea mucha tensión no estar seguro del resultado de mi trabajo .

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

43. Siguiendo al pie de la letra la normativa y los planes se es más eficaz .

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

3. ESCALA DE L.C.

A continuación elija para cada pregunta, la alternativa (A o B, **sólo una**), que más se aproxime a su forma de pensar, sentir o actuar. No hay contestaciones malas o buenas. No emplee mucho tiempo con cada frase.

1	La idea de que los profesores son injustos con los alumnos es una tontería.	A
	La mayoría de los estudiantes no se dan cuenta del grado en que sus calificaciones están influenciadas por hechos accidentales.	B

2	He encontrado a menudo que lo que tiene que ocurrir, ocurre.	A
	La confianza en el destino nunca ha tenido tanta fuerza para mí, como en el momento de tomar una decisión que lleva a un curso de acción definido.	B

3	En el caso del estudiante bien preparado raras veces se da, si es que se da, lo del “examen injusto”.	A
	Muchas veces, las preguntas de los exámenes tienden a estar tan poco relacionadas con el trabajo del curso, que el estudio es realmente inútil.	B

4	Alcanzar el éxito es cuestión de trabajo duro; la suerte tiene poco, o nada, que ver en ello.	A
	Conseguir un buen trabajo depende principalmente de estar en el lugar exacto en el momento preciso.	B

5	Cuando hago planes estoy casi seguro de que podré ponerlos en marcha.	A
	No siempre es sensato hacer planes a demasiado largo plazo, porque muchas cosas se vuelven, de algún modo, una cuestión de buena o mala suerte.	B

6	En mi caso, conseguir lo que quiero tiene poco, o nada, que ver con la suerte.	A
	Muchas veces daría lo mismo decidir lo que hay que hacer, tirando una moneda al aire.	B

7	Quien logra ser el jefe depende, a menudo, de quien fue lo bastante afortunado de estar el primero en el lugar exacto.	A
	Conseguir que la gente haga lo que debe depende de la propia habilidad y capacidad; la suerte tiene poco, o nada, que ver en ello.	B

8	La mayoría de las personas no se dan cuenta del grado en que sus vidas están controladas por sucesos o hechos accidentales.	A
	Realmente, no existe la “suerte”.	B

9	A la larga, las cosas malas que nos suceden, se compensan con las buenas.	A
---	---	---

	La mayoría de las desgracias son el resultado de la falta de capacidad, ignorancia, pereza, o de las tres cosas a la vez.	B
--	---	---

10	Algunas veces no puedo entender cómo determinan los profesores las calificaciones que dan.	A
	Hay una relación estrecha y directa entre lo que se estudia y las notas obtenidas.	B

11	Mucha de las cosas desagradables en la vida de las personas son, en parte, debidas a la mala suerte	A
	Los infortunios de la gente son el resultado de errores que cometen.	B

12	Muchas veces pienso que tengo poca influencia sobre las cosas que me suceden.	A
	No me puedo creer que el azar o la suerte jueguen un papel importante en mi vida.	B

13	Lo que me sucede es resultado de mis propias acciones.	A
	Algunas veces siento que no tengo bastante control sobre el rumbo que está tomando mi vida.	B

4. CUESTIONARIO S.T

1. ¿Hasta qué punto es importante y significativo el trabajo en su vida?

1	2	3	4	5	6	7
Es una de las cosas menos importantes			Tiene una importancia media		Es una de las cosas más importantes	

2. ¿Qué importancia tienen las siguientes características del trabajo para usted?

1: Ninguna importancia / 5: Máxima importancia

CARACTERÍSTICAS DEL TRABAJO	Valoración				
1. Oportunidades para APRENDER nuevas cosas.	1	2	3	4	5
2. Buenas relaciones INTERPERSONALES (con supervisores y compañeros).	1	2	3	4	5
3. Buenas oportunidades de ascenso o PROMOCIÓN.	1	2	3	4	5
4. HORARIO adecuado.	1	2	3	4	5
5. Mucha VARIEDAD.	1	2	3	4	5
6. Realizar un trabajo INTERESANTE (que le guste).	1	2	3	4	5
7. Buena ESTABILIDAD en el empleo.	1	2	3	4	5
8. Un buen AJUSTE entre las exigencias del trabajo y tu preparación y experiencia.	1	2	3	4	5
9. Buen SUELDO.	1	2	3	4	5
10. Buenas CONDICIONES físicas de trabajo (temperatura, limpieza, poco ruido).	1	2	3	4	5

11. AUTONOMIA (decidir cómo hacer su trabajo).	1	2	3	4	5
12. Posibilidades de fijarse constantemente NUEVOS RETOS y superarse a sí mismo para alcanzarlos	1	2	3	4	5
13. PODER (dirigir y tener influencia sobre los demás).	1	2	3	4	5
14. Posibilidades de INNOVAR (hacer cosas nuevas).	1	2	3	4	5
15. RECONOCIMIENTO (conseguir prestigio social y la admiración de los demás).	1	2	3	4	5

5. BFQ

A continuación se presenta una serie de frases que recogen formas de pensar o actuar. Señale con un círculo un número del 1 al 5 según este más o menos de acuerdo con cada frase. Sea sincero, no hay contestaciones buenas o malas.

1	2	3	4	5
Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Completamente de acuerdo

1. Creo que soy una persona activa y vigorosa.	1	2	3	4	5
2. No me gusta hacer las cosas razonando demasiado sobre ellas.	1	2	3	4	5
3. Tiendo a implicarme demasiado cuando alguien me cuenta sus problemas.	1	2	3	4	5
4. No me preocupan especialmente las consecuencias que mis actos puedan tener sobre los demás.	1	2	3	4	5
5. Estoy siempre informado sobre lo que sucede en el mundo.	1	2	3	4	5
6. Nunca he dicho una mentira	1	2	3	4	5
7. No me gustan las actividades que exigen empeñarse y esforzarse hasta el agotamiento.	1	2	3	4	5
8. Tiendo a ser muy reflexivo.	1	2	3	4	5
9. No suelo sentirme tenso.	1	2	3	4	5
10. Noto fácilmente cuando las personas necesitan mi ayuda.	1	2	3	4	5
11. No recuerdo fácilmente los números de teléfono que son largos.	1	2	3	4	5
12. Siempre he estado completamente de acuerdo con los demás.	1	2	3	4	5
13. Generalmente tiendo a imponerme a las otras personas, más que a condescender con ellas.	1	2	3	4	5
14. Ante los obstáculos grandes, no conviene empeñarse en conseguir los objetivos propios.	1	2	3	4	5
15. Soy mas bien susceptible.	1	2	3	4	5
16. No es necesario comportarse cordialmente con todas las personas.	1	2	3	4	5
17. No me siento muy atraído por las situaciones nuevas o inesperadas.	1	2	3	4	5
18. Siempre he resuelto de inmediato todos los problemas que he encontrado.	1	2	3	4	5
19. No me gustan los ambientes de trabajo en los que hay mucha competitividad.	1	2	3	4	5
20. Llevo a cabo las decisiones que he tomado.	1	2	3	4	5

21. No es fácil que algo o alguien me haga perder la paciencia.	1	2	3	4	5
22. Me gusta mezclarme con la gente.	1	2	3	4	5
23. Toda novedad me entusiasma.	1	2	3	4	5
24. Nunca me he asustado ante un peligro, aunque fuera grave.	1	2	3	4	5
25. Tiendo decidir rápidamente.	1	2	3	4	5
26. Antes de tomar alguna iniciativa, me tomo tiempo para valorar las posibles consecuencias.	1	2	3	4	5
27. No creo ser una persona ansiosa.	1	2	3	4	5
28. No suelo saber cómo actuar sobre las desgracias de mis amigos.	1	2	3	4	5
29. Tengo muy buena memoria.	1	2	3	4	5
30. Siempre he estado absolutamente seguro de todas mis acciones.	1	2	3	4	5
31. En mi trabajo no le concedo especial importancia a rendir mejor que los demás.	1	2	3	4	5
32. No me gusta vivir de manera demasiado metódica y ordenada.	1	2	3	4	5
33. Me siento vulnerable a las críticas de los demás.	1	2	3	4	5
34. Si es preciso, no tengo inconveniente en ayudar a un desconocido.	1	2	3	4	5
35. No me atraen situaciones en constante cambio	1	2	3	4	5
36. Nunca he desobedecido las órdenes recibidas, ni siquiera siendo niño.	1	2	3	4	5
37. No me gustan aquellas actividades en las que es preciso ir de un sitio a otro y moverse continuamente	1	2	3	4	5
38. No creo que sea preciso esforzarse más allá del límite de las propias fuerzas, incluso aunque haya que cumplir algún plazo.	1	2	3	4	5
39. Estoy dispuesto a esforzarme al máximo con tal de destacar.	1	2	3	4	5
40. Si tengo que criticar a los demás, lo hago, sobre todo cuando se lo merecen.	1	2	3	4	5
41. Creo que no hay valores y costumbres totalmente válidos y eternos.	1	2	3	4	5
42. Para enfrentarse a un problema no es efectivo tener presentes muchos puntos de vista diferentes.	1	2	3	4	5
43. En general no me irrito, ni siquiera en situaciones en las que tendría motivos suficientes para ello.	1	2	3	4	5
44. Si me equivoco, siempre me resulta fácil admitirlo.	1	2	3	4	5
45. Cuando me enfado manifiesto mi mal humor.	1	2	3	4	5
46. Llevo a cabo lo que he decidido, aunque me suponga un esfuerzo no previsto.	1	2	3	4	5
47. No pierdo tiempo en aprender cosas que no estén estrictamente relacionadas con mi campo de intereses.	1	2	3	4	5
48. Casi siempre se como ajustarme a las exigencias de los demás.	1	2	3	4	5
49. Llevo adelante las tareas emprendidas, aunque los resultados iniciales parezcan negativos.	1	2	3	4	5
50. No suelo sentirme solo y triste.	1	2	3	4	5
51. No me gusta hacer varias cosas al mismo tiempo.	1	2	3	4	5
52. Habitualmente muestro una actitud cordial, incluso con las personas que me provocan una cierta antipatía.	1	2	3	4	5
53. A menudo estoy completamente absorbido por mis compromisos y actividades.	1	2	3	4	5
54. Cuando entorpecen mis proyectos, no insisto en conseguirlos e intento otros.	1	2	3	4	5

55. No me interesan los programas televisivos que me exigen esfuerzo e implicación.	1	2	3	4	5
56. Soy una persona que siempre busca nuevas experiencias.	1	2	3	4	5
57. Me molesta mucho el desorden.	1	2	3	4	5
58. No suelo reaccionar de modo impulsivo.	1	2	3	4	5
59. Siempre encuentro buenos argumentos para sostener mis propuestas y convencer a los demás de su validez.	1	2	3	4	5
60. Me gusta estar bien informado, incluso sobre temas alejados de mi ámbito de competencia.	1	2	3	4	5
61. No doy mucha importancia a demostrar mis capacidades.	1	2	3	4	5
62. Mi humor pasa por altibajos frecuentes.	1	2	3	4	5
63. A veces me enfado por cosas de poca importancia.	1	2	3	4	5
64. No hago fácilmente un préstamo, ni siquiera a personas que conozco bien.	1	2	3	4	5
65. No me gusta estar en grupos numerosos.	1	2	3	4	5
66. No suelo planificar mi vida hasta en los más pequeños detalles.	1	2	3	4	5
67. Nunca me han interesado la vida y costumbres de otros pueblos.	1	2	3	4	5
68. No dudo en decir lo que pienso.	1	2	3	4	5
69. A menudo me noto inquieto.	1	2	3	4	5
70. En general no es conveniente mostrarse sensible a los problemas de los demás.	1	2	3	4	5
71. En las reuniones no me preocupo especialmente en llamar la atención.	1	2	3	4	5
72. Creo que todo problema puede ser resuelto de varias maneras.	1	2	3	4	5
73. Si creo que tengo razón, intento convencer a los demás aunque me cueste tiempo y energía.	1	2	3	4	5
74. Normalmente tiendo a no fiarme mucho de mi prójimo.	1	2	3	4	5
75. Difícilmente desisto de una actividad que he comenzado.	1	2	3	4	5
76. No suelo perder la calma	1	2	3	4	5
77. No dedico mucho tiempo a la lectura.	1	2	3	4	5
78. Normalmente no entablo conversación con compañeros ocasionales de viaje.	1	2	3	4	5
79. A veces soy tan escrupuloso que puedo resultar pesado.	1	2	3	4	5
80. Siempre me he comportado de modo totalmente desinteresado.	1	2	3	4	5
81. No tengo dificultad para controlar mis sentimientos.	1	2	3	4	5
82. Nunca he sido un perfeccionista.	1	2	3	4	5
83. En diversas circunstancias me he comportado impulsivamente.	1	2	3	4	5
84. Nunca he discutido o peleado con otra persona.	1	2	3	4	5
85. Es inútil empeñarse totalmente en algo, porque la perfección no se alcanza nunca.	1	2	3	4	5
86. Tengo en gran consideración el punto de vista de mis compañeros.	1	2	3	4	5
87. Siempre me han apasionado las ciencias.	1	2	3	4	5
88. Me resulta fácil hacer confidencias a los demás.	1	2	3	4	5
89. Normalmente no reacciono de modo exagerado, ni siquiera ante las emociones fuertes.	1	2	3	4	5
90. No creo que conocer la historia sirva de mucho.	1	2	3	4	5

91. No suelo reaccionar a las provocaciones.	1	2	3	4	5
92. Nada de lo que he hecho podría haberlo hecho mejor.	1	2	3	4	5
93. Creo que todas las personas tienen algo bueno.	1	2	3	4	5
94. Me resulta fácil hablar con personas que no conozco.	1	2	3	4	5
95. No creo que haya posibilidad de convencer a otro cuando no piensa como nosotros.	1	2	3	4	5
96. Si fracaso en algo, lo intento de nuevo hasta conseguirlo.	1	2	3	4	5
97. Siempre me han fascinado las culturas muy diferentes a las mías.	1	2	3	4	5
98. A menudo me siento nervioso.	1	2	3	4	5
99. No soy una persona habladora.	1	2	3	4	5
100.No merece mucho la pena ajustarse a las exigencias de los compañeros, cuando ello supone una disminución del propio ritmo de trabajo.	1	2	3	4	5
101.Siempre he comprendido de inmediato todo lo que he leído.	1	2	3	4	5
102.Siempre estoy seguro de mí mismo.	1	2	3	4	5
103.No comprendo qué empuja a las personas a comportarse de modo diferente a la norma.	1	2	3	4	5
104.Me molesta mucho que me interrumpen mientras estoy haciendo algo que me interesa.	1	2	3	4	5
105.Me gusta mucho ver programas de información cultural o científica.	1	2	3	4	5
106.Antes de entregar un trabajo, dedico mucho tiempo a revisarlo.	1	2	3	4	5
107.Si algo no se desarrolla tan pronto como deseaba, no insisto demasiado.	1	2	3	4	5
108.Si es preciso no dudo en decir a los demás que se metan en sus asuntos.	1	2	3	4	5
109.Si alguna acción mía puede llegar a desagradar a alguien, seguramente dejo de hacerla.	1	2	3	4	5
110.Cuando un trabajo está terminado, no me pongo a repararlo en sus mínimos detalles	1	2	3	4	5
111.Estoy convencido de que se obtienen mejores resultados cooperando con los demás, que compitiendo.	1	2	3	4	5
112.Prefiero leer a practicar alguna actividad deportiva.	1	2	3	4	5
113.Nunca he criticado a otra persona.	1	2	3	4	5
114.Afronto todas mis actividades y experiencias con entusiasmo.	1	2	3	4	5
115.Sólo quedo satisfecho cuando veo los resultados de lo que había programado.	1	2	3	4	5
116.Cuando me critican, no puedo evitar exigir explicaciones.	1	2	3	4	5
117.No se obtiene nada en la vida sin ser competitivo.	1	2	3	4	5
118.Siempre intento ver las cosas desde distintos enfoques.	1	2	3	4	5
119.Incluso en situaciones muy difíciles, no pierdo el control.	1	2	3	4	5
120.A veces incluso pequeñas dificultades pueden llegar a preocuparme.	1	2	3	4	5
121.Generalmente no me comporto de manera abierta con los extraños.	1	2	3	4	5
122.No suelo cambiar de humor bruscamente.	1	2	3	4	5
123.No me gustan las actividades que implican riesgo.	1	2	3	4	5
124.Nunca he tenido mucho interés por los temas científicos o filosóficos.	1	2	3	4	5
125.Cuando empiezo a hacer algo, nunca sé si lo terminaré .	1	2	3	4	5
126.Generalmente confío en los demás y en sus intenciones.	1	2	3	4	5
127.Siempre he mostrado simpatía por todas las personas que he conocido.	1	2	3	4	5

128. Con ciertas personas no es necesario ser demasiado tolerante.
129. Suelo cuidar todas las cosas hasta en sus mínimos detalles.
130. No es trabajando en grupo como se pueden desarrollar mejor las propias capacidades.
131. No suelo buscar soluciones nuevas a problemas para los que ya existe una solución eficaz.
132. No creo que sea útil perder tiempo repasando varias veces el trabajo hecho.

1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5

6. ENCUESTA PARA TRABAJADORES POR CUENTA PROPIA

1. Forma jurídica de su empresa

- o Empresario individual (autónomo) o Cooperativa.
- o Sociedad Anónima.
- o Sociedad Anónima Laboral.
- o Sociedad Colectiva.
- o Sociedad Limitada.

2. Sector en el que se encuadra su empresa o actividad:

- o Agrario. o Hostelería. o Materiales de construcción.
- o Artesanal. o Ind. Alimentaria. o Productos químicos.
- o Comercio. o Ind. manif. no alimentaria. o Servicios sociales.
- o Construcción. o Ind. Transform. Metales. o Servicios sanitarios.
- o Consultoría. o Informática o Siderometalurgia.
- o Enseñanza. o Internet y comercio electrónico. o Transporte y distribución.
- o Electrónica. Otro: _____

3. ¿Cuál es el origen de su empresa? (señale sólo una).

- o Nueva creación. o Herencia.
- o Filial o establecimiento secundario. o Franquicia.
- o Transformación de una empresa anterior. o Compra de una empresa existente.
- o Otro: _____

4. Antes de crear su empresa o empezar a trabajar por cuenta propia, su situación era:

- Estaba trabajando: No estaba trabajando:
- o Había tenido varios empleos temporales. o Había tenido varios empleos temporales.
- o Tenía un empleo estable. o No había trabajado nunca.
- o Había finalizado sus estudios o
- o Estaba estudiando.

5. ¿Había trabajado antes en el sector de la empresa que has creado?

- o Sí o No

6. ¿Cuánto tiempo ha transcurrido desde que empezó a trabajar por su cuenta en este u otro negocio?: _____

7. ¿Cuánto tiempo ha madurado su proyecto empresarial antes de constituir la empresa o empezar a trabajar de forma autónoma?

- o Menos de 6 meses. o Alrededor de 1 año. o Más de 1 año.

8. ¿Por qué razón ha creado su propia empresa? (señale sólo una).

- o Deseaba tener su propio negocio y realizar un proyecto empresarial.
- o Estaba en paro, precariedad laboral o no le gustaban las condiciones en las que trabajaba.

9. ¿Cómo ha surgido la idea de montar su propia empresa o trabajar por su cuenta? (señale sólo una).

- o Desarrollo de un producto innovador / Aparición de un avance tecnológico
- o Oportunidad / detección de necesidades de los consumidores no satisfechas.

10. ¿Algún miembro de **su familia cercana** (padres, hermanos o abuelos) es empresario o ha tenido un negocio propio? o Sí o No
11. ¿En el momento o antes de crear su empresa alguna de sus **amistades próximas** era empresario? o Sí o No
12. **¿Cómo han influido** las siguientes personas a la hora de crear su empresa o trabajar por cuenta propia?

	1: Oposición	2: Desaconsejo	3: Indiferencia	4: Ánimo	5: Ayuda
Cónyuge	1	2	3	4	5
Padres	1	2	3	4	5
Hermanos	1	2	3	4	5
Amigos	1	2	3	4	5
Compañeros	1	2	3	4	5
Profesores	1	2	3	4	5
Técnicos	1	2	3	4	5
Otros.....	1	2	3	4	5

13. A lo largo de su vida, **¿ha sido el "líder o cabecilla"** de algún grupo para realizar actividades de ocio y tiempo libre, culturales, deportivas, asociaciones, etc.?
o Sí o No
14. En el pasado, ¿Se había preocupado por emprender actividades temporales o pequeños negocios que le han aportado algún beneficio económico?
o Sí o No
15. ¿Señale el grado de importancia que tienen los diferentes tipos de motivaciones en su decisión de trabajar por su cuenta o poner en marcha su empresa?

1 puntuación más baja / 5 puntuación más alta

a) Motivación de seguridad tranquilidad de tener un trabajo fijo y un sueldo estable.	1	2	3	4	5
b) Motivación subsistencia : interés por ganar lo suficiente para vivir dignamente.	1	2	3	4	5
c) Motivación económica : ganar el máximo dinero posible.	1	2	3	4	5
d) Motivación de reconocimiento : conseguir prestigio social y la admiración de los demás.	1	2	3	4	5
e) Motivación de logro : impulso para fijarse constantemente nuevos retos y superarse a sí mismo para alcanzar objetivos .	1	2	3	4	5
f) Motivación de poder : deseo de dirigir una organización y tener influencia sobre los demás.	1	2	3	4	5
g) Motivación de autonomía: independencia para tomar las propias decisiones y ser mi propio jefe.	1	2	3	4	5
h) Motivación de afiliación : buscar situaciones cooperativas donde poder ayudar a los demás y relacionarse con las personas que le rodean.	1	2	3	4	5

- 16 De las motivaciones anteriores cual es la que mas influyo (escribe solo una)
17. ¿Cómo ha adquirido las competencias (habilidades, conocimientos y actitudes) necesarias para llevar a cabo su negocio?
o Formación.
o Experiencias laborales.
 Observando y/o consultando a otros empresarios y profesionales.
18. ¿Qué piensa **que es más importante** para que su empresa logre el éxito?
o Sus competencias personales (habilidades, conocimientos y actitudes).
o El entorno socioeconómico (oportunidades del mercado, situación económica ...).

19. Cual es el número total de **trabajadores en plantilla** que tiene su empresa (incluidos socios trabajadores)

20 Cual ha sido la **facturación** de su empresa en el último año
 o menos de 10 millones o entre 10 y 25 millones o entre 25 a 50 millones
 o entre 50 y 100 millones o más de 100 millones

21 Señale en qué grado han variado los siguientes aspectos de su empresa o actividad en el último año:
 (-) Reducción (=) Mantenimiento (+) Aumento

a) Número de clientes.	-	=	+
b) facturación	-	=	+
c) Empleados.	-	=	+
d) Alcance geográfico del negocio.	-	=	+
e) Número de servicios o productos.	-	=	+

22. En general, y en virtud del éxito conseguido se podría considerar su empresa o actividad como:
 o una empresa **humilde** o una **buena** empresa
 o una empresa **normal** o una empresa **excelente**

23 Es usted promotor de **un sólo negocio o de varios** negocios o empresas:
 o Un sólo negocio o Implicado en la creación de varias empresas o negocios

24 Señale en qué grado ha aplicado en su empresa o actividad las siguientes propuestas:
 1: Nada / 5: Totalmente

	1	2	3	4	5
a) Ha introducido un nuevo producto/servicio o ha desarrollado una nueva característica de un producto existente.					
b) Ha introducido un nuevo método o proceso de producción o a modificado un método existente.					
c) Se ha abierto a un nuevo mercado o empleado una nueva estrategia de marketing en un mercado existente.					
d) Ha encontrado nuevas formas de tratar con clientes y/o proveedores (fuentes de suministro).					

25. Si le ofrecieran un puesto de trabajo estable en una empresa privada donde ganara lo mismo, ¿dejaría de trabajar por su cuenta y/o cerraría su empresa?
 o Sí o No
 Si su respuesta ha sido negativa, ¿qué haría si le ofrecieran un 25% más de su sueldo actual?
 o Dejaría de trabajar por mi cuenta y aceptaría el puesto en la empresa privada.
 o Seguiría trabajando por mi cuenta y/o en mi propia empresa.

DATOS DE CONTACTO

- Deseo conocer los resultados de la investigación.
- Me gustaría conocer los resultados de mi cuestionario.
- No me importaría participar en sucesivas pruebas (entrevistas, discusiones en grupo...)

A tal efecto pueden ponerse en contacto conmigo en:

Nombre y apellidos: _____
Dirección: _____ C.P.: _____
Teléfono: _____ 12. E-mail: _____
Nombre de la empresa o entidad (si existe): _____

ANEXO 4.- ENCUESTA TELEFÓNICA A PERSONAS EMPRENDEDORAS QUE CUMPLIMANTARON EL CUESTIONARIO CUANTITATIVO

N^a.....

ENCUESTA TELEFÓNICA PARA TRABAJADORES POR CUENTA PROPIA EN EL CUESTIONARIO CUANTITATIVO.

Estimado/a señor/a:

Las preguntas que a continuación se presenta forma parte de una investigación desarrollada para una tesis doctoral de la UVA de la que realizo hace años un cuestionario.

Los datos que proporcione serán totalmente *anónimos y confidenciales*, por tanto, *no* tenga ningún reparo en contestar con sinceridad y recuerde que no existen respuestas correctas o incorrectas.

DATOS DE IDENTIFICACIÓN PERSONAL Y CONTACTO (anotar sólo los que cambian respecto al primer cuestionario).

Nombre y apellidos: _____
 Dirección: _____ C.P.: _____
 Teléfono: _____ 12. E-mail: _____
 Nombre de la empresa (si existe): _____

CARACTERÍSTICAS PERSONALES.

1. Provincia: _____ 2. Sexo: o Hombre o Mujer
 3. Edad: _____ años. 4. ¿Tiene alguna discapacidad?
 5. Estado civil: _____ o Sí o No

FORMACIÓN. Nivel de estudios

SITUACIÓN LABORAL Cuando relizo la encuesta.

ENCUESTA TELEFÓNICA.

1. Situación actual de la empresa:
 - Continua con la misma línea de negocio.
 - Ha transformado o adaptado la empresa.
 - Ha cerrado.
 - Ha creado otra empresa.
2. En caso de cerrar motivos por los que cerro.
3. Número total de trabajadores que tiene actualmente su empresa.
4. Cual ha sido la facturación de su empresa en el último año (más o menos respecto a cuando hizo el cuestionario).
5. En general, y en virtud del éxito conseguido se podría considerar su empresa o actividad como:
 - Una empresa humilde. Una buena empresa.
 - Una empresa normal. Una empresa excelente.
6. Es usted promotor de uno o esta implicado en varios negocios o empresas:
 - Un sólo negocio.
 - Implicado en varias empresas o negocios.
7. Señale en qué grado han variado los siguientes aspectos de su empresa o actividad en el último año:

(-) Reducción (=) Mantenimiento (+) Aumento

a) Número de clientes.	-	=	+
b) Facturación.	-	=	+
c) Empleados.	-	=	+
d) Alcance geográfico del negocio.	-	=	+
e) Número de servicios o productos.	-	=	+

8 Señale en qué grado ha aplicado en su empresa o actividad las siguientes propuestas:

1: Nada / 5: Totalmente

	1	2	3	4	5
a) Ha introducido un nuevo producto o ha desarrollado una nueva característica de un producto existente.					
b) Ha introducido un nuevo método de producción o modificado un método existente.					
c) Se ha abierto a un nuevo mercado o empleado una nueva estrategia de marketing en un mercado existente.					
d) Ha encontrado nuevas formas de tratar con clientes y/o proveedores (fuentes de suministro.)					

9. ¿Por qué razón ha creado tu propia empresa? (señale sólo una).

- Vocación, deseaba tener mi propio negocio y realizar un proyecto empresarial.
- Estaba en paro, precariedad laboral o no me gustaban las condiciones en las que trabajaba.

10. Si le ofrecieran un puesto de trabajo estable en una empresa privada donde ganara lo mismo, ¿dejaría de trabajar por su cuenta y/o cerraría su empresa?

- Sí
- No

11. Cual ha sido la clave para mantenerse a pesar de las circunstancias económicas (pregunta abierta).

12. Ante el desencadenamiento de la crisis cual a sido su respuesta:

- Mantener mi empresa como estaba.
- Reducir la empresa.
- Ampliar el negocio o buscar nuevas opciones.

13.- Puntúa de 1 poco importante a 10 muy importante en que medida cada una de estas razones ha influido para que mantenga su negocio a pesar de la crisis

- La crisis no ha afectado a mi sector.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
- Reducir los gastos y los costes de proveedores.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
- Reducir salarios.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
- Reducir los beneficios/ganar menos.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
- Mantener la esencia del negocio.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
- No haber crecido-endeudado por encima de mis posibilidades cuando las cosas iban bien.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
- Más trabajo, constancia y sacrificio.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
- He innovado (nuevos producto, nuevas tecnologías...).	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
- Me he adaptado a las nuevas circunstancias.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
- Me ha apoyado/ayudado la familia y amigos.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
- Quiero tener mi negocio sea como sea.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
- Si no mantengo mi negocio me voy al paro.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Otras razones:

-	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
-	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

ANEXO 5. ANALISIS DE DISCRIMINACIÓN Y FIABILIDAD PARA LAS ESCALAS INTEGRALES

5.1. ANÁLISIS DE FIABILIDAD DE CE 133

Tabla A 5.1 Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,899	133

Tabla A 5.2 Estadísticos de los elementos de CE 133

	Media	Desviación típica	N
Lc1b	,5419	,49860	692
Lc3b	,7254	,44662	692
Lc4b	,4870	,50019	692
Lc5b	,5347	,49916	692
Lc6b	,8584	,34891	692
Lc13b	,7673	,42283	692
Lc2b	,4523	,49808	692
Lc7b	,7890	,40830	692
Lc8b	,3194	,46657	692
Lc9b	,2673	,44289	692
Lc10b	,6821	,46600	692
Lc11b	,4697	,49944	692
Lc12b	,6358	,48154	692
Sig.t. Aprender	4,3035	,77242	692
Sig.t. Relaciones	4,1893	,76293	692
Sig.t. Promoción	3,6850	,97087	692
Sig.t. Horario	3,9017	,97235	692
Sig.t. Vanidad	3,6994	,94070	692
Sig.t. Interesante	4,5737	,68817	692
Sig.t. Estabilidad	4,2948	,84025	692
Sig.t. Ajuste	4,0751	,77412	692
Sig.t. Sueldo	4,1257	,80525	692
Sig.t. Condiciones físicas	4,0549	,87240	692
Sig.t. Autonomía	4,1879	,80301	692
Sig.t. Nuevos retos / Logro	4,0318	,83631	692
Sig.t. Poder	2,8208	1,04027	692
Sig.t. Innovar	4,0173	,82630	692
Sig.t. Reconocimiento	3,3237	1,08768	692
Ce1 motiv. Logro	3,2341	1,14888	692
Ce2 motiv. Logro	2,5723	1,12297	692
Ce3 autoeficacia	4,1908	,69817	692
Ce4 adaptacion	3,0549	1,23264	692
Ce5 adaptacion	4,2543	,76957	692
Ce6 motiv. Logro	3,5303	,99081	692
Ce7 autoeficacia	3,6171	1,00902	692
Ce8 motiv. Logro	3,1850	1,09751	692
Ce9 adaptación	4,2702	,66814	692
Ce10 autoeficacia	3,8280	,79482	692
Ce11 adaptacion	3,5462	1,24177	692

Ce12 motiv. Logro	3,7962	1,13889	692
Ce13 motiv. Logro	4,0347	1,07811	692
Ce14 autoeficacia	3,8020	,76072	692
Ce15 motiv. Logro	3,3858	,95027	692
Ce16 innovacion	2,5405	1,00927	692
Ce17 autoeficacia	3,3020	,98753	692
Ce18 Sop. Riesgos	3,6272	,70640	692
Ce19 motiv. Logro	3,8974	,86892	692
Ce20 Cap trabajo	4,2081	,85576	692
Ce21 autoeficacia	3,5390	,88233	692
Ce22 innovacion	3,6373	,86243	692
Ce23 Asu. Riesgos	3,8237	,81279	692
Ce24 adaptacion	4,2009	,69844	692
Ce25 motiv. Logro	4,3092	,88223	692
Ce26 autoeficacia	3,9986	,69211	692
Ce27 adaptacion	2,3266	1,09478	692
Ce28 sop. Riesgo	3,8251	,77389	692
Ce29 motiv. Logro	3,0925	1,07469	692
Ce30 autoeficacia	3,7153	,75022	692
Ce31 adaptacion	3,9697	,75928	692
Ce32 Cap trabajo	2,7832	1,20268	692
Ce33 motiv. Logro	3,6257	1,05154	692
Ce34 adaptacion	3,5087	,92164	692
Ce35 autoeficacia	3,8454	,67459	692
Ce36 sop. Riesgo	2,4725	1,06685	692
Ce37 motiv. Logro	3,6228	,94153	692
Ce38 innovacion	3,7847	,73068	692
Ce39 autoeficacia	3,3988	,88558	692
Ce40 Asu. Riesgos	4,0592	,71228	692
Ce41 Asu. Riesgos	3,6373	,90820	692
Ce42 sop. Riesgo	2,6055	1,00455	692
Ce43 adaptacion	3,1243	,97532	692
Bfq6	4,2110	,87347	692
Bfq5	3,5260	,91974	692
Bfq1	4,0188	,75965	692
Bfq7	3,1561	1,17323	692
Bfq17	3,5723	,98129	692
Bfq14	3,5231	,94771	692
Bfq9	2,7139	1,02878	692
Bfq23	3,6691	,87844	692
Bfq24	2,5737	1,04960	692
Bfq25	2,9480	,99356	692
Bfq20	3,7645	,71434	692
Bfq47	3,6734	,99069	692
Bfq35	2,8858	1,00504	692
Bfq38	3,4379	1,12999	692
Bfq46	3,7182	,77595	692
Bfq49	3,6171	,81548	692
Bfq37	3,4162	1,06526	692
Bfq39	2,7095	,98220	692
Bfq31	3,1821	,98252	692

Bfq36	3,8873	,94816	692
Bfq55	3,3512	,96214	692
Bfq60	3,8483	,79349	692
Bfq66	2,8396	1,10596	692
Bfq51	3,1864	1,10580	692
Bfq68	3,4364	,98189	692
Bfq61	2,9899	,95706	692
Bfq53	3,4032	1,00542	692
Bfq54	3,6344	,82517	692
Bfq56	3,5159	,88795	692
Bfq105	3,6358	,88256	692
Bfq118	3,9350	,64343	692
Bfq100	3,3223	,85161	692
Bfq109	3,4408	,95072	692
Bfq103	3,3237	,94837	692
Bfq131	3,1358	1,02447	692
Bfq125	3,1474	1,06854	692
Bfq115	3,4870	,91053	692
Bfq107	3,1315	,93573	692
Bfq121	3,2168	1,03589	692
Bfq117	2,7529	1,03117	692
Bfq123	3,0954	1,05404	692
Bfq114	3,6734	,79269	692
Bfq102	2,6734	,95499	692
Bfq129	3,2327	,93147	692
Bfq120	2,6546	,99234	692
Bfq41	3,3685	1,19637	692
Bfq42	3,7413	,95688	692
Bfq44	3,3728	,96225	692
Bfq48	3,3988	,78510	692
Bfq72	4,0535	,63999	692
Bfq86	3,8280	,68320	692
Bfq78	3,3049	1,11603	692
Bfq75	3,5520	,88330	692
Bfq96	3,5939	,75020	692
Bfq99	3,3685	1,15952	692
Bfq85	3,0564	1,14303	692
Bfq82	3,0867	1,13540	692
Bfq94	3,4581	1,03889	692

Tabla A 5.3 Estadísticos total-elemento, análisis de fiabilidad de CE 133⁸⁹

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
Lc1b	427,8324	1008,804	,044	,899
Lc3b	427,6488	1008,437	,064	,899
Lc4b	427,8873	1006,586	,114	,899
Lc5b	427,8396	1000,171	,318	,898
Lc6b	427,5159	1006,602	,168	,899

⁸⁹ Eliminando los items con una correlación elemento-total corregida negativa o superior a 0,2, en esta tabla, obtenemos la escala CE 94.

Lc13b	427,6069	1004,478	,216	,899
Lc2b	427,9220	1004,968	,166	,899
Lc7b	427,5853	1005,333	,191	,899
Lc8b	428,0549	1004,462	,195	,899
Lc9b	428,1069	1005,058	,185	,899
Lc10b	427,6922	1007,639	,088	,899
Lc11b	427,9046	1004,926	,167	,899
Lc12b	427,7384	1003,931	,206	,899
Sig.t. Aprender	424,0708	993,538	,335	,898
Sig.t. Relaciones	424,1850	999,957	,205	,899
Sig.t. Promoción	424,6893	990,404	,313	,898
Sig.t. Horario	424,4725	1013,006	-,057	,901
Sig.t. Vanidad	424,6749	993,470	,271	,898
Sig.t. Interesante	423,8006	997,639	,284	,898
Sig.t. Estabilidad	424,0795	1011,777	-,038	,900
Sig.t. Ajuste	424,2991	998,728	,227	,899
Sig.t. Sueldo	424,2486	1004,723	,099	,899
Sig.t. Condiciones físicas	424,3194	1003,467	,113	,899
Sig.t. Autonomía	424,1864	994,366	,305	,898
Sig.t. Nuevos retos / Logro	424,3425	984,117	,489	,897
Sig.t. Poder	425,5535	984,929	,374	,898
Sig.t. Innovar	424,3569	985,994	,458	,897
Sig.t. Reconocimiento	425,0506	987,183	,323	,898
Ce1 motiv. Logro	425,1402	994,205	,206	,899
Ce2 motiv. Logro	425,8020	990,414	,266	,898
Ce3 autoeficacia	424,1835	993,240	,380	,898
Ce4 adaptacion	425,3194	1002,846	,078	,900
Ce5 adaptacion	424,1199	992,952	,349	,898
Ce6 motiv. Logro	424,8439	998,680	,172	,899
Ce7 autoeficacia	424,7572	987,563	,345	,898
Ce8 motiv. Logro	425,1893	992,662	,240	,899
Ce9 adaptación	424,1040	995,105	,353	,898
Ce10 autoeficacia	424,5462	988,397	,429	,898
Ce11 adaptacion	424,8280	996,831	,154	,899
Ce12 motiv. Logro	424,5780	992,898	,226	,899
Ce13 motiv. Logro	424,3396	989,174	,297	,898
Ce14 autoeficacia	424,5723	987,619	,465	,897
Ce15 motiv. Logro	424,9884	985,004	,411	,897
Ce16 innovacion	425,8338	1014,200	-,074	,901
Ce17 autoeficacia	425,0723	987,482	,354	,898
Ce18 Sop. Riesgos	424,7471	986,713	,524	,897
Ce19 motiv. Logro	424,4769	988,850	,381	,898
Ce20 Cap trabajo	424,1662	991,433	,339	,898
Ce21 autoeficacia	424,8353	984,673	,451	,897
Ce22 innovacion	424,7370	996,518	,242	,899
Ce23 Asu. Riesgos	424,5506	997,947	,231	,899
Ce24 adaptacion	424,1734	998,885	,251	,899
Ce25 motiv. Logro	424,0650	992,291	,313	,898
Ce26 autoeficacia	424,3757	992,341	,404	,898
Ce27 adaptacion	426,0477	1015,846	-,095	,901
Ce28 sop. Riesgo	424,5491	989,115	,426	,898

Ce29 motiv. Logro	425,2818	982,795	,393	,897
Ce30 autoeficacia	424,6590	989,096	,441	,898
Ce31 adaptacion	424,4046	996,351	,282	,898
Ce32 Cap trabajo	425,5910	996,170	,169	,899
Ce33 motiv. Logro	424,7486	1002,523	,102	,900
Ce34 adaptacion	424,8656	1005,384	,072	,900
Ce35 autoeficacia	424,5289	992,993	,400	,898
Ce36 sop. Riesgo	425,9017	999,605	,144	,899
Ce37 motiv. Logro	424,7514	992,432	,289	,898
Ce38 innovacion	424,5896	994,862	,327	,898
Ce39 autoeficacia	424,9754	987,807	,393	,898
Ce40 Asu. Riesgos	424,3150	998,134	,262	,899
Ce41 Asu. Riesgos	424,7370	997,654	,209	,899
Ce42 sop. Riesgo	425,7688	1005,832	,057	,900
Ce43 adaptacion	425,2500	1007,089	,039	,900
Bfq6	424,1633	1007,813	,034	,900
Bfq5	424,8483	997,601	,207	,899
Bfq1	424,3555	988,054	,457	,897
Bfq7	425,2182	983,948	,341	,898
Bfq17	424,8020	984,097	,412	,897
Bfq14	424,8512	991,004	,311	,898
Bfq9	425,6604	1008,711	,010	,900
Bfq23	424,7052	983,804	,470	,897
Bfq24	425,8006	991,187	,275	,898
Bfq25	425,4263	997,261	,194	,899
Bfq20	424,6098	994,463	,343	,898
Bfq47	424,7009	995,984	,216	,899
Bfq35	425,4884	997,373	,190	,899
Bfq38	424,9364	979,830	,415	,897
Bfq46	424,6561	990,654	,393	,898
Bfq49	424,7572	990,812	,370	,898
Bfq37	424,9581	989,315	,298	,898
Bfq39	425,6647	989,391	,325	,898
Bfq31	425,1922	992,642	,272	,898
Bfq36	424,4870	1008,417	,019	,900
Bfq55	425,0231	999,015	,173	,899
Bfq60	424,5260	995,758	,281	,898
Bfq66	425,5347	995,624	,195	,899
Bfq51	425,1879	989,709	,281	,898
Bfq68	424,9379	995,872	,220	,899
Bfq61	425,3844	995,445	,233	,899
Bfq53	424,9711	994,834	,230	,899
Bfq54	424,7399	994,337	,297	,898
Bfq56	424,8584	985,201	,439	,897
Bfq105	424,7384	996,379	,239	,899
Bfq118	424,4393	999,082	,269	,899
Bfq100	425,0520	1005,773	,073	,900
Bfq109	424,9335	1018,263	-,144	,901
Bfq103	425,0506	1008,540	,017	,900
Bfq131	425,2384	988,924	,318	,898
Bfq125	425,2269	1001,808	,111	,900

Bfq115	424,8873	999,404	,177	,899
Bfq107	425,2428	1005,191	,074	,900
Bfq121	425,1575	989,925	,298	,898
Bfq117	425,6214	997,838	,177	,899
Bfq123	425,2789	986,190	,350	,898
Bfq114	424,7009	989,997	,397	,898
Bfq102	425,7009	992,592	,282	,898
Bfq129	425,1416	993,012	,282	,898
Bfq120	425,7197	1000,021	,150	,899
Bfq41	425,0058	1014,260	-,069	,901
Bfq42	424,6329	995,589	,231	,899
Bfq44	425,0014	998,740	,177	,899
Bfq48	424,9754	998,956	,219	,899
Bfq72	424,3208	1000,998	,223	,899
Bfq86	424,5462	1002,927	,163	,899
Bfq78	425,0694	984,617	,351	,898
Bfq75	424,8223	992,272	,313	,898
Bfq96	424,7803	991,865	,381	,898
Bfq99	425,0058	984,065	,344	,898
Bfq85	425,3179	987,263	,305	,898
Bfq82	425,2876	988,473	,290	,898
Bfq94	424,9162	983,886	,391	,898

ANEXO 5.2. PRUEBA T PARA LA IGUALDAD DE MEDIAS ENTRE PERSONAS EMPRENDEDORAS Y NO EMPRENDEDORAS, CONTRASTANDO TODAS LAS VARIABLE INCLUIDAS EN LAS ESCALAS DE MOTIVACIONES, SIGNIFICADO DEL TRABAJO, CE Y BFQ

Tabla A 5.4 Prueba de muestras independientes⁹⁰

		Prueba de Levene para la igualdad de varianzas		Prueba T para la igualdad de medias				
		F	Sig.	T	Gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Error típ. De la diferencia
Ce1 Motv. Logro	Varianzas iguales	3,632	,057	-,213	1055	,831	-,016	,073
	No varianzas iguales			-,210	805,330	,833	-,016	,074
Ce2 Motv. Logro	Varianzas iguales	10,824	,001	-2,143	1058	,032	-,151	,071
	No varianzas iguales			-2,101	792,054	,036	-,151	,072
Ce3 Autoeficacia	Varianzas iguales	,269	,604	-,867	1060	,386	-,040	,047
	No varianzas iguales			-,883	895,664	,377	-,040	,046
Ce4 Adaptacion	Varianzas iguales	,801	,371	1,357	1061	,175	,106	,078
	No varianzas iguales			1,346	822,302	,179	,106	,078
Ce5 Adaptacion	Varianzas iguales	1,049	,306	-4,977	1064	,000	-,243	,049
	No varianzas iguales			-5,240	982,105	,000	-,243	,046
Ce6 Motv. Logro	Varianzas iguales	6,453	,011	,999	1055	,318	,064	,064
	No varianzas iguales			,973	770,720	,331	,064	,066
Ce7 Autoeficacia	Varianzas iguales	2,462	,117	-2,239	1055	,025	-,143	,064

⁹⁰ Señalamos en negrita los elementos significativos a ,000, que seleccionamos para diseñar la escala CE17.

	No varianzas iguales			-2,250	847,190	,025	-,143	,064
Ce8 Motv. Logro	Varianzas iguales	1,386	,239	-4,952	1060	,000	-,342	,069
	No varianzas iguales			-4,958	850,037	,000	-,342	,069
Ce9 Adaptación	Varianzas iguales	8,923	,003	-4,175	1051	,000	-,185	,044
	No varianzas iguales			-4,134	819,839	,000	-,185	,045
Ce10 Autoeficacia	Varianzas iguales	1,049	,306	-2,014	1056	,044	-,108	,053
	No varianzas iguales			-2,025	857,583	,043	-,108	,053
Ce11 Adaptacion	Varianzas iguales	2,076	,150	2,783	1058	,005	,222	,080
	No varianzas iguales			2,777	828,101	,006	,222	,080
Ce12 Motv. Logro	Varianzas iguales	5,963	,015	1,195	1057	,232	,088	,074
	No varianzas iguales			1,177	801,763	,240	,088	,075
Ce13 Motv. Logro	Varianzas iguales	13,899	,000	-5,095	1062	,000	-,350	,069
	No varianzas iguales			-5,315	957,941	,000	-,350	,066
Ce14 Autoeficacia	Varianzas iguales	2,867	,091	-1,967	1059	,049	-,096	,049
	No varianzas iguales			-1,977	856,282	,048	-,096	,049
Ce15 Motv. Logro	Varianzas iguales	1,635	,201	-4,132	1058	,000	-,256	,062
	No varianzas iguales			-4,119	833,166	,000	-,256	,062
Ce16 Innovacion	Varianzas iguales	,519	,471	,693	1058	,488	,043	,062
	No varianzas iguales			,696	854,443	,487	,043	,062
Ce17 Autoeficacia	Varianzas iguales	,011	,915	-1,634	1057	,103	-,105	,064
	No varianzas iguales			-1,636	850,805	,102	-,105	,064
Ce18 Sop. riesgos	Varianzas iguales	1,474	,225	-4,641	1065	,000	-,205	,044
	No varianzas iguales			-4,721	894,189	,000	-,205	,043
Ce19 Motv. Logro	Varianzas iguales	7,519	,006	-4,562	1062	,000	-,247	,054
	No varianzas iguales			-4,625	887,025	,000	-,247	,053
Ce20 Cap trabajo	Varianzas iguales	,156	,693	-3,601	1056	,000	-,196	,054
	No varianzas iguales			-3,663	890,894	,000	-,196	,054
Ce21 Autoeficacia	Varianzas iguales	2,602	,107	-4,041	1058	,000	-,224	,056
	No varianzas iguales			-4,058	856,563	,000	-,224	,055
Ce22 Innovacion	Varianzas iguales	,166	,684	-1,367	1059	,172	-,074	,054
	No varianzas iguales			-1,363	838,023	,173	-,074	,055
ce23 Asu. riesgos	Varianzas iguales	35,811	,000	-5,188	1059	,000	-,262	,051
	No varianzas iguales			-5,352	930,821	,000	-,262	,049
Ce24 Adaptacion	Varianzas iguales	,681	,409	-1,941	1059	,053	-,085	,044
	No varianzas iguales			-1,965	880,715	,050	-,085	,043
Ce25 Motv. Logro	Varianzas iguales	,951	,330	-,913	1057	,361	-,053	,058
	No varianzas iguales			-,900	801,975	,369	-,053	,059
Ce26 Autoeficacia	Varianzas iguales	,612	,434	-,753	1061	,451	-,034	,045
	No varianzas iguales			-,742	805,328	,458	-,034	,046
Ce27 Adaptacion	Varianzas iguales	,895	,344	,105	1061	,917	,007	,070
	No varianzas iguales			,106	867,663	,916	,007	,070
Ce28 Sop. Riesgo	Varianzas iguales	4,193	,041	-2,223	1062	,026	-,112	,050
	No varianzas iguales			-2,254	881,377	,024	-,112	,050
Ce29 Motv. Logro	Varianzas iguales	3,260	,071	-3,691	1063	,000	-,246	,067
	No varianzas iguales			-3,648	814,708	,000	-,246	,067
Ce30 Autoeficacia	Varianzas iguales	24,930	,000	-3,853	1061	,000	-,185	,048
	No varianzas iguales			-3,967	925,103	,000	-,185	,047
Ce31 Adaptacion	Varianzas iguales	1,343	,247	,018	1056	,986	,001	,047
	No varianzas iguales			,018	824,603	,986	,001	,048

Ce32 Cap trabajo	Varianzas iguales	4,968	,026	-7,341	1061	,000	-,546	,074
	No varianzas iguales			-7,241	812,359	,000	-,546	,075
Ce33 Motv. Logro	Varianzas iguales	5,118	,024	-4,230	1047	,000	-,277	,066
	No varianzas iguales			-4,249	851,188	,000	-,277	,065
Ce34 Adaptacion	Varianzas iguales	,014	,905	-,001	1050	,999	,000	,058
	No varianzas iguales			-,001	833,485	,999	,000	,058
Ce35 Autoeficacia	Varianzas iguales	6,917	,009	-2,123	1061	,034	-,092	,043
	No varianzas iguales			-2,167	901,981	,031	-,092	,042
Ce36 Sop. Riesgo	Varianzas iguales	,202	,653	-,886	1060	,376	-,061	,069
	No varianzas iguales			-,885	843,074	,376	-,061	,069
Ce37 Motv. Logro	Varianzas iguales	2,979	,085	-2,396	1058	,017	-,144	,060
	No varianzas iguales			-2,411	860,777	,016	-,144	,060
Ce38 Innovacion	Varianzas iguales	,197	,657	-,139	1045	,890	-,006	,046
	No varianzas iguales			-,137	805,943	,891	-,006	,047
Ce39 Autoeficacia	Varianzas iguales	,372	,542	-1,878	1053	,061	-,106	,057
	No varianzas iguales			-1,893	858,237	,059	-,106	,056
ce40 Asu. riesgos	Varianzas iguales	,304	,582	-,717	1060	,474	-,033	,046
	No varianzas iguales			-,726	877,466	,468	-,033	,045
ce41 Asu. riesgos	Varianzas iguales	1,693	,194	-2,636	1056	,009	-,154	,058
	No varianzas iguales			-2,626	837,272	,009	-,154	,059
Ce42 Sop. Riesgo	Varianzas iguales	,014	,904	,669	1048	,504	,042	,063
	No varianzas iguales			,669	846,845	,504	,042	,063
Ce43 Adaptacion	Varianzas iguales	16,504	,000	4,067	1045	,000	,254	,062
	No varianzas iguales			4,136	888,075	,000	,254	,061
Sig.t. Aprender	Varianzas iguales	,973	,324	-2,927	1057	,004	-,144	,049
	No varianzas iguales			-3,001	912,379	,003	-,144	,048
Sig.t. Relaciones	Varianzas iguales	2,359	,125	,196	1054	,844	,010	,051
	No varianzas iguales			,194	806,246	,846	,010	,052
Sig.t. Promoción	Varianzas iguales	2,702	,101	,319	1051	,750	,020	,063
	No varianzas iguales			,313	780,329	,754	,020	,064
Sig.t. Horario	Varianzas iguales	11,020	,001	2,903	1057	,004	,177	,061
	No varianzas iguales			2,816	761,930	,005	,177	,063
Sig.t. Vanidad	Varianzas iguales	,981	,322	-1,635	1053	,102	-,097	,059
	No varianzas iguales			-1,643	847,563	,101	-,097	,059
Sig.t. Interesante	Varianzas iguales	1,800	,180	-,912	1055	,362	-,039	,043
	No varianzas iguales			-,928	887,127	,354	-,039	,042
Sig.t. Estabilidad	Varianzas iguales	4,239	,040	3,097	1053	,002	,160	,052
	No varianzas iguales			2,990	746,745	,003	,160	,054
Sig.t. Ajuste	Varianzas iguales	,368	,544	-1,003	1053	,316	-,050	,049
	No varianzas iguales			-1,010	859,585	,313	-,050	,049
Sig.t. Sueldo	Varianzas iguales	,695	,405	,630	1054	,529	,033	,052
	No varianzas iguales			,632	850,055	,528	,033	,052
Sig.t. Condiciones físicas	Varianzas iguales	1,369	,242	-,967	1055	,334	-,053	,055
	No varianzas iguales			-,979	872,339	,328	-,053	,054
Sig.t. Autonomía	Varianzas iguales	,693	,405	-6,026	1055	,000	-,308	,051
	No varianzas iguales			-6,281	951,661	,000	-,308	,049
Sig.t. Nuevos retos / Logro	Varianzas iguales	,009	,924	-3,849	1055	,000	-,209	,054
	No varianzas iguales			-3,913	890,327	,000	-,209	,053
Sig.t. Poder	Varianzas iguales	,155	,694	-2,885	1054	,004	-,195	,068

	No varianzas iguales			-2,833	792,165	,005	-,195	,069
Sig.t. Innovar	Varianzas iguales	3,817	,051	-4,297	1057	,000	-,230	,053
	No varianzas iguales			-4,490	960,178	,000	-,230	,051
Sig.t. Reconocimiento	Varianzas iguales	2,197	,139	-1,155	1055	,248	-,079	,068
	No varianzas iguales			-1,140	804,561	,255	-,079	,069
bfq1	Varianzas iguales	,402	,526	-1,786	1055	,074	-,087	,049
	No varianzas iguales			-1,805	870,632	,071	-,087	,048
bfq2	Varianzas iguales	,349	,555	-,067	1052	,947	-,004	,063
	No varianzas iguales			-,067	845,107	,946	-,004	,063
bfq3	Varianzas iguales	2,169	,141	-1,985	1051	,047	-,113	,057
	No varianzas iguales			-1,963	813,160	,050	-,113	,058
bfq4	Varianzas iguales	3,023	,082	,909	1053	,364	,057	,062
	No varianzas iguales			,920	868,391	,358	,057	,062
bfq5	Varianzas iguales	,100	,751	-1,050	1053	,294	-,062	,059
	No varianzas iguales			-1,050	836,359	,294	-,062	,059
bfq6	Varianzas iguales	,021	,884	3,421	1051	,001	,197	,058
	No varianzas iguales			3,372	802,563	,001	,197	,058
bfq7	Varianzas iguales	,049	,824	,098	1048	,922	,007	,075
	No varianzas iguales			,098	840,343	,922	,007	,075
bfq8	Varianzas iguales	,727	,394	1,593	1051	,111	,092	,058
	No varianzas iguales			1,581	820,820	,114	,092	,058
bfq9	Varianzas iguales	2,305	,129	-,177	1054	,860	-,012	,066
	No varianzas iguales			-,179	876,444	,858	-,012	,065
bfq10	Varianzas iguales	,205	,651	-,061	1054	,951	-,003	,051
	No varianzas iguales			-,062	856,115	,951	-,003	,050
bfq11	Varianzas iguales	1,400	,237	1,179	1049	,239	,094	,080
	No varianzas iguales			1,186	851,511	,236	,094	,080
bfq12	Varianzas iguales	3,090	,079	-,879	1050	,380	-,044	,050
	No varianzas iguales			-,897	895,081	,370	-,044	,049
bfq13	Varianzas iguales	4,428	,036	-1,861	1050	,063	-,111	,060
	No varianzas iguales			-1,830	799,007	,068	-,111	,061
bfq14	Varianzas iguales	,358	,550	,254	1046	,800	,016	,062
	No varianzas iguales			,252	819,640	,801	,016	,063
bfq19	Varianzas iguales	12,604	,000	-4,129	1049	,000	-,272	,066
	No varianzas iguales			-4,056	791,491	,000	-,272	,067
bfq20	Varianzas iguales	5,436	,020	-2,892	1051	,004	-,133	,046
	No varianzas iguales			-2,917	864,335	,004	-,133	,046
bfq21	Varianzas iguales	,018	,893	-,660	1045	,509	-,046	,070
	No varianzas iguales			-,658	832,720	,510	-,046	,070
bfq22	Varianzas iguales	,510	,475	,123	1050	,902	,008	,061
	No varianzas iguales			,124	861,063	,901	,008	,061
bfq23	Varianzas iguales	1,743	,187	-1,656	1049	,098	-,096	,058
	No varianzas iguales			-1,669	866,172	,095	-,096	,057
bfq24	Varianzas iguales	9,898	,002	-4,130	1051	,000	-,271	,066
	No varianzas iguales			-4,053	790,862	,000	-,271	,067
bfq25	Varianzas iguales	1,449	,229	-5,447	1048	,000	-,345	,063
	No varianzas iguales			-5,384	807,775	,000	-,345	,064
bfq26	Varianzas iguales	1,737	,188	,022	1054	,983	,001	,054
	No varianzas iguales			,021	806,318	,983	,001	,054

bfq27	Varianzas iguales	1,713	,191	-1,503	1052	,133	-,093	,062
	No varianzas iguales			-1,512	858,643	,131	-,093	,062
bfq28	Varianzas iguales	4,465	,035	-1,819	1045	,069	-,108	,059
	No varianzas iguales			-1,837	857,521	,067	-,108	,059
bfq29	Varianzas iguales	,006	,940	1,076	1047	,282	,069	,064
	No varianzas iguales			1,077	838,253	,282	,069	,064
bfq30	Varianzas iguales	,596	,440	-3,778	1046	,000	-,217	,057
	No varianzas iguales			-3,808	855,465	,000	-,217	,057
bfq31	Varianzas iguales	,498	,481	-2,714	1045	,007	-,171	,063
	No varianzas iguales			-2,706	823,114	,007	-,171	,063
bfq32	Varianzas iguales	,187	,665	-,274	1049	,784	-,018	,066
	No varianzas iguales			-,271	811,735	,786	-,018	,067
bfq33	Varianzas iguales	1,495	,222	-2,491	1043	,013	-,152	,061
	No varianzas iguales			-2,509	857,293	,012	-,152	,061
bfq34	Varianzas iguales	,025	,875	1,619	1044	,106	,069	,042
	No varianzas iguales			1,636	853,598	,102	,069	,042
bfq35	Varianzas iguales	1,481	,224	-,252	1041	,801	-,016	,064
	No varianzas iguales			-,255	866,223	,799	-,016	,063
bfq36	Varianzas iguales	7,846	,005	3,852	1039	,000	,236	,061
	No varianzas iguales			3,827	812,415	,000	,236	,062
bfq37	Varianzas iguales	,620	,431	-,237	1042	,812	-,016	,068
	No varianzas iguales			-,239	846,323	,811	-,016	,067
bfq38	Varianzas iguales	,666	,415	-1,108	1040	,268	-,081	,073
	No varianzas iguales			-1,099	802,296	,272	-,081	,073
bfq39	Varianzas iguales	,665	,415	-2,185	1042	,029	-,135	,062
	No varianzas iguales			-2,193	839,711	,029	-,135	,061
bfq40	Varianzas iguales	2,531	,112	,461	1035	,645	,030	,065
	No varianzas iguales			,455	792,432	,649	,030	,066
bfq41	Varianzas iguales	,036	,849	-,110	1037	,912	-,008	,074
	No varianzas iguales			-,110	806,458	,913	-,008	,075
bfq42	Varianzas iguales	3,831	,051	1,932	1037	,054	,120	,062
	No varianzas iguales			1,919	807,586	,055	,120	,063
bfq43	Varianzas iguales	4,329	,038	-,145	1044	,884	-,010	,066
	No varianzas iguales			-,143	795,467	,886	-,010	,067
bfq44	Varianzas iguales	,021	,886	,190	1043	,849	,012	,062
	No varianzas iguales			,190	822,542	,849	,012	,062
bfq45	Varianzas iguales	,158	,691	-,177	1039	,859	-,011	,061
	No varianzas iguales			-,177	828,389	,859	-,011	,061
bfq46	Varianzas iguales	,783	,376	-1,801	1035	,072	-,091	,051
	No varianzas iguales			-1,793	814,091	,073	-,091	,051
bfq47	Varianzas iguales	9,461	,002	2,443	1038	,015	,158	,065
	No varianzas iguales			2,399	777,372	,017	,158	,066
bfq48	Varianzas iguales	,071	,790	-1,406	1033	,160	-,071	,051
	No varianzas iguales			-1,406	829,205	,160	-,071	,051
bfq49	Varianzas iguales	,167	,683	-1,363	1037	,173	-,071	,052
	No varianzas iguales			-1,343	787,023	,180	-,071	,053
bfq50	Varianzas iguales	2,847	,092	-2,486	1036	,013	-,169	,068
	No varianzas iguales			-2,512	852,402	,012	-,169	,067
bfq51	Varianzas iguales	,729	,394	1,555	1034	,120	,110	,070

	No varianzas iguales			1,542	805,738	,124	,110	,071
bfq52	Varianzas iguales	3,621	,057	-1,314	1036	,189	-,072	,055
	No varianzas iguales			-1,330	850,437	,184	-,072	,054
bfq53	Varianzas iguales	,289	,591	-3,442	1039	,001	-,221	,064
	No varianzas iguales			-3,430	817,535	,001	-,221	,065
bfq54	Varianzas iguales	,013	,909	-,983	1029	,326	-,054	,055
	No varianzas iguales			-,986	827,380	,325	-,054	,054
bfq55	Varianzas iguales	,440	,507	1,267	1032	,206	,079	,062
	No varianzas iguales			1,257	793,078	,209	,079	,063
bfq56	Varianzas iguales	6,221	,013	-1,390	1039	,165	-,079	,057
	No varianzas iguales			-1,424	886,525	,155	-,079	,056
bfq57	Varianzas iguales	2,560	,110	-1,114	1037	,266	-,074	,067
	No varianzas iguales			-1,127	855,651	,260	-,074	,066
bfq58	Varianzas iguales	,642	,423	,160	1034	,873	,011	,066
	No varianzas iguales			,162	845,960	,872	,011	,066
bfq59	Varianzas iguales	,368	,544	-2,915	1037	,004	-,162	,055
	No varianzas iguales			-2,913	820,351	,004	-,162	,056
bfq60	Varianzas iguales	,005	,943	-,848	1039	,396	-,043	,051
	No varianzas iguales			-,843	807,206	,400	-,043	,051
bfq61	Varianzas iguales	,125	,723	2,771	1039	,006	,170	,061
	No varianzas iguales			2,774	827,219	,006	,170	,061
bfq62	Varianzas iguales	,482	,487	-,422	1039	,673	-,029	,069
	No varianzas iguales			-,426	853,533	,670	-,029	,068
bfq63	Varianzas iguales	,355	,551	-,217	1042	,828	-,015	,069
	No varianzas iguales			-,219	846,337	,827	-,015	,069
bfq64	Varianzas iguales	2,203	,138	2,772	1036	,006	,188	,068
	No varianzas iguales			2,754	807,461	,006	,188	,068
bfq65	Varianzas iguales	,342	,559	1,005	1041	,315	,071	,071
	No varianzas iguales			1,011	844,954	,312	,071	,070
bfq66	Varianzas iguales	,371	,543	,324	1039	,746	,023	,070
	No varianzas iguales			,326	840,887	,744	,023	,069
bfq67	Varianzas iguales	,000	,997	1,250	1037	,212	,067	,053
	No varianzas iguales			1,245	815,066	,214	,067	,053
bfq68	Varianzas iguales	,045	,832	-1,288	1041	,198	-,080	,062
	No varianzas iguales			-1,284	822,955	,199	-,080	,062
bfq69	Varianzas iguales	,145	,703	,390	1037	,697	,025	,065
	No varianzas iguales			,389	825,746	,697	,025	,065
bfq70	Varianzas iguales	1,930	,165	1,771	1038	,077	,112	,063
	No varianzas iguales			1,766	817,866	,078	,112	,064
bfq71	Varianzas iguales	4,568	,033	-1,842	1038	,066	-,101	,055
	No varianzas iguales			-1,809	780,920	,071	-,101	,056
bfq72	Varianzas iguales	,447	,504	,316	1038	,752	,013	,043
	No varianzas iguales			,317	838,492	,751	,013	,042
bfq73	Varianzas iguales	,774	,379	-,894	1039	,372	-,049	,055
	No varianzas iguales			-,897	840,300	,370	-,049	,055
bfq74	Varianzas iguales	,011	,915	,282	1039	,778	,018	,064
	No varianzas iguales			,283	827,452	,777	,018	,064
bfq75	Varianzas iguales	,056	,813	-1,503	1037	,133	-,088	,058
	No varianzas iguales			-1,499	817,030	,134	-,088	,059

bfq76	Varianzas iguales	2,140	,144	-1,513	1037	,131	-,095	,063
	No varianzas iguales			-1,535	863,460	,125	-,095	,062
bfq77	Varianzas iguales	,390	,532	2,205	1033	,028	,173	,078
	No varianzas iguales			2,217	837,069	,027	,173	,078
bfq78	Varianzas iguales	1,682	,195	-,279	1035	,780	-,020	,071
	No varianzas iguales			-,281	843,802	,779	-,020	,070
bfq79	Varianzas iguales	16,978	,000	2,619	1039	,009	,168	,064
	No varianzas iguales			2,690	894,997	,007	,168	,062
bfq80	Varianzas iguales	,120	,729	-,505	1040	,614	-,032	,063
	No varianzas iguales			-,503	815,984	,615	-,032	,064
bfq81	Varianzas iguales	,543	,461	-3,424	1038	,001	-,216	,063
	No varianzas iguales			-3,487	875,537	,001	-,216	,062
bfq82	Varianzas iguales	3,233	,072	1,168	1036	,243	,084	,072
	No varianzas iguales			1,185	869,289	,236	,084	,071
bfq83	Varianzas iguales	,783	,377	-1,350	1035	,177	-,082	,061
	No varianzas iguales			-1,348	823,421	,178	-,082	,061
bfq84	Varianzas iguales	2,674	,102	-3,126	1039	,002	-,188	,060
	No varianzas iguales			-3,082	790,484	,002	-,188	,061
bfq85	Varianzas iguales	,746	,388	-1,592	1034	,112	-,117	,073
	No varianzas iguales			-1,585	812,023	,113	-,117	,074
bfq86	Varianzas iguales	,237	,627	,226	1039	,821	,010	,045
	No varianzas iguales			,227	834,330	,820	,010	,044
bfq87	Varianzas iguales	2,127	,145	-,970	1037	,332	-,070	,073
	No varianzas iguales			-,982	860,285	,326	-,070	,072
bfq88	Varianzas iguales	2,723	,099	-,123	1036	,902	-,009	,070
	No varianzas iguales			-,124	857,064	,902	-,009	,070
bfq89	Varianzas iguales	2,021	,155	-2,602	1038	,009	-,168	,065
	No varianzas iguales			-2,635	864,050	,009	-,168	,064
bfq90	Varianzas iguales	,707	,401	1,995	1039	,046	,120	,060
	No varianzas iguales			1,972	795,824	,049	,120	,061
bfq91	Varianzas iguales	,063	,801	-,192	1036	,848	-,013	,066
	No varianzas iguales			-,194	856,896	,846	-,013	,065
bfq92	Varianzas iguales	,470	,493	-2,437	1034	,015	-,129	,053
	No varianzas iguales			-2,400	783,165	,017	-,129	,054
bfq93	Varianzas iguales	,326	,568	1,114	1040	,266	,061	,055
	No varianzas iguales			1,107	813,423	,269	,061	,055
bfq94	Varianzas iguales	4,429	,036	-1,875	1031	,061	-,126	,067
	No varianzas iguales			-1,904	852,995	,057	-,126	,066
bfq95	Varianzas iguales	5,639	,018	,542	1036	,588	,032	,059
	No varianzas iguales			,532	780,206	,595	,032	,060
bfq96	Varianzas iguales	2,336	,127	,550	1038	,583	,027	,050
	No varianzas iguales			,542	793,020	,588	,027	,050
bfq97	Varianzas iguales	3,732	,054	1,558	1038	,120	,094	,061
	No varianzas iguales			1,535	791,812	,125	,094	,061
bfq98	Varianzas iguales	1,952	,163	-1,037	1036	,300	-,069	,066
	No varianzas iguales			-1,050	859,233	,294	-,069	,066
bfq99	Varianzas iguales	4,159	,042	-1,076	1040	,282	-,082	,076
	No varianzas iguales			-1,093	876,837	,275	-,082	,075
bfq100	Varianzas iguales	1,025	,312	3,524	1038	,000	,199	,056

	No varianzas iguales			3,531	829,909	,000	,199	,056
bfq101	Varianzas iguales	,221	,638	-1,738	1039	,082	-,105	,061
	No varianzas iguales			-1,738	830,084	,083	-,105	,061
bfq101	Varianzas iguales	,221	,638	-1,738	1039	,082	-,105	,061
	No varianzas iguales			-1,738	830,084	,083	-,105	,061
bfq102	Varianzas iguales	2,290	,130	-5,078	1039	,000	-,307	,060
	No varianzas iguales			-5,010	799,314	,000	-,307	,061
bfq103	Varianzas iguales	,116	,733	3,546	1033	,000	,216	,061
	No varianzas iguales			3,509	796,437	,000	,216	,062
bfq104	Varianzas iguales	2,398	,122	1,270	1040	,204	,074	,058
	No varianzas iguales			1,285	866,395	,199	,074	,058
bfq105	Varianzas iguales	,097	,756	-1,912	1040	,056	-,107	,056
	No varianzas iguales			-1,903	823,053	,057	-,107	,056
bfq106	Varianzas iguales	,039	,843	,391	1039	,696	,023	,058
	No varianzas iguales			,391	836,077	,696	,023	,058
bfq107	Varianzas iguales	3,330	,068	4,961	1040	,000	,293	,059
	No varianzas iguales			4,835	767,322	,000	,293	,061
bfq108	Varianzas iguales	,849	,357	1,382	1041	,167	,087	,063
	No varianzas iguales			1,401	868,831	,162	,087	,062
bfq109	Varianzas iguales	,013	,908	1,628	1038	,104	,098	,060
	No varianzas iguales			1,635	842,318	,102	,098	,060
bfq110	Varianzas iguales	3,433	,064	,342	1040	,732	,023	,066
	No varianzas iguales			,347	871,590	,729	,023	,065
bfq111	Varianzas iguales	,181	,670	1,920	1039	,055	,092	,048
	No varianzas iguales			1,890	789,489	,059	,092	,049
bfq112	Varianzas iguales	1,197	,274	-,582	1040	,561	-,042	,072
	No varianzas iguales			-,579	817,830	,563	-,042	,072
bfq113	Varianzas iguales	,075	,784	-3,788	1040	,000	-,199	,052
	No varianzas iguales			-3,683	758,575	,000	-,199	,054
bfq114	Varianzas iguales	9,168	,003	-2,942	1040	,003	-,154	,052
	No varianzas iguales			-2,995	882,579	,003	-,154	,052
bfq115	Varianzas iguales	9,183	,003	-3,827	1040	,000	-,219	,057
	No varianzas iguales			-3,892	880,136	,000	-,219	,056
bfq116	Varianzas iguales	2,562	,110	1,541	1038	,124	,092	,060
	No varianzas iguales			1,568	879,292	,117	,092	,059
bfq117	Varianzas iguales	3,706	,055	-6,011	1039	,000	-,391	,065
	No varianzas iguales			-5,898	784,850	,000	-,391	,066
bfq118	Varianzas iguales	3,843	,050	-,908	1038	,364	-,038	,042
	No varianzas iguales			-,934	908,162	,350	-,038	,041
bfq119	Varianzas iguales	5,717	,017	-3,618	1035	,000	-,228	,063
	No varianzas iguales			-3,595	811,267	,000	-,228	,063
bfq120	Varianzas iguales	,169	,681	-1,415	1037	,158	-,089	,063
	No varianzas iguales			-1,418	842,163	,157	-,089	,063
bfq121	Varianzas iguales	13,411	,000	-1,205	1037	,228	-,081	,067
	No varianzas iguales			-1,244	914,216	,214	-,081	,065
bfq122	Varianzas iguales	13,597	,000	-,436	1041	,663	-,029	,066
	No varianzas iguales			-,452	927,990	,652	-,029	,064
bfq123	Varianzas iguales	,066	,797	-,543	1041	,587	-,037	,068
	No varianzas iguales			-,549	863,208	,583	-,037	,067

bfq124	Varianzas iguales	,000	,999	,680	1038	,497	,046	,068
	No varianzas iguales			,679	825,788	,497	,046	,068
bfq125	Varianzas iguales	1,837	,176	5,155	1037	,000	,349	,068
	No varianzas iguales			5,107	803,476	,000	,349	,068
bfq126	Varianzas iguales	3,024	,082	1,642	1038	,101	,093	,056
	No varianzas iguales			1,628	809,224	,104	,093	,057
bfq127	Varianzas iguales	,782	,377	-2,507	1036	,012	-,162	,065
	No varianzas iguales			-2,527	855,039	,012	-,162	,064
bfq128	Varianzas iguales	,727	,394	,810	1039	,418	,051	,063
	No varianzas iguales			,817	858,209	,414	,051	,062
bfq129	Varianzas iguales	2,501	,114	-2,767	1033	,006	-,168	,061
	No varianzas iguales			-2,825	880,460	,005	-,168	,059
bfq130	Varianzas iguales	1,728	,189	1,954	1036	,051	,115	,059
	No varianzas iguales			1,954	830,841	,051	,115	,059
bfq131	Varianzas iguales	,019	,889	-,013	1038	,990	-,001	,066
	No varianzas iguales			-,013	824,761	,990	-,001	,066
bfq132	Varianzas iguales	6,649	,010	-,403	1038	,687	-,025	,061
	No varianzas iguales			-,411	886,886	,681	-,025	,060
Motiv. seguridad	Varianzas iguales	11,420	,001	6,748	709	,000	,646	,096
	No varianzas iguales			6,742	702,288	,000	,646	,096
Motiv. subsistencia	Varianzas iguales	,164	,686	1,049	712	,295	,090	,086
	No varianzas iguales			1,049	711,871	,295	,090	,086
Motiv. económica	Varianzas iguales	,223	,637	-2,606	707	,009	-,246	,094
	No varianzas iguales			-2,606	706,958	,009	-,246	,094
Motiv. reconocimiento	Varianzas iguales	,360	,548	-2,644	711	,008	-,231	,087
	No varianzas iguales			-2,643	706,220	,008	-,231	,087
Motiv. logro	Varianzas iguales	11,854	,001	-6,264	708	,000	-,511	,082
	No varianzas iguales			-6,269	697,013	,000	-,511	,081
Motiv. poder	Varianzas iguales	5,755	,017	-1,690	707	,092	-,136	,081
	No varianzas iguales			-1,689	700,109	,092	-,136	,081
Motiv. Independencia	Varianzas iguales	16,408	,000	-15,69	705	,000	-1,311	,084
	No varianzas iguales			-15,68	667,854	,000	-1,311	,084
Motiv. afiliación	Varianzas iguales	2,519	,113	1,915	698	,056	,174	,091
	No varianzas iguales			1,915	696,990	,056	,174	,091

ANEXO 5.3. ANALISIS DE FIABILIDAD DE LOS ELEMENTOS SIGNIFICATIVOS A ,000

Tabla A 5.5 Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	635	58,6
	Excluidos(a)	449	41,4
	Total	1084	100,0

a Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Tabla A 5.6 Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,751	36

Tabla A 5.7 Estadísticos de los elementos

	Media	Desviación típica	N
Ce5 Adaptacion	4,22	,800	635
Ce8 Motv. Logro	3,24	1,073	635
Ce9 Adaptación	4,26	,702	635
Ce13 Motv. Logro	4,09	1,017	635
Ce15 Motv. Logro	3,38	,956	635
Ce18 Sop. riesgos	3,65	,682	635
Ce19 Motv. Logro	3,91	,849	635
Ce20 Cap trabajo	4,15	,890	635
Ce21 Autoeficacia	3,58	,849	635
ce23 Asu. riesgos	3,85	,828	635
Ce29 Motv. Logro	3,01	1,069	635
Ce30 Autoeficacia	3,73	,740	635
Ce32 Cap trabajo	2,82	1,223	635
Ce33 Motv. Logro	3,73	1,019	635
Ce43 Adaptacion	3,10	,983	635
bfq19	2,30	1,067	635
bfq24	2,54	1,070	635
bfq25	3,01	1,017	635
bfq30	2,63	,910	635
bfq36	3,78	1,003	635
bfq100	3,22	,888	635
bfq102	2,72	,956	635
bfq103	3,22	,975	635
bfq107	3,10	,934	635
bfq113	2,00	,860	635
bfq115	3,54	,877	635
bfq119	3,17	,965	635
bfq125	3,12	1,053	635
bfq117	2,74	1,039	635
Sig.t. Autonomía	4,25	,828	635
Sig.t. Nuevos retos / Logro	4,01	,890	635
Sig.t. Innovar	4,00	,860	635
Motiv. seguridad	3,59	1,312	635
Motiv. logro	3,61	1,102	635
Motiv. poder	2,25	1,080	635
Motiv. independencia	3,63	1,276	635

Tabla A 5.8 Estadísticos total-elemento de los 36 itens significativos a .000

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
Ce5 Adaptacion	116,93	121,769	,219	,747
Ce8 Motv. Logro	117,91	117,360	,334	,741
Ce9 Adaptación	116,89	121,719	,263	,745
Ce13 Motv. Logro	117,06	121,307	,176	,749
Ce15 Motv. Logro	117,77	116,587	,425	,737
Ce18 Sop. riesgos	117,49	117,774	,543	,736
Ce19 Motv. Logro	117,24	118,274	,394	,739
Ce20 Cap trabajo	117,00	118,797	,345	,741
Ce21 Autoeficacia	117,57	117,320	,448	,737
ce23 Asu. riesgos	117,30	120,516	,280	,744

Ce29 Motiv. Logro	118,14	116,103	,392	,738
Ce30 Autoeficacia	117,42	118,565	,445	,738
Ce32 Cap trabajo	118,33	117,653	,269	,744
Ce33 Motiv. Logro	117,42	123,759	,066	,755
Ce43 Adaptacion	118,05	126,653	-,060	,760
bfq19	118,84	118,611	,281	,744
bfq24	118,61	117,410	,333	,741
bfq25	118,14	119,072	,278	,744
bfq30	118,51	117,469	,405	,738
bfq36	117,37	126,334	-,047	,760
bfq100	117,93	126,670	-,059	,759
bfq102	118,43	117,633	,373	,739
bfq103	117,93	128,229	-,131	,764
bfq107	118,05	125,355	,003	,757
bfq113	119,15	123,788	,092	,752
bfq115	117,61	120,512	,260	,745
bfq119	117,98	120,019	,252	,745
bfq125	118,03	124,923	,011	,758
bfq117	118,40	117,546	,340	,741
Sig.t. Autonomía	116,89	120,815	,263	,745
Sig.t. Nuevos retos / Logro	117,14	116,758	,454	,736
Sig.t. Innovar	117,15	118,363	,384	,740
Motiv. seguridad	117,56	127,235	-,090	,768
Motiv. logro	117,53	114,643	,442	,734
Motiv. poder	118,89	117,404	,329	,741
Motiv. independencia	117,52	114,754	,362	,738