

## VALORES DE ÉXITO Y EMPRENDIMIENTO

**Sergio González Ballester**

sergball@hotmail.com

**M<sup>º</sup> Isabel Ruiz Fernández**

miruizf@gmail.com

<http://dx.doi.org/10.17060/ijodaep.2015.n2.v1.333>

*Fecha de Recepción: 4 Octubre 2015*

*Fecha de Admisión: 15 Noviembre 2015*

### RESUMEN

El entorno mundial de crisis económica y financiera en el que nos encontramos desde hace años ha dificultado la incorporación de jóvenes al mercado laboral, si a esto le sumamos el crecimiento de la tasa de paro y las cualificaciones exigidas por las empresas en el primer empleo las opciones de conseguir un puesto de trabajo se vislumbran, a priori, complicadas. Ante estos hechos muchos jóvenes, movidos por la desesperación, terminan buscando una oportunidad de trabajo fuera de nuestras fronteras. Alternativas como el emprendimiento o el autoempleo podrían ser una opción para la juventud de optar al mercado laboral. Ante el paradigma actual de la duda que pueda plantearse cualquier persona joven sobre la idea de emprender o no, el conocer que valores que pueden determinar el éxito de dicho emprendimiento podría ser un vehículo que le facilitase la consecución de los objetivos marcados. El presente trabajo busca conocer que valores han determinado el éxito de personas relevantes en su profesión y cuáles de esos valores coinciden con las características del emprendedor.

Palabras clave: valores, éxito, emprendimiento.

### ABSTRACT:

The global environment of economic and financial crisis in which we find for years has hampered the incorporation of youth into the labor market. If we add the growth of the unemployment rate and the qualifications required by companies in the first job the chances of getting a job become complicated. Given these facts many young people out of desperation they end up looking for a job opportunity outside our borders. Alternatives such as entrepreneurship or self-employment may be an option for young people to get into the labor market as long as they were accompanied by support from governments, administrations, organizations and institutions to help them on the path of entrepreneurship. Given the current paradigm of doubt that may arise any young person on the idea of undertaking or not, knowing that values that can determine the success of this venture could be a vehicle that will facilitate the achievement of the objectives. The present work seeks to understand which values have determined the success of relevant people in your profession and which of these values match the characteristics of the entrepreneur.

### INTRODUCCIÓN

La velocidad de cambio en la sociedad actual es un factor determinante a la hora de tomar la decisión de embarcarse en el emprendimiento de un negocio. La incertidumbre del mañana, la respuesta del mercado, las habilidades de los competidores, etc., son algunas de las causas que paralizan a algunos individuos a la hora de emprender, otros en cambio lo consideran un compromiso y un duro trabajo, o simplemente una meta inalcanzable. No obstante a pesar de estas circunstancias hay quienes optan por arriesgarse y crear su propia empresa.

El éxito en el mundo empresarial se concibe como el objetivo último que pretende alcanzar cualquier entidad o individuo, llevándolo incluso a correr riesgos que de otra forma no llevaría a cabo, y entre estos riesgos se encuentra el emprendimiento. El éxito es un concepto que determina las pretensiones de los individuos y por tanto también los valores presentes en la sociedad.

El término emprendedor proviene del francés “entrepreneur” y fue introducido por Richard Cantillon en 1755, a través de su obra “*Essai sur la Nature du Commerce en Général*”, donde habla del emprendedor como “*alguien que corría riesgos para obtener beneficios futuros*”.

Según Eric Ries (Citado en Mit Technology Review 2015), maestro actual del emprendimiento “*los emprendedores se caracterizan por su capacidad para proveerse de las herramientas necesarias para construir desde cero una organización que permita lanzar un nuevo producto o servicio que resuelva una necesidad del mercado*”.

Numerosos emprendimientos exitosos han surgido en medio de crisis, de situaciones económicas difíciles o complicadas. Pues bien, es en ese contexto en el que se cuestiona qué aspecto ha permitido que algunos puedan aprovechar las “crisis” y otros no, o que valores han determinado el éxito de esas personas que han emprendido en ese entorno. La búsqueda de respuesta a esta pregunta permitiría definir una serie de cualidades que han de tener las personas emprendedoras para conseguir el éxito profesional.

### PLANTEAMIENTO

El mundo laboral de nuestros días se encuentra inmerso en un flujo de cambios constante en el que la adaptabilidad del trabajador a las necesidades del mercado ha de realizarse de forma inmediata. Las exigencias en la formación de los trabajadores para el desempeño de un determinado rol en la empresa se han incrementado notoriamente en las últimas décadas coartando la incorporación temprana de los jóvenes al mercado laboral.

Esta prolongación del tiempo del proceso de inserción laboral de los jóvenes y por tanto de su emancipación provoca la búsqueda de nuevas alternativas de empleabilidad, que le permitan alcanzar el grado de autonomía personal y económica necesarias para conseguir el proceso de avance social y de bienestar y que forma parte de su crecimiento como persona (Sánchez López, D, 2012). Unas de las alternativas para conseguir alcanzar este objetivo podría ser el emprendimiento.

Como cualquier inicio de un nuevo proyecto éste siempre está acompañado de grandes dosis de incertidumbres, miedos y dudas, que pueden impedir el abordar ciertas tomas de decisiones de forma acertada para la consecución de los objetivos marcados a través del ejercicio de su actividad, es decir, para conseguir el éxito empresarial.

En términos generales el éxito profesional refleja el grado en que los objetivos son alcanzados, por lo que se podría interpretar como una medida de carácter cualitativo, si bien es cierto que podría aproximarse a través de medidas cuantitativas.

Pero la consecución de este éxito, en cualquiera de sus modalidades, viene afectados por diversos factores que son determinantes en su consecución. Entre ellos se encuentran los factores asociados a las empresas, los factores externos, y los factores específicos de los empresarios. Son estos últimos factores, los específicos de los empresarios, los que vienen determinados por las

características personales de la persona que toma las decisiones en el seno de una empresa.

Son muchos los estudios que se han realizado respecto a las razones de éxito en el mundo de los negocios, razones de éxito como la habilidad de los empresarios para identificar y centrarse en uno o unos pocos nichos de mercado (Deyes y Haaberle, 1990), interpretada como una habilidad innata o bien adquirida a través de la experiencia; incluso se han considerado como razones del éxito empresarial la capacidad de liderazgo, tener capacidad de dirección de los equipos de trabajo, alianzas estratégicas con los clientes y el uso estratégico de la información tecnológica.

Por otro lado, el éxito de las pequeñas empresas es interpretado de forma distinta, siendo el conocimiento técnico y las relaciones con los clientes los motivos más importantes para el éxito (Huck y McEwen, 1991). También factores como la cualificación, la actitud y proceso de la información (Barkham, 1989; Pollock, 1989) contribuyen al éxito de una empresa.

Con todo esto se observa que el conocer los valores que favorecen el éxito puede ser relevante en los inicios del emprendimiento de un emprendedor, permitiría concienciarse de los valores requeridos para conseguir el éxito empresarial, y favorecería ese primer análisis de sus fortalezas y debilidades presentes en su persona, de forma que mitigando sus debilidades y potenciando sus fortalezas logren despejar la incertidumbre del éxito empresarial.

## OBJETIVOS

El objetivo general de la investigación ha pretendido identificar qué valores han sido determinantes en el éxito de cada una de las personas relevantes objeto de estudio.

Como objetivos secundarios nos planteamos analizar qué valores subyacían en estas personas para ser exitosas y relacionar los valores de éxito de las personas relevantes en su ámbito profesional con las características del emprendedor.

## METODOLOGÍA

### a) Personas relevantes estudiadas

La muestra aleatoria estudiada ha sido de 550 personas elegidas al azar y cuyo año de nacimiento está comprendido entre los años 1950 y 2000. La base de datos sobre la que se han elegido las personas relevantes ha sido la Wikipedia<sup>1</sup>.

### b) Toma de datos

Se ha realizado una revisión pormenorizada de la vida de cada una de las personas objeto de estudio a través de información secundaria obtenida por medio de metabuscadores, como por ejemplo:zampmeta7, zuula8, soovle9, vroosh10, iboogie11; además se han utilizado buscadores como yahoo, google, bing, etc.

Los documentos consultados para investigar los valores de éxito y la iniciativa emprendedora presentes en cada sujeto analizado han sido biografías (*biografía de autores, mcnbiografias, biografías y vidas, escritores, Análisis de datos*), entrevistas, artículos, periódicos, y redes sociales.

Para medir la posible correlación que pudiera existir entre las características del emprendedor y los valores de éxito se ha realizado un contraste de esta hipótesis, aplicando el análisis de variables cualitativas a partir de las tablas de contingencias y la prueba de Chi-Cuadrado de Pearson.

### c) Análisis de datos

Una vez obtenida la información de los datos se tabularon en una tabla Excel (paquete office 2007) para posteriormente tratarlos estadísticamente mediante el programa SPSS 15.0® (Statistical Package for the Social Sciences, IBM, Armonk, New York, EEUU). Mediante esta herramienta se realizaron los análisis de cada una de las hipótesis establecidas durante este proyecto de investigación.

## VALORES DE ÉXITO Y EMPRENDIMIENTO

### RESULTADOS

La muestra estudiada está compuesta en un 28,7 % por mujeres y en un 71,3% por hombres.

Tabla 1.- Tabla de frecuencias de hombres y mujeres en la muestra.

SEXO					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	H	392	71,3	71,3	71,3
	M	158	28,7	28,7	100,0
	Total	550	100,0	100,0	

La edad media de las personas que integran la muestra es de 40 años.

Tabla 2.- Estadístico edad.

Estadísticos		
EDAD		
N	Válidos	550
	Perdidos	0
Media		40,4073
Mínimo		15,00
Máximo		65,00
Percentiles	25	28,0000
	50	40,5000
	75	53,0000

Los distintos perfiles profesionales que han logrado relevancia y/o éxito dentro de la muestra estudiada han sido: activista, actor, artes escénicas, artista, astronauta, bailarín, dibujante, director, diseñador, escritor, lingüista, músico, árbitro, deportista, egiptólogo, investigador, astrónomo, empresario, magistrado, militar, periodista, político, presentador, modelo, obispo, profesor-educador.

Si consideramos la variable año de éxito como la fecha en la que ha cada una de las personas relevantes ha conseguido el primer éxito en su vida profesional, entendiéndola como un galardón, premio, reconocimiento social o triunfo deportivo, entonces la edad media en la que las personas alcanzaron el éxito es de 25,39 años, entre ellas el 33 % de las personas de la muestra ha conseguido el éxito a los 20 años, y el 75,5% lo ha hecho antes de los 30. Estos datos pueden ser considerados razonables dentro de nuestra población, ya que la muestra se compone en su mayor parte de profesionales del deporte, actores, cantantes, músicos que muestran sus altas capacidades a una corta edad lo cual les hace destacar sobre el resto de personas.

Tabla 3.- Estadístico años de vida hasta conseguir el éxito.

Estadísticos		
AÑOSVIDAHASTAÉXITO		
N	Válidos	550
	Perdidos	0
Media		25,39
Moda		20
Desv. típ.		9,824
Varianza		96,504
Asimetría		,847
Error típ. de asimetría		,104
Curtosis		1,049
Error típ. de curtosis		,208
Percentiles	25	19,00
	50	23,50
	75	30,00

La formación académica en la mayoría de las personas que integran la muestra es una formación superior universitaria (41,3%), siendo la formación básica y secundaria el segundo tipo de formación más relevante, con un 26,4 y 24,2 % respectivamente.

Tabla 4.- Tabla de Frecuencia del nivel de estudios realizados por las personas analizadas.

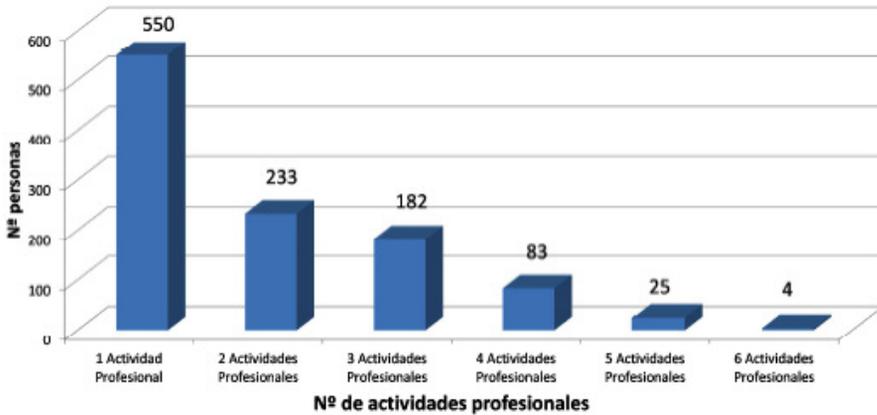
EDUCACIÓN					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	AUTODIDACTA	1	,2	,2	,2
	BACHILLERATO	2	,4	,4	,5
	FORMACIÓN PROFESIONAL	40	7,3	7,3	7,8
	MILITAR	1	,2	,2	8,0
	PRIMARIA	145	26,4	26,4	34,4
	SECUNDARIA	133	24,2	24,2	58,5
	SEMINARIO	1	,2	,2	58,7
	UNIVERSIDAD	227	41,3	41,3	100,0
	Total	550	100,0	100,0	

La actividad profesional más usual en la muestra estudiada es la de deportista con un 40,7%, seguidos de actor, 15,5%, cantante, 10,9%, político, 7,3% y músico 3,5%.

El 42,36 % de individuos de la muestra han desempeñado hasta el día de hoy al menos otra segunda actividad profesional, llegando hasta un 33,09 % el porcentaje de personas que han tenido tres profesiones.

## VALORES DE ÉXITO Y EMPRENDIMIENTO

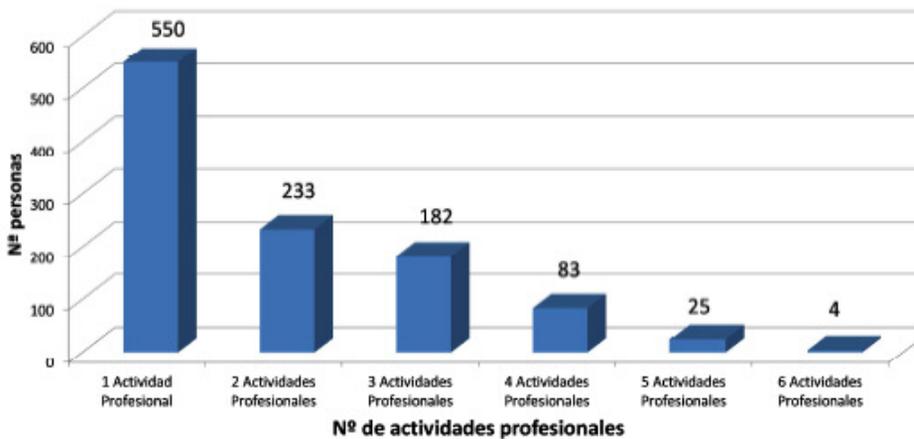
Gráfico 1.- Nº actividades profesionales desempeñadas por las distintas personas de la muestra.



Como curiosidad, se observa que 25 personas de las estudiadas han desarrollado cinco actividades profesionales distintas, siendo su nivel de formación al menos formación profesional (Gráfico 2), llegando incluso 4 de ellas a desempeñar seis actividades profesionales distintas.

Existe una relación directa entre las carreras profesionales y los valores fundamentales, a excepción del hedonismo que no mantiene ninguna relación significativa con las actividades profesionales. Esto es debido a que la consecución del éxito personal de las personas estudiadas no está motivada por la búsqueda de placer y bienestar inmediato.

Gráfico 2.- Número de actividades profesionales relacionadas por las personas de la muestra



Los valores que más se repiten en el conjunto de las actividades profesionales desempeñadas por las personas de la muestra han sido el tener éxito, la autodisciplina, el mantenerse en forma, la creatividad, la vida no rutinaria, la responsabilidad, la elección de las propias metas y el respeto por uno mismo.

Esta relación resulta coherente debido a que los perfiles profesionales más frecuentes en la muestra son deportistas, actores, cantantes, políticos, escritores, músicos y directores en diversas áreas (deportivos, teatro, cine, tv).

Los resultados (Anexo I) confirman que existe correlación entre los valores fundamentales manifestados por las personas estudiadas y las características del emprendedor tal y como se observa a continuación:

- El valor motivacional **poder** está relacionado con la *creatividad, la iniciativa, la perseverancia, el liderazgo, la necesidad de logro, el manejo de problemas y la capacidad de trabajo.*

- El valor **hedonismo** está relacionado con la *creatividad, perseverancia, autoconfianza y el riesgo.*

- El valor **estimulación** está relacionado con la *creatividad, la iniciativa, el liderazgo, la necesidad de logro, la tolerancia al cambio y el riesgo.*

- El valor **autodirección** está relacionada con la *creatividad, la iniciativa, la perseverancia, el liderazgo, la necesidad de logro, la tolerancia al cambio, el manejo de problemas, la autoconfianza y el riesgo*

- El valor **universalismo** no está relacionado con ninguno de las características de emprendedor.

- El valor **benevolencia** está relacionado con *la creatividad, la iniciativa, el liderazgo, la necesidad de logro, la tolerancia al cambio, y la capacidad de trabajo.*

- El valor **tradición** está relacionado *con la tolerancia al cambio, el manejo de problemas, la autoconfianza.*

- El valor **conformidad** está relacionado con *la creatividad, la perseverancia, la necesidad de logro.*

- El valor **seguridad** está correlacionado con todas las características del emprendedor.

Se observa pues que los valores motivacionales de las personas para alcanzar el éxito según los distintos ámbitos profesionales están relacionados en gran medida con las características del emprendedor.

De hecho dentro de la muestra, los perfiles profesionales que han realizado alguna iniciativa emprendedora en mayor porcentaje han sido los deportistas, cantantes, actores, periodistas, músicos, empresarios, directores, políticos y personas del mundo de las artes escénicas, los cuales poseen como valores motivacionales el tener éxito, la autodisciplina, el mantenerse en forma, la creatividad, la vida no rutinaria, la responsabilidad, la elección de las propias metas y el respeto por uno mismo.

Estos resultados confirman algunas teorías psicológicas, como las del McClelland (1965,1967) el cual define emprendedor como la persona que tiene necesidad de logro, tendencia a asumir responsabilidades y a fijarse objetivos desafiantes.

## CONCLUSIONES

Las conclusiones a las que llegamos tras los resultados obtenidos de la investigación definen ciertas características de la persona de éxito. Entre ellas que:

### **La búsqueda del éxito es el valor motivacional que orienta la vida de las personas de éxito.**

Los valores de las personas exitosas son fundamentalmente la obtención del éxito, la creatividad, ser saludables, la autodisciplina, bajo los aspectos motivacionales de logro, autodirección, seguridad y conformidad.

Las personas de éxito buscan obtener éxito personal como resultado de la demostración de sus

## VALORES DE ÉXITO Y EMPRENDIMIENTO

competencias. Los deportistas de alto nivel entrenan para conseguir un alto nivel competitivo que les permita alcanzar los mayores logros en sus distintas disciplinas. Los actores, cantantes, músicos, etc., se apoyan en la creatividad para conseguir desarrollar sus actividades de una forma singular, novedosa, hábil que sea reconocida posteriormente por el resto de personas y logre satisfacer sus deseos.

La autodisciplina, asociada al sacrificio, o la fuerza de voluntad es un valor que se presenta como necesario para lograr el éxito en muchos de los campos profesionales.

En cualquier desempeño profesional, actividad o iniciativa emprendedora, la ilusión y el entusiasmo pueden ser la motivación inicial que lleve a realizar una actividad al más alto nivel, pero tras el paso del tiempo y ante la aparición de dificultades, si no se posee cierta dosis de autodisciplina se puede entrar en una espiral de negatividad, pereza y desidia que impida alcanzar la meta propuesta, es decir, el éxito.

### **Los valores de éxito corresponden con algunas de las características del emprendedor.**

Los valores motivacionales de las personas para alcanzar el éxito según los distintos ámbitos profesionales tienen relación con ciertas características del emprendedor.

Se observa que la creatividad es un punto en común entre las personas de éxito y las de un emprendedor, ambos necesitan de la creatividad como elemento que les ayuda a diferenciarse o a buscar soluciones no tradicionales. Por otro lado la necesidad de éxito corresponde con la necesidad de logro del emprendedor, en la medida que busca la consecución de una meta. La elección de las propias metas de la personas de éxito se asemeja a la iniciativa propia de un emprendedor, en lo que respecta a la toma de decisiones y al disponer de una conducta proactiva para la realización de un trabajo. La autoconfianza y el respeto por uno mismo son conceptos paralelos, puesto que su presencia en la persona conlleva por un lado la aceptación de uno mismo y por otro la reafirmación de la valía personal, de los deseos, pensamientos y necesidades. Son la base de la autoestima, y por lo tanto aquellas personas que poseen un nivel alto de autoestima dispondrán de una mayor capacidad para alcanzar en éxito en aquello que se propongan.

### **FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN**

Los resultados obtenidos reflejan que existe relación entre determinados valores del éxito y las características del emprendedor. Sería interesante estudiar grupos homogéneos de personas de éxito en diversos ámbitos del emprendimiento (emprendimiento empresarial, emprendimiento social, emprendimiento innovador) que permitiesen aumentar la representatividad de los resultados en cada grupo en particular, de forma que se conozcan los valores de éxito y características de cada uno de ellos.

Una vez conocidas las matizaciones y particularidades de cada uno, se podrían proponer programas formativos en diversos niveles, desde el fomento de la iniciativa emprendedora en el aula hasta talleres de emprendimiento para estudiantes, profesionales, etc., con el objetivo de fomentar la cultura y el impulso del emprendimiento de éxito en la sociedad.

La investigación ha tenido además como objetivo analizar la relación entre los valores de éxito y las características del emprendimiento, observándose que las personas que han conseguido el éxito y han superado grandes dificultades en su vida han llevado a cabo emprendimientos de tipo social. Analizar los beneficios del emprendimiento social y su repercusión en áreas de la sociedad desfavorecida podría llevar a conocer nuevas perspectivas de educación y éstas a su vez servir de trampolín para aquellas personas con gran potencial pero bajos recursos.

Por último creemos que sería interesante el desarrollo de nuevas investigaciones orientadas a la implantación óptima de las inteligencias múltiples en el aula que permitan posteriormente definir

nuevos modelos y programas educativos que potencien el desarrollo de las inteligencias múltiples de los alumnos desde edades tempranas y de forma individualizada.

**ANEXO I. RESULTADOS DE HIPÓTESIS DE CONTRASTE**

**Tabla 5.- Prueba Chi-cuadrado y Tabla de contingencia PODER-CRATIVIDAD**

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	30,112 <sup>a</sup>	8	,000
Razón de verosimilitudes	30,508	8	,000
N de casos válidos	550		

a. 7 casillas (46,7%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,01.

Tabla de contingencia PODER * CREATIVIDAD					
		CREATIVIDAD			Total
		NO	SI		
PODER AUTORIDAD	Recuento	1	26	3	30
	% de CREATIVIDAD	50,0%	8,2%	1,3%	5,5%
NO	Recuento	1	260	214	475
	% de CREATIVIDAD	50,0%	82,0%	92,6%	86,4%
PODER SOCIAL	Recuento	0	16	3	19
	% de CREATIVIDAD	,0%	5,0%	1,3%	3,5%
RECONOCIMIENTO SOCIAL	Recuento	0	11	11	22
	% de CREATIVIDAD	,0%	3,5%	4,8%	4,0%
RIQUEZA	Recuento	0	4	0	4
	% de CREATIVIDAD	,0%	1,3%	,0%	,7%
Total	Recuento	2	317	231	550
	% de CREATIVIDAD	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Tabla 6.- Pruebas Chi-cuadrado y Tabla de contingencia PODER-INICIATIVA**

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	22,324 <sup>a</sup>	8	,004
Razón de verosimilitudes	18,000	8	,021
N de casos válidos	550		

a. 7 casillas (46,7%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,01.

Tabla de contingencia PODER * INICIATIVA					
		INICIATIVA			Total
		NO	SI		
PODER AUTORIDAD	Recuento	1	10	19	30
	% de INICIATIVA	50,0%	3,2%	8,2%	5,5%
NO	Recuento	1	284	190	475
	% de INICIATIVA	50,0%	90,2%	81,5%	86,4%
PODER SOCIAL	Recuento	0	6	13	19
	% de INICIATIVA	,0%	1,9%	5,6%	3,5%
RECONOCIMIENTO SOCIAL	Recuento	0	14	8	22
	% de INICIATIVA	,0%	4,4%	3,4%	4,0%
RIQUEZA	Recuento	0	1	3	4
	% de INICIATIVA	,0%	,3%	1,3%	,7%
Total	Recuento	2	315	233	550
	% de INICIATIVA	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Tabla 7.- Pruebas Chi-cuadrado y Tabla de contingencia PODER-PERSEVERANCIA**

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	31,962 <sup>a</sup>	8	,000
Razón de verosimilitudes	18,754	8	,018
N de casos válidos	550		

a. 10 casillas (60,7%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,01.

Tabla de contingencia PODER * PERSEVERANCIA					
		PERSEVERANCIA			Total
		NO	SI		
PODER AUTORIDAD	Recuento	1	2	27	30
	% de PERSEVERANCIA	50,0%	6,1%	5,2%	5,5%
NO	Recuento	1	25	449	475
	% de PERSEVERANCIA	50,0%	75,8%	87,2%	86,4%
PODER SOCIAL	Recuento	0	6	13	19
	% de PERSEVERANCIA	,0%	18,2%	2,5%	3,5%
RECONOCIMIENTO SOCIAL	Recuento	0	0	22	22
	% de PERSEVERANCIA	,0%	,0%	4,3%	4,0%
RIQUEZA	Recuento	0	0	4	4
	% de PERSEVERANCIA	,0%	,0%	,8%	,7%
Total	Recuento	2	33	515	550
	% de PERSEVERANCIA	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**VALORES DE ÉXITO Y EMPRENDIMIENTO**

**Tabla 8.- Pruebas Chi-cuadrado y Tabla de contingencia PODER-LIDERAZGO**

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	145,163 <sup>a</sup>	8	,000
Razón de verosimilitudes	139,663	8	,000
N de casos válidos	550		

a. 7 casillas (46,7%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,01.

Tabla de contingencia PODER * LIDERAZGO						
			LIDERAZGO			Total
			NO	SI		
PODER AUTORIDAD	Recuento	1	0	29		30
	% de LIDERAZGO	50,0%	,0%	19,2%		5,5%
NO	Recuento	1	374	100		475
	% de LIDERAZGO	50,0%	94,2%	66,2%		86,4%
PODER SOCIAL	Recuento	0	1	18		19
	% de LIDERAZGO	,0%	,3%	11,9%		3,5%
RECONOCIMIENTO SOCIAL	Recuento	0	21	1		22
	% de LIDERAZGO	,0%	5,3%	,7%		4,0%
RIQUEZA	Recuento	0	1	3		4
	% de LIDERAZGO	,0%	,3%	2,0%		,7%
Total	Recuento	2	397	151		550
	% de LIDERAZGO	100,0%	100,0%	100,0%		100,0%

**Tabla 9.- Pruebas Chi-cuadrado y Tabla de contingencia PODER-NECESIDAD DE LOGRO**

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	65,977 <sup>a</sup>	8	,000
Razón de verosimilitudes	64,333	8	,000
N de casos válidos	550		

a. 7 casillas (46,7%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,01.

Tabla de contingencia PODER * NECESIDAD LOGRO						
			NECESIDAD LOGRO			Total
			NO	SI		
PODER AUTORIDAD	Recuento	1	27	2		30
	% de NECESIDAD LOGRO	50,0%	13,1%	,6%		5,5%
NO	Recuento	1	150	324		475
	% de NECESIDAD LOGRO	50,0%	72,8%	94,7%		86,4%
PODER SOCIAL	Recuento	0	12	7		19
	% de NECESIDAD LOGRO	,0%	5,8%	2,0%		3,5%
RECONOCIMIENTO SOCIAL	Recuento	0	14	8		22
	% de NECESIDAD LOGRO	,0%	6,8%	2,3%		4,0%
RIQUEZA	Recuento	0	3	1		4
	% de NECESIDAD LOGRO	,0%	1,5%	,3%		,7%
Total	Recuento	2	206	342		550
	% de NECESIDAD LOGRO	100,0%	100,0%	100,0%		100,0%

**Tabla 10.- Pruebas Chi-cuadrado y Tabla de contingencia PODER-TOLERANCIA AL CAMBIO**

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	13,215 <sup>a</sup>	8	,105
Razón de verosimilitudes	8,725	8	,366
N de casos válidos	550		

a. 10 casillas (66,7%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,01.

Tabla de contingencia PODER * TOLERANCIA AL CAMBIO						
			TOLERANCIA AL CAMBIO			Total
			NO	SI		
PODER AUTORIDAD	Recuento	1	21	8		30
	% de TOLERANCIA AL CAMBIO	50,0%	4,5%	10,3%		5,5%
NO	Recuento	1	411	63		475
	% de TOLERANCIA AL CAMBIO	50,0%	87,4%	80,8%		86,4%
PODER SOCIAL	Recuento	0	15	3		19
	% de TOLERANCIA AL CAMBIO	,0%	3,4%	3,8%		3,5%
RECONOCIMIENTO SOCIAL	Recuento	0	18	4		22
	% de TOLERANCIA AL CAMBIO	,0%	3,8%	5,1%		4,0%
RIQUEZA	Recuento	0	4	0		4
	% de TOLERANCIA AL CAMBIO	,0%	,9%	,0%		,7%
Total	Recuento	2	470	76		550
	% de TOLERANCIA AL CAMBIO	100,0%	100,0%	100,0%		100,0%

Tabla 11.- Pruebas Chi-cuadrado y Tabla de contingencia PODER-MANEJO DE PROBLEMAS

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	82,839 <sup>a</sup>	8	,000
Razón de verosimilitudes	63,214	8	,000
N de casos válidos	550		

a. 9 casillas (80,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,01.

		MANEJO PROBLEMAS			Total
		NO	SI		
PODER AUTORIDAD	Recuento	1	8	21	30
	% de MANEJO PROBLEMAS	50,0%	1,8%	18,8%	5,5%
NO	Recuento	1	400	74	475
	% de MANEJO PROBLEMAS	50,0%	91,7%	66,1%	86,4%
PODER SOCIAL	Recuento	0	7	12	19
	% de MANEJO PROBLEMAS	,0%	1,6%	10,7%	3,5%
RECONOCIMIENTO SOCIAL	Recuento	0	18	4	22
	% de MANEJO PROBLEMAS	,0%	4,1%	3,6%	4,0%
RIQUEZA	Recuento	0	3	1	4
	% de MANEJO PROBLEMAS	,0%	,7%	,9%	,7%
Total	Recuento	2	436	112	550
	% de MANEJO PROBLEMAS	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabla 12.- Pruebas Chi-cuadrado y Tabla de contingencia PODER-AUTOCONFIANZA

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	13,927 <sup>a</sup>	8	,084
Razón de verosimilitudes	11,551	8	,172
N de casos válidos	550		

a. 10 casillas (66,7%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,01.

		AUTOCONFIANZA			Total
		NO	SI		
PODER AUTORIDAD	Recuento	1	0	29	30
	% de AUTOCONFIANZA	50,0%	,0%	5,8%	5,5%
NO	Recuento	1	44	430	475
	% de AUTOCONFIANZA	50,0%	86,3%	86,5%	86,4%
PODER SOCIAL	Recuento	0	2	17	19
	% de AUTOCONFIANZA	,0%	3,9%	3,4%	3,5%
RECONOCIMIENTO SOCIAL	Recuento	0	4	18	22
	% de AUTOCONFIANZA	,0%	7,8%	3,6%	4,0%
RIQUEZA	Recuento	0	1	3	4
	% de AUTOCONFIANZA	,0%	2,0%	,6%	,7%
Total	Recuento	2	51	497	550
	% de AUTOCONFIANZA	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabla 13.- Pruebas Chi-cuadrado y Tabla de contingencia PODER-CAPACIDAD DE TRABAJO

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	38,686 <sup>a</sup>	8	,000
Razón de verosimilitudes	17,146	8	,029
N de casos válidos	550		

a. 10 casillas (66,7%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,01.

		ENERGIA CAPACIDAD TRABAJO			Total
		NO	SI		
PODER AUTORIDAD	Recuento	1	0	29	30
	% de ENERGIA CAPACIDAD TRABAJO	50,0%	,0%	5,4%	5,5%
NO	Recuento	1	7	467	475
	% de ENERGIA CAPACIDAD TRABAJO	50,0%	63,6%	87,0%	86,4%
PODER SOCIAL	Recuento	0	3	16	19
	% de ENERGIA CAPACIDAD TRABAJO	,0%	27,3%	3,0%	3,5%
RECONOCIMIENTO SOCIAL	Recuento	0	0	22	22
	% de ENERGIA CAPACIDAD TRABAJO	,0%	,0%	4,1%	4,0%
RIQUEZA	Recuento	0	1	3	4
	% de ENERGIA CAPACIDAD TRABAJO	,0%	9,1%	,6%	,7%
Total	Recuento	2	11	537	550
	% de ENERGIA CAPACIDAD TRABAJO	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**VALORES DE ÉXITO Y EMPRENDIMIENTO**

**Tabla 14.- Pruebas Chi-cuadrado y Tabla de contingencia PODER-RIESGO**

**Pruebas de chi-cuadrado**

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	5,299 <sup>a</sup>	4	,258
Razón de verosimilitudes	4,525	4	,340
N de casos válidos	550		

<sup>a</sup>. 5 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,56.

**Tabla de contingencia PODER \* RIESGO**

		RIESGO		Total
		NO	SI	
PODER AUTORIDAD	Recuento	22	8	30
	% de RIESGO	4,7%	10,4%	5,5%
NO	Recuento	414	61	475
	% de RIESGO	87,5%	79,2%	86,4%
PODER SOCIAL	Recuento	18	3	19
	% de RIESGO	3,4%	3,9%	3,5%
RECONOCIMIENTO SOCIAL	Recuento	18	4	22
	% de RIESGO	3,8%	5,2%	4,0%
RIQUEZA	Recuento	3	1	4
	% de RIESGO	,8%	1,3%	,7%
Total	Recuento	473	77	550
	% de RIESGO	100,0%	100,0%	100,0%

**BIBLIOGRAFÍA**

Arana, G., Espí, M., Heras, I., Díaz de Junguitu, A., Elola, A., & Elgoibar, M. P. (2007). Análisis comparativo del perfil emprendedor del alumnado universitario del Campus de Gipuzkoa de la UPV-EHU con formación específica en dirección y organización de empresas. Vicerrectorado del Campus de Gipuzkoa, Donostia- San Sebastián.

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

Arthur, M. et al. «Career success in a bounderyless career world". Journal Organizational Behavior 26 (2005)

Barba Martín, L., & Alcántara Santuario, A. (Diciembre de 2003). Los valores y la formación universitaria. (U. A. Xochimilco, Ed.) Reencuentro(38), 16-23.

Barylko, J. (2000). Los valores y las virtudes. Buenos Aires: Emecé.

Brinkmann, H., & Bizama, M. (2000). Estructura psicológica de los valores. Presentación de una teoría. Sociedad Hoy(4).

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

Brunet, I., & Alarcón, A. (2004). Teorías sobre la figura del emprendedor. PAPERS Revista de Sociología ISSN 2013-9004, 73, 81-103

Caicedo Torres, M. A. (junio de 2007). Éxito profesional. Revista Códice, Vol. 3 (nº 1), 41-47.

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

Castro Solano, A., & Nader, M. (marzo de 2006). La evaluación de los valores humanos con el Portrait Values Questionnaire de Schwartz. Interdisciplinaria (ISSN: 0325- 8203 ISSN electrónico: 1668-7027), 23(2), 155-174.

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

Corduras Martínez, A. (2006). La motivación para emprender en España. Ekonomiaz: Revista vasca de economía. La actividad emprendora como motor de desarrollo económico ISSN 0213-3865(Nº 62), 12-39.

Cuervo, A. (2003): " La Creación Empresarial. De Empresarios y Directivos", en Creación de Empresas-Entrepreneurship", Servei de Publicacions, Universidad Autònoma de Barcelona.

Cunningham, J. B. y Lischeron, J. (1991): "Defining entrepreneurship", journal of small business Management, january 1991, 45-61.

- DELGADO, M.I.; GÓMEZ, L.; ROMERO, A.M. Y VÁZQUEZ, E. (2007): "Determinantes sociales y cognitivos del espíritu emprendedor en Argentina". Comunicación presentada al XVII Congreso Nacional de ACEDE, Sevilla.
- Drucker, P.F., (2003): "Purposeful Innovation and the Seven Sources for Innovate Opportunity", in *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles*, Chapter 2, New York: Harper and Row
- Filion, L. J. (Julio de 2003). *Emprendedores y Propietarios-Dirigentes de Pequeña y Mediana Empresa (PME)*. Administración y Organizaciones(Año 5 Num. 10), 113-153.
- García Méndez, I. (18 de febrero de 2009). *Emprendedores.es*. Recuperado el septiembre de 2015, de *Empresarios por necesidad*:
- 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*.
- Gómez, A., & Martínez-Sánchez, E. (2000). Implicaciones del modelo de valores de Schwartz para el estudio del Individualismo y el Colectivismo. Discusión de algunos datos obtenidos en muestras españolas. *Revista de Psicología General y Aplicada*.
- Gunz, H., & Heslin, P. (2005). Reconceptualizing career success. *Journal of Organizational Behavior* e-ISSN: 1099-1379, 26, 105-111.
- Hall, D., & Chandler, D. (2005). Psychological success: When the career is a calling. *Journal of Organizational Behaviour* e-ISSN: 1099-1379, 26, 155-176.
- Hernando, M. (1997). *Estrategias para educar en valores*. Madrid: Editorial CCS.
- Heslin, P. (2005). Conceptualizing and evaluating career success. *Journal of Organizational Behavior* e-ISSN 1099-1379, 26, 113-136.
- Instituto Cervantes. (2014). *El español: Una lengua viva*. Instituto Cervantes. NIPO 503- 14-026-8. Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía. (s.f.). Capítulo V. Factores de éxito empresarial. Una aproximación al caso andaluz. Málaga.
- Jaén, I. (s.f.). *Una revisión teórica de los valores en el estudio de la intención emprendedora*. Sevilla.
- Kecharananta, K., & Baker, H. G. (1999). Capturing Entrepreneurial Values. *Journal of Applied Social Psychology*.
- 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
- McClelland, D.C. (1961): "The Achieving Society". Princeton: Van Nostrand.
- Martí Vilar, M., & Palma Cortés, J. (2010). Jerarquización y preferencia de valores en los estudiantes de secundaria. *Revista Española de Orientación y Psicopedagogía (REOP)* e-ISSN: 1989-7448, Vol. 21(Nº 3), 603-616.
- Maslow, A. (1954). *Motivation and Personality*. NY: Harper and Row Publishers.
- Minniti, M. (2012). El emprendimiento y el crecimiento económico de las naciones. *Economía industrial. Mujer y desafío emprendedor de la mujer en España* ISSN 0422-2784(383), 23-30.
- Moriano, J. A., Palací, F. J., & Morales, J. F. (2007). The Psychosocial Profile of the University Entrepreneur. *Psychology in Spain*, 11, 72-84.
- Ocampo González, A. (3 de febrero de 2015). *SM CONECTADOS. Neurodiversidad y Educación Inclusiva: claves para una educación más cercana al ser humano*. Recuperado el Septiembre de 2015, de <http://blog.smconectados.com/2015/02/03/neurodiversidad-y-educacioninclusiva-claves-para-una-educacion-mas-cercana-al-ser-humano/>
- Review, M. T. (2015). *I BARÓMETRO DE EMPRENDIMIENTO DE ÉXITO EN ESPAÑA*. Opinno.
- Rivas Tovar, L. A., & Trujillo Flores, M. M. (2005). Orígenes, evolución y modelos de inteligencia emocional. *Innovar* ISSN 0121-5051, Vol. 15(Nº 25).

## VALORES DE ÉXITO Y EMPRENDIMIENTO

- Rodríguez, C., & Jiménez, M. (2005). Emprenderismo, acción gubernamental y academia. Revisión de la literatura. *INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales* ISSN 0121-5051, Vol. 15(num. 26), 73-89.
- Rokeach, M. (1973). *The nature of human values*. NY: Free Press.
- Ros, M., & Schwartz, S. (1995). Jerarquía de valores en países de la Europa occidental: Una comparación transcultural. *Reis: Revista española de investigaciones sociológicas* ISSN 0210-5233(69), 69-88.
- Ross, M. (2001). *Psicología social de los valores: Una perspectiva histórica*. Madrid: Biblioteca Nueva.
- Royce, J. & Powell, A. (1973). *Theory of personality and individual differences. Factors, systems and processes*. Englewood-Ciffs, NJ: Prentice Hall.
- Sánchez Canovas, J. & Sánchez López, M.P. (1994). *Psicología diferencial: Diversidad e individualidad humanas [Differential Psychology: Human diversity and individuality]*. Madrid: Editorial Centro de Estudios Ramón Areces
- Saboia Leitão, F. A., & Martín Cruz, N. (mar-abr de 2006). Los rasgos psicológicos del emprendedor y la continuidad del proyecto empresarial. Un estudio empírico de los emprendedores brasileños. *REAd*, Vol. 12(No. 2).
- Sánchez Núñez, M. T., & Hume Figueroa, M. (2004). Evaluación e intervención en inteligencia emocional y su importancia en el ámbito educativo. *Revista de la Escuela Universitaria de Magisterio de Toledo*. ISSN 1133-9966(Año 29 Nº 14), 237-266.
- Stuart, T., H. Huang y R. Hybels (1999): "Interorganizational endorsements and the performance of entrepreneurial ventures", *Administrative Science Quarterly*, 44, 315-49.
- Schumpeter, J. A. (1934): "The Theory of Economic Development" Camb ridge, Mass.: Harvard University Press.
- Schwartz, S.H. (1992). Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical test in 20 countries. En M. Zanna (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (pp. 1-65). NY: Academic Press.
- Schwartz, S. (1994). Are there universal aspects in the structure and content of human values? *Journal of Social Issues*, 50, 19-45.
- Schwartz, S. (2001). ¿Existen aspectos universales en la estructura y contenido de los valores humanos? Madrid: Biblioteca Nueva.
- Schwartz, S.H. & Sagie, G. (2000). Value consensus and importance: Across-national study. *Journal of Cross-Cultural Psychology*.
- Stewart, W. and P. Roth (2001): "Risk taking propensity differences between entrepreneurs and managers: A meta-analytic review", *Journal of Applied Psychology*.
- Tierno, B. (1998). *Valores Humanos (T. IV)*. S.A. TALLER DE EDITORES (ISBN 9788495082008).
- Van Praag, C. y J. Cramer (2001), "The roots of entrepreneurship an labour demand: Individual ability and low risk aversion", *Economica*,
- Vallmitjana Palau, N. (2014). *LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA DE LOS GRADUADOS IQS*. (Tesis Doctoral). Barcelona: Universitat Ramon Llull; B 15011-201
- Vera Martínez, J. (2001). Procedimientos escalares para la medición de los valores. En M. Ros & V. Gouveia (Eds.), *Psicología social de los valores humanos* (pp. 129- 150). Madrid: Biblioteca Nueva

<sup>1</sup> la mayor y más popular obra de consulta en Internet (Alex Woodson, 2007).