

LOS RASGOS PSICOLÓGICOS DEL EMPRENDEDOR Y LA CONTINUIDAD DEL PROYECTO EMPRESARIAL: UN ESTUDIO EMPÍRICO DE LOS EMPRENDEDORES BRASILEÑOS

Fernando Antonio Saboia Leitão¹
Rua Dom Sebastião Leme, 255 / 102-B
CEP: 60050-160 Fortaleza/CE Brasil
Fone: (85) 3226-7483
E-mail: saboia@ufc.br

Natalia Martín Cruz²
Av. Valle Esgueva, 6
CEP: 47011 Valladolid / Espanha
Fone: 034983423332
E-mail: ambiela@eco.uva.es

¹Universidade Federal do Ceará – UFC
Administração de Empresas
Fortaleza/CE Brasil

²Universidad de Valladolid
Organización de Empresas y comercialización e investigación de mercados
Valladolid / Espanha

RESUMEN

En el presente estudio tratamos de desvelar los elementos de la personalidad de los emprendedores que les convierte en individuos con una capacidad superior de observar y explotar las oportunidades del mercado con éxito. En concreto, observamos las características psicológicas y de los proyectos empresariales de una muestra de emprendedores brasileños que desarrollaron un programa de capacitación emprendedora en el periodo 1997-2005. Los resultados obtenidos a partir de un análisis de regresión logística nos permiten afirmar que la continuidad de un proyecto y, por ende, el éxito de un proyecto empresarial está determinado por sus características personales, en particular por su espíritu innovador y creativo, así como por su capacidad de auto-evaluación.

ABSTRACT

This paper reveal the elements of personality that makes individuals to be entrepreneurs with the ability to observe the market opportunities and to develop them successfully. In particular, we observe the psychological characteristics and entrepreneurial project characteristics from a

sample of Brazilian entrepreneurs during the period 1997-2005. The results from a logistic regression show that the project survival, and thus, project success is mainly related to the personal characteristics of the individuals, as the innovative and creative behaviour, and the auto-evaluative abilities.

PALABRAS CLAVE: Emprendedorismo, Emprendedor, Características Psicológicas del Emprendedor, Éxito Empresarial, Creatividad y Innovación.

1. INTRODUCCIÓN.

Vivimos en un ambiente socio-económico global en que se comparte la percepción de que el espíritu emprendedor, manifestado en sus diversas formas, es factor preponderante del desarrollo, de la innovación y del bienestar social en una economía. Esto se produce, de modo especial, por el impacto producido por las nuevas y pequeñas empresas, principalmente en lo que respecta a la generación de riqueza y empleos (Hormiga y Batista, 2005). Sin embargo, los estudios en el campo del Entrepreneurship, centrados en la búsqueda de una mejor explicación de los fenómenos relacionados con las preguntas: ¿por qué y cómo surgen nuevos negocios?, ¿cómo se desarrollan con éxito?, ¿cuáles son las causas de sus fracasos?, o, incluso, ¿qué factores determinan su éxito? no son suficientemente claros en sus conclusiones.

La motivación del presente trabajo es valorar los rasgos individuales del emprendedor que le llevan al éxito empresarial. Por este motivo, de las seis escuelas de pensamiento del Entrepreneurship identificadas por Cunningham y Lischeron (1991), utilizamos para este estudio, los planteamientos de la Escuela del “Great Person” y Escuela de las Características Psicológicas del emprendedor que evalúan las cualidades personales del emprendedor. Así mismo, nos apoyamos en la Escuela Clásica que considera que el emprendedor tiene una capacidad superior para reconocer las oportunidades.

Nuestro interés reside en explotar la naturaleza de los emprendedores de éxito, planteando un modelo que contribuya a una mejor comprensión acerca de los determinantes del éxito empresarial. En concreto, nos centramos en los aspectos psicológicos del individuo (the trait approach).

Para nosotros, el individuo emprendedor será aquella persona que, a través de sus características personales, sus atributos y acciones, actúa e influencia determinantemente,

tanto en los aspectos que caracterizan y actúan sobre el entorno, así como, en la capacidad de reconocer las oportunidades, elegir las apropiadamente y explotárselas exitosamente (Shumpeter, 1934, Shane, 2003). Por su parte, como medida del éxito empresarial utilizamos los principales y más comunes indicadores apuntados en la literatura del campo del Entrepreneurship, desde la supervivencia (tiempo de funcionamiento), los éxitos financieros o la imagen de la empresa, pasando por la participación en el mercado y su nivel de competitividad, hasta el nivel de crecimiento, los ingresos por ventas o el incremento del número de empleados (Hormiga y Batista, 2005).

Trabajamos con una muestra de emprendedores de las PYMEs del Estado de Ceará en Brasil, que participaron en el Programa EMPRETEC en el período de 1997 hasta 2005. Los resultados obtenidos en nuestra investigación muestran cómo las características psicológicas de los emprendedores discriminan entre aquéllos que tienen éxito del resto. En particular, el espíritu innovador y creativo, así como la capacidad de auto-evaluación es característica de los empresarios que continúan con su proyecto, que consiguen un mayor incremento de sus ventas o de sus beneficios.

2. EL FENÓMENO “ENTREPRENEURSHIP” Y EL CONCEPTO DE “EMPRENDEDOR”.

Muchos son los enfoques y las formas de estudiar el fenómeno o la manifestación de la actitud emprendedora, no sólo a través del estudio del surgimiento de nuevas empresas, sino también, por el análisis de la toma de decisiones y realización emprendedora, en un determinado instante o situación. Algunos de los investigadores buscan explicaciones en las características especiales y diferenciadas de los emprendedores, otros las atribuyen a sus respuestas a las distintas y variadas influencias, cambios y presiones ofrecidas por el entorno o ambiente en el cual están inmersos, y otros en la junción de ambos los aspectos personales y del entorno. Todos estos esfuerzos y enfoques, individual o conjuntamente, contribuyen en la búsqueda de una mejor convergencia en la explicación, contextualización y conceptualización del Entrepreneur.

Sin embargo, todavía no existe consenso ni teoría universalmente aceptada. Numerosas aportaciones teóricas han sido realizadas por investigadores al largo del tiempo, tales como

las clásicas, atribuidas a Cantillon (1931), Knight (1921), Schumpeter (1934) o Kirzner (1992), que centraran sus estudios en la explicación de la teoría económica del emprendedor.

Schumpeter (1934), por ejemplo, define “la fuerza destructiva creativa”, como la característica central del emprendedor innovador, que, con sus habilidades, realiza nuevas combinaciones de los recursos para, a continuación, utilizarlas en la ejecución de nuevas oportunidades económicas identificadas por él previamente, y que no existían anteriormente. Un emprendedor soñador, creativo, independiente y pro-activo, con una visión prospectiva de su negocio, que prefiere la toma de riesgos calculados y que huye de las situaciones extremas de alto riesgo o de extrema certeza.

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

La exploración de los rasgos distintivos del emprendedor ha llevado a los investigadores a plantear sus análisis en una doble vertiente, por un lado, examinando el nexo individuo-oportunidad, las características de la oportunidad, de los individuos que las descubren y las explotan, de los procesos de adquisición y organización de los recursos y de las estrategias utilizadas para explotar y proteger los beneficios de estos esfuerzos (Shane, 2003). En este contexto, se pone de manifiesto que el proceso empresarial es “una actividad que involucra el descubrimiento, la evaluación y explotación de las oportunidades, para introducir nuevos productos y servicios, nuevas maneras de organización, nuevos mercados, nuevos procesos y nuevos materiales y materias primas, a través de la organización de esfuerzos que previamente no existían” (Shane, 2003).

Por otro lado, los investigadores han tratado de poner de relieve los aspectos psicológicos y características personales del emprendedor. Desde la teoría motivacional, la teoría de los rasgos personales del individuo o la teoría cognitiva se enfatizan la necesidad de realización, el poder de control o la propensión a la toma de riesgo como factores determinantes del espíritu emprendedor (Cross y Travaglione, 2003).

Además de la necesidad de realización y la propensión al riesgo (Begley, 1995; Van Praag y Cramer, 2001; Stewart y Roth, 2001; McClelland, 1961, 1985; McClelland y Winter, 1969) otras características del emprendedor que hacen parte del conjunto de las más citadas por los investigadores del enfoque psicológico de la literatura, son aquellas centradas en los valores personales del individuo, tales como, la honestidad, el deber, la responsabilidad y el comportamiento ético (McClelland, 1961; Collins, Moore y Unwalla, 1964; Koh, 1996; Douglas, 1999). Diversos estudios indican que individuos emprendedores son altamente éticos y socialmente responsables, comparados a la población en general. El emprendedor como “great person” es descrito como un individuo que tiene una fuerte tendencia a la independencia y al éxito, con altos niveles de vigor, persistencia y auto-estima y una excepcional creencia en sí mismo y en sus habilidades, además de poseer una buena presencia (Cunningham y Lischeron, 1991).

En resumen, lo que parece claro, es que el emprendedor se caracteriza por una actitud positiva, manifestada a través de la creación de un nuevo negocio o del auto-empleo, o por la toma de decisiones frente a oportunidades previamente identificadas por él, o, incluso, por el comportamiento en la (re)organización y utilización eficaz de los recursos disponibles. Evidentemente, también nos podemos encontrar con la conjunción de todas ellas. Por tanto, para indiscutible que el fenómeno del emprendedorismo, ya sea visto desde un enfoque económico, psicológico, social-cultural o gerencial, se deba a las características personales, atributos y habilidades del emprendedor.

3. LOS FACTORES PSICOLÓGICOS DEL EMPRENDEDOR COMO DETERMINANTES DEL ÉXITO EMPRESARIAL.

Tal como apuntábamos al inicio de este trabajo, nuestro interés reside en desvelar las características personales -psicológicas- del emprendedor que lo convierten en un individuo capaz de conseguir el éxito en un determinado proyecto empresarial. Así, nos apoyamos en la

teoría psicológica del emprendedor a fin de conseguir nuestro objetivo. Los trabajos desarrollados en el seno de esta teoría apuntan a diversos rasgos psicológicos como determinantes del éxito empresarial, en concreto, se contemplan atributos como los de carácter cognitivo, de personalidad y de capacidad de autoevaluación del individuo emprendedor, entre otros.

En concreto, la propensión al riesgo, la autonomía e independencia, el liderazgo, la creatividad y la innovación o la capacidad de negociación también han sido citados como factores determinantes del éxito del emprendedor.

La **propensión al riesgo** está positivamente relacionada con el éxito empresarial ya que la asunción de riesgos es una parte esencial de la actividad empresarial (Begley, 1995; Van Praag y Cramer, 2001; Stewart y Roth, 2001). Además, los emprendedores que dirigen sus propios negocios, se sienten más seguros de emprender en condiciones de incertidumbre, aunque, en muchos casos, sea cauteloso e precavido.

La necesidad de realización, la autonomía e independencia, el liderazgo o la capacidad de negociar, están positivamente relacionados con el espíritu emprendedor al permitir al individuo adoptar, con responsabilidad, las decisiones deseadas y aplicarlas al propio negocio, con seguridad e independientemente de las opiniones y deseos de los otros (McClelland, 1961; Collins, Moore y Unwalla, 1964; Koh, 1996; Douglas, 1999).

Asimismo, la **necesidad de realización** y el comportamiento emprendedor se relacionan de forma significativa entre sí. Esta relación se sustenta empíricamente con profusión en la literatura que estudia el proceso de creación y éxito empresarial (McClelland, 1961; Sanchís y Redondo, 1997). Los individuos emprendedores, motivados por la auto-realización, buscan continuamente la excelencia, valoran positivamente los desafíos significativos y se satisfacen al completarlos exitosamente (McClelland, 1961, Brockhaus, 1980 y Gibb, 1993).

Por su parte, La **necesidad de logros y autorrealización** es una característica relacionada positivamente con el espíritu empresarial que conlleva a la creación de negocios y al éxito (Johnson 1990; Collins et al., 2000; Minner, 2000).

El **liderazgo** influye directamente en la probabilidad de emprender negocios debido a que implica una mayor capacidad de que un individuo pueda convencer a otros a participar en la explotación de una oportunidad que ha identificado como muy interesante (Stuart et al., 1999; Cuervo, 2003). Los emprendedores motivados por el sentimiento de poder sienten satisfacción por el hecho de poder ejercer influencia sobre las decisiones y los comportamientos de otras personas, hacer que actúen de una manera distinta de la convencional (McClelland, 1961).

Otro rasgo psicológico del individuo emprendedor y su capacidad para emprender exitosamente es la **creatividad** y la **capacidad de innovación** (Schumpeter, 1934). La creatividad y la innovación son el instrumento específico de los emprendedores, la manera por la cual ellos explotan el cambio como una oportunidad inexistente anteriormente (Drucker, 2003). Además, los emprendedores son individuos que innovan, identifican y crean nuevas formas de oportunidades de negocios, establecen y coordinan nuevas combinaciones de recursos, para extraer los mayores beneficios de sus innovaciones, elevando así sus posibilidades de éxito en el mercado (Amit, 2004).

4. METODOLOGIA, MUESTRA, VARIABLES Y MÉTODO DE ANÁLISIS.

La metodología utilizada para alcanzar nuestros propósitos se expone en el presente epígrafe. En primer lugar, se explican las características de la muestra utilizada, en segundo lugar, se hace referencia a la medida de las variables psicológicas y de éxito del proyecto emprendedor, así como las fuentes de información. Finalmente, presentamos los métodos de análisis utilizados.

4.1. LA MUESTRA.

Dada la naturaleza de nuestro estudio centrado en el análisis de los rasgos psicológicos del emprendedor, se optó por elegir a los emprendedores que han pasado por un programa de formación específica y apoyo a proyecto empresariales. En concreto, nuestra muestra está formada por mil cuatrocientos cuarenta y ocho individuos que realizaron el programa EMPRETEC ofrecido por el SEBRAE-CE en el Estado de Ceará (Brasil) en el período 1997-2004.

El programa EMPRETEC es un programa de capacitación creado en el ámbito del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo – PNUD, para la promoción y el desarrollo de la capacidad emprendedora en los individuos emprendedores de los países en crecimiento, y que tiene como asociado en Brasil, el SEBRAE (Servicio del apoyo a las micros y pequeñas empresas de Brasil), que es la institución responsable por las políticas de apoyo y estímulo a las PYMEs. SEBRAE posee oficinas en todos los 27 Estados de la Federación Brasileña, y en el caso de estado de Ceará es denominado de SEBRAE-CE.

Consolidado en el Brasil como instrumento de capacitación emprendedora, el EMPRETEC es ofrecido por el SEBRAE-CE desde 1997, donde ofrece a los empresarios de pequeños negocios la oportunidad de mejorar sus capacidades emprendedoras individuales y, por ende, su permanencia exitosa en el mercado. Elegimos esta muestra para esta investigación, por poseer una diversidad de información muy rica, así como por las razones que se exponen a continuación: Diversidad de los lugares donde se han instalado las empresas (capital y ciudades del interior); diversidad de formación entre los empresarios (desde educación básica hasta postgrado); diversidad de edad (desde 20 hasta 66 años); diversidad de género (hombres y mujeres en buena proporción) y, finalmente, diversidad de sectores de actividades empresariales (industria, comercio, servicios y agricultura).

Para la definición de la muestra final del estudio, fueron eliminados todos aquellos individuos que no eran propietarios de su negocio, ya que el objeto de análisis es el emprendedor. Al final, y atendiendo al perfil exigido en este trabajo, la muestra se redujo a ochocientos emprendedores que efectivamente han emprendido sus propios negocios, son herederos o han desarrollado estrategias de spin-off. Una vez realizado el proceso de recogida de datos, como explicaremos a continuación, la muestra final se compone de quinientos treinta y nueve emprendedores.

4.2. VARIABLES Y FUENTES DE INFORMACIÓN.

Para determinar las variables de carácter psicológico del individuo emprendedor que actúan como variables explicativas del éxito empresarial, elegimos las medidas que más son citadas por los expertos como siendo determinantes de la actitud emprendedora (tabla 1). Con el fin de obtener los datos e informaciones necesarias para esta investigación, fue diseñado un cuestionario específico dirigido a los emprendedores que participaron en el programa

EMPRETEC, utilizando el archivo de informaciones del programa. El cuestionario está dividido en cuatro partes distintas. Las dos primeras se refieren a los rasgos psicológicos y a los rasgos no psicológicos del emprendedor; en la tercera, figuran los datos del proyecto empresarial y en la cuarta parte, se informa acerca del rendimiento del proyecto. Para el presente estudio, únicamente se utilizarán la primera y última parte del cuestionario.

En la primera parte del cuestionario se trataba de valorar las variables psicológicas, para ello ha sido hecha una batería de tres preguntas que se relacionaban con cada una de las once características psicológicas del emprendedor. Para cada una de las cuestiones, se ha utilizado una escala Likert, que toma valores, 1 (baja) hasta 5 (alta). En la segunda parte del cuestionario, se valoraron los rasgos no psicológicos del emprendedor, tales como la edad, el sexo, la experiencia profesional previa, el nivel de formación y experiencia que serán utilizados como variables de control en nuestro análisis. Finalmente, en la última parte del cuestionario se recogían las características de rendimiento del proyecto, siempre y cuando aún sobreviviera. Esta última pregunta era lo primero que se le preguntaba al emprendedor. Así, la variable dependiente ‘continuación del proyecto empresarial’ fue valorada a partir de una variable *dummy*.

El cuestionario fue realizado mediante entrevistas personales a los emprendedores. Para la uniformización y mayor rigor en la aplicación del cuestionario, fue hecho un entrenamiento específico a todos los encuestadores, donde se les llamó la atención acerca de la importancia del estudio y de la naturaleza de las cuestiones, principalmente de aquellas que buscan captar el verdadero sentimiento y las verdaderas respuestas de los encuestados, tan importantes y factores claves para los análisis de la investigación.

Tabla 1
Variables sobre los rasgos psicológicos del emprendedor y la supervivencia de su proyecto empresarial

Variables psicológicas del emprendedor	Valores
Liderazgo	
LID1. En mi familia, las decisiones sobre los asuntos importantes recaen en mis manos	1/5 (Baja/Alta)
LID2. En mi trabajo, las decisiones sobre los asuntos importantes recaen en mis manos	1/5 (Baja/Alta)
LID3. Me anticipo a los demás en la toma de decisiones delante de los problemas y oportunidades	1/5 (Baja/Alta)
Propensión al Riesgo	
RISK1. Tengo miedo de las consecuencias de las decisiones que tomo	
RISK2. Tomo decisiones después de haber analizado todas las posibles consecuencias	1/5 (Baja/Alta)
RISK3. Tomo decisiones sin analizar las posibles consecuencias	1/5 (Baja/Alta)
Creatividad/ Innovación	1/5 (Baja/Alta)
INNOV1. Tengo nuevas ideas y las pongo en práctica	
INNOV2. Me gusta iniciar nuevas actividades	1/5 (Baja/Alta)
INNOV3. Propongo formas de mejorar y cambiar las cosas	1/5 (Baja/Alta)
INNOV4. Tengo facilidad para adelantarme y prever a los acontecimientos	1/5 (Baja/Alta)
INNOV5. Veo oportunidades de negocio donde nadie las observa	1/5 (Baja/Alta)
INNOV6. Tengo facilidad en sentir los cambios del entorno	1/5 (Baja/Alta)
INNOV7. Tengo facilidad en generar nuevas ideas	1/5 (Baja/Alta)
INNOV8. Tengo facilidad en solucionar problemas que otros no consiguen	1/5 (Baja/Alta)
INNOV9. Tengo facilidad en identificar maneras de mejorar procesos e productos	1/5 (Baja/Alta)
Capacidad de Negociación	1/5 (Baja/Alta)
NEGOC1. Me cuesta ceder en una discusión	
NEGOC2. Antes de negociar, analizo con profundidad todos los detalles	1/5 (Baja/Alta)
NEGOC3. Me gusta argumentar y cuestionar	1/5 (Baja/Alta)
Autonomía/la Independencia	1/5 (Baja/Alta)
INDEP1. He necesitado la ayuda de organizaciones públicas para poner en marcha mi empresa	
INDEP2. He necesitado la ayuda de familiares/amigos para poner en marcha mi empresa	1/5 (Baja/Alta)
INDEP3. Me gusta tomar mis propias decisiones	1/5 (Baja/Alta)
Necesidad de Realización	1/5 (Baja/Alta)
REALIZ1. Me gusta disfrutar y tener el reconocimiento de mis éxitos personales	
REALIZ2. Me gusta que mis éxitos no se los tenga que deber a nadie	1/5 (Baja/Alta)
REALIZ3. Creo que ser emprendedor tiene un gran reconocimiento social	1/5 (Baja/Alta)
Variables de éxito del proyecto empresarial	Valores
Supervivencia del proyecto empresarial	0/1 (No/Si)

4.3. MÉTODO DE ANÁLISIS.

La metodología de análisis utilizada es una regresión logística binaria en la que la variable dependiente es la continuidad del proyecto empresarial. El análisis de regresión logística es apropiado cuando la variable dependiente es no métrica y tiene solo dos grupos, como es nuestro caso. Frente al análisis discriminante, la elección de la regresión logística se fundamenta en el no necesario cumplimiento de los supuestos de normalidad multivariante. La regresión logística es mucho más robusta cuando estos supuestos no se cumplen. Pero, incluso si se cumplen, muchos investigadores la prefieren al análisis discriminante porque la interpretación de los resultados es similar a la regresión.

En concreto, se ha utilizado una regresión logística jerárquica. El Modelo incluye todas las variables independientes. Los indicadores de medición de la bondad del ajuste global que se presentan son tres. El primero, el logaritmo de la verosimilitud o $-2LL$, para el que menores valores indican un mejor ajuste del modelo. El segundo, la prueba de Hosmer y Lemeshow, que mide la correspondencia de los valores reales y predichos de la variable dependiente y para la que un valor no significativo indica un buen ajuste. Finalmente, el tercero, la R^2 de Nagelkerke que se interpreta de forma similar a la R^2 de cualquier modelo de regresión múltiple.

A fin de resumir la información para cada variable psicológica, se utilizó la metodología factorial de componentes principales sobre las preguntas reflejadas en el cuestionario.

5. RESULTADOS.

Las variables independientes se construyeron realizando un análisis factorial de componentes principales para agrupar las dimensiones de las variables psicológicas y poder analizar los datos utilizando una regresión logística. En primer lugar, se comprobó la adecuación de llevar a cabo análisis factoriales con los datos obtenidos en el cuestionario. Para cada una de las variables dependientes se realizó la prueba de esfericidad de Bartlett, que nos permite rechazar la hipótesis de que la matriz de correlaciones sea una matriz identidad, y el índice de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin, obteniéndose en todos los casos valores superiores a 0,5 que se considera el valor mínimo aceptable. Los resultados de estas medidas permiten concluir que el análisis factorial es pertinente para la información a analizar.

Para la primera de las variables psicológicas, “autonomía”, se ha realizado un análisis factorial sobre las variables INDEP1-3, aplicando el criterio de la raíz latente, nos indica la existencia de un componente que explica el 44.513% de la varianza. Sobre la segunda variable “creatividad e innovación” se realizó igualmente un factorial para las variables INNOV1-9 para el que se obtuvo un factor que explica el 41.106% de la varianza. Para la variable “liderazgo” medida sobre las medidas LID1-3, se obtuvo un factor que explicaba el 48.181% de la varianza. El “riesgo” medido a través de RISK1-3 fue obtenido también con un factor que explica el 47.880% de la varianza. La “capacidad de negociación” correspondiente a las preguntas NEGOC1-2 del cuestionario se resumió con un factor que explica el 66.948%

de la varianza. Finalmente, la “necesidad de autorrealización” medido a través de dos cuestiones REALIZ1-2 se redujo a un factor que explica el 51.474% de la varianza (tabla 2).

Tabla 2

Resultados del análisis factorial de componentes principales

[El análisis ha sido realizado con una muestra de 539 emprendedores y utilizando las medidas del cuestionario]

Variables	Autonomía	Creatividad/innov.	Liderazgo	Riesgo	Negociación	Autorrealización
Autovalores	1.335	3.700	1.445	1.436	1.337	1.029
Valor de los componentes	INDEP1 .805 INDEP2 .722 INDEP3 -.408	INNOV1 .736	LID 1 LID .751 2 .725 LID .598 3	RISK1 .842 RISK2 .778 RISK3 -.348	NEGOC2 .818 NEGOC3 .818	REALIZ1 .717 REALIZ2 .717
		INNOV2 .684				
		INNOV3 .662				
		INNOV4 .651				
		INNOV5 .644				
		INNOV6 .636				
		INNOV7 .624				
		INNOV8 .567				
		INNOV9 .546				

Los factores obtenidos fueron utilizados como variables independientes para valorar su influencia sobre la continuidad del proyecto empresarial en el modelo 1. Junto a estas variables se incluyeron las variables socio-demográficas como variables de control en el modelo 2. Las variables de control fueron la edad (variable numérica), el sexo (variable *dummy*, 0 corresponde a hombre y 1 a mujer), el nivel de formación (medida con escala *Likert* de 1 a 5), el número de experiencias profesionales previas (medida con escala *Likert* de 1 a 5) y la edad en que empezó a ejercer actividades profesionales (medida con escala *Likert* de 1 a 5).

Los resultados del primer modelo de regresión logística (tabla 3) indican que las características psicológicas del emprendedor tienen influencia sobre la continuidad de un proyecto empresarial. En concreto, todas las variables resultan significativas aunque no todas con el signo esperado. La mayor creatividad, innovación y capacidad de liderazgo, así como el menor nivel de autonomía influyen en la continuidad del proyecto de los emprendedores. Sin embargo, la menor capacidad de negociación y necesidad de autorrealización del emprendedor también se traduce en mayor duración del proyecto empresarial. Estos últimos resultados no corresponden a lo pronosticado por la literatura en *entrepreneurship* ya que se considera que cuanto mayor es la capacidad de negociar y deseo de autorrealización mayor es el éxito esperado de un proyecto. En la muestra analizada no parecen ser estas características necesarias para que se garantice la supervivencia de un proyecto.

Al introducir las variables de control (tabla 3) se observa que ni el sexo y la edad tienen ninguna influencia sobre la supervivencia de un proyecto. Es decir, la continuidad de una idea emprendedora no depende de estas características socio-demográficas del emprendedor. Mientras, las variables de formación y experiencia sí que tienen influencia significativa sobre la continuidad del proyecto empresarial. Sorprende el signo con el que se relacionan con la variable dependiente ya que cuanto mayor es el número de experiencias profesionales, mayor el nivel de formación y más tarde ha iniciado su actividad profesional, menos probabilidad existe de que el proyecto tenga continuidad en el tiempo. La literatura indica que los emprendedores con más formación y experiencia son los que tienen más posibilidades de éxito empresarial. Sin embargo, para nuestra muestra de emprendedores brasileños y el periodo analizado estas relaciones no parecen cumplirse.

Tabla 3

Resultados del análisis de regresión logística sobre la continuidad del proyecto empresarial
 [El análisis ha sido realizado con una muestra de 539 emprendedores, la variable discriminante es la supervivencia del proyecto, el valor 0 significa que el proyecto no continúa, el valor 1 significa que el proyecto pervive]

Variables	MODELO 1		MODELO 2	
	Beta	Wald	Beta	Wald
Constante	1.35***	140.7	3.87** *	24.74
VARIABLES PSICOLÓGICAS				
Autonomía	-0.18*	2.73	-0.19*	2.73
Creatividad/innovación	0.29**	4.77	0.10**	5.42
Liderazgo	0.41***	12.63	0.38** *	9.74
Riesgo	-0.18	2.25	-0.19	2.36
Negociación	-0.25*	3.14	-0.24*	2.75
Autorrealización	-0.18*	2.69	-0.17	2.24
VARIABLES SOCIO-DEMOGRÁFICAS				
Edad			-0.00	0.04
Sexo			-0.12	1.26
Número de experiencias profesionales			-0.23**	6.56
Nivel de formación			-0.24*	3.74
Tiempo que experiencia profesional			-0.20*	3.26
	-2LL value	521.57		485.32
	Hosmer y Lemeshow	11.10 (0.196)		7.74 (0.459)
	Nagelkerke R ²	0.08		0.132
	No. observaciones	539		539

6. CONCLUSIONES

El estudio de los factores que influyen sobre el fenómeno del emprendedorismo ha recibido un gran interés por parte de la literatura académica. Existe un gran consenso acerca de lo que significa ser emprendedor, sin embargo, todavía se desconoce bastante – por lo menos desde un punto de vista empírico - acerca del perfil del individuo con mayor probabilidad de convertirse en emprendedor y, más aún, se desconoce los rasgos personales que llevan a un emprendedor al éxito.

En el presente estudio hemos tratado de dar algunos pasos adelante en el conocimiento de los rasgos del individuo que se relacionan con proyectos duraderos. En concreto, nuestro interés residía en analizar los factores psicológicos del emprendedor de éxito. Los resultados de nuestros análisis en una muestra de emprendedores brasileños ponen de manifiesto, por una parte, que los rasgos psicológicos inciden en la supervivencia de un proyecto empresarial. Por otra parte, se observa que los emprendedores con más creatividad, capacidad de innovación, liderazgo y respaldo por parte de familiares, amigos e instituciones son aquellos cuyos proyectos tienen más posibilidades de sobrevivir.

Se pone de manifiesto la importancia de otras variables de carácter socio-demográficos tales como la formación y experiencia sobre la supervivencia de un proyecto empresarial. Lo que no parece tan claro es el tipo de influencia que tienen estas variables ya que aunque la literatura considera que un emprendedor formado y con experiencia tiene más probabilidad de mantener su proyecto, los resultados indican lo contrario. En todo caso, si es cierto que cuando antes ha empezado el emprendedor a tener experiencias profesionales, mayor es la posibilidad de que su proyecto sobreviva.

Podemos concluir con que las autoridades públicas tienen una buena oportunidad para formar a emprendedores con buenas ideas, innovadoras y creativas aunque no se trate de emprendedores con altos niveles de formación y experiencia profesional ya que éstos serán capaces de mantener proyectos exitosos.

Tampoco podemos terminar este trabajo sin apuntar el gran camino que queda por recorrer en el análisis de los factores determinantes del éxito emprendedor, en concreto, pretendemos

seguir mejorando la valoración de los rasgos psicológicos del emprendedor, así como incluir en el análisis otros rasgos del individuo tales como los demográficos o no psicológicos.

7. BIBLIOGRAFIA

Amit, Raphael y Villalonga, Belen (2004): "How Do Family Ownership, Control y Management Affect Firm Value", EFA 2004 Maastricht Meetings Paper No. 3620.

Baron, R. y G. Markman (1999a): "The role of entrepreneurs' behavior in their financial success: Evidence for the benefits of effective social skills", paper presented at the Babson Conference on Entrepreneurship, Babson Park, MA, US.

Baumol, W. (1993): "Formal entrepreneurship theory in economics: Existence and bounds", *Journal of Business Venturing*, 8(3), 197-210.

Begley, T. (1995): "Using founder status, age of firm, and company growth rate as the basis of distinguishing entrepreneurs from managers of smaller business", *Journal of Business Venturing*, 10(3), 249-63.

Bonnett, C. y A. Furnham (1991): "Who wants to be an entrepreneur? A study of adolescents interested in a Young Enterprise scheme", *Journal of Economic Psychology*, 12, 465-78.

Brockhaus (editores) (1980), *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence, and Growth*, 3, Greenwich, CT, US: JAI Press, pp. 119-38.

Brodsky, M. (1993): "Successful female corporate managers and entrepreneurs", *Group and Organization Management*, 18(3), 366-79.

Burke, A., F. Fitzroy y M. Nolan (2000): "When less is more: Distinguishing between intreprenurial choice and performance", *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 62(5), 565-87.

Busenitz, L. y J. Barney (1997): "Differences between entrepreneurs and managers in large organizations: Biases and heuristics in strategic decision making", *Journal of Business Venturing*, 12(1), 9-30.

Catillon, R. (1931): "The Circulation and Exchange of Goods and Merchandise", in H.Higgs (ed), *Macmillan*, 1931, chapter 3.

Collins, O.; D. Moore y D. Unwalla (1964): *Entreprising Man*, MSU, Business Studies.

Collins, C., E. Locke y P. Hanges (2000): "The relationship of need for achievement to entrepreneurial behavior: A meta-analysis", working paper, University of Maryland, US.

Cross, B. y Travaglione (2003): "The untold story: is the entrepreneurship of the 21th century defined by emotional intelligence?", *the international journal of organizational analysis*, vol. 11, no 3, 221-228.

Cuervo, A. (2003): “ La Creación Empresarial. De Empresarios y Directivos”, en Creación de Empresas–Entrepreneurship”, Servei de Publicacions, Universitat Autònoma de Barcelona.

Cunningham, J. B. y Lischeron, J. (1991): “Defining entrepreneurship”, *Journal of Small Business Management*, January 1991, 45-61

Douglas, E. (1999): “Entrepreneurship as a career choice: Attitudes, entrepreneurial intentions, and utility maximization”, P. Reynolds, W. Bygrave, S. Manigart, C. Mason, C. Mason, G. Meyer, H. Sapienza y K. Shaver (editores), *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Babson Park, US: Babson College, pp. 152-66.

Drucker, P.F., (2003): “Purposeful Innovation and the Seven Sources for Innovative Opportunity”, in *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles*, Chapter 2, New York: Harper and Row, 30-36, en *The Foundations of Entrepreneurship*, Vol. I, edited by Scott Shane, 180 – 187, Ed. Edward Elgar, USA.

Gibb, A. A. (1993): “The Enterprise Culture and Education: understanding enterprise education and its links with small business, entrepreneurship and wider educational goals”, *International Small Business Journal*, Vol 11, No 3, pp. 11-34.

Hormiga, Perez, E. y Batista Carino, R. M. (2005): “El Éxito en Empresas de Nueva Creación: Medida y selección de Indicadores”,

Johnson, B. (1990): “Toward a multidimensional model of entrepreneurship: The case of achievement motivation and the entrepreneur”, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 14(3), 39-54.

Kirzner, I. M. (1992): “Market Process – Essays in the Development of Modern Austrian Economics”, London/New York: Routledge.

Knight, F. (1921): “Risk, Uncertainty, and Profit”, Houghton Mifflin: Boston.

Koh, H. C. (1996): “ Testing hypotheses of entrepreneur Characteristics”, *Journal of Managerial Psychology*, vol. 11, pp. 12-25.

Matos Ferreira, J.J. (2003): “Estudo do Crescimento e Desempenho das Pequenas Empresas: A Influência da Orientação Estratégica Empreendedora”, tesis pendiente de publicación, Universidad de Covilha, Portugal.

McClelland, D.C. (1961): “The Achieving Society”. Princeton: Van Nostrand.

McClelland, D. C. y Winter, D. G. (1969), “ Motivating Economic Achievement” New York: Free Press.

Minner, J. (2000): “Testing a psychological typology of entrepreneurship using business founders”, *The Journal of Applied Behavioral Science*, 36(1), 43-69.

Ripsas, S. (1998): “Towards an Interdisciplinary Theory of Entrepreneurship”, *Small Business Economics*, 10, 103-115.

Sachis Palacio, J. M. y Redondo Cano, A. (1997): “ Actitudes hacia la creación de empresas: un estudio empirico aplicado a los estudiantes de relaciones laborales de la Universidad de Valencia”, II Jornadas Nacionales sobre enseñanza en las relaciones laborales. Salamanca.

Schumpeter, J. A. (1934): “The Theory of Economic Development” Cambridge, Mass.: Harvard University Press.

SEBRAE, (2004): “Fatores Condicionantes e Taxa de Mortalidade de Empresas no Brasil”, Relatório de Pesquisa, Brasília-DF-Brasil;

Serrano Sanz, J.M. (1994): “El Papel del Estado en la Economía: Líneas Actuales de Investigación”, en El Estado en la Economía Española, VIII Jornadas de Alicante sobre Economía Española, 1994, p. 17-37.

Shane, S. (2003): General Theory of Entrepreneurship : The Individual-Opportunity Nexus, Edward Elgar Editores.

Stewart, W. and P. Roth (2001): “Risk taking propensity differences between entrepreneurs and managers: A meta-analytic review”, Journal of Applied Psychology, 86(1), 145-53.

Stuart, T., H. Huang y R. Hybels (1999): “Interorganizational endorsements and the performance of entrepreneurial ventures”, Administrative Science Quarterly, 44, 315-49.

Van Praag, C. y J. Cramer (2001), “The roots of entrepreneurship an labour demand: Individual ability and low risk aversion”, Economica, 68(269), 45-62.

Wooten, K., T. Timmerman y R. Folger (1999): “The use of personality and the five-factor model to predict new business ventures: From outplacement to start-up”, Journal of Vocational Behavior, 54, 82-101.