

FACTORES DE PERSONALIDAD Y GÉNERO EN RELACIÓN A LA INTENCIÓN EMPRESARIAL

Ronald G. Hernández Maldonado

Pontificia Universidad Católica de Puerto Rico

RESUMEN

El estudio del empresarismo es de suma importancia dentro del desarrollo económico global. A través de la historia autores le han dedicado demasiada atención únicamente a los factores externos que fomentan el empresarismo y poca ha sido la atención provista a factores psicológicos que estudian las intenciones empresariales del individuo. El siguiente estudio examina el efecto de los cinco grandes factores de personalidad y el género dentro de las intenciones empresariales. La muestra estuvo compuesta por 200 estudiantes universitarios. Los resultados indican que no existe diferencia significativa entre hombres y mujeres en relación a la intención empresarial. Además, el estudio encontró que los rasgos de personalidad de Extroversión y Aperturas a Experiencias tienden a tener relación con la Intención Empresarial. Contrario al Neuroticismo, Amabilidad y Responsabilidad, los cuales no presentaron evidencia significativa.

Palabras clave: Empresarismo, Personalidad, Intención Empresarial

INTRODUCCIÓN

En los últimos años, el sector académico y gubernamental ha presentado interés dentro del área de investigación y educación hacia el emprendimiento. Programas sociales y académicos han sido encaminados hacia el desarrollo de una mentalidad empresarial que al largo plazo se vea reflejada en un desarrollo económico y social. Sin embargo, la intención emprendedora no muestra un avance para la atención y recursos que se le dedican al empresarismo en general. Por otra parte, también existe un vacío teórico al momento de llegar a un acuerdo sobre el por qué los individuos no comienzan un negocio, aunque tengan las intenciones.

La literatura, establece que previo a la intención empresarial, debe de existir un comportamiento emprendedor (Ajzen, 1991; Kolvereid, 1996). Dentro de esta línea del pensamiento, la personalidad del individuo es vista como el principal factor moderador responsable de la intención empresarial (McClelland, 1961). Siguiendo esta línea de investigación, varios rasgos de personalidad han sido investigados como innovación y la necesidad de logro (Koh 1996; Robinson, Stimpson, Huefner y Hunt, 1991; Shaver y Scott, 1991) orientación moderada a tomar riesgos, alta tolerancia a la ambigüedad (Koh, 1996; Rauch y Frese, 2007) y auto eficacia (Krueger, 2003).

Ajzen (1991) introduce nuevos aspectos conductuales con su teoría del comportamiento planificado, en donde propone aspectos psicológicos diversos dentro del trasfondo de la intención empresarial (Alvarez y Urbano, 2013). Learned (1992) establece que los individuos tienen una combinación de características o rasgos psicológicos que los hace mejores candidatos al momento de intentar entrar en el ambiente empresarial.

Esfuerzos por descubrir diferentes características psicológicas y otros rasgos de personalidad entre los emprendedores y no emprendedores han sido modestamente investigados satisfactoriamente (Baron, 1998) además, el rol de los factores psicológico en el empresarismo sigue sin estar muy claro (Stewart et al. 1998).

Según Mitchell et al. (2002) las investigaciones pasadas relacionadas a factores psicológicos dentro del perfil del empresario, presentan un vacío de literatura en relación a esclarecer las verdaderas contribuciones del emprendedor como ser humano dentro del proceso empresarial. Por otra parte, Hatten (1997) establece que factores psicológicos como las características de personalidad de ninguna manera puede ayudar a predecir el éxito dentro del proceso emprendedor. Otros autores como Shaver y Scott (1991) establecen que las teorías y los métodos utilizados en las investigaciones pasadas sobre factores psicológicos de personalidad posiblemente sean los causantes de los vacíos y el progreso en esta área de investigación. Curiosamente, el interés en el rol psicológico de la personalidad dentro del empresarismo ha resurgido después de vacíos teóricos (Baum, Locke y Smith, 2001; Ciavarella, Buchholtz, Riodan, Gatewood y Stokes, 2004).

Aunque en la década de los 80's y 90's la literatura concluía que no existía relación consistente entre la personalidad y la intención empresarial y recomendar que las futuras investigaciones abandonaran esas características psicológicas (Brockhaus y Horwitz, 1986; Gartner 1988) a principios del siglo 21, académicos comenzaron a sugerir nuevas investigaciones del tema bajo nuevas metodologías y bases teóricas (Rauch y Frese, 2007; Shane, Locke y Collins, 2003). Además, cada vez las distintas áreas del conocimiento buscan ser más multidisciplinarias. Recientemente, los factores psicológicos como la personalidad son motivos de estudio dentro de los economistas (Borghans et al. 2008). Según Holland (1997) factores psicológicos de personalidad, tienen relación con los determinantes de selección de las profesiones. En relación al autoempleo y empresarismo, investigaciones como las de Zhao y Seibert (2006) muestran que los factores psicológicos son distintos dentro de los emprendedores versus los gerentes de empresas.

Por lo tanto, entender los factores psicológicos relacionados a la formación y desarrollo de las intenciones empresariales puede ayudar a promover el éxito empresarial con el menor uso de recursos financieros y humanos. Este estudio, se posiciona desde el enfoque de la personalidad del individuo, la cual es una característica predictiva del comportamiento individual, el cual asiste y explica diferentes acciones en situaciones similares (Llewelyn y Wilson, 2003). El propósito del estudio es extender las bases teóricas sobre el rol de la personalidad y el género dentro del proceso de la intención empresarial.

REVISIÓN DE LITERATURA

Empresarismo y los factores de personalidad

El empresarismo, es una disciplina con orígenes en los campos de la economía, psicología, sociología y gerencia estratégica (Mitchell et al., 2002). El término de empresarismo, se define de diversas maneras, la misma definición envuelve al individuo, quien a la misma vez es un pilar que actúa ante las oportunidades empleando innovación dentro de los procesos de recursos limitados (Handy et al., 2007; Mitchell et al. 2002; Thurik y Wennekers, 2004). Cope (2005) clasificó 3 enfoques del empresarismo, denominados como: enfoque funcional, enfoque de personalidad y enfoque conductual. El enfoque funcional está enlazado con resultados racionales entre la teoría económica. El enfoque de personalidad tiene que ver con las características psicológicas del individuo que lo definen como emprendedor. Finalmente, el enfoque conductual trata sobre como la gerencia estratégica participa en el proceso de como el emprendedor percibe y actúa ante las oportunidades presentadas.

Los factores de personalidad de los individuos es una característica psicológica que puede servir como un catalítico el cual puede influenciar la percepción de los emprendedores dentro del proceso

de toma de decisión (Chaucin et al. 2007; Rauch y Frese, 2007). Existe la construcción de una taxonomía inicial sobre los factores psicológicos de la personalidad, Allport y Odbert (1936) identificaron cerca de 4,500 palabras del diccionario las cuales describen factores de personalidad de los individuos. Cattell (1943) reduce ese número a un grupo de 35 variables y luego a 12 factores. Norman (1967) identifica 5 factores, los cuales Golbert (1981, 1990) los nombra como “Los Cinco Grandes Factores” que son los siguientes: (1) Apertura a las nuevas experiencias, (2) Responsabilidad, (3) Extroversión, (4) Amabilidad y (5) Neuroticismo. Por tanto, se discutirá dentro de la revisión de literatura, los tipos de personalidad, aspectos sociodemográficos como el género y su relación con la intención empresarial.

Apertura a las nuevas experiencias

Se describe como la habilidad individual de buscar nuevas experiencias y explorar ideas. Personas con un alto índice dentro de este factor de personalidad, son creativas, innovadoras y curiosas (McCrae, 1987). Además, están dispuestos a aceptar ideas y valores poco convencionales si estas promueven nuevas tendencias éticas, sociales y políticas. Los atributos de explorar nuevas ideas, ser creativo, y buscar nuevas experiencias son cruciales al momento de comenzar a emprender (Sarasvathy, 2004). Con relación a sustentabilidad, después de haber experimentado el proceso de emprender, un individuo pasivo, es más recomendable que uno creativo (Baron y Markman, 2005). Caliendo, Fossen, y Kritikos, (2014) encontraron que los individuos contaban con este factor de personalidad, eran más propensos a entrar en el auto empleo. Por tanto, el individuo con un alto índice en este factor, tiene mayores probabilidades de emprender. Además, Zhao, Seibert y Lumpkin, (2010) concluyeron que la apertura a las nuevas experiencias si influye en las intenciones empresariales del individuo. Estos mismos resultados son apoyados por Antoncic, Bratkovic, Singh y DeNoble, (2015). A partir de esta revisión de literatura, se formula la primera hipótesis:

H₁. El rasgo de personalidad de apertura a la experiencia está relacionado positivamente con la intención empresarial.

Responsabilidad

Bajo este tipo de personalidad, los individuos suelen ser orientados al logro, además, tienden a ser trabajadores y eficientes. Además, las personas tienden a ser gobernadas bajo su misma conciencia. Un alto grado de esta personalidad significa que el individuo es más escrupuloso, puntual y confiable (McCrae y Costa, 2010). En relación a la orientación al logro es expresada como la búsqueda del individuo de nuevas y mejores soluciones provistas por el ambiente actual (McClelland, 1961). Según Zhao y Seibert (2006) la orientación al logro, está positivamente relacionada al emprendedor, así como también el ser más trabajador (Barrick y Mount, 1991). No quiere decir que una persona con un bajo nivel de esta personalidad tiene un vacío de estas características, pero si tienden a aplicarlas con menor frecuencia. Zhao, Seibert y Lumpkin, (2010) encontraron que la responsabilidad es un factor característico dentro de la personalidad de los individuos con altas intenciones de emprender. Por el contrario, Caliendo, Fossen, y Kritikos, (2014) encontraron que los individuos con el factor de responsabilidad no tienen relación con las intenciones de comenzar una carrera emprendedora. A partir de esta revisión de literatura, se formula la segunda hipótesis:

H₂. El rasgo de personalidad de responsabilidad está relacionado negativamente con la intención empresarial.

Extroversión

El individuo con esta personalidad, es descrito como asertivo, dominante, ambicioso, enérgico y líder (Judge et al. 1999). Por lo que, si el individuo tiende a ser extrovertido, será más sociable lo que le ayudaría a realizar más y mejores relaciones dentro de los negocios. En relación a ser asertivo, dominante, ambicioso, enérgico y líder, está positivamente relacionados con las intenciones empresariales (Ciavarella et al., 2004; Caliendo, Fossen, y Kritikos, 2014). Es decir, que un índice en el factor de personalidad de extroversión, esta positivamente relacionado con las intenciones empresariales del individuo. A partir de esta revisión de literatura, se formula la tercera hipótesis:

H₃. El rasgo de personalidad de extroversión está relacionado positivamente con la intención empresarial.

Amabilidad

Una persona con un alto grado de amabilidad, presenta rasgos como confianza, simpatía hacia los demás, altruismo y modestia. Tienden a ser más cooperativos y ansiosos por ayudar a los demás. Por otra parte, una persona con un bajo nivel de esta personalidad, tiende a ser más egocentrista, competitivo y a tener más escepticismo hacia las intenciones de los demás. (McCrae y Costa, 2010). Clark y Jaramillo (2011) concluyeron que individuos con un alto grado de amabilidad son más propensos a tener una red más grande de conexiones sociales. Caliendo, Fossen, y Kritikos, (2014) no encontraron relación entre la amabilidad y que el individuo tenga interés en comenzar una carrera como emprendedor. Además, Zhao, Seibert y Lumpkin, (2010) encontraron en su estudio que únicamente el factor de amabilidad no tiene una relación con la intención y el desempeño empresarial. A partir de esta revisión de literatura, se formula la cuarta hipótesis:

H₄. El rasgo de personalidad de amabilidad está relacionado negativamente con la intención empresarial.

Neuroticismo

Esta personalidad indica la tendencia hacia los efectos negativos como la molestia, ansiedad, depresión, miedo, hostilidad, impulsividad, tristeza y vulnerabilidad. Las personas que cuenten con un alto nivel de esta personalidad, tienen menos control sobre sus impulsos (McCrae y Costa, 2010). Los individuos con un bajo nivel de este factor de personalidad son considerados relajados y tienden a tolerar las situaciones de estrés (Judge et al. 1999). Pueden manejar las situaciones diarias y mantenerse optimistas conservando las relaciones (Hurtz y Donovan, 2000). Ser resistente al estrés, es beneficioso dentro de la carrera empresarial, el cual, usualmente suele tener etapas de incertidumbre dentro del proceso inicial. Otros estudios demostraron que individuos con un bajo neuroticismo son más probables que comiencen una carrera como emprendedores (Caliendo, Fossen, y Kritikos, 2014). A partir de esta revisión de literatura, se formula la quinta hipótesis:

H₅. El rasgo de personalidad de neuroticismo está relacionado negativamente con la intención empresarial.

Género

En términos proporcionales, existen más hombres emprendedores que mujeres (Langowitz y Minniti, 2007). Distintas investigaciones han concluido que los hombres están más interesados que las mujeres en una carrera como emprendedores (Grilo y Irigoyen, 2006). Según Minniti y Nardone (2007) los hombres también tienen más deseos e intenciones de iniciar un negocio propio en comparación a las mujeres. Además, en relación a factores individuales, las mujeres han demostrado tener un nivel más bajo de confianza que los hombres sobre sus habilidades emprendedoras (Wilson et al., 2007) Entonces, la evidencia científica nos muestra que la diferencia entre la intención empresarial y el género del individuo es ocasionada por factores psicológicos. Es aquí en donde factores multidisciplinarios ayudan a entender situaciones particulares para la comprensión de las acciones del ser humano. A partir de esta revisión de literatura, se formula la sexta hipótesis:

H₆. Existe diferencia significativa entre la intención empresarial y el género.

METODOLOGÍA

El presente estudio, consta de 2 fases, en la primera se analizan las variables de manera descriptiva. En la segunda, se realiza análisis inferenciales los cuales determinan si las variables tienen o no relación entre ellas. La población de estudio son estudiantes sub-graduados de la Pontificia Universidad Católica de Puerto Rico. Estos pertenecen a diferentes especialidades de estudio ajenas a los negocios. Un total de 200 individuos participaron en la investigación. El instrumento suministrado utilizó escalas Likert de (5) puntos. Dentro de ellas se utilizaron las leyendas (1) Totalmente en desacuerdo hasta (5) Totalmente de acuerdo.

Para medir los factores de personalidad, se utilizó la escala NEO-FI (Costa y McCrae, 2004) esta escala mide 5 tipos de personalidad (neuroticismo, extroversión, apertura a la experiencia, amabilidad y responsabilidad). Además, algunos de los ítems fueron redactados en su versión inversa, esto para evitar sesgos en la investigación. Por otra parte, para medir la intención empresarial, se tomó de referencia el constructo utilizado por Linan y Chen (2009).

Referente a la utilización de escalas Likert y sus análisis, algunos autores establecen que las mismas deben ser tratadas como variables cualitativas ordinales (Rickards et al., 2012; Sullivan y Artino, 2013), mientras otros diferentes autores establecen que pueden ser trabajadas como variables cuantitativas de intervalo (Russell, 2010; Boone y Boone, 2012). Por tanto, esta investigación incluirá análisis paramétricos. Dentro de los análisis se contemplan: media, prueba t de muestras independientes y regresión lineal múltiple. Se utilizará un nivel de significancia de 0.05.

RESULTADOS

Los siguientes cuadrantes muestran las gráficas para cada una de las personalidades en relación a la intención empresarial. La categoría que se compara es la de género. Esta es analizada en 2 escenarios (en el eje X), el primer escenario es cuando se cuenta con un bajo nivel en la escala de la personalidad y el segundo escenario es cuando cuenta con un alto nivel en la escala de la personalidad. Además, se compara su efecto con el nivel de la intención empresarial (eje de Y).

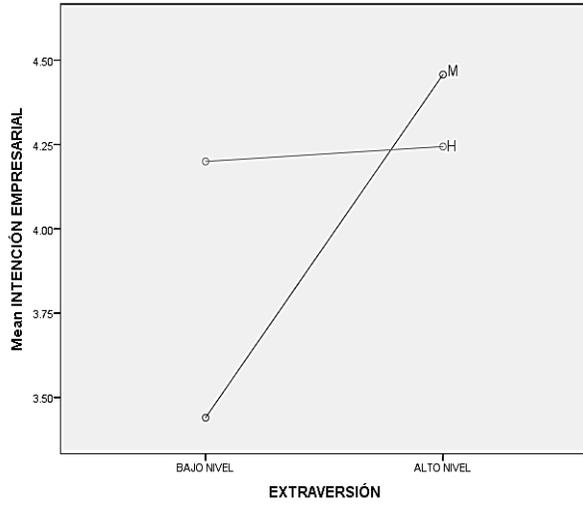


Figura 1.

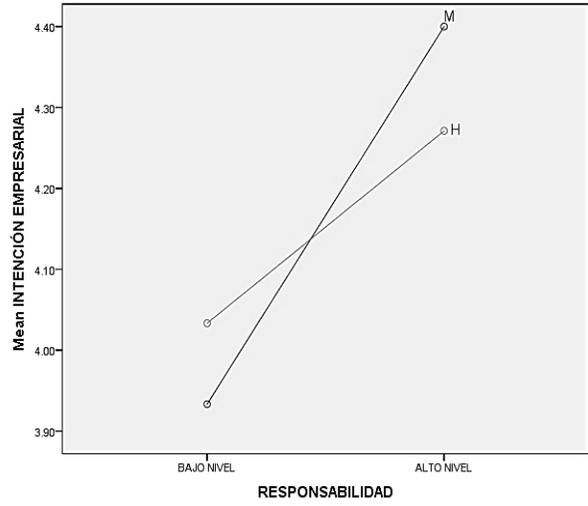


Figura 2.

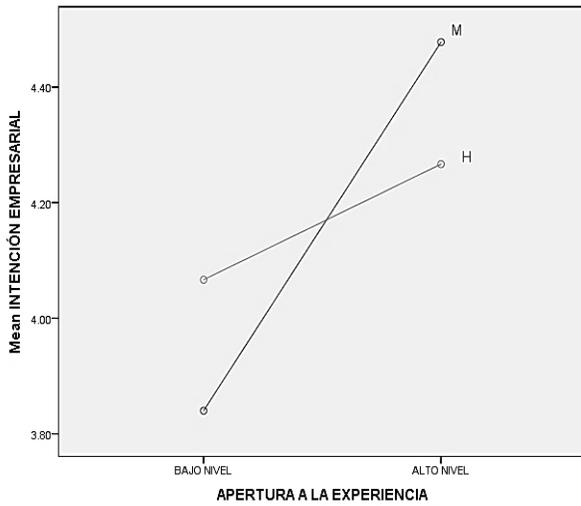


Figura 3

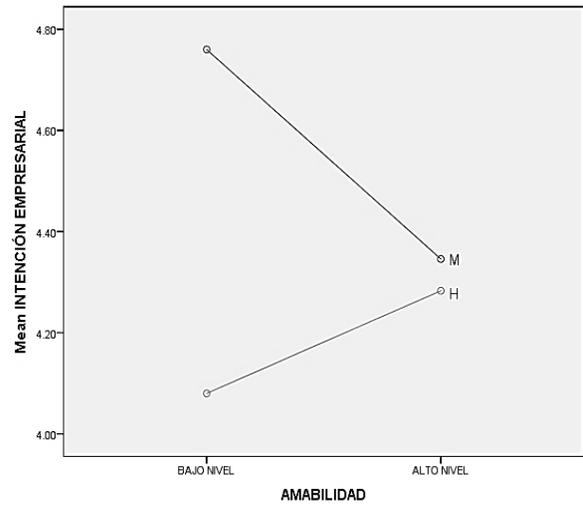


Figura 4.

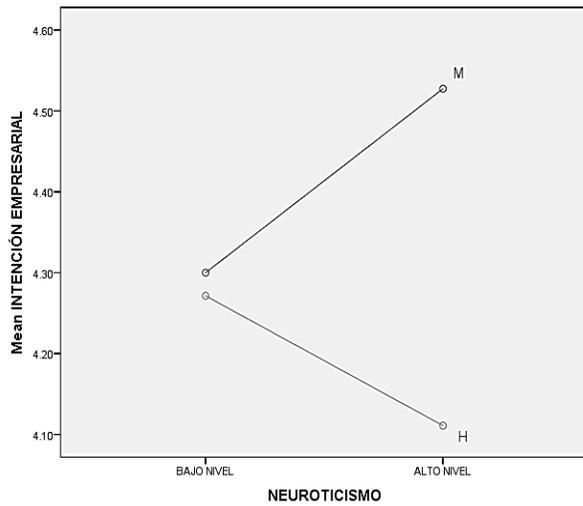


Figura 5.

Se puede observar que las mujeres presentan en la extroversión (figura 1), responsabilidad (figura 2) y apertura a la experiencia (figura 3) un aumento a la intención empresarial cuando estas cuentan con un índice más alto en cada una de estas personalidades. En relación a los hombres, la pendiente sigue siendo positiva, pero con una inclinación más moderada en relación a la pendiente de las mujeres.

En términos de la amabilidad (figura 4) y neuroticismo (figura 5), se aprecia diferencia entre los hombres y las mujeres. Los participantes hombres que mostraron un alto nivel dentro de la dimensión de amabilidad, también reflejaron un aumento dentro del índice de intención empresarial. Por el contrario, las mujeres que presentaron un alto nivel dentro de la dimensión de amabilidad, reflejaron una disminución en la intención empresarial. En relación al neuroticismo, las mujeres que presentaron un alto nivel en esa dimensión, también reflejaron un alto nivel en la intención empresarial, por el contrario, los hombres con un alto nivel de neuroticismo, reflejaron un bajo nivel hacia la intención empresarial

La tabla 1 y 2 muestra la prueba t de muestras independientes, la cual sirvió para determinar si existe diferencia significativa entre el género y la intención empresarial. Un total de 110 mujeres y 90 hombres formaron parte de la muestra del estudio. Al ejecutar la prueba t de muestras independientes, esta nos arrojó un valor $p > 0.05$ por lo que se establece que no existe diferencia significativa entre la intención empresarial de los hombres y las mujeres.

Tabla 1.

Group Statistics					
	Género	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Intención Empresarial	Femenino	110	4.3781	.69840	.08730
	Masculino	90	4.2431	.77698	.10880

Tabla 2.

Independent Samples Test				
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means
		F	Sig.	t
Intención Empresarial	Equal variances assumed	1.332	.251	.979

Para determinar si existe o no relación entre las variables de estudio se utilizó un análisis de regresión múltiple (ver tabla 3 y 4). El modelo tiene como variable dependiente a la intención empresarial y como variable independiente al neuroticismo, extroversión, apertura a la experiencia, amabilidad y responsabilidad.

Las variables extraversión y apertura a la experiencia son predictores ya que cuentan con un valor $p < 0.05$. Por otra parte, las variables neuroticismo, amabilidad y responsabilidad cuentan con un valor $p > 0.05$ el cual establece que los cambios en el predictor no están asociados con cambios en la respuesta.

Tabla 3.

Model Summary				
Mode	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.344 ^a	.118	.080	.69317

Tabla 4.

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	2.874	.424		6.784	.000
Neuroticismo	.066	.148	.041	.448	.655
Extroversión	.683	.296	.206	2.310	.023
Apertura a la Experiencia	.481	.196	.220	2.456	.016
Amabilidad	.106	.197	.048	.535	.594
Responsabilidad	.307	.232	.117	1.321	.189

a. Dependent Variable: INTENCIÓN EMPRESARIAL

DISCUSIÓN Y CONCLUSIÓN

En esta sección se discutirán los resultados obtenidos según su hipótesis de investigación.

Para la H₁: El rasgo de personalidad de apertura a la experiencia está positivamente relacionado con la intención empresarial. El modelo de regresión lineal múltiple estableció que existe una asociación significativa entre la apertura a la experiencia y la intención empresarial con un valor $p = 0.016$. la literatura arroja resultados similares (Sarasvathy, 2004; Baron y Markman, 2005; Caliendo, Fossen, y Kritikos, 2014; Zhao, Seibert y Lumpkin, 2010; Antoncic, Bratkovic, Singh y DeNoble, 2015).

Para la H₂: El rasgo de personalidad de responsabilidad está negativamente relacionado con la intención empresarial. El modelo de regresión múltiple arrojó un valor $p = .189$ a la variable de responsabilidad. Es decir que no tiene asociación significativa alguna con la intención empresarial. El resultado es contrario al estudio de Zhao, Seibert y Lumpkin, (2010). Sin embargo, nuestro estudio apoya los resultados encontrados Caliendo, Fossen, y Kritikos, (2014).

Para la H₃: El rasgo de personalidad de extroversión está positivamente relacionado con la intención empresarial. Nuestro modelo de regresión lineal múltiple determinó que la extraversión está asociada significativamente con la intención empresarial. La variable extraversión mostró un valor $p = 0.023$. Los hallazgos, concuerdan con varios autores (Ciavarella et al., 2004; Caliendo, Fossen, y Kritikos, 2014).

Para la H₄: El rasgo de personalidad de amabilidad está negativamente relacionado con la intención empresarial. Nuestro análisis estadístico no encontró asociación alguna entre las variables de estudio. El factor amabilidad mostró un valor $p = .594$. Nuestros resultados arrojaron hallazgos similares a los establecidos dentro de la literatura, que establece que la amabilidad no es un factor significativo determinante dentro de la intención empresarial (Caliendo, Fossen, y Kritikos, 2014; Zhao, Seibert y Lumpkin, 2010).

La H₅: El rasgo de personalidad de neuroticismo está negativamente relacionado con la intención empresarial. El modelo de regresión lineal encontró que la variable neuroticismo ($p = .655$) no está asociada significativamente con la intención empresarial, es decir que nuestros hallazgos concuerdan con los estudios anteriores en donde establecen que el nivel de neuroticismo debe ser bajo para presentar relación con la intención empresarial (Caliendo, Fossen, y Kritikos, 2014; Zhao, Seibert y Lumpkin, 2010).

En relación a la H₆: Existe diferencia significativa entre la intención empresarial y el género. Los resultados obtenidos, determinaron que no existe diferencia significativa en la intención empresarial entre hombres y mujeres. Contrario a la literatura que muestra resultados diferentes (Langowitz y Minniti, 2007; Grilo y Irigoyen, 2006; Minniti y Nardone, 2007).

Basado en los hallazgos de esta investigación, entender cuáles individuos son más propensos a intentar convertirse en emprendedores es un factor altamente determinante en el desarrollo económico y social en la economía moderna. Este estudio encontró que individuos con factores de personalidad de extroversión y apertura a la experiencia están más propensos a tener mayores intenciones empresariales contrario con individuos que presenten en su mayoría los rasgos de personalidad de amabilidad, responsabilidad y neuroticismo. Por otra parte, se encontró que no existe diferencia entre las intenciones empresariales de hombres y mujeres, bajo esta misma línea, se pudo observar de manera descriptiva los efectos distintos en hombres y mujeres relacionados a la intención empresarial cuando contaban con alto nivel de cada una de las personalidades versus cuando contaban con un bajo nivel en cada una de las personalidades, en donde hombres y mujeres se comportaron de la misma manera en los factores de personalidad de extraversión, responsabilidad y apertura a la experiencia. Mientras que su efecto y relación en los tipos de personalidades amabilidad y neuroticismo eran inversos entre el género.

En relación a las implicaciones teóricas, nuestro estudio valida la influencia de la personalidad dentro del proceso inicial de emprendimiento, el cual sirve como marco teórico para explicar la intención empresarial.

Desde el punto de vista práctico, países y organizaciones que no cuentan con el suficiente presupuesto para incentivar el empresarismo con modelos de aceleradoras o incubadoras, ahora cuentan con un punto de partida para fortalecer la mentalidad emprendedora como fase inicial por medio intención emprendedora de las personas. Los educadores tanto de escuela como universidades pueden adaptar a sus currículos de enseñanza herramientas que provean el desarrollo

de las personalidades que tienen relación con la intención empresarial (extroversión y apertura a la experiencia)

FUTURAS INVESTIGACIONES

Estudios futuros pueden explorar si existe diferencia entre los factores de personalidad encontrados en la intención empresarial versus los factores de personalidad de individuos que en la actualidad tengan una carrera como emprendedores. Además, realizar estudios longitudinales dentro de grupos expuestos a programas que desarrollen destrezas y personalidades afines a la intención empresarial.

REFERENCIAS

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211.
- Allport, G. W., & Odbert, H. S. (1936). Trait-names: A psycho-lexical study. *Psychological monographs*, 47(1),
- Antoncic, B., Bratkovic Kregar, T., Singh, G., & DeNoble, A. F. (2015). The big five personality–entrepreneurship relationship: Evidence from Slovenia. *Journal of Small Business Management*, 53(3), 819-841.
- Baron, R. A. (1998). Cognitive mechanisms in entrepreneurship: Why and when entrepreneurs think differently than other people. *Journal of Business venturing*, 13(4), 275-294.
- Baron, R. A., & Markman, G. D. (2005). Toward a process view of entrepreneurship: The changing impact of individual level variables across phases of new venture development. *Current topics in management*, 9, 45-64.
- Barrick, M. R., & Mount, M. K. (1991). The big five personality dimensions and job performance: a meta-analysis. *Personnel psychology*, 44(1), 1-26.
- Baum, J. R., Locke, E. A., & Smith, K. G. (2001). A multidimensional model of venture growth. *Academy of management journal*, 44(2), 292-303.
- Boone Jr, H. N., & Boone, D. A. (2012). Analyzing likert data. *Journal of extension*, 50(2), 2.
- Borghans, L., Duckworth, A. L., Heckman, J. J., & Ter Weel, B. (2008). The economics and psychology of personality traits. *Journal of human Resources*, 43(4), 972-1059.
- Caliendo, M., Fossen, F., & Kritikos, A. S. (2014). Personality characteristics and the decisions to become and stay self-employed. *Small Business Economics*, 42(4), 787-814.
- Cattell, R. B. (1943). The description of personality: Basic traits resolved into clusters. *Journal of Abnormal and Social Psychology* 58, 69-90.
- Chauvin, B., Hermand, D., & Mullet, E. (2007). Risk perception and personality facets. *Risk analysis*, 27(1), 171-185.

- Chye Koh, H. (1996). Testing hypotheses of entrepreneurial characteristics: A study of Hong Kong MBA students. *Journal of managerial Psychology*, 11(3), 12-25.
- Ciavarella, M. A., Buchholtz, A. K., Riordan, C. M., Gatewood, R. D., & Stokes, G. S. (2004). The Big Five and venture survival: Is there a linkage?. *Journal of Business Venturing*, 19(4), 465-483.
- Cope, J. (2005). Toward a dynamic learning perspective of entrepreneurship. *Entrepreneurship theory and practice*, 29(4), 373-397.
- Gartner, W. B. (1988). 'Who is an entrepreneur?' is the wrong question. *American Journal of Small Business*, 12(4), 11- 32.
- Goldberg, L. R. (1981). Language and individual differences: The search for universals in personality lexicons. *Review of personality and social psychology*, 2(1), 141-165.
- Goldberg, L. R. (1990). An alternative" description of personality": the big-five factor structure. *Journal of personality and social psychology*, 59(6), 1216.
- Grilo, I., & Irigoyen, J. M. (2006). Entrepreneurship in the EU: to wish and not to be. *Small business economics*, 26(4), 305-318.
- Handy, F., Ranade, B., & Kassam, M. (2007). To profit or not to profit: Women entrepreneurs in India. *Nonprofit Management and Leadership*, 17(4), 383-401.
- Hatten, T. S. (1997). *Small business management: Entrepreneurship and beyond*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Holland, J. L. (1997). *Making vocational choices: A theory of vocational personalities and work environments*. Psychological Assessment Resources.
- Hurtz, G. M., & Donovan, J. J. (2000). Personality and job performance: The Big Five revisited. *Journal of applied psychology*, 85(6), 869-879.
- Judge, T. A., Higgins, C. A., Thoresen, C. J., & Barrick, M. R. (1999). The big five personality traits, general mental ability, and career success across the life span. *Personnel psychology*, 52(3), 621-652.
- Kolvareid, L. (1996). Prediction of employment status choice intentions. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 21(1), 47-58.
- Krueger, N. F. (2005). The cognitive psychology of entrepreneurship. *Handbook of entrepreneurship research*, 105-140.
- Langowitz, N., & Minniti, M. (2007). The entrepreneurial propensity of women. *Entrepreneurship theory and practice*, 31(3), 341-364.
- Learned, K. E. (1992). What happened before the organization? A model of organization formation. *Entrepreneurship: theory and practice*, 17(1), 39-49.

- Linan, F., & Chen, Y. W. (2009). Development and Cross-Cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship theory and practice*, 33(3), 593-617.
- Llewellyn, D. J., & Wilson, K. M. (2003). The controversial role of personality traits in entrepreneurial psychology. *Education+ Training*, 45(6), 341-345.
- McClelland, D. (1961). The achievement motive in economic growth. *American Economic Review*, 51, 179-189
- McClelland, D. C. (1961). *The achieving society*. Princeton, NJ: D. Van Norstrand Company. Inc., 1961.
- McCrae, R. R. (1987). Creativity, divergent thinking, and openness to experience. *Journal of personality and social psychology*, 52(6), 1258.
- McCrae, R. R., & Costa Jr, P. T. (2010). NEO Inventories professional manual. Lutz, FL: *Psychological Assessment Resources*.
- McCrae, R. R., & Costa, P. T. (2004). A contemplated revision of the NEO Five-Factor Inventory. *Personality and individual differences*, 36(3), 587-596.
- Minniti, M., & Nardone, C. (2007). Being in someone else's shoes: the role of gender in nascent entrepreneurship. *Small Business Economics*, 28(2), 223-238.
- Mitchell, R. K., Busenitz, L., Lant, T., McDougall, P. P., Morse, E. A., & Smith, J. B. (2002). Toward a theory of entrepreneurial cognition: Rethinking the people side of entrepreneurship research. *Entrepreneurship theory and practice*, 27(2), 93-104.
- Noguera, M., Alvarez, C., & Urbano, D. (2013). Socio-cultural factors and female entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 9(2), 183-197.
- Norman, W. T. (1967). 2800 Personality Trait Descriptors: Normative Operating Characteristics for a University Population. Ann Arbor, MI: Department of Psychology, University of Michigan.
- Rauch, A., & Frese, M. (2007). Born to be an entrepreneur? Revisiting the personality approach to entrepreneurship. *The psychology of entrepreneurship*, 41-65.
- Rauch, A., & Frese, M. (2007). Let's put the person back into entrepreneurship research: A meta-analysis on the relationship between business owners' personality traits, business creation, and success. *European Journal of work and organizational psychology*, 16(4), 353-385.
- Rauch, A., Frese, M., & Sonnentag, S. (2000). Cultural differences in planning/success relationships: A comparison of small enterprises in Ireland, West Germany, and East Germany. *Journal of Small Business Management*, 38(4), 28.
- Rickards, G., Magee, C., & Artino Jr, A. R. (2012). You can't fix by analysis what you've spoiled by design: developing survey instruments and collecting validity evidence. *Journal of graduate medical education*, 4(4), 407-410.

- Robinson, P. B., Stimpson, D. V., Huefner, J. C., & Hunt, H. K. (1991). An attitude approach to the prediction of entrepreneurship. *Entrepreneurship theory and practice*, 15(4), 13-31.
- Russell, G. J. (2010). Itemized Rating Scales (Likert, Semantic Differential, and Stapel). *Wiley International Encyclopedia of Marketing*. (pp. 138 – 146). John Wiley & Sons, Ltd.
- Sarasvathy, S. D. (2004). Making it happen: Beyond theories of the firm to theories of firm design. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28(6), 519-531.
- Shane, S., Locke, E. A., & Collins, C. J. (2003). Entrepreneurial motivation. *Human resource management review*, 13(2), 257-279.
- Shaver, K. G., & Scott, L. R. (1991). Person, process, choice: The psychology of new venture creation. *Entrepreneurship theory and practice*, 16(2), 23-45.
- Stewart, W. H., Watson, W. E., Carland, J. C., & Carland, J. W. (1999). A proclivity for entrepreneurship: A comparison of entrepreneurs, small business owners, and corporate managers. *Journal of Business venturing*, 14(2), 189-214.
- Sullivan, G. M., & Artino Jr, A. R. (2013). Analyzing and interpreting data from Likert-type scales. *Journal of graduate medical education*, 5(4), 541-542.
- Thurik, R., & Wennekers, S. (2004). Entrepreneurship, small business and economic growth. *Journal of small business and enterprise development*, 11(1), 140-149.
- Wilson, F., Kickul, J., & Marlino, D. (2007). Gender, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial career intentions: implications for entrepreneurship education. *Entrepreneurship theory and practice*, 31(3), 387-406.
- Zhao, H., & Seibert, S. E. (2006). The big five personality dimensions and entrepreneurial status: a meta-analytical review. *Journal of Applied Psychology*, 91(2), 259-271
- Zhao, H., Seibert, S. E., & Lumpkin, G. T. (2010). The relationship of personality to entrepreneurial intentions and performance: A meta-analytic review. *Journal of management*, 36(2), 381-404.