

EMPRENDIMIENTO Y PSICOLOGÍA

María Consuelo Morán Astorga

Universidad de León
mcmora@unileon.es

Salvio de Castro e Costa Rizzato

Universidade do Estado do Amazonas
srizzato@uol.com.br

María José Finez Silva

Universidad de León
mjfins@unileon.es

Received: 15 marzo 2024

Revised: 18 marzo 2024

Evaluator 1 report: 22 abril 2024

Evaluator 2 report: 28 abril 2024

Accepted: 16 mayo 2024

Published: junio 2024

RESUMEN

Este estudio exploró las diferencias en la personalidad y las creencias de los individuos identificados como emprendedores, centrándose en la motivación, los factores de personalidad y las expectativas generales de control. Se llevó a cabo con la participación de 475 estudiantes universitarios de la región amazónica de Brasil, utilizando varias herramientas de evaluación para analizar los cinco grandes factores de personalidad, las expectativas de control y la motivación hacia el logro o los resultados. Los hallazgos revelaron que los estudiantes con una mayor motivación de logro son más responsables y tienen un mayor locus de control interno, lo que significa que creen tener el control de su vida. Estos estudiantes se perciben a sí mismos como menos indefensos, más auto-eficaces y con mayores expectativas de éxito que aquellos enfocados en los resultados. Por otro lado, los estudiantes motivados por los resultados tienden a creer que los eventos de su vida se deben a la suerte o a fuerzas ajenas a su control. En conclusión, este estudio destaca un patrón emprendedor distintivo en estudiantes con alta motivación de logro. Este patrón puede tener implicaciones significativas para la educación y el desarrollo de futuros emprendedores. Los hallazgos sugieren que fomentar una mayor motivación de logro y un locus de control interno en los estudiantes podría ser beneficioso para cultivar habilidades emprendedoras y fomentar el espíritu empresarial. En cuanto a las aplicaciones en la sociedad, estos resultados pueden ser útiles para los educadores y los responsables de las políticas que buscan fomentar el espíritu empresarial. Al entender los factores de personalidad y las creencias que caracterizan a los emprendedores exitosos, pueden diseñar programas educativos y de formación que fomenten estas características en los estudiantes. Además, los empresarios y las empresas pueden utilizar estos hallazgos para identificar y cultivar talentos emprendedores. Finalmente, los individuos pueden utilizar estos resultados para entender mejor sus propias tendencias emprendedoras y cómo pueden trabajar para mejorarlas.

Palabras clave: emprendedores; motivación de logro; factores de personalidad; autoeficacia; locus de control interno

ABSTRACT

Entrepreneurship and psychology. This study explored the differences in personality and beliefs of individuals identified as entrepreneurs, focusing on motivation, personality factors, and general control expectations. It was conducted with the participation of 475 university students from the Amazon region of Brazil, using various evaluation tools to analyze the five major personality factors, control expectations, and motivation towards achievement or results. The findings revealed that students with a higher achievement motivation are more responsible and have a greater internal locus of control, meaning they believe they have control over their life. These students perceive themselves as less helpless, more self-efficacious, and with higher success expectations than those focused on results. On the other hand, students motivated by results tend to believe that the events of their life are due to luck or forces beyond their control. In conclusion, this study highlights a distinctive entrepreneurial pattern in students with high achievement motivation. This pattern may have significant implications for the education and development of future entrepreneurs. The findings suggest that fostering greater achievement motivation and an internal locus of control in students could be beneficial in cultivating entrepreneurial skills and fostering an entrepreneurial spirit. As for applications in society, these results may be useful for educators and policymakers seeking to foster entrepreneurship. By understanding the personality factors and beliefs that characterize successful entrepreneurs, they can design educational and training programs that foster these characteristics in students. In addition, entrepreneurs and companies can use these findings to identify and cultivate entrepreneurial talents. Finally, individuals can use these results to better understand their own entrepreneurial tendencies and how they can work to improve them.

Keywords: entrepreneurs; achievement motivation; personality factors; self-efficacy; locus of control.

INTRODUCCIÓN

Las características o cualidades especiales que tienen los emprendedores han sido estudiadas desde los comienzos de la psicología. De hecho, la psicología nació con el objetivo de conocer la mente humana y desarrollar al máximo sus potencialidades.

Y por ello, los padres de la psicología científica, se plantearon el estudio de las motivaciones humanas con el objetivo de impulsar aquellas que buscan nuestro mayor desarrollo como personas y como seres sociales.

En sus albores, el primero en clasificar y definir las necesidades humanas (denominada también motivaciones) fue Henry Murray (1893-1988), considerando que estos eran los pasos necesarios para el desarrollo de la ciencia de la psicología.

De esta clasificación de las motivaciones humanas se hizo eco David McClelland que estudió en profundidad tres de esas necesidades: logro, poder y afiliación; y descubrió que estas motivaciones son aprendidas y desarrolladas fundamentalmente desde el entorno familiar y social en el que se nos desenvolvemos desde niños.

McClelland (1989) definió la motivación de logro como el impulso por sobresalir, alcanzar metas y esforzarse por tener éxito. Consideró que el único aliciente natural de la necesidad de logro es hacer bien las cosas y, aunque encontró diferentes motivos para hacer esto, halló que el motivo de logro es actuar bien por sí mismo, por la satisfacción intrínseca de hacerlo cada vez mejor.

Las personas con alta motivación de logro se plantean metas retadoras donde el esfuerzo, la preparación y el trabajo bien hecho tienen como recompensa el éxito. McClelland (1977) planteó que una alta necesidad de logro hace más probable que los sujetos se interesen por los negocios, les hagan asumir ciertos riesgos y la responsabilidad de sus propias acciones.

Investigó también McClelland, en situación de laboratorio, la capacidad de innovar, entendida como el hecho de hacer algo distinto de manera que esta nueva vía suponga una forma más corta y eficaz de conseguir el objetivo. Y demostró que los altos en motivación de logro se mostraron más inquietos a la hora de buscar información para encontrar nuevos modos de hacer mejor las cosas, así como para evitar la rutina. Este hecho de que siempre estén buscando tareas moderadamente retadoras significa que tienden a desplazarse de lo que están haciendo para hacer algo desafiante.

Estos estudios concluyeron que la motivación de logro es un factor clave en el desarrollo económico, de que tiene en el mundo real, unas aplicaciones y de que está directamente relacionada con el bienestar económico de las naciones.

Un estudio realizado por Albion (2000) se preocupó en distinguir la motivación de logro (lo que sería considerado por él como una fuente de placer y satisfacción en la superación personal) de la motivación de resultado.

La motivación de resultado está relacionada con la consecución de los objetivos del resultado como un fin en sí mismo, sin embargo, en la motivación de logro el objetivo es la satisfacción y el placer de hacer lo que amas.

Este estudio de Albión, realizado durante 20 años, mostró que las personas que eligen su carrera pensando en las posibilidades de ganar más, terminan recibiendo menos éxito financiero que las que optan por elegir la que les reporta satisfacción personal. Así, el dinero no sería más que resultado de un trabajo bien hecho, especialmente cuando se hace con placer.

En esta búsqueda de la esencia que distingue el perfil emprendedor, muchos estudios hechos en diferentes áreas han tratado de comprender, descifrar y desarrollar este patrón de comportamiento peculiar, tan necesario para el avance de las economías en el siglo actual.

Una de las primeras definiciones en el ámbito académico sobre la iniciativa emprendedora fue realizada por Schumpeter (1952): “el emprendedor es aquel que destruye el orden económico existente mediante la introducción de nuevos productos y servicios, la creación de nuevas formas de organización o la explotación de nuevos recursos y materiales”.

En un estudio realizado por Burke et al. (2000), basado en las informaciones de British National Child Development Study, se evaluó la personalidad de los niños, y más tarde fue hecha una relación en cuanto a su logro como adultos. En este estudio, los niños clasificados como introvertidos, por ejemplo, presentaban una menor tendencia para hacia los negocios que los niños clasificados como extraveridos. Este hallazgo demostró una relación entre las características psicológicas y el desempeño con los negocios.

Teniendo en cuenta el aspecto de los factores psicológicos comprometidos en el proceso emprendedor, Smith Hunter et al. (2003) decidieron organizarlos en tres grandes dimensiones, caracterizando los aspectos de la personalidad, la autoevaluación socio-cognitiva y la conducta. Entre los que más destacaron estar presentes en la mayoría de las definiciones fueron la motivación de logro, el gusto por la innovación, la autoeficacia y el locus del control.

Otros estudios han buscado la esencia de los diferentes rasgos de la personalidad y las diferencias en el comportamiento del emprendedor. La personalidad y sus características son responsables de la percepción que un individuo tiene del mundo que le rodea y de cómo debe actuar, reaccionar y adaptarse a las demandas del ambiente. Hay muchas variables que conforman la personalidad de un individuo, entre ellas se destacan las variables cognitivas, las de motivación y los rasgos de la personalidad (Rizzato y Morán, 2013).

Con el objetivo de entender cómo estas variables afectan e incluso cómo determinan la conducta emprendedora, hemos desarrollado un estudio de tesis doctoral que busca encontrar las variables más importantes que destacan en el perfil del emprendedor (Rizzato y Morán, 2012).

Para el estudio de los rasgos se utilizó el modelo de los Cinco Grandes Factores de la Personalidad o Big Five que viene resultando el modelo dominante para la identificación y clasificación de los rasgos de la personalidad desde principios del siglo XXI. Algunas variables cognitivas de personalidad también sirvieron de base para apoyar la formación de la personalidad emprendedora: El locus de control y los constructos de Autoeficacia y de Expectativa de éxito ya habían sido relacionados con el comportamiento emprendedor en una investigación previa sobre “La Motivación de Logro y el Locus del Control como determinantes en la satisfacción laboral” (Rizzato, 2008). Este estudio destacó el perfil de un grupo que fue llamado Emprendedor a partir de la correlación de estas variables.

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Con la finalidad de profundizar en el conocimiento del grupo emprendedor (altos en logro), se buscó conocer cuáles son las características de la personalidad que configuran este perfil, así como la medida en que influyen las expectativas de autoeficacia y éxito.

METODOLOGÍA

Este estudio se enmarca en la investigación básica y adopta un enfoque transversal y regional. Se ha aplicado un método correlacional-comparativo, también conocido como cuasiexperimental, en un contexto 'ex-post-facto'. La investigación tiene una naturaleza tanto descriptiva como predictiva. Al ser un estudio cuantitativo, se fundamenta en la aplicación y análisis de cuestionarios de autoobservación.

PARTICIPANTES

Participaron en el estudio 475 estudiantes de diversas universidades públicas y privadas, residentes de la ciudad de Manaus, en el Estado de Amazonas (Brasil). Los estudiantes se cursaban las asignaturas de Grado en Administración de Empresas, Contabilidad, Gestión Pública y Seguridad del Trabajo. El promedio de las edades fue de 26 años (desviación típica = 7,19), habiendo una variación desde los 17 a 54 años. De ellos, el 53% eran mujeres, y el 65,5% eran estudiantes universitarios con una actividad profesional o trabajo remunerado.

INSTRUMENTOS DE MEDIDA

Una breve descripción de cada uno de ellos:

NEO PI-R (Costa y McCrae, 2007): Este es un inventario de personalidad que evalúa los cinco grandes factores de la personalidad normal (Big Five): Neuroticismo, Extraversión, Apertura, Amabilidad y Responsabilidad. Cada uno de estos dominios se evalúa a través de seis facetas, dando lugar a un total de 30 facetas evaluadas mediante 240 ítems.

Cuestionario de Metas de Logro Académico - CM-LA (Morán, 2007): Este cuestionario fue diseñado para evaluar dos tipos de motivación en estudiantes universitarios: las metas de Logro y las metas de Resultados. La validez de estas dos escalas fue confirmada mediante análisis factorial.

BEEGC-20. Batería de Expectativas Generalizadas del Control (Palenzuela, Prieto, Barros y Almeida, 1997): Este instrumento mide tres creencias de control: el lugar de control interno, la indefensión y la creencia en la suerte o lugar de control externo. Además, evalúa la expectativa de autoeficacia y la expectativa de éxito. El instrumento consta de 20 ítems, con cuatro ítems para cada una de las cinco subescalas.

Estos instrumentos proporcionan una evaluación integral de varios aspectos de la personalidad y la motivación, lo que puede ayudar a entender mejor las relaciones observadas en los resultados.

RESULTADOS

Estadísticas descriptivas

Tabla 1. Estadísticas descriptivas del Cuestionario de Metas de logro Académico (CM LA), del Inventario NEO PI R y de la BEEGC 20.

Instrumento	Variable	Media	Desv. Típ.	Mínimo	Máximo
CM-CL	Logro	51,10	5,750	25	60
	Resultados	43,69	7,754	20	60
NEO PI-R	Neuroticismo	92,88	19,376	32	147
	Extraversión	113,51	19,105	55	166
	Apertura	106,19	12,624	68	146
	Amabilidad	114,85	15,094	46	153
	Responsabilidad	120,79	18,952	66	175
BEEGC-20	Locus Interno	31,94	3,819	9	38
	Indefensión	11,52	5,880	3	31
	Locus externo	15,99	7,441	4	36
	Autoeficacia	26,30	4,673	11	36
	Éxito	31,40	4,214	8	36

La tabla 1 muestra el valor medio de cada variable, la desviación típica que es la desviación estándar de la variable, una medida de cuánto se dispersan los valores alrededor de la media; el valor mínimo observado para la variable y el valor máximo observado para la variable.

Por ejemplo, para el instrumento CM-CL y la variable motivación de logro, la media es 51,10, la desviación estándar es 5,750, el valor mínimo es 25 y el valor máximo es 60. Esto significa que las puntuaciones de Motivación de Logro en el CM-CL tienden a estar alrededor de 51,10, con una variabilidad de 5,750 puntos alrededor de esa media, y las puntuaciones varían desde un mínimo de 25 hasta un máximo de 60. En motivación por los resultados las puntuaciones son menores.

Podemos concluir que los participantes en este estudio están más interesados por alcanzar metas interesantes y les gusta más disfrutar de lo que aprenden que de obtener buenas calificaciones o de ganar dinero simplemente.

Una interpretación de las puntuaciones del NEO PI-R:

Neuroticismo: Este factor mide la tendencia a experimentar emociones negativas, como la ansiedad, la ira, la depresión, la vergüenza, la impulsividad y la vulnerabilidad. La puntuación media es 92,88, con una desviación estándar de 19,376. Las puntuaciones varían desde un mínimo de 32 hasta un máximo de 147. Una puntuación más alta indica un mayor nivel de neuroticismo.

Extraversión: Este factor mide la cantidad y la intensidad de las interacciones con otras personas, la actividad, la búsqueda de emociones y el optimismo. La puntuación media es 113,51, con una desviación estándar de 19,105. Las puntuaciones varían desde un mínimo de 55 hasta un máximo de 166. Una puntuación más alta indica un mayor nivel de extraversión.

Apertura mental o apertura a la experiencia: Este factor mide la apertura a la experiencia, incluyendo la imaginación activa, la estética, la atención a los sentimientos internos, la preferencia por la variedad, el interés intelectual y la apertura a cambiar. La puntuación media es 106,19, con una desviación estándar de 12,624. Las puntuaciones varían desde un mínimo de 68 hasta un máximo de 146. Una puntuación más alta indica una mayor apertura.

Amabilidad: Este factor mide la orientación hacia los demás, desde el altruismo y la ternura hasta el egocentrismo y la dureza. La puntuación media es 114,85, con una desviación estándar de 15,094. Las puntuaciones varían desde un mínimo de 46 hasta un máximo de 153. Una puntuación más alta indica una mayor amabilidad.

Responsabilidad: Este factor mide la organización, la persistencia y la motivación en el comportamiento dirigido a metas. La puntuación media es 120,79, con una desviación estándar de 18,952. Las puntuaciones varían desde un mínimo de 66 hasta un máximo de 175. Una puntuación más alta indica una mayor responsabilidad.

Es importante recordar que estas puntuaciones son relativas a la población en la que se normaliza el instrumento y que pueden variar en función de la cultura y otros factores. Además, estas puntuaciones son solo una parte de lo que compone la personalidad de una persona y deben interpretarse en el contexto de la información completa sobre la persona.

En cuanto a las variables cognitivas de personalidad los resultados son los siguientes:

Locus Interno: Este término se refiere a la percepción de control propio de los acontecimientos vitales. En la tabla 1, la puntuación promedio para Locus Interno es 31,94, con una desviación estándar de 3,819, y las puntuaciones varían desde un mínimo de 9 hasta un máximo de 38. Esto indica que una puntuación más alta en esta escala indicaría una mayor percepción de control interno.

Indefensión: La indefensión aprendida se define como el estado psicológico que se produce cuando un individuo no puede controlar ni predecir los acontecimientos que configuran su vida, lo que provoca perturbaciones motivacionales, cognitivas y emocionales. En la tabla 1, la puntuación promedio para Indefensión es 11,52, con una desviación estándar de 5,880, y las puntuaciones varían desde un mínimo de 3 hasta un máximo de 31. En general, una puntuación más alta en esta escala indicaría una mayor percepción de indefensión.

El "lugar de control externo" o "locus externo" se define como la percepción de que los acontecimientos positivos o negativos no tienen relación de dependencia con la propia conducta y de que están fuera de nuestro control. Las personas con lugar de control externo creen que el destino, el azar, la suerte o las decisiones ajenas son los que deciden lo que les pasará en la vida.

La expectativa de Autoeficacia se refiere a la creencia de que seré capaz de realizar los actos requeridos para alcanzar los objetivos planteados. La puntuación promedio fue de 26,30, con una desviación estándar de 4,673, y las puntuaciones varían desde un mínimo de 11 hasta un máximo de 36.

La expectativa de éxito es la creencia de que tendré éxito y alcanzaré mis metas. En nuestro estudio la puntuación promedio fue de 31,40, con una desviación estándar de 4,214, y las puntuaciones varían desde un mínimo de 8 hasta un máximo de 36.

Relación entre los dos tipos de motivación y las cinco dimensiones de la personalidad:

La correlación de Pearson mide la relación lineal entre dos variables. Los valores pueden variar entre -1 y 1. Un valor de 1 indica una correlación positiva fuerte: cuando una variable aumenta, la otra también lo hace. Un valor de -1 indica una correlación negativa fuerte: cuando una variable aumenta, la otra disminuye. Un valor de 0 indica que no hay correlación: el cambio en una variable no afecta a la otra.

Tabla 2. Correlación de Pearson de las dimensiones del Cuestionario de las Metas de Motivación Académica con los Cinco Grandes Factores de la Personalidad

	Neuroticismo N	Extraversión E	Apertura O	Amabilidad A	Responsabilidad C
Motivación de Logro	023 674	197** ,000	,158** ,003	,199** ,000	,321** ,000
Motivación Resultados	,070 ,201	,134* ,014	-,028 ,610	-,108* ,047	,153** ,005

**La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral). *. La correlación es significativa al nivel ,05 (bilateral). En esta tabla 2, los valores de correlación están en la primera fila de cada par de filas, y los valores p (significancia estadística) están en la segunda fila. Los asteriscos indican los niveles de significación (* para $p < 0.05$; ** para $p < 0.01$).

La interpretación de los datos es:

Motivación de Logro y Extraversión (197, $p = ,000$): Hay una correlación positiva fuerte y significativa. Esto sugiere que las personas con alta motivación de logro tienden a ser más extrovertidas.

Motivación de logro y Apertura mental (,158, $p = ,003$): la correlación es positiva moderada y significativa. Sugiere que los altos en motivación de logro tienden a ser más abiertos.

Motivación de logro y Amabilidad (,199, $p = ,000$): Hay una correlación positiva fuerte y significativa. Esto sugiere que las personas con alta motivación de logro tienden a ser más amables.

Motivación de Logro y Responsabilidad (,321, $p = ,000$): Hay una correlación positiva fuerte y significativa. Esto sugiere que las personas con alta motivación de logro tienden a ser más responsables.

Motivación Resultados y Neuroticismo (,070, $p = ,201$): La correlación es positiva pero no es significativa ($p > 0.05$). Esto sugiere que no hay una relación clara entre la motivación de resultados y el neuroticismo.

Motivación Resultados y las otras variables de personalidad: Las correlaciones positivas y significativas son con extraversión y responsabilidad, aunque la relación es más débil que las que presentan con motivación de logro. La relación con amabilidad es negativa y significativa, al contrario que con motivación de logro que es fuertemente positiva.

Relación entre los dos tipos de motivación y las cinco dimensiones cognitivas de la personalidad:

En la tabla 3, los valores con dos asteriscos (**) son significativos al nivel 0,01, y los valores con un asterisco (*) son significativos al nivel 0,05. Esto significa que hay menos de un 1% o un 5% de probabilidad, respectivamente, de que la correlación observada se deba al azar.

Tabla 3. Correlación de Pearson entre las dimensiones del Cuestionario de Metas de la Motivación Académica y las variables cognitivas de la personalidad.

	Locus interno	Indefensión	Locus externo	Autoeficacia	Exp. éxito
Motivación de Logro	,274** ,000	- ,136** ,003	- ,062 ,176	,254** ,000	,382** ,000
Motivación Resultados	,147** ,001	,080 ,082	,139** ,002	,103* ,025	,203** ,000 **

Las personas que poseen lugar de control interno creen que son autónomas, dueñas de su propio destino y asumen la responsabilidad personal de lo que les sucede. Ven que el control de sus vidas depende de su interior, que los acontecimientos son dependientes de sus acciones. Por ejemplo, el valor de ,274** en la celda que cruza Motivación de logro y “Locus interno” indica una correlación positiva fuerte que es estadísticamente significativa al nivel 0,000. Esto sugiere que a medida que aumenta la Motivación de logro, también lo hace el “Locus interno”, y es muy poco probable que esta correlación se deba al azar.

Motivación de logro se relaciona significativamente en negativo de forma moderada con Indefensión aprendida, esto indica que a mayor valor en motivación de logro los sujetos sienten menos indefensión ante los problemas que les acontecen.

Motivación de logro tiene además una fuerte relación positiva y significativa con Autoeficacia y Expectativa de éxito.

Motivación por los resultados obtienen correlaciones más bajas con lugar de control interno, autoeficacia y expectativa de éxito. Por otra parte, obtiene correlación positiva y muy significativa con lugar de control externo.

DISCUSIÓN

De estos resultados podemos concluir que Motivación de Logro obtiene relaciones fuertes y positivas con:

Extraversión: Las personas con alta motivación de logro tienden a ser más extrovertidas y sociables.

Apertura Mental: Los individuos con alta motivación de logro también tienden a ser más abiertos a aprender de la experiencia y de los cambios.

Amabilidad: Las personas con alta motivación de logro también tienden a ser más amables y cooperadoras.

Responsabilidad: Los individuos con alta motivación de logro tienden a ser más responsables, serios y concienzudos en alcanzar las metas que se plantean.

Y los que puntúan más en Motivación de Resultados obtienen diferentes relaciones con las variables de personalidad: Las correlaciones positivas y significativas son con extraversión y responsabilidad, aunque más débiles que las que presentan con motivación de logro. La relación con amabilidad es negativa y significativa, a diferencia de la fuerte correlación positiva que tiene amabilidad con motivación de logro.

En resumen, estos resultados sugieren que la motivación de logro se relaciona con diferentes aspectos de la personalidad, como la extraversión, la apertura mental, la amabilidad y la responsabilidad. Sin embargo, la motivación de resultados no muestra una asociación clara con el neuroticismo y presenta patrones distintos en comparación con la motivación de logro.

En cuanto a la relación entre la motivación y las variables cognitivas de personalidad, los resultados del estudio indican que las personas con un alto grado de Motivación de Logro tienden a tener un fuerte Locus de Control Interno. Esto significa que estas personas creen que tienen un alto grado de control sobre los eventos de sus vidas y que sus acciones tienen un impacto directo en los resultados que obtienen. Esta correlación es fuerte y estadísticamente significativa, lo que sugiere que no es probable que sea debido al azar.

Además, la Motivación de Logro se correlaciona negativamente de forma moderada con la Indefensión Aprendida. Esto indica que a medida que aumenta la Motivación de Logro, los individuos tienden a sentirse menos indefensos ante los problemas que enfrentan.

También se encontró que la Motivación de Logro tiene una fuerte relación positiva y significativa con Autoeficacia y Expectativa de Éxito. Esto sugiere que aquellos con alta Motivación de Logro también tienden a tener una alta Autoeficacia y Expectativa de Éxito.

Por otro lado, la Motivación por los Resultados muestra correlaciones más bajas con el Locus de Control Interno, la Autoeficacia y la Expectativa de Éxito. Sin embargo, se encontró una correlación positiva y muy significativa con el Locus de Control Externo. Esto podría indicar que aquellos que están motivados por los resultados pueden creer que eventos externos tienen un mayor control sobre los resultados de sus vidas.

En conclusión, este estudio destaca un patrón emprendedor distintivo en estudiantes con alta motivación de logro. Este patrón puede tener implicaciones significativas para la educación y el desarrollo de futuros emprendedores. Los hallazgos sugieren que fomentar una mayor motivación de logro y un locus de control interno en los estudiantes podría ser beneficioso para cultivar habilidades emprendedoras y fomentar el espíritu empresarial.

En cuanto a las aplicaciones en la sociedad, estos resultados pueden ser útiles para los educadores y los responsables de las políticas que buscan fomentar el espíritu empresarial. Al entender los factores de personalidad y las creencias que caracterizan a los emprendedores exitosos, pueden diseñar programas educativos y de formación que fomenten estas características en los estudiantes. Además, los empresarios y las empresas pueden utilizar estos hallazgos para identificar y cultivar talentos emprendedores. Finalmente, los individuos pueden utilizar estos resultados para entender mejor sus propias tendencias emprendedoras y cómo pueden trabajar para mejorarlas.

En el estudio realizado por Morán y Menezes (2016) hallaron que las personas con elevada motivación de logro son más responsables, extravertidas, abiertas a la experiencia, amables y más estables emocionalmente (menos neuróticas).

Luc (2022) halló en una muestra de 735 estudiantes de pregrado vietnamitas que los que puntuaron más alto en emprendimiento también puntuaron más alto en amabilidad, extraversión y apertura a la experiencia, en cambio obtuvieron más bajas puntuaciones en neuroticismo y responsabilidad.

Los resultados en neuroticismo hallados por Grohs et al. (2017) y Takmashva y Bogomolova (2018) son coincidentes con nuestros resultados. Estos autores en sus revisiones constataron una relación negativa entre neuroticismo y emprendimiento porque para soportar la carga física y mental que supone ser emprendedor se necesita tener alta estabilidad emocional y, por tanto, bajo neuroticismo.

Resultados similares a los hallados en nuestra investigación son los que encuentran Kedmenec et al. (2015) en una muestra de estudiantes universitarios croatas y Keiser et al. (2013) quienes encontraron una relación significativamente positiva entre extraversión y emprendimiento. Según estos autores la extraversión contribuye a la proactividad y ésta promueve el emprendimiento. Los emprendedores son extravertidos porque tienen que comunicarse con partes interesadas como clientes, vendedores, inversores o instituciones. En la investigación de Zeffane (2013) también se hallaron relaciones positivas entre extraversión y emprendimiento al igual que en la de Shimoli et al. (2020).

En la investigación hecha por Anderson et al. (2019) en una muestra de trabajadores pakistaníes hallaron que los emprendedores puntúan alto en apertura a la experiencia ya que deben explorar nuevas ideas para sus productos o servicios. Shimoli et al. (2020) en una muestra de estudiantes universitarios de Kenia halló que un alto grado de apertura a la experiencia está asociado a la innovación y es un rasgo positivo para los emprendedores.

Resultados en la misma línea que los de nuestra investigación son los hallados por Luc (2020) y Aure (2018) donde la amabilidad se relaciona positivamente con el emprendimiento en muestras de Vietnam y Filipinas respectivamente.

En consonancia con nuestros resultados Khalaf (2024) halló que el factor responsabilidad tiene una influencia positiva en el emprendimiento. Encontró que una mayor responsabilidad conduce a una mayor propensión a poseer un negocio.

Shimoli et al. (2020) hallaron que el lugar de control y la autoeficacia están asociados a los emprendedores de éxito keniatas.

Resultados afines a los de nuestra investigación son los de Zeffane (2013), halló que la necesidad de logro determinaba el emprendimiento en una muestra de estudiantes universitarios de los Emiratos Árabes.

Xinyue et al. (2024) hallaron en una muestra de estudiantes universitarios chinos que el emprendimiento se relacionaba con necesidad de logro y autoeficacia.

Las personas con alta motivación de logro prefieren asumir personalmente la responsabilidad del resultado de su rendimiento porque sólo en esas condiciones podrían sentir la satisfacción de hacer algo mejor (Morán y Fínez, 2019a).

Las personas con alta motivación de logro buscan activamente información para probar nuevos modos de hacer las cosas y evitar la rutina. Buscan tareas moderadamente retadoras y desafiantes (Morán y Fínez, 2019a).

Las personas con lugar de control interno creen que son autónomas, que son dueñas de sus destinos y asumen la responsabilidad personal de lo que les sucede. Ven el control de sus vidas como algo que proviene de su interior. Tienen la creencia de que los acontecimientos son contingentes con su conducta (Morán y Fínez, 2014).

Las personas con elevada motivación de logro están orientadas positivamente hacia el trabajo, manifiestan mayor satisfacción por el mismo, evalúan sus empleos como interesantes y prefieren estar ocupados que ociosos (Morán y Fínez, 2019b).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Albion, M. S. (2000). *Making a life, making a living: reclaiming your purpose and passion in business and in life*. Warner Books.
- Anderson, A. R., Younis, S., Hashim, H., y Air, C. (2019). Social enterprising informing our concept exploring informal micro social enterprise. *Social Enterprise Journal*, 15(1), 94–110. <https://doi.org/10.1108/sej-04-2018-0034>
- Aure, P., (2018). Exploring the social entrepreneurial intentions of senior high school and college students in a Philippine University: A PLS-SEM Approach. *Journal of Legal, Ethical and Regulatory Issues*, 21(2), 1–11. https://animorepository.dlsu.edu.ph/faculty_research/1506/
- Burke, A. Fitzroy, F., y Nolan, M. (2000). When less is more: distinguishing between entrepreneurial choice and performance. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 62 (5), 565 87.
- Carver, C. (1997). You want to measure coping but your protocol's too long: consider the Brief COPE. *International Journal of Behavioral Medicine*, 4(1), 92-100.
- Costa, P. T. y McCrae, R. R. (2007). *NEO PI-R: Inventário de Personalidade Neo Revisado e Inventário de Cinco Fatores Neo Revisado NEO-FFI-R (versão curta)*. Manual. Vetor.
- Grohs, S., Schneiders, K., y Heinze, R. G. (2017). Outsiders and Intrapreneurs: The institutional embeddedness of social entrepreneurship in Germany. *Voluntas*, 28(6), 2569–2591. <https://doi.org/10.1007/s11266-016-9777-1>
- Kedmenec, I., Rebernik, M., y Peric, J. (2015). The impact of individual characteristics on intentions to pursue social entrepreneurship. *Ekonomski Pregled*, 66(2), 119–137. <https://hrcak.srce.hr/file/205475>
- Khalaf, S. (2024). Conscientiousness and entrepreneurship. *Review of Behavioral Finance*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/RBF-05-2023-0150>
- Kreiser, P. M., Patel, P. C., y Fiet, J. O. (2013). The influence of changes in social capital on firm–founding activities. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 37(3), 539–567. <https://doi.org/10.1111/etap.12039>
- Luc, P. T. (2020). The influence of personality traits on social entrepreneurial intention among owners of civil society organizations in Vietnam. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 40(3), 291–308. <https://doi.org/10.1504/IJESB.2020.107799>
- Luc, P. T. (2022). The relationship between Big-Five personality traits and social entrepreneurship intention. *Cogent Business & Management*, 9, 2137950. <https://doi.org/10.1080/23311975.2022.2137950>
- McClelland, D. (1977). *La sociedad ambiciosa. Factores psicológicos en el desarrollo económico (original de 1961)*. Guadarrama.

- McClelland, D. (1989). *Estudio de la motivación humana*. Narcea.
- Morán, C. y Finez, M. J. (2014). *Técnicas psicológicas de negociación*. Eolas.
- Morán, C. y Finez, M. J. (2019a). *Psicología del trabajo. Competencias para los recursos humanos*. Eolas.
- Morán, C. y Menezes, E. (2011). Validación del Cuestionario de Metas de Logro Académico en universitarios brasileños. En J. M. Román, M. A. Carbonero y J. D. Valdivieso (Comps.), *Educación, aprendizaje y desarrollo en una sociedad multicultural* (pp. 11211-11226). Asociación Nacional de Psicología y Educación.
- Morán, C., Landero, R. y González, M. T. (2010). COPE-28: un análisis psicométrico de la versión en español del Brief COPE. *Universitas Psychologica*, 9(2), 543-552. doi: 10.11144/Javeriana.upsy9-2.capv
- Morán, C. y Finez, M. J. (2019b). Remy: Ejemplo de Motivación de Logro y Emprendimiento. *International Journal of Developmental and Educational Psychology INFAD Revista de Psicología*, 2(2), 123-130. doi:10.17060/ijodaep. 2019.n2. v2.1904
- Morán, C. y Menezes, E. (2016). La motivación de logro como impulso creador de bienestar: Su relación con los cinco grandes factores de la personalidad. *International Journal of Developmental and Educational Psychology INFAD Revista de Psicología*, 1(2), 31-40. <https://doi.org/10.17060/ijodaep.2016.n1.v2.292>
- Palenzuela, D., Prieto, G., Barros, A. y Almeida, L. (1997). Una versión española de una batería de escalas de expectativas generalizadas de control (BBEGC). *Revista Portuguesa de Educação*, 10(1), 75-96.
- Rizzato, S. (2008). *Motivação de realização e locus de controle como determinantes da satisfação ocupacional*. [Trabajo tutelado de investigación no publicado, Universidad de León].
- Rizzato, S. (2012). *Dimensiones de personalidad, motivación de logro y expectativas de control en jóvenes emprendedores brasileños*. (Tesis Doctoral, Universidad de León). https://www.researchgate.net/publication/380396491_Tesis_doctoral_Dimensiones_de_personalidad_motivacion_de_logro_y_expectativas_de_control_en_jovenes_emprendedores_brasilenos
- Rizzato, S. y Morán, M. C. (2013). Empreendedorismo e personalidade: O perfil em estudantes brasileiros. *Revista Psicologia, Organizações e Trabalho*, 13(3), 279-292.
- Schumpeter, J. (1952). *Can Capitalism Survive?* Harper & Row.
- Shimoli, S. M., Cai, W., Abbas Naqvi, M. H., Lang, Q., y Wright, L. T. (2020). Entrepreneurship success traits. Do Kenyans possess the desired entrepreneur personality traits for enhanced E-entrepreneurship? Case study of Kenyan students in the people's republic of China. *Cogent Business & Management*, 7(1), 1847863. <https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1847863>
- Smith Hunter, A. Kapp, J. y Yonkers, V. (2003). A psychological model of entrepreneurial behavior. *Journal of the Academy of Business and Economics*, 2, 180-192.
- Takmashva, I. V., y Bogomolova, L. L. (2018). Social entrepreneurship in northern Russia: New opportunities for development. *Amazonia Investiga*, 7(17), 253-260. <https://amazoniainvestiga.info/index.php/amazonia/article/view/352>
- Xinyue, L., Abdullah, A., Qing, Y. y Norzalita, A. (2024). Social entrepreneurial intention among university students in China. *Scientific Reports*, 14, 7362. [10.1038/s41598-024-58060-4](https://doi.org/10.1038/s41598-024-58060-4)
- Zeffane, R. (2013). Need for achievement, personality, and entrepreneurial potential: a study of young adults in the United Arab Emirates. *Journal of Enterprising Culture*, 21(1), 75-105. doi: 10.1142/S0218495813500040