

## CAPÍTULO 9

# Influencia del riesgo percibido, el locus de control y la necesidad de logro en el emprendimiento

{ Daniela Arévalo, Pablo Vallejo-Medina y Paola Barreto-Galeano

El emprendimiento, con la propagación del capitalismo y la globalización, ha empezado a tener una importancia significativa en relación al crecimiento económico de los países (Amorós, 2011; Canclini, 1991; Collins, Hanges & Locke, 2004; Rajput & Kalhor, 2014; Lederman, Messina, Pienknagura & Rigolini, 2014; Sánchez-García, 2010). Asimismo, es una herramienta necesaria para las economías en desarrollo (Amorós, 2011). En el nuevo milenio en América Latina y el Caribe, el emprendimiento ha tenido una tasa de crecimiento extraordinaria (Lederman et al., 2014). Según *The Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2014), la región del Caribe y Latino América cuenta con una tasa de emprendimiento entre el 29,9% y el 40,4%, donde Colombia tiene un crecimiento del 40,4% (Amorós, Bosma & Global Entrepreneurship Research Association, 2014).

Colombia hace parte de los países cuyas economías son impulsadas por la eficiencia y, como se ha visto, cuenta con un porcentaje alto de emprendimiento (GEM Caribbean team, 2012). En Bogotá, la Tasa de Emprendimiento (TE) es del 20,5%, siendo la segunda más alta del país después de Cali con 21,7%. A pesar de que Bogotá tiene una TE de 20,5 %, el 17% de las nuevas empresas constituidas cancelan sus actividades antes de cumplir los tres años (Cámara de Comercio de Bogotá, Cordero-Gómez; Quiroga-Marín, Universidad de los Andes & Vesga-Fajardo, 2011), generando un estancamiento en el emprendimiento y la economía porque son las empresas con más de tres años y no las pequeñas, las que más consumo y empleos generan (Lederman et al., 2014). Debido a esto, algunos elementos a tener en cuenta en el momento de estudiar el emprendimiento son los siguientes: el entorno, las organizaciones y el emprendedor (Bhat & Khan, 2014).

El entorno y las organizaciones son elementos fundamentales del emprendimiento porque el entorno y su cultura pueden influir en la capacidad de innovación de la sociedad a partir de los recursos, las influencias y los cambios tecnológicos que esta le ofrece (Herdig & Miller, 1992). Asimismo, las instituciones u organizaciones pueden facilitar el comportamiento empresarial al hacer ciertas acciones más viables que otras (Kostova, 1999). Por lo tanto, el emprendimiento es el resultado de las características que tengan las instituciones u organizaciones prevalecientes, de sus limitaciones formales e informales y de sus mecanismos de regulación (Castillo, 2009).

Por otro lado, el sistema de incentivos y recompensas, combinado con las normas sociales y los valores culturales, influye sustancialmente en la búsqueda de la iniciativa empresarial y la posibilidad de creación de nuevas empresas (Peng & Zhou, 2005). Según Rodríguez (2015), el emprendimiento en Colombia es el reflejo de las respectivas orientaciones, políticas e intereses de cada gobierno, para consolidar una economía en crecimiento y una sociedad próspera. Es decir, que el desarrollo económico aparte de tener como elemento clave la creación de nuevas empresas, es producto de características institucionales prevalecientes y mecanismos de regulación (Castillo, 2009; Rodríguez, 2015). Respecto a lo anterior, el gobierno colombiano ha establecido leyes que propenden por el desarrollo y creación de empresas desde mediados de los años noventa (Castillo, 2009). La ley más reciente relacionada con el emprendimiento es la Ley 1014 del 2006 sobre el fomento de la cultura emprendedora, que tiene como objetivo general incorporar desde la educación una formación práctica y teórica, para que el estudiante adquiera las capacidades necesarias para la creación de su propia empresa y poder adaptarse a los nuevos avances científicos y tecnológicos, así como poder actuar en el rol de emprendedor desde su lugar de trabajo. Más aun, busca generar un vínculo entre el sistema educativo y el sistema productivo nacional por medio de la formación en competencias básicas, laborales, ciudadanas y empresariales a través de una cátedra de emprendimiento (Congreso de la República de Colombia, 2006). Por lo anterior, es importante entender que el emprendimiento no es un fenómeno de un individuo (emprendedor), es un estilo de vida que promueve la cultura emprendedora, un modelo mental, una estructura de aprendizaje práctico, para todos aquellos que quieren emprender e innovar por medio de distintas oportunidades (Loli, Del Carpio & Vergara, 2012).

Tomar la decisión de emprender y convertirse en emprendedor es una elección significativa que las personas hacen y una decisión que determina innovación, competencias y creación de empleo en la sociedad a nivel industrial (Bortolani et al., 2010). Más importante aún, es entender que el emprendimiento es fundamentalmente personal, porque es la visión, la intención y el trabajo de una persona,

que concibe y convierte una idea de negocio en productos y servicios exitosos (Baron, Baum & Frese, 2012). Es decir, una idea de emprendimiento sin que sea solamente la idea de una empresa, lo que busca es mejorar la calidad de vida de la persona impactando directamente en el entorno en el que se encuentra (Correa-Calle, Marulanda-Montoya & Mejía-Mejía, 2009). De ahí la importancia y el foco de esta investigación, en entender por qué los consumidores (individuos) se convierten en emprendedores o tienen la intención de emprender en la ciudad de Bogotá a partir tres aspectos psicológicos: necesidad de logro, locus de control interno y percepción al riesgo, que son aspectos característicos de los emprendedores (Bhat & Khan, 2014; Collins et al., 2004; Korunka et al., 2003; Rajput & Kalhor, 2014).

## ■ Método

### Participantes

Para efectos de esta investigación se eligió por conveniencia una muestra de 124 personas, 64 emprendedores con empresa hace más de tres años y 60 estudiantes con intención de crear empresa en la ciudad de Bogotá. Los criterios de inclusión que se tomaron en cuenta para los estudiantes fueron: que estuvieran cursando el último año de pregrado universitario de negocios, administración, contaduría pública, economía, mercadeo y finanzas en la ciudad de Bogotá, porque son programas universitarios relacionados con la dinámica empresarial (Mora-Riapiña & Vera-Colina, 2011). Para los estudiantes, se utilizó una pregunta para saber si tenían intención de crear empresa. Mientras que para los emprendedores con empresa, los criterios de inclusión fueron: que hubieran creado su propia empresa y estuviera en funcionamiento durante un mínimo tres años en la ciudad Bogotá. Se tuvo en cuenta este periodo de tiempo porque son las empresas con más de tres años y no las pequeñas, las que más empleos generan (Lederman et al., 2014).

Se observó que el 68,8% de la muestra de emprendedores con empresa hace más de tres años es masculina. El 32,8% tienen de 29-38 años, el 89,1% tiene experiencia laboral, el 73,4% lleva de 3 a 12 años trabajando en su empresa y el 42,2% gana más de 7 salarios mínimos legales vigentes (SMLV) mensualmente.

Con respecto a los estudiantes con intención de crear empresa se observó que el 8,3% de los estudiantes que tienen intención de crear empresa ya han creado empresa, y el 93,3% se encuentra entre los 19-28 años. Las carreras que están estudiando son: administración un 38,3%, contaduría pública un 23,3%, finanzas 31,7% y mercadeo 6,6%, y el 56,7% se encuentra cursando octavo semestre. El 71,7% tiene experiencia laboral, pero solo el 59,6% tiene ingresos mensuales.

## Instrumentos

Escala de Locus de Control de Rotter (1966, 1975). Es la construcción de un cuestionario de selección forzada que mide el locus de control de forma unidimensional. En un principio se conformaba por cien ítems, cada uno de los cuales comparaba creencias externas con creencias internas. El análisis factorial se redujo a 60 ítems (Rotter, 1966). La versión utilizada está adaptada al español, contiene 10 ítems y ha mostrado un *Alfa* de *Cronbach* de 0,76, (Sánchez-Almagro, 2003).

Cada ítem tiene dos afirmaciones, donde el participante tiene que escoger una de las dos con la que esté de acuerdo. Las dos afirmaciones expuestas por ítem van dirigidas al locus de control, en donde la sumatoria de afirmaciones escogidas mostrará si es un emprendedor con un locus de control interno alto o bajo. La puntuación de esa escala se mide de 1 a 10, donde 10 hace referencia a un locus de control interno alto y 1 a un locus de control externo alto.

Motivación de logro, poder y afiliación (MLPA) de Steers & Braunstein de 1976, adaptada al español por Sánchez-Almagro (2003). Mide las tres motivaciones que McClelland (1987) encontró en los emprendedores (motivación de logro, poder y afiliación). Está compuesto por 15 ítems y cada categoría tiene un *Alfa* de *Cronbach* de 0,76 (motivación de logro), 0,79 (motivación de poder), 0,81 (motivación de afiliación). La escala es de tipo *Likert* de 1 a 5, 1 totalmente desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo, y está dividida en tres categorías de 5 ítems cada una. La sumatoria de cada categoría define una mayor o menor tendencia hacia la motivación de logro (el impulso de superación en relación a un criterio de excelencia), de poder (la tendencia de buscar reconocimiento en grupos y encontrar la forma de hacerse visible) y afiliación (el establecimiento, mantenimiento o recuperación de una relación afectiva con persona/s). Cada una de las subescalas tiene una puntuación de 25 puntos. Entre más puntos se obtengan, mayor es la tendencia de motivación de logro, poder y afiliación. Cada categoría en la presente investigación ha mostrado un *Alfa* de *Cronbach* de 0,68 (motivación de logro), 0,64 (motivación de poder), 0,56 (motivación de afiliación).

Test de Actitud frente a la Asunción del Riesgo (AR) de Eguía Fernández (1994), el objetivo de esta escala es medir la capacidad del emprendedor de tomar decisiones, y se compone por cinco subescalas: 1- capacidad para asumir riesgos, 2- decisiones, 3- motivación de logro, 4- locus interno, 5- autoconfianza y perseverancia, se compone de 12 ítems y tiene *Alfa* de *Cronbach* de 0,72 (Sánchez-Almagro, 2003). Es una escala tipo *Likert* de 1-5, 1 (absolutamente en desacuerdo), 2 (en desacuer-

do), 3 (indiferente), 4 (de acuerdo) y 5 (absolutamente de acuerdo). Se eliminaron 4 ítems al validar la escala en Colombia, para un total de 8 ítems y mostró un *Alfa* de *Cronbach* de 0,74.

## Procedimiento

Se utilizó un cuestionario online como medio de recolección de datos desde la plataforma *Typeform*. Se le ofreció participar a estudiantes que tuvieran intención de crear empresa de último año de administración, finanzas, economía, mercadeo, negocios y emprendedores que tuvieran empresa hace más de tres años en la ciudad de Bogotá. Estos datos se controlaron y verificaron mediante un filtro de preguntas que se encontraban en el instrumento como: ciudad que reside, años de trabajo en su empresa, semestre en el que estudia, entre otras. El instrumento lo respondieron un total de 136 personas de las cuales solo 124 fueron aptas según los requerimientos de inclusión.

Con el fin de calcular el tamaño muestral necesario para alcanzar la potencia estadística mínima necesaria de una *T-Student* en dos grupos independientes que consideramos que es el análisis más relevante de nuestra investigación, se utilizó el *G.Power* 3.1. Así, se estimó con un *Alfa* de 0,05 y un  $1-\beta$  0,95, para una *d* de Cohen de 0,60, estimándose un tamaño muestral necesario por grupo de 61, con un total de 122 y un poder resultante de 0,95.

## Resultados

El objetivo del presente estudio fue observar las diferencias entre el locus de control interno, la necesidad de logro y la percepción de riesgo en emprendedores con empresa de más de tres años (EEMTA) y estudiantes que tienen intención de crear empresa (EICE). Se observó una diferencia estadísticamente significativa en la motivación de logro en los dos grupos de estudio (EEMTA y EICE) como se evidencia en la tabla 1.

Tabla 1. Prueba T de muestras independientes (EEMTA y EICE)

	t	gl	Sig. (bilateral)
ML	4,112	122	0,000
LCI	1,102	122	0,273
PR	1,847	122	0,067

Nota: LCI = Locus de Control Interno, ML = Logro, PR = Percepción de Riesgo.

Se observó que el locus de control interno en ambos grupos EEMTA y EICE es alto, porque sus medias puntúan entre el 8,36 y 8,06, como se muestra en la tabla 2. De igual forma, se evidencia que los EEMTA muestran mayor tendencia a la motivación de logro con una media de 23,55 que los EICE con una media de 22,03.

**Tabla 2.** Descriptivos entre EEMTA y EICE

		N	Media	Desviación Típica
ML	EEMTA	64	23,55	2,054
	EICE	60	22,03	2,042
LCI	EEMTA	64	8,36	1,587
	EICE	60	8,03	1,707
PR	EEMTA	64	34,14	5,768
	EICE	60	32,08	6,629

**Nota:** LCI = Locus de Control Interno, ML = Logro, PR = Percepción de Riesgo, EEMTA = Emprendedores con empresa hace más de tres años, EICE = Estudiantes con intención de crear empresa. Las variables de logro, poder y afiliación pertenecen a la escala de Motivación de logro, poder y afiliación (MLPA).

Como se observa en la tabla 3, en el grupo EEMTA la motivación de logro tiene una correlación estadísticamente significativa con el poder, la afiliación y el locus de control interno. Lo mismo se observa en el grupo EICE, ya que se evidencia una correlación estadísticamente significativa entre la motivación de logro y el locus de control interno.

**Tabla 3.** Correlación de Pearson de ML, LCI y PR entre EICE y EEMTA

EEMTA	EICE	ML	LCI	PR
ML		1	0,38**	0,05
LCI		0,54**	1	0,28*
PR		0,24*	0,19	1

**Nota:** LCI = Locus de Control Interno, ML = Logro, PR = Percepción de Riesgo, EEMTA = Emprendedores con empresa hace más de tres años, EICE = Estudiantes con intención de crear empresa. Las variables de logro, poder y afiliación pertenecen a la escala de Motivación de logro, poder y afiliación (MLPA).

\*\* La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral)

\* La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral)

También se observaron diferencias estadísticamente significativas del locus de control interno, necesidad de logro y percepción de riesgo en algunas variables socio-demográficas, como se muestra a continuación: (1) entre la motivación de logro y

si finalizó el pregrado universitario  $F(2,121) = 5,126; p = 0,007$ . (2) entre la motivación de logro y el semestre que está cursando  $F(4,119) = 4,703$  y  $p = 0,001$ . (3) entre la motivación de logro y los años de experiencia  $F(6,117) = 2,553$  y  $p = 0,023$ . (4) entre la motivación de logro y la ocupación  $F(8,115) = 2,820; p = 0,007$ . (5) entre la motivación de logro y los años que esté trabajando en su propia empresa  $F(5,118) = 18,238; p = 0,001$ . (6) entre el locus de control interno y los años que lleva trabajando en su empresa  $F(5,118); p = 0,047$ . (7) entre la motivación de logro y los ingresos  $F(9,114) = 3,186; p = 0,002$ . (8) entre la percepción de riesgo y tener familiares con su propia empresa  $F(2,121) = 3,890; p = 0,023$ . (9) entre la motivación de logro y cuántas empresas ha creado  $F(7,116) = 6,355; p < 0,01$ . (10) entre locus de control interno y cuántas veces ha creado empresa  $F(7,116) = 3,376; p = 0,003$ .

## ■ Discusión

Se observó que solo existe una diferencia significativa entre los EEMTA y EICE en función de la motivación de logro, que se relaciona con la investigación de Hansemark (2003), donde encontró que los emprendedores tienen un nivel más alto de motivación de logro que los que no han creado empresa. Se puede inferir entonces, que la motivación de logro es una característica que representa a los emprendedores que han creado empresa y las tienen establecidas. Asimismo, se puede considerar a la motivación de logro una variable aprendida, ya que se observaron diferencias significativas entre la motivación y variables sociodemográficas en función al estudio, el semestre cursado y si terminó el pregrado universitario. También, se cree que las universidades y centros de investigación influyen en la motivación de logro que caracteriza al emprendedor. Aunque se sabe que en la práctica la mayoría de personas que crean empresa la inician sin una educación adecuada, están adquiriendo nuevos conocimientos continuamente (estudios universitarios, no formales, técnicos, seminarios, etc.), para encontrar soluciones eficientes para sus negocios (Dumciuviene, Remeikiene & Grazina, 2013).

Con respecto al locus de control interno y la percepción de riesgo en las que no se observó diferencias estadísticamente significativas entre los grupos de estudio, se puede decir que son características de individuos que tienen un perfil emprendedor, porque en ambos casos la puntuación de la media es alta y va en la línea con en el estudio de Hansemark (2003), en donde se evidenció mediante la escala de Externa-Interna de Rotter, que tienen un nivel de locus de control interno más alto los que son emprendedores a los que no son emprendedores. Igualmente, aquellos individuos que tengan la intención de convertirse en emprendedores, son los que

aprovechan las oportunidades en situaciones inciertas y tienen mayor inclinación al riesgo (Olmos & Sastre, 2007).

Se observó que la motivación de logro tiene una correlación significativa con el locus de control interno en los EEMTA. En el grupo EICE también se ve una correlación estadísticamente significativa entre motivación de logro y el locus de control interno, que concuerda con los hallazgos de Korunka et al. (2003) con una muestra naciente de emprendedores, en donde se estableció que el locus de control interno se relacionaba con aspectos de la personalidad, como necesidad de logro e iniciativa personal. También se observó una correlación estadísticamente significativa entre la percepción de riesgo y el locus de control interno. Se puede inferir que esta correlación se da porque el tener un locus de control interno alto incrementa la probabilidad de que un emprendedor haga todo lo posible para llevar a cabo sus planes (Mueller & Thomsd, 2000). Lo anterior, porque existe evidencia empírica para apoyar la creencia convencional, de que los que tienen mayor inclinación al riesgo tienen mayor probabilidad de convertirse en emprendedores (Hormiga & Bolívar-Cruz, 2014).

Para futuras investigaciones se recomienda ampliar la muestra de estudiantes a otras carreras, ya que al ser carreras que se relacionan con la dinámica empresarial, pudo influir en que las medias de las características evaluadas puntaran muy parecido en ambos grupos. Asimismo, se sugiere realizar una muestra de tipo aleatorio, porque al realizarse esta investigación con una muestra de tipo incidental, pudo haberse limitado a algunos grupos laborales, sociales y económicos. Más aún, se recomienda balancear ambos grupos en hombres y mujeres iguales, para poder evaluar si el sexo tiene alguna incidencia en las características aquí evaluadas. Para finalizar, se invita a desarrollar estudios experimentales con respecto a la necesidad de logro con grupos controles, para encontrar elementos que ayuden a desarrollar esta característica en estudiantes y personas que creen empresa por necesidad, porque un nivel alto de necesidad de logro predispone a una persona a buscar una posición emprendedora, con el fin de buscar mayor satisfacción (Buchanan, Carraher & Puia, 2010).



## Referencias

- Amorós, J. E. (2011). El proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM): Una aproximación desde el contexto Latinoamericano. *Revista Latinoamericana de Administración*, 46, 1-15.
- Amorós, J. E., Bosma, N. & Global Entrepreneurship Research Association (2014). *Global report fifteen years of assessing entrepreneurship across the globe*. Global entrepreneurship monitor 2013.
- Baron, R. A., Baum J. R. & Frese, M. (2012). *The psychology of entrepreneurship*. New York, USA: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Bhat, P. S. & Khan, R. (2014). Entrepreneurship and institutional environment: Perspectives from the review literature. *European Journal of Business and Management*, 6, 84-91.
- Bortolani, E., Cubico, S., Favretto, G. & Sartori, R. (2010). Describing the entrepreneurial profile: The entrepreneurial aptitude test (TAI). *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 11, 424-345. doi: 10.1504/IJESB.2010.036295
- Buchanan, J. K., Carraher, S. M. & Puia, G. (2010). Entrepreneurial need for achievement in China, Latvia and the USA. *Baltic Journal of Management*, 5, 378-396. doi: 10.1108/17465261011079767
- Camara de Comercio de Bogotá, Cordero-Gómez, C. A., Quiroga-Marín, R. F., Universidad de los Andes & Vesga-Fajardo, R. A. (2011). *Global Entrepreneurship Monitor: reporte anual Bogotá 2012-2013*. Recuperado de: [http://camara.ccb.org.co/documentos/13425\\_informe\\_gem\\_bogota\\_\\_2013\\_dgc\\_ccb.pdf](http://camara.ccb.org.co/documentos/13425_informe_gem_bogota__2013_dgc_ccb.pdf).
- Canclini, N. G. (1991). El consume sirve para pensar. Diálogos de la Comunicación. *Revista de la Federación Latinoamericana de Asociaciones de Facultades de Comunicación Social*, 30, 6-9.
- Castillo, C. J. (2009). Investigando el entrepreneurship tras un marco teórico y su aporte al desarrollo económico de Colombia. *Revista EAN*, (66), 67-84.
- Collins, C. J., Hanges, P. J. & Locke, E. A. (2004). The relationship of achievement motivation to entrepreneurial behavior: A meta-analysis [Electronic version]. Recuperado de Cornell University, ILR School site: <http://digitalcommons.ilr.cornell.edu/articles/x>

- Congreso de la República de Colombia (2006). *Ley 1014 de 2006 de fomento a la cultura del emprendimiento*. Bogotá: Congreso de la República de Colombia
- Correa-Calle, G., Marulanda-Montoya, A. & Mejia-Mejia, F. (2009). Emprendimiento: visiones desde las teorías del comportamiento humano. *Revista EAN*, 66, 153-168.
- Dumciuviene, D., Remeikiene, R. & Grazina, S. (2013). Explaining entrepreneurial intention of university students: The role of entrepreneurial education. *MakeLearn 2013: Active Citizenship by Knowledge Management & Innovation*. 299-307.
- Eguía Fernández, J. (1994). *Personalidad del emprendedor*. Bilbao: Croman.
- GEM Caribbean team. (2012). *Caribbean entrepreneurs profile. TEA measure the percentage of adult population, in each of the group defined, which is either nascent or new entrepreneur*. Recuperado de : <http://www.gemconsortium.org/docs/3299/caribbean-entrepreneurs-profile-2012>.
- GEM (2014) *The Global Entrepreneurship Monitor*. Recuperado en: <http://www.gemconsortium.org/report>
- Hansemark, O. C. (2003). Need for achievement, locus of control and the prediction of business start-ups: A longitudinal study. *Journal of Economic Psychology*, 24, 301-319.
- Herdig, P. A. & Miller, J. C. (1992). Culture and technology: does the traffic move in both direction?. *Journal of Global Marketing*, 6, 75-104.
- Hormiga, E. & Bolívar-Cruz, A. (2014). The relationship between the migration experience and risk perception: A factor in the decision to become an entrepreneur. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 10, 297-317.
- Korunka, C., Frank, H., Lueger, M. & Mugler, J. (2003). The entrepreneurial personality in the context of resource, environment, and the start-up process a configurational approach. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 3, 23-42. doi: 10.1111/1540-8520.00030
- Kostova, T. (1999). Transnational transfer of strategic organizational practices: A contextual perspective. *Academy of Management Review*, 24, 308-324.
- Lederman, D., Messina, M., Pienknagura, P. & Rigolini, J. (2014). *El emprendimiento en America Latina: Muchas empresas y poca innovación. Resumen*.

- Washington, DC: Banco Mundial. Licencia: Creative Commons Attribution CC BY 3.0.
- Loli P, A., Del Carpio, G. J. & Vergara, V. A. (2012). Actitudes de emprendimiento, necesidad de logro y la intención de desarrollar un negocio en estudiantes de universidades públicas de Lima Metropolitana. *Revista IIPSI*, 15, 61-81.
- McClelland, D. C. (1989). *Human motivation*. CUP Archive. Recuperado de: [http://assets.cambridge.org/97805213/69510/excerpt/9780521369510\\_excerpt.pdf](http://assets.cambridge.org/97805213/69510/excerpt/9780521369510_excerpt.pdf)
- Mora-Riapira, E. & Vera-Colina, M. (2011). Líneas de investigación en micro, pequeñas y medianas empresas. Revisión documental y desarrollo en Colombia. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas*, (1), 213-226. Universidad de Nariño.
- Mueller, S. L. & Thomsd, A. S. (2000). Culture and entrepreneurial potential: a nine country study of locus of control and innovativeness. *Journal of Business Venturing*, 16, 51-57.
- Olmos, R. & Sastre, M. A. (2007). La actitud emprendedora durante la vida académica de los estudiantes universitarios. *Cuadernos de Estudios Empresariales*, 17, 95-116.
- Peng, M. & Zhou, J. (2005). How network strategies and institutional transitions evolve in Asia. *Asia Pacific Journal of Management*, 22, 321-336.
- Rajput, A. A. & Kalhor, S. H. (2014). The impact factors entrepreneurs, innovation and opportunity on entrepreneurial success of Smes. *Middle-East Journal of Scientist Research*, 20, 149-161. doi: 10.5829/idosi.mejsr.2014.20.02. 11559
- Rodríguez, O. (2015). Entrepreneurship and its analysis in Colombia: A contextualized literature review. *Cuadernos de Economía*, 34, 605-628. doi: 10.15446/cuad.econ.v34n66.49424
- Rotter, J. B. (1966). Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement. *Psychological Monograph, Whole*, 80, 1-28.
- Rotter, J.B. (1966). Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement. *Psychological Monograph*, 80, 1-28.
- Rotter, J.B. (1975). Some problems and misconceptions related to the construct of internal versus external control of reinforcement. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 43, 55-67.

- Sánchez-Almagro, M. L. (2003). *Perfil psicológico del auto empleado* (Tesis doctoral). Universidad Complutense de Madrid, Madrid, España.
- Sánchez-García, J. C. (2010). Evaluación de la personalidad emprendedora: validez del Cuestionario de Orientación Emprendedora (COE). *Revista Latinoamericana de Psicología*, 42, 41-52.
- Steers, R. & Braunstein, D. (1976). A behaviorally-based measure of manifest needs in work settings. *Journal of Vocational Behavior*, 9, 251-286. doi: 10.1016/0001-8791(76)90083-X