

XV
CONGRESO
INTERNACIONAL
DE
CONTADURÍA
ADMINISTRACIÓN
E
INFORMÁTICA

LA INFLUENCIA DE LOS RASGOS DE PERSONALIDAD RIESGO, CONTROL INTERNO Y NECESIDAD DE LOGRO EN LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA: UN ESTUDIO EMPÍRICO CON ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS

Área de Investigación: Educación en Contaduría, Administración e Informática administrativa

AUTORES

Roberto Espíritu Olmos

Maestría en Administración
Universidad de Colima, México.
Facultad de Contabilidad y Administración de Tecomán
Colima, México
OLMOS@UCOL.MX
Teléfono 01 (313) 32 29403, EXT. 52 156
Fax 52 152
Km. 40.5 Carretera Colima Manzanillo.

Hugo Martín Moreno Zacarías (Coautor)

Maestría en Administración
Universidad de Colima, México.
Facultad de Contabilidad y Administración de Tecomán
Colima, México
Olmos@Ucol.Mx
01 (313) 32 29403, Ext. 52 156
Fax 52 152
Km. 40.5 Carretera Colima Manzanillo.

RESUMEN

LA INFLUENCIA DE LOS RASGOS DE PERSONALIDAD RIESGO, CONTROL INTERNO Y NECESIDAD DE LOGRO EN LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA: UN ESTUDIO EMPÍRICO CON ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS

Área de investigación: Educación en Contaduría, Administración e Informática Administrativa

El presente estudio determina la influencia de los rasgos psicológicos de personalidad riesgo, control interno y necesidad de logro en la intención emprendedora de los estudiantes universitarios. El estudio se llevó a cabo con 333 estudiantes universitarios de los programas de Contabilidad y Administración de la Universidad Pública de Colima en México, a través de la aplicación de un cuestionario cuyas preguntas fueron validadas de cuestionarios aplicados por otros autores. El resultado revela la influencia altamente significativa y positiva de los rasgos psicológicos de personalidad riesgo, control interno y necesidad de logro en la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios. sin embargo, las variables sociodemográficas como la edad, familiares empresarios, la experiencia y el estar matriculado en determinado programa, no tuvo influencia significativa positiva alguna, Un dato interesante que nos revela esta investigación es que, a medida que los estudiantes avanzan en sus estudios, va disminuyendo su intención de crear su propia empresa, es decir, los estudiantes ven una mejor opción el trabajar por cuenta ajena y a corto plazo para recibir ingresos que les permitan recuperar lo invertido por sus padres y por ellos mismos. En este último aspecto, se deberá reflexionar, ya que la formación que reciben los estudiantes durante su estancia en la universidad, no los motiva a crear su propia empresa.

Palabras clave: intención emprendedora, rasgos de personalidad, características socio demográficas, estudiantes universitarios.

XV

CONGRESO INTERNACIONAL
DE
CONTADURÍA, ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA

PONENCIA

1. Introducción

Existe un gran interés en el ámbito universitario sobre la problemática de la creación de empresas, por su consideración como una alternativa al desempleo, teniendo en este sentido especial relevancia el autoempleo. La sociedad actual valora y prioriza como estrategia socio-económica el impulso de las acciones de los emprendedores. De hecho, la actividad generada por un emprendedor en un proyecto o negocio es fundamental para el desarrollo tanto social como económico. Sin embargo, la propensión de los estudiantes universitarios a elegir el autoempleo como salida profesional es todavía baja en comparación con otras alternativas. (Benavides Espinosa, Sánchez García, 2004).

La creación de nuevos negocios, crea empleo, intensifica la competencia en los mercados, y produce aumentos en la productividad a través del crecimiento económico y la innovación (GiSeung, 2008). Por lo tanto, el emprendimiento es la base del desarrollo económico de una población, región o país. Venkataraman (1997), define el término emprendimiento (entrepreneurship), como el descubrimiento, evaluación y explotación de nuevos bienes y servicios. Más adelante Shane y Venkataraman (2000) amplían esta definición y mencionan que emprendimiento es la actividad que incluye el descubrimiento, evaluación y explotación de oportunidades para introducir nuevos productos o servicios, nuevos procesos de producción, nuevas materias primas, nuevos mercados y nuevas fórmulas de organización a través de esfuerzos, que previamente nos existían.

Asimismo, los emprendedores, son aquellos individuos que están alerta y descubren esas oportunidades de negocio (Kirzner, 1973). Por lo tanto, la creación de una nueva empresa por parte de un emprendedor es una opción para explotar la oportunidad. Existe también otra opción de creación de empresas a través de de la creación de spin-off, creadas por trabajadores que laboraban en la antigua empresa y que obtuvieron una extensión de la organización a la que pertenecían (Shane, 2003). De igual forma, las condiciones del entorno

XV

CONGRESO INTERNACIONAL
DE
CONTADURÍA, ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA

favorecen la creación de empresas, siendo una fuente de producción y empleo que garantiza el bienestar y contribuye el de otros. Las investigaciones sobre el espíritu emprendedor se han centrado en dos principales factores: los rasgos de personalidad y las características sociodemográficas, sobre todo en gran parte dentro del contexto de pequeños negocios.

Respecto al primer factor, McClelland (1961), argumenta que los individuos son diferentes con respecto a la motivación de logros, afiliación y poder, y estas diferencias a la vez motivan su decisión de iniciar su propia empresa. Estos aspectos, que llevan a determinadas personas a crear su propia empresa son mucho menos visibles. La relación entre el emprendedor a través de los rasgos de personalidad, ha sido el tema de tres críticas principales.

Primero: hay la posición filosófica sobre si los empresarios nacen o se hacen. Douglas y Shephard (2000), argumentan que los empresarios no nacen, son un producto de su trabajo y esfuerzo. La influencia de factores endógenos y exógenos influye en las personas a tomar la decisión de ser empresario. Un consenso emergente es que los empresarios son influenciados por factores medio ambientales extrínsecos y factores individuales intrínsecos (Morris, 1998).

Segundo: las diversas facetas de personalidad encontradas en diferentes estudios sobre creación de empresas, hacen difícil la comparación sistemática de los mismos. Es claro que se requieren más medidas universales de personalidad en el estudio del entrepreneurship (Singh y De Noble, 2003).

Tercero: el comportamiento de los empresarios parece ser mejor explicado por variables psicológicas sociales como actitudes de empresarios (Robinson et al., 1991). Por cierto los modelos que combinaron la sociología y la psicología para explicar al comportamiento de empresarios han sido las pruebas más exitosas.

El segundo factor para la identificación de los empresarios ha sido el uso de la información de las características sociodemográficas, a fin de llegar al perfil del empresario. Con este método, se hace la suposición de que la gente con entornos similares, posee características subyacentes estables similares. Esta suposición subyacente asume que al identificar las

XV

CONGRESO INTERNACIONAL
DE
CONTADURÍA, ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA

características sociodemográficas de los empresarios conocidos, será posible predecir el entrepreneurship en poblaciones desconocidas, debido a que los individuos en la nueva población que tengan características demográficas similares a las del empresario típico, se asume que también tendrán las mismas características estables subyacentes. Las variables socio demográficas 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., 1964; Swayne y Tucker 1973; Brockhaus 1982 o Hisrich, 1986).ç

En otra información, Cano et al. (2004), y Hisrich et al, (2005), explican que existe alguna evidencia para suponer que personas que poseen similares antecedentes familiares, orden en el nacimiento, estado civil, edad, nivel educacional de sus padres y de él mismo, experiencia laboral, status socioeconómico, determinaría un perfil emprendedor. Algunos investigadores usan las características sociodemográficas como sustituto de las características personales. Para estos investigadores no son las características sociodemográficas en si mismas las que influyen en el entrepreneurship tanto como las características estables de personalidad o los rasgos desarrollados por alguien que tiene esas características socio demográficas (Robinson 1991).

Otro de los problemas con este tipo de investigación sobre características sociodemográficas, es que no se apegan a los criterios previamente establecidos para la evaluación en la investigación y teoría de las ciencias sociales (Beachard 1989, Shaw y Cosntanzo 1982) y esto no ayuda el predecir quien será o no un 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 entrepreneurship (Deivasenapathy 1986 y 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. Aunque también, según [Mars](#) y [Garrison](#) (2009), los estudiantes más interesados en la creación de su propio negocio, procuran mejorar su educación adquiriendo conocimientos en cursos alternos y/o en materias específicas sobre creación de empresas.

XV

CONGRESO INTERNACIONAL
DE
CONTADURÍA, ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA

Por lo tanto, en el presente trabajo se utilizarán las variables sociodemográficas como variables de control, aunque se hablará de cada una de ellas citando estudios previos.

2. Revisión de literatura y planteamiento de hipótesis.

2.1. *La actitud emprendedora*

La actitud es definida como una predisposición a responder favorablemente o no hacia un determinado objeto. El mismo, puede ser una persona, un lugar, un evento, una actividad o un concepto mental. Triandis (1974) sostiene que las actitudes son tridimensionales. También la actitud, se refiere al grado en que una persona tiene una evaluación favorable o desfavorable de la conducta en cuestión. El factor denominado norma subjetiva, que se refiere a la presión social percibida para llevar a cabo cierta conducta. De acuerdo las actitudes se desarrollan razonablemente a partir de las creencias que la gente tiene acerca del objetivo de una actitud (Ajzen, 1991). Robinson et al. (1991), mencionan que las actitudes son las que realmente determinan el perfil emprendedor.

2.2. *Variable dependiente intención emprendedora*

Existen modelos teóricos y empíricos que permiten conocer la influencia que tienen las características que determinan el espíritu emprendedor de una persona para que se convierta en auto empleado o crear su propia empresa. Tratan de determinar el perfil de personalidad que debe tener un individuo. Los mismos modelos permiten explicar el desarrollo de la intención emprendedora, definiendo la intención como un estado de la mente que dirige la atención de la persona (y por lo tanto la experiencia de la acción) hacia el objeto específico (meta) o camino para el logro de algo (medio), (Bird, 1988). Por lo tanto el desarrollo de la intención emprendedora está influenciado por los factores personales y por los contextuales, de tal forma

XV

CONGRESO INTERNACIONAL
DE
CONTADURÍA, ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA

que las características personales como los valores, actitudes motivaciones, rasgos, conductas y habilidades pueden predisponer a los individuos hacia las intenciones emprendedoras.

Los modelos sobre las intenciones emprendedoras son en gran parte homologados y enfocados sobre el evento empresarial y la teoría del comportamiento de Ajzen (1981), en los que incluye factores exógenos, así como, el contexto social (apoyos de las instituciones, normas, oportunidades del entorno, recursos, etc.), pueden contribuir en las intenciones emprendedoras de las personas (Peterman y Kennedy, 2003). Los modelos basados en intenciones, viabilidad, deseos, conductas y actitudes, nos permiten también explicar cómo se forman las intenciones, creencias y percepciones que tienen los individuos para crear una empresa, (Bird, 1988; Peterman y Kennedy, 2003; Boyd y Vozikis, 1994).

En esta investigación se ha determinado la intención emprendedora con base en el modelo de Shapero (1982), con dos dimensiones básicas de las intenciones emprendedoras, percepción de viabilidad y percepción de deseabilidad y que han sido utilizadas en trabajos con estudiantes universitarios sobre actitud emprendedora por Peterman y Kennedy (2003), Crant (1996) o Veciana et al. (2005).

Se consideró una tercera dimensión, “esfuerzo personal”, tanto en tiempo como en el dinero que está dispuesto a invertir en el proyecto con base en los trabajos desarrollados por Bird (1988), Singh y De Noble (2003) o Hisrich et al. (2005). Y una cuarta dimensión basada en la teoría de Kirzner (1973), que se refiere a la “detección de habilidades” para descubrir oportunidades de negocio”. Basada también en trabajos desarrollados con estudiantes universitarios realizados por Ang y Hong (2000) o Singh y DeNoble (2003).

Para ello, se han utilizado cinco preguntas que comprenden las cuatro dimensiones. Este concepto de espíritu emprendedor es de intencionalidad, no se pretende llegar a la realización de acciones ni de comportamiento ya que la población a la que esta dirigido el estudio es la comunidad estudiantil. El modelo de preguntas para determinar la variable dependiente espíritu

XV

CONGRESO INTERNACIONAL
DE
CONTADURÍA, ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA

emprendedor, está basado en el modelo realizado por Espiritu Olmos y Sastre Castillo (2007), ya validado y con un alto valor de Alfa de Cronbach.

2.3. Variables de control

Se han utilizado como variables de control la edad, el género, la experiencia laboral y familiares empresarios, por lo que habrá propuesta de hipótesis al respecto, aunque sí se mencionan algunos aspectos que hay que destacar cuando se utilizan estas variables.

2.3.1. Edad y género

La edad del individuo como factor demográfico resulta ser un elemento atribuible a las capacidades emprendedoras. Constituye un indicador que permite tener una idea general respecto a sus posibles tendencias de empresario. La edad en que el individuo siente deseos de ser empresario no necesariamente es la misma en que logra cristalizarlo, pues por lo general vive previamente una serie de experiencias que le permiten cultivar su idea.

En cuanto al género, pese a que no existen diferencias significativas entre el desempeño del hombre y la mujer, estudios psicológicos han encontrado que las mujeres están más dispuestas a estar de acuerdo con la autoridad y que los hombres son más propensos a crear empresas, debido a la valoración del trabajo y a las características psicológicas (Robbins, 1999). Sin embargo, estudios del Global Entrepreneurship Monitor (GEM), afirman que a pesar que en muchas sociedades se considera que las mujeres no están aptas para ejercer ciertos cargos atribuidos con exclusividad a los hombres (entre ellos la creación de empresas), no lo es para algunos países en desarrollo. Existen estudios que tratan de conocer quién es más emprendedor, si las mujeres o los hombres. Dichos estudios parecen indicar que el espíritu emprendedor es mayor en los hombres que en las mujeres (Shinnar et al. 2009),

2.3.2. Experiencia laboral

XV

CONGRESO INTERNACIONAL
DE
CONTADURÍA, ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA

Se ha demostrado que los emprendedores que se han desempeñado en el campo laboral, presentan mayor ventaja con respecto a los que nunca han vivido experiencias de este tipo. Rubio López 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 traduce 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.

2.3.3. Familiares empresarios.

La tradición familiar de empresarios es un elemento que favorece la aparición de nuevos emprendedores (Benavides Espinosa y Sánchez García, 2004), ya que existen evidencias empíricas 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 trabaja 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 encontrando influencia del padre como empresario en la familia, en la intención del estudiante para seguir sus pasos, puesto que tienen la idea más clara, ya que están conviviendo en un ambiente empresarial que de alguna forma influye en la toma de decisiones.

Benavides Espinosa y Sánchez García (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.

XV

CONGRESO INTERNACIONAL
DE
CONTADURÍA, ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA

2.4. Variables independientes rasgos de personalidad.

Una búsqueda de la investigación sobre las variables personales en el entrepreneurship, se han identificado varios rasgos que tienden a distinguir a los empresarios de otras personas identificándose tres conceptos que han sido usados comúnmente al tratar con la motivación empresarial y/o con la investigación sobre el emprendedor:

2.4.1. Rasgo propensión al 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. 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 en los daños psicológicos a que pueden conllevar los mismos, frustraciones, decepciones, desmoralización, desaliento y pesimismo para intentarlo de nuevo.

Hisrich (2002), reconoce que todo emprendimiento lleva asociado un riesgo ya sea financiero, social o psicológico. Cano Guillen et al., (2004), se basa en Hull et al., (1980), para reconocer que el empresario es una persona que asume riesgos. En estudios realizados por McCarthy (2003), 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.

Por tanto, se plantea la siguiente hipótesis:

Hipótesis 1. La actitud emprendedora de los estudiantes universitarios se verá influenciada positivamente por el rasgo de personalidad propensión al riesgo.

XV

CONGRESO INTERNACIONAL
DE
CONTADURÍA, ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA

2.4.2. La necesidad de alcanzar logros.

La necesidad para teoría de logro de McClelland (1961), es una de las teorías más aplicadas sobre la capacidad empresarial. De acuerdo con su definición tradicional, la necesidad para el logro es el incentivo que fuerza a la persona a que luche por el éxito y la perfección (Sagie y Elizur, 1999). Las personas que tienen una alta necesidad de logro, son aquellas que quieren solucionar los problemas ellos mismos para alcanzar las metas rígidas que se han propuesto y luchan por conseguirlas a través de sus propios esfuerzos. Se muestran innovadoras y realizan tareas que les estimulen a mejorar su rendimiento. Es una característica importante que se relaciona con la capacidad empresarial. (Littunen, 2000; Utsch y 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 de capacidad empresarial postulando que una necesidad alta para el logro predispone que una persona joven pida un puesto empresarial para conseguir más satisfacción de logro que podía ser obtenida de otros clases de puestos. En algunos estudios comparativos dirigidos entre empresarios y no empresarios, aparece que la necesidad para el logro en la capacidad empresarial, tiene más importancia que otras características, así lo argumentan en la literatura Hansemark, (1998) o Littunen, (2000).

Por tanto, este rasgo está asociado con el impulso de sobresalir, el logro en relación con un grupo de estándares, 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.

Por lo que toda persona que posee una necesidad de logro prefiere tareas retadoras y difíciles como un incentivo, de tal manera que cuando alcanza el éxito en su realización se siente satisfecha de haber conseguido un logro personal.

XV

CONGRESO INTERNACIONAL
DE
CONTADURÍA, ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA

Debido a lo anterior se plantea la siguiente hipótesis:

Hipótesis 2. La actitud emprendedora de los estudiantes universitarios se verá influenciada positivamente por el rasgo de personalidad necesidad de logro.

2.4.3. El rasgo Control interno

Rotter (1966), define el control interno como “la creencia generalizada de que una persona puede controlar su propio destino”. 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, y que las personas que juzgan que los resultados de sus acciones no dependen de sus decisiones y de sus esfuerzos, difícilmente se decidirán por crear y dirigir una empresa. Aquellas personas que atribuyen el control de los eventos a ellos mismos, se le denota como personas que tienen “control interno” y creen que controlan los eventos y las consecuencias personalmente en sus vidas (Koh, 1996; Riipinen, 1994; Hansemark, 1998). Muchos estudios sobre el tema han verificado esta expectativa (Mueller y Thomas, 2000; Hansemark, 1998; Koh, 1996; Utsch y Rauch, 2000). Por tanto, el emprendedor busca el control propio de los resultados esperados, por ello se plantea metas factibles, para lograr su participación proactiva y segura.

También Ayerbe y Buenetxea (2000), explican que el control interno, es el elemento que muestra el lugar donde la persona sitúa el control de su vida. El control percibido interno es cuando la persona cree que los resultados que obtiene en su vida son debidos a sí mismo. Está relacionado positivamente con el esfuerzo en el trabajo, nuevas ideas, e iniciativa. Por lo tanto se propone la siguiente hipótesis:

Hipótesis 3. La actitud emprendedora de los estudiantes universitarios se verá influenciada positivamente por el rasgo de personalidad control interno.

XV

CONGRESO INTERNACIONAL
DE
CONTADURÍA, ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA

3. Metodología

Se eligió una fuente primaria para la obtención de los datos necesarios a través de cuestionarios aplicados directamente a los estudiantes, siendo nuestro nivel de análisis individual. Se recurrió a investigaciones previas relacionadas con las variables de estudio para la elaboración del cuestionario, tanto para determinar las variables espíritu emprendedor y rasgos de personalidad.

Se utilizaron preguntas directas para las características sociodemográficas, y preguntas indirectas para las variables espíritu emprendedor y rasgos de personalidad. El formato de respuesta a las preguntas indirectas se realiza a una escala de medición Likert de 1 a 7 puntos, en donde 1 significa totalmente en desacuerdo y 7 totalmente de acuerdo. Una puntuación alta significa altos niveles de las características analizadas.

Este trabajo fue realizado en el período agosto 2009 marzo 2010 y tiene como finalidad ofrecer una respuesta a la siguiente pregunta de investigación: ¿Qué características determinan la actitud emprendedora hacia la creación de empresas en los estudiantes universitarios?.

3.1. Descripción de la muestra.

Para determinar la muestra se eligieron estudiantes matriculados en dos programas de estudios superiores en Administración y Contaduría, de la Universidad de Colima en México, logrando reunir una muestra de 333 alumnos, de un total de 458 que componen la matrícula de ambos programas, siendo aproximadamente el 72 % de la población inscrita de una Universidad pública que se encuentra cursando desde el primer año de su carrera hasta el último que es el quinto. Por lo tanto, no procedimos a determinar un muestreo en virtud de la facilidad y de la aplicación de las encuestas a casi la totalidad de la población matriculados.

Se menciona a continuación la forma en que se midieron cada una de las variables del presente trabajo. Por lo que se refiere a la variable espíritu emprendedor, la referencia principal fue las

XV

CONGRESO INTERNACIONAL
DE
CONTADURÍA, ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA

cuatro dimensiones: viabilidad, deseabilidad, esfuerzo que se estaría dispuesto a asumir y habilidades para reconocer ideas de negocios.

Pregunta uno. *Pienso tener algún día mi propio negocio.* Refleja la dimensión de viabilidad. Esta pregunta fue adaptada de los trabajos realizados con estudiantes por Peterman y Kennedy (2003), Crant (1996) o Veciana et al. (2005).

Pregunta dos. *La idea de tener mi propio negocio frente a trabajar por cuenta ajena me resulta atractiva.* que representa la dimensión de deseabilidad, fue recogida y adaptada de los trabajos realizados con estudiantes por Kolvereid (1996) o Singh y DeNoble (2003).

Pregunta tres. *Estaría dispuesto a hacer un gran esfuerzo y dedicar el tiempo necesario para crear mi propia empresa.* Corresponde a la dimensión de esfuerzo personal, fue recogida y adaptada de los trabajos realizados con estudiantes por Robinson (1991), Krueger (1993), Peterman y Kennedy (2003) o Singh y DeNoble (2003).

Pregunta cuatro. *Estaría dispuesto a invertir mis ahorros para tener mi propia empresa.* Corresponde también a la dimensión de esfuerzo personal, fue recogida y adaptada del trabajo realizado con estudiantes universitarios por Singh y DeNoble (2003), así como de las aseveraciones vertidas por Bird (1988) o Hisrich et al., (2005), en el sentido del esfuerzo financiero que debe hacer toda persona con intenciones de montar su propio negocio.

Pregunta cinco. *Considero que tengo habilidad para descubrir oportunidades de negocio.* Se encuentra en la dimensión detección de habilidades fue recogida y adaptada de los trabajos realizados con estudiantes por Ang y Hong (2000) o Singh y DeNoble (2003). También está apoyada en la teoría Kirzner (1973), que define al empresario como el que posee habilidades para descubrir oportunidades de negocio.

Las preguntas relacionadas con los rasgos de personalidad, proceden de escalas previamente validadas sobre estudios del entrepreneurship. Las referentes a la propensión al riesgo proceden de estudios realizados por Cano Guillen et al. (2004) y Robinson, et al. (1991). Las

XV

CONGRESO INTERNACIONAL
DE
CONTADURÍA, ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA

relacionadas con la necesidad de logro, provienen de los estudios realizados por McClelland (1961) y Robinson, et al. (1991), y las del rasgo control interno provienen de los estudios realizados por Rotter (1966) y McCarthy (2003). Algunas de ellas fueron adaptadas en función de las características de la muestra que son estudiantes universitarios.

Se aplicó análisis factorial confirmatorio fijando el número de factores a obtener, que en este caso fueron tres. Se determinó la consistencia de las preguntas relacionadas con la variable dependiente espíritu emprendedor y las variables dependientes rasgos de personalidad. Se aplicó el test de esfericidad de Bartlett, que comprueba si la matriz de correlaciones es una matriz de identidad, dando por válidos los resultados que den un valor elevado del test y cuya fiabilidad sea menor a 0,05.

Asimismo, se utilizó el estadístico *alfa de Cronbach* con el propósito de examinar la consistencia de las escalas. Los valores *alfa de Cronbach* pueden oscilar entre 0 y 1 y varían de acuerdo al tipo de estudio. En la mayoría de estudios exploratorios se requiere obtener un valor mínimo de 0,6. Se realizó la aplicación del índice Keiser-Meyer-Oklin (KMO), el cual compara los coeficientes de correlación simples con los coeficientes de correlación parcial y sus valores oscilan entre el 0 y 1 (Miquel et al., 1997).

Para la contrastación de hipótesis, se utilizó el análisis de regresión. El signo del coeficiente de correlación beta, evaluará la relación (positiva o negativa) entre las variables independientes y la dependiente. El F nos señala la bondad del ajuste de la regresión, y el p valor (mayor o menor que) nos indicará el grado de significación con la variable dependiente. El estadístico Durbin-Watson, probará la independencia de los residuos, es decir que valores observados en una variable para pruebas de muestras grandes, no deben verse influenciados por los valores de la variable en otros individuos.

3.2 Variable dependiente espíritu emprendedor.

Al aplicar la prueba de fiabilidad de la variable Espíritu Emprendedor se obtuvo un *alfa de Cronbach* de 0.885 obteniendo altos índices de homogeneidad corregida con valores que

XV

CONGRESO INTERNACIONAL
DE
CONTADURÍA, ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA

oscilan entre 0.461 y 0.813. El análisis unifactorial aplicado a esta variable explica el 65.62% de la varianza total, con un valor de la prueba KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) de 0.846. Asimismo, los estadísticos (saturaciones y comunalidades) que permiten valorar el ajuste de datos para el análisis factorial, son adecuados, habiendo obtenido valores en saturaciones entre 0.600 y 0.909, y valores de comunalidades >0.30 , es decir entre 0.360 y 0.827.

3.3. Variables independientes

3.3.1. Control interno

Por lo que respecta a la variable control interno, se tuvieron que eliminar dos preguntas porque presentaban bajos valores de índice de homogeneidad corregida, es decir >0.030 . Además con su eliminación se incrementó el valor *alfa de Cronbach* de 0.780 a 0.885. Los valores obtenidos del índice de homogeneidad corregida oscilan entre 0.511 y 0.616. El análisis unifactorial aplicado a esta variable explica el 42.25% % de la varianza total, con valor de la prueba KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) de 0.912. El estadístico relacionado con las saturaciones y comunalidades es adecuado, obteniendo valores de saturaciones entre 0.586 y 0.690 y valores en comunalidades que oscilan entre 0.344 y 0.476.

3.3.2. Propensión al riesgo

Para la variable propensión al riesgo, también se tuvieron que eliminar preguntas, en este caso fueron cinco por el bajo índice de homogeneidad corregida que presentaron. Con su eliminación se incrementó el *alfa de Cronbach* de 0.705 a 0.846. Los valores de índices de homogeneidad corregida oscilan entre 0.459 y 0.621. El análisis factorial que se aplicó a esta variable, explica un 42.58% de la varianza total, con un valor obtenido de la prueba de KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) de 0.907. Las saturaciones obtenidas comprenden valores entre 0.566 y 0.717 con comunalidades aceptables entre 0.321 y 0.514.

3.3.3. Necesidad de logro

XV

CONGRESO INTERNACIONAL
DE
CONTADURÍA, ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA

Para esta variable, se tuvo la necesidad de eliminar siete preguntas que también presentaban valores >0.30 , así obtuvimos un mejor un *alfa de Cronbach*, aumentado de un 0.523 a un 0.779, y con valores aceptables de índices de homogeneidad corregida que oscilan entre 0.407 y 0.572. El análisis factorial aplicado a esta variable resultó con un 40.37% de la varianza total, con un valor obtenido de la prueba de KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) de 0.856. Las saturaciones obtenidas son aceptables y comprenden valores entre 0.546 y 0.717 con comunalidades también aceptables entre 0.305 y 0.514.

Dado que el modelo teórico prevé la existencia de tres dimensiones se introdujo igual número de factores en el modelo factorial, dando lugar a un factorial definitivo con un valor de KMO muy bueno (0.928), de acuerdo a los criterios para valorar este estadístico. La prueba de esfericidad de Bartlett dio lugar a un nivel de significación mayor que 0,05 por lo que se rechaza la hipótesis nula de esfericidad, siendo adecuado el análisis factorial para explicar los datos obtenidos. El porcentaje de varianza explicado por este modelo de tres factores es adecuado (44,15 %). Las saturaciones de cada ítem en su correspondiente dimensión son iguales o mayores a los mínimos establecidos para nuestro tamaño muestral, oscilando valores entre 0.403 y 0.766, siendo las comunalidades aceptables para cada uno de los ítems con valores entre 0.302 y 0.618.

4.- Resultados

En este estudio, y con relación a las cualidades psicométricas de los tests construidos para medir de forma indirecta las variables espíritu emprendedor y rasgos de personalidad, fue llevado a cabo a través de un análisis del test definitivo.

Para la variable espíritu emprendedor, no se ha eliminado ningún ítem atendiendo al alto valor alfa del test inicial (0.885) y de los índices de homogeneidad corregida (0.461 y 0.813). Asimismo, el análisis factorial dio lugar a una estructura unifactorial que explica el 65.62% de la varianza total. Los estadísticos para valorar el ajuste de datos para el análisis, factorial, son

XV

CONGRESO INTERNACIONAL
DE
CONTADURÍA, ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA

adecuados. Tanto los valores de las saturaciones como las comunalidades, son elevados por lo que el modelo explica más del 50 % de la varianza de cada ítem, excepto el caso del ítem 2.

Por lo que respecta a los tres factores de personalidad fueron eliminados aquellos ítems que permitieran mejorar la consistencia interna de los subtests incrementando el valor del alfa de Cronbach. Se procedió a realizar el análisis de las variables que comprenden a los rasgos de personalidad, de las cuales obtuvimos un valor excelente de KMO (.928) de acuerdo a los criterios para valorar este estadístico. Asimismo obtuvimos un valor de significación $<0,05$ por lo que se rechaza la hipótesis nula de esfericidad, siendo adecuado la aplicación de análisis factorial para explicar los datos obtenidos.

Al realizar el análisis factorial de los tres factores iniciales que predice nuestra teoría de rasgos de personalidad, fueron eliminados ítems que cargaban sobre factores que no les correspondía. Con ello utilizamos tres factores para obtener la matriz de estructura factorial rotada, obteniendo un resultado de varianza aceptable, que nos refleja un 44.15%. El resultado de las comunalidades nos dan valores iguales o mayores a los mínimos establecidos para determinar los tamaños muestrales. Por lo que respecta a las saturaciones, estas son aceptables para cada uno de los ítems, ya que resultan con valores adecuados.

4.1. Análisis de regresión

Se seleccionó el análisis de regresión para analizar la relación entre nuestra variable criterio (el espíritu emprendedor de los estudiantes de nuestra muestra) y las variables predictoras. Un análisis de regresión se basa en unos supuestos subyacentes que se procedió a verificar como fase previa.

Para el supuesto de normalidad de los residuos, a pesar de que la muestra es lo suficientemente grande como para asumir la normalidad de los residuos, se pudo constatar

claramente esta tendencia. Para el supuesto de independencia de los residuos se obtuvo un Durbin Watson (1.966) con valor entre 1.5 y 2.5

Tabla 1. Resultados del análisis de regresión lineal

Variables	Coefficientes beta	Significación
Edad	.083	.130
Semestre que cursa	-.124	.029**
Programa que estudia	-.054	.246
Experiencia laboral	.054	.250
Familiares empresarios	.027	.552
Variable Control Interno	.390	.000***
Variable Riesgo	.303	.000***
Variable Necesidad de Logro	.342	.000***
R²	.380	
Valor de F	24.785	
Durban Watson	1.966	

***P<0,01; **P<0,05; *P<0,1

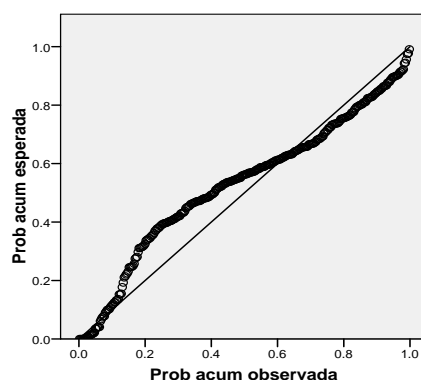
En cuanto al supuesto de homocedasticidad, en el gráfico de dispersión no se observó ningún patrón de relación entre los valores pronosticados y los residuos, es decir, para cada valor de las variables independientes, los residuos se distribuyen de manera semejante. Finalmente, en

cuanto al supuesto de no colinealidad se encontraron valores de tolerancia entre 0.366 y 0.962, que indican no colinealidad, entre ninguna de las variables independientes hay correlaciones mayores que 0,9 y no hay presencia simultánea de betas mayores que 1 y menores que -1.

Figura 1. Gráfico de dispersión

Gráfico P-P normal de regresión Residuo tipificado

Variable dependiente: Variable dependiente Esp Emp



El resultado del R^2 obtenido en nuestro análisis de regresión 0.364 es un valor interesante tratándose de un estudio de actitudes. Es claramente superior al obtenido en trabajos relacionados con la actitud emprendedora en los que se realizaron análisis de regresión (tabla 2). El valor obtenido del estadístico Durbin Watson final fue de 1.966 por lo cual se conservó dentro del rango de aceptación (1.5 a 2.5).

Tabla 2. Relación de autores que obtienen un resultado de R² menor a este estudio, en trabajos sobre entrepreneurship.

Nombre del autor	Valor obtenido en R ²
Gupta y Dovindarajan (1984)	Entre 0.07 y 0.08.
Miller y Toulouse (1986)	Entre 0.01 a 0.15.
Entrialgo et al., (1999b)	0.10
Brice (2002)	0.07
Singh y DeNoble (2003)	Entre 0.08 y 0.18.
Loveland et al., (2005)	Entre 0.03 y 0.13.
Martín Cruz et al. (2005)	0.08
Chowdhury y Amin (2006)	0.13

Esto es, se encuentra al nivel de los mejores resultados obtenidos en investigaciones previas, como los destacados en la siguiente tabla.

Tabla 3. Relación de autores que obtienen un resultado de R² mayor a este estudio, en trabajos sobre entrepreneurship.

Nombre del autor	Valor obtenido en R ²
Crant (1996)	0.30
Lee y Tsang (2001)	0.32
Korunka et al., (2003)	0.29
Loundsburry et al., (2004)	0.42
Zhao y Seibert (2006)	0.37
Naldi (2007)	0.29

De los resultados obtenidos en el análisis de regresión y que se refiere a la edad, en este caso no hubo una propuesta para analizar a qué edad los estudiantes manifiestan mayores intenciones emprendedoras, ya que la variabilidad es pequeña, solamente la mencionamos como variable de control, encontramos que la edad promedio de los estudiantes está entre los 19 y 20 años.

Por lo que respecta a la variable de control semestre que cursa, presentó un efecto significativo con coeficiente β negativo, es decir, el efecto encontrado es contrario al esperado. Conforme el

XV

CONGRESO INTERNACIONAL
DE
CONTADURÍA, ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA

estudiante avanza en sus estudios la intención de crear su propia empresa va disminuyendo, esto es especialmente interesante, por la responsabilidad que una institución como la Universidad tiene en la generación de esa actitud emprendedora que no sólo no se desarrolla a lo largo de la vida del estudiante, sino que por el contrario se observa que el estudiante se desincentiva, lo que debería hacer reflexionar a los responsables académicos en cuanto a los planteamientos docentes al respecto.

Por lo que se refiere a la influencia de familiares empresarios de los estudiantes, como variable de control, nos indica la inexistencia de una relación Este resultado acerca de la influencia familiar es coherente con los obtenidos por Scott y Twomey (1988), Veciana (1989), Crant (1996), Rubio López et al. (1999), Leiva y Bonilla (2004) o Benavides Espinosa y Sánchez García (2004).

Con relación a la experiencia laboral como variable de control, no hemos obtenido un p valor suficiente. Los resultados a este respecto obtenidos en otros trabajos son heterogéneos, pero en Cano Guillen et al. (2004) y en Benavides Espinosa y Sánchez García (2004), la experiencia laboral tampoco fue una variable que se relacionara positivamente con la intención emprendedora de los estudiantes.

Por lo que respecta al rasgo control interno, se obtuvo una influencia positiva altamente significativa, con un $p < 0,01$. Este resultado va en línea con los obtenidos por Kaufmann, et al. (1995), Koh (1996) o Gürol y Atsan (2006) con muestras de estudiantes y de Mescon et al. (1981), Robinson et al. (1991), Korunka et al., (2003), Entrialgo Suárez et al. (1999 a y b) o Lee y Tsang (2001) con muestras de empresarios y directivos, con una relación positiva y significativa en la actitud emprendedora de los estudiantes. De esta manera, aquellos estudiantes que tienden a atribuir los éxitos o fracasos a causas internas de su conducta también manifiestan interés por asumir tareas moderadamente difíciles como incentivos de logro que ofrece un reto y desafío a sus capacidades, situación que es trasladable a su actitud vital ante la creación de su propio negocio.

XV

CONGRESO INTERNACIONAL
DE
CONTADURÍA, ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA

En cuanto al planteamiento realizado con el rasgo de personalidad propensión al riesgo, nos propusimos que influiría positivamente en la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios. Al respecto hemos obtenido una relación positiva altamente significativa con un $p < 0,01$ por lo que se comprueba nuestra hipótesis planteada. Resultado similar han obtenido en sus estudios sobre la intención emprendedora de estudiantes universitarios Cano Guillen et al. (2004) o Gürol y Atsan, (2006). De igual forma coincidimos con los resultados obtenidos sobre la influencia de este rasgo en los empresarios y directivos de empresas, en estudios realizados por Brockhaus, (1980), Gupta y Govindarajan, (1984), Schwer y Yucelt, (1984), Teoh y Foo, (1997), Korunka et al., (2003) o Entrialgo Suárez et al., (1999a).

Respecto al rasgo necesidad de logro, nos propusimos que influirán positivamente en la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios, al respecto hemos obtenido un resultado altamente significativo con un $p < 0,01$ por lo que se confirma nuestra hipótesis planteada. En estudios previos relacionados con la intención emprendedora de estudiantes universitarios, se ha obtenido un resultado similar logrado por Gürol y Atsan (2006), ya que el rasgo necesidad de logro tuvo una relación positiva en la actitud emprendedora de dichos estudiantes. De hecho es necesario poseer este rasgo por aquellas personas que tienen actitud emprendedora, pues este rasgo destaca que las personas que lo poseen en altos niveles, tienen fuerzas impulsoras que les mueve a hacer mejor las cosas con eficiencia y excelencia criterio de excelencia, buscando alta responsabilidad en su desempeño lo cual consideran como un factor de éxito.

5. Conclusiones

Se considera que la actitud emprendedora debía ser explicada a partir de diversas características personales y de contexto. Entendemos que la conjunción de teorías que tratan de explicar la actitud emprendedora desde las perspectivas diferenciadas, nos permitirá tener una visión más global y completa de la voluntad de emprender. De acuerdo con este estudio, se

XV

CONGRESO INTERNACIONAL
DE
CONTADURÍA, ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA

determinó analizar las características sociodemográficas, los rasgos psicológicos y la formación recibida, con el espíritu emprendedor de los estudiantes universitarios.

En este aspecto, la literatura nos ha guiado para comprender y analizar los estudios que se han hecho sobre las características sociodemográficas que hemos estudiado, como la edad, el sexo, la experiencia laboral y los familiares empresarios. Se comparó la capacidad explicativa de las teorías relacionadas con la actitud emprendedora, para lo cual destacamos que una de las características relevantes de nuestro trabajo fue la forma que se han hecho operativas los ítems, variables y dimensiones, ya que al haber elegido la bibliografía se hizo necesario justificar cada una de ellos y hacer operativa la capacidad explicativa de las teorías que explican la actitud emprendedora.

Al realizar la revisión bibliográfica, se encontró la existencia de estudios sobre la intención emprendedora de estudiantes universitarios, que últimamente se ha estado incrementado, y la necesidad de indagar más sobre la influencia de las variables que influyen en dicha intención. Por tanto, al construir nuestras variables se utilizaron ítems que comprenden la intención emprendedora de acuerdo a los modelos de estudio de espíritu emprendedor elaborados anteriormente.

En esta investigación se pudo determinar la intención de emprender través de teoría de los rasgos de personalidad, ya que esta teoría menciona que a medida que se conozcan mejor los rasgos que posee cada persona se estaría en una posición más segura de promover alguna iniciativa emprendedora, aunque no es una garantía de éxito ni tampoco el no poseerlas los inhabilita para desempeñar su función. Para los rasgos control interno y necesidad de logro, hemos encontrado que los estudiantes con alta intención emprendedora obtienen puntuaciones más altas en estos dos rasgos. De esta manera, aquellos estudiantes que tienden a atribuir los éxitos o fracasos a causas internas de su conducta también manifiestan interés por asumir tareas moderadamente difíciles como incentivos de logro que ofrece un reto y desafío a sus capacidades, situación que es trasladable a su actitud vital ante la creación de su propio negocio.

XV

CONGRESO INTERNACIONAL
DE
CONTADURÍA, ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA

En cuanto al planteamiento realizado con el rasgo de personalidad propensión al riesgo, se propuso que influiría positivamente en la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios. Al respecto se obtuvo una relación positiva altamente significativa. Con este resultado los estudiantes encuestados que puntúan significativamente más alto en el rasgo propensión al riesgo, asumen que la capacidad de aceptar el riesgo está íntimamente asociada como una característica que identifica a los empresarios, puesto que son grandes tomadores de riesgo. Además el nivel de riesgo también se asocia con las aptitudes requeridas para dirigir cualquier trabajo, por lo tanto los estudiantes dan muestra que tienen intenciones de trabajar arduamente en la preparación de la nueva empresa y lograr minimizar el riesgo de un nuevo negocio.

Por lo que se refiere a los aspectos relacionados con la formación universitaria, a través de la que se midió el efecto institucional, aunque no se planteó hipótesis alguna, el resultado obtenido muestra una relación significativa pero con signo negativo, por lo que el efecto encontrado es contrario. Conforme el estudiante avanza en sus estudios la intención de crear su propia empresa va disminuyendo, esto es especialmente interesante, por la responsabilidad que una institución como la Universidad tiene en la generación de esa actitud emprendedora que no sólo no se desarrolla a lo largo de la vida del estudiante, sino que por el contrario se observa que el estudiante se desincentiva, lo que debería hacer reflexionar a los responsables académicos en cuanto a los planteamientos docentes al respecto.

Por lo tanto la educación que se les imparte en la universidad, se inclina más hacia la gestión que hacia la creación de empresas puesto que el programa de estudios no contempla que se curse la materia creación de empresas o alguna similar.



XV
CONGRESO INTERNACIONAL
DE
CONTADURÍA, ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA

REFERENCIAS

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behaviour, *Organizational Behavior and Human Processes*, 50: 179-211.

Ang, S.H. and Hong, D.G.P. (2000). Entrepreneurial spirit among east Asian Chinese, *Thunderbird International Business Review*, 42: 285-298.

Ayerbe, M. and Buenetxea, E. (2000). La cultura del trabajo y la actitud emprendedora en el ámbito profesional de la C.A.P.V, *Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco. España*.

Beachard, S.B. (1989). Organizational theories: Some criteria for evaluation, *Academy of Management Review*, 14: 496-515,

Benavides Espinosa, M.M. and Sánchez García, I. (2004). El estudiante universitario como emprendedor: un análisis cualitativo desde la perspectiva de los diferentes agentes implicados. En Roig, S., Ribeiro, D., Torcal, R., De la Torre, A. and Cerver, E. 2004 El emprendedor innovador y la creación de empresas de I+D+I., *Servei de Publicacions Universitat de Valencia*, cap. 24: 403-419.

Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: the case for intentions, *Academy of Management: The Academy of Management Review*, 86: 442-453.

Boyd, N. G. and Vozikis, G. S. (1994). The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurial intentions and actions, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18: 63-77

Brice, J. (2002). The role of personality dimensions on the formation of entrepreneurial intentions, *Mississippi State University Press*.

Brockhaus, R. 1980. Risk taking propensity of entrepreneurs, *Academy of Management Journal*, 23: 509-520.

Brockhaus, R.H. (1982). The psychology of entrepreneur. En Entrialgo, M., Fernández, E. and Vázquez C.J. 1999a El perfil empresarial y la participación en el capital: un estudio para el empresario español, *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 8: 81-92.

Cano Guillen, C.J., García García, J. and Gea Segura, A.B. (2004). Actitudes emprendedoras en los estudiantes universitarios. En Roig, S., Ribeiro, D., Torcal, R., De la Torre, A. and Cerver, E. 2004 El emprendedor innovador y la creación de empresas de I+D+I, *Servei de Publicacions Universitat de Valencia*, cap. 9, 143-160.



CONGRESO INTERNACIONAL
DE
CONTADURÍA, ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA

Chowdhury, M.S. and Amin, M.N. (2006). Personality and students' academic achievement: interactive effects of conscientiousness and agreeableness on students' performance in principles of economics, *Social Behavior and Personality*, 34: 381-388.

Collins, O.F., Moore, D. G. and Unwalla, D. B. (1964). The Enterprising Man, *MSU Business Studies*.

Crant, J.M. (1996). The proactive personality scale as a predictor of entrepreneurial intentions, *Journal of Small Business Management*, 34: 42-49.

Deivasenapathy, P. (1986). Entrepreneurial success: Influence of certain personal variables, *Indian Journal of Social Work*, 4: 547-555.

Douglas E. y Shephard, D. (2000). Entrepreneurship as a utility-maximize response, *Journal of Business Venturing*, 15: 231-251.

Entrialgo Suárez, M., Fernández Sánchez, E. y Vázquez Ordás, C.J. (1999^a). El perfil empresarial y la participación en el capital: un estudio para el empresario español, *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 8: 81-92.

Entrialgo Suárez, M., Fernández Sánchez, E. y Vázquez Ordás, C.J. (1999^b). Las características del propietario / directivo de la PYME como factores determinantes de su comportamiento emprendedor, *Boletín de Estudios Económicos*, 54: 405-424.

Espíritu Olmos, R. and Sastre Castillo M.A. (2007). La actitud emprendedora durante la vida académica de los estudiantes universitarios, *Cuadernos de Estudios Empresariales*, 17: 95-116.

GiSeung, K. (2008). Entrepreneurship and Self-Employment: The state-of-the-Art and Directions for Future Research, *New England Journal of Entrepreneurship*, 11: 39-52.

Gupta, A.K. y Govindarajan, V. (1984). Business unit strategy, managerial characteristics and business unit effectiveness at strategy implementation, *Academy of Management Journal*, 27: 25-41.

Gürol, Y. y Atsan, N. (2006). Entrepreneurial characteristics amongst university students: some insights for entrepreneurship education and training in Turkey, *Education and Training*, 48: 25-38.

[Hansemark, O. \(1998\)](#). The effects of an entrepreneurship programme on Need for Achievement and Locus of Control of Reinforcement, [International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research](#), Bradford, 4: 28-50.



CONGRESO INTERNACIONAL
DE
CONTADURÍA, ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA

Hisrich, R. D. (1990). Entrepreneurship/intrapreneurship. *American Psychologist*, 45: 209-222.

Hisrich, R. and Peters, M. (2002). Entrepreneurship. Mc. Graw-Hill . fifth edition, United States.

Hisrich, R.D., Peters, M.P. and Shepherd, D. A. 2005. Entrepreneurship, sixth edition, *McGraw Hill*, Madrid.

Hull, D. L., Bosley, J. J. y Udell, I.G. (1980). Renewing the hunt for the heffalump: Identifying potential entrepreneurs by personality characteristics, *Journal of Small Business Management*, 18: 11-18.

Kaufmann, P.J., Welsh, D.H. and Bushmarin, N.V. (1995). Locus of control and entrepreneurship in Russian Republic", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 20:, 43-59.

Kirzner, I.M. (1973). Competition and entrepreneurship, *The University of Chicago Press*.

Koh, H.C. (1996). Testing hypothesis of entrepreneurial characteristics, *Journal of Management Psychology*, 11: 12-25.

Kolvareid, L. (1996). Prediction of employment status choice intentions, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 21: 47-57.

Korunka, C., Frank H., Lueger, M. y Mugler, J. (2003). The entrepreneurial personality in the context of resources, environment, and the start up process - A configurational approach, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28: 23-42.

Krueger, N. (1993). The impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of venture feasibility and desirability, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18: 5-21.

Lee, D.Y. and Tsang, E.W. K. (2001). The effects of entrepreneurial personality, background and network activities on venture growth, *Journal of Management Studies*, vol. 38 (4), 583-602.

Leiva Bonilla, J.C. (2004). Estudio exploratorio de la motivación emprendedora en el ITCR. En Roig, S., Ribeiro, D., Torcal, R., De la Torre, A. y Cerver, E. 2004 El emprendedor innovador y la creación de empresas de I+D+I. *Servei de Publicacions Universitat de Valencia*, cap.19, 323-339.

Littunen, H. (2000). Entrepreneurship and Characteristics of the Entrepreneurial Personality, *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, 6: 295-309.



CONGRESO INTERNACIONAL
DE
CONTADURÍA, ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA

Lounsbury J.W., Gibson, L.W., Sundstrom, E., Wilburn, D. y Loveland, J.M. (2004). An empirical investigation of the proposition that "School is work": a comparison of personality-performance in school and work settings, *Journal of Education and Work*, 17: 119-131.

Loveland, J.M., Gibson, L.W., Lounsbury, J.W. and Huffstetler, B.C. (2005). Broad and narrow personality traits in relation to the job performance of camp counsellors, *Springer Science+Business Media*, 4: 241-255.

Mars, M.M.; Garrison S. (2009). "Socially-oriented ventures and traditional *entrepreneurship* education models: a case review", *Journal of Education for Business*, vol. 84 (5), 290-297.

Martín Cruz, N., Hernangómez Barahona, J. and Rodríguez Escudero, A.I. 2005. Análisis de la formación y la experiencia laboral como determinantes del espíritu emprendedor de los estudiantes universitarios, *Revista Asturiana de Economía*, 34: 131-145.

McCarthy, B. (2003). The impact of the entrepreneur's personality on the strategy-formation and planning process in SMEs. *Irish Journal of Management*, 24:154-169.

McClelland, D.C. (1961). La Sociedad Ambiciosa, *Ediciones Guadarrama*, Madrid.

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.

Miquel, S., Bigné, E., Levy, J., Cuenca, A. and Miquel, M.J. (1997). Investigación de mercados, *McGraw Hill*, Madrid.

Miller, D.; Toulouse, J.M. (1986). Chief executive personality and corporate strategy and structure in small firms", *Management Science*, 32: 1389-1409.

Morris, M. (1998). Entrepreneurial Intensity: Sustainable Advantages for Individuals Organizations and Societies. *Wesport, CT: Quorum Books*.

Mueller, S. and Thomas, A.S. (2000). Culture and entrepreneurial potential: a nine country studies of locus of control and innovativeness, *Journal of Business Venturing*, 16, 51-75.

Naldi L., Nordqvist M., Sjöberg, K. y Wiklund, J. (2007). Entrepreneurial orientation, risk taking, and performance in family firms, *Family Business Review*, 20: 33-47.

Peterman, N.E. and Kennedy, J. (2003). Enterprise education: influencing students' perceptions of entrepreneurship, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28: 129-144.



CONGRESO INTERNACIONAL
DE
CONTADURÍA, ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA

Krueger, N. (1993) The impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of venture feasibility and desirability, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18: 5-21.

Riipinen, M. (1994). Extrinsic occupational needs and relationships between need for achievement and locus of control, *The Journal of Psychology*, 128: 577-588.

Robbins, S.F. (1999). Comportamiento organizacional, *Prentice Hall*, 8a. ed. México.

Robinson, P.B., Stimpson, D.V., Huefner, J.C. y Hunt, H.K. (1991). An attitude approach to the prediction of entrepreneurship, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 15: 13-31.

Rotter, J.B. (1966). Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement, *Psychological Monographs*, Whole Num. 609.

Rubio López, E.A, Cordón Pozo E. y Agote Martín A.L. (1999). Actitudes hacia la creación de empresas: un modelo explicativo, *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 8: 37-52.

Sagie, A. and Elizur, D. (1999). Achievement motive and entrepreneurial orientation: a structural analysis, *Journal of Organizational Behaviour*, vol. 20: 375-387.

Schwer, R.K. and Yucelt, U. (1984). A study of risk-taking propensities among small business entrepreneurs and managers: an empirical evaluation, *American Journal of Small Business*, 7: 33-40.

Scott, M. Twomey, F. (1988). The long-term supply of entrepreneurs: students' career aspirations in relation to entrepreneurship, *Journal of Small Business*, 26: 5-13.

Shinnar, R.; Pruett, M.; Toney, B. (2009). "[Entrepreneurship education: attitudes across campus](#)", *Journal of Education for Business*, vol. 84 (3), 151-159.

Shane, S. (2003). A General Theory of Entrepreneurship - The Individual-Opportunity Nexus, *Edward Elgar Editors*.

Shane, S. y Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research, *Academy of Management Review*, 26: 13-17.

Shapiro, A. (1982). Social dimensions of entrepreneurship, en Kent, C.A.; Sexton, D.L.; Vesper, K.H. (ed), the encyclopaedia of entrepreneurship, 72-90, Englewood Cliffs, N.J: *Prentice Hall*.

Shaw, M.E. and Costanzo, P.R. (1982). Theories of social psychology, *McGraw-Hill*, New York.



CONGRESO INTERNACIONAL
DE
CONTADURÍA, ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA

Singh, G. and DeNoble, A. (2000). Views on Self-employment and Personality: an Exploratory Study , *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 8: 265-281.

Swayne, C. B.; Tucker, W. R. (1973). The effective entrepreneur, Morristown, NJ: *General Learning Press*.

Teoh, H.Y; Foo, S.L (1997). Moderating effects of tolerance for ambiguity and risk-taking propensity on role conflict-perceived performance relationship: evidence from Singaporean entrepreneurs, *Journal of Business Venturing*, 12: 67-81.

Triandis, H. (1974). Actitudes y cambios de actitudes, *Ediciones Toray*, S.A. España.

Utsch, A. y Rauch, A. (2000). Innovativeness and Initiative as Mediators Between Achievement Orientation and Venture Performance, *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 9: 45-62.

Veciana, J.M. (1989). Características del empresario en España, *Papeles de Economía Española*, num. 39/40.

Veciana, J.M.; Aponte, M. y Urbano, D. (2005). University students´ attitudes towards entrepreneurship: a two countries comparison, *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1: 65-182.

Venkataraman, S. (1997). The distinctive domain of entrepreneurship research: An editor's perspective, en Katz, J. y Brockhaus, R. (eds), *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence, and Growth*, Greenwich, JAI Press, 3: 119-138.

Zhao, H. and Seibert S.E. (2006). The big five personality dimensions and entrepreneurial status: a meta-A analytical review, *Journal of Applied Psychology*, 91: 259–271.