

Artículo original

LA MOTIVACIÓN: UNA NECESIDAD EMPRESARIAL PARA EL ÉXITO DE LOS EMPRENDEDORES

Motivation: A business necessity for the success of entrepreneurs

Eloyna Lucía Peñaloza Arana^{10,11}

Enrique Eduardo Vildoso Benavides^{10,12}

Recibido: 01/03/2022

Aceptado: 01/05/2022

Resumen

El estudio fue realizado con la finalidad de analizar y determinar las necesidades de motivación que predominan en los emprendedores que dirigen y gestionan negocios en escenarios complejos e impredecibles. La presente investigación es del tipo no experimental, con un diseño correlacional, de carácter transversal y enfoque cuantitativo. La muestra estuvo conformada por 79 emprendedores, de ambos géneros, con formación empresarial. Se utilizó la técnica de la encuesta cuyo instrumento fue el cuestionario con preguntas de selección múltiple con escala de Likert. La confiabilidad del instrumento con Alpha de Cronbach, fue de (0.91) que indica alta confiabilidad. Los resultados revelan que las necesidades de motivación de los emprendedores se diferencian por el género, y que la motivación en los negocios está significativamente relacionada con los emprendimientos. Se concluye con un nivel de confianza del 95% que en los emprendedores que dirigen o gestionan negocios predomina la motivación basada en el poder.

Palabras claves: Emprendedor, mercado complejo, motivación, poder.

Abstract

The study was carried out with the purpose of analyzing and determining the motivational needs that predominate in entrepreneurs who run and manage businesses in complex and unpredictable

¹⁰ Universidad Privada de Tacna, Facultad de Ciencias Empresariales. Tacna, Perú

¹¹ Doctor en Ciencias Contables y Financieras

¹² Magister en Administración



scenarios. The present investigation is of the non-experimental type, with a correlational design, of a cross-sectional nature and a quantitative approach. The sample consisted of 79 entrepreneurs, of both genders, with business training. The survey technique was used, whose instrument was the questionnaire with multiple choice questions with a Likert scale. The reliability of the instrument with Cronbach's Alpha was (0.91), which indicates high reliability. The results reveal that the motivational needs of entrepreneurs are differentiated by gender, and that motivation in business is significantly related to entrepreneurship. It is concluded with a confidence level of 95% that in entrepreneurs who run or manage businesses, motivation based on power predominates.

Keywords: Entrepreneur, complex market, motivation, power.

INTRODUCCIÓN

El trabajo de investigación que se presenta a continuación, revela la importancia y significado que tienen las necesidades de motivación en el éxito de los negocios. Es crucial estar motivado para dirigir o gestionar un negocio en escenarios económicos complejos e impredecibles. La motivación constituye el impulso, la fuerza interna que lleva a tomar la decisión de emprender. Es uno de los aspectos psicológicos que se relaciona más estrechamente con los emprendimientos. El emprendimiento es una actividad que está cobrando diariamente una mayor relevancia como una forma de resolver los problemas económicos y de empleo que enfrentan todos los países, principalmente aquellos en vías de desarrollo. (Ynzunza Cortés et al., 2021). La fuerza motivacional conlleva el surgimiento de ideas, modelos, propuestas innovadoras que inducen al éxito. La motivación debe ser constante y sostenida en un negocio, para asegurar el logro del resultado. La motivación es un factor relevante en la gestión de los negocios. David McClelland es conocido por describir cómo los individuos se motivan, es decir, se “mueven hacia algo”, dependiendo de tres tipos de necesidad. A pesar de que su libro se editó en 1988, sigue teniendo un gran valor hoy en día ya que es útil para comprender algunas de nuestras reacciones “automáticas” ante los diversos retos que nos presenta la realidad. La motivación es parte de la historia de la humanidad y actualmente viene potenciando los emprendimientos. Lo que no debe faltar en el emprendedor es la motivación, debido a que ésta hará las veces de combustible que accionará los motores para iniciar el negocio y mantenerse en el ruedo hasta lograr alcanzar el éxito. De esta manera, el papel de la motivación es dirimente en las personas que quieren emprender. Se puede decir que, desde la misma aparición de la idea para comenzar a emprender con una empresa, bien sea de un negocio o de un sueño personal, esta se convertirá en la motivación principal del proceso, debido a que las ilusiones y proyecciones que se hagan basados en la misma, serán lo que te incentive a trabajar en favor de la consecución de dichos planes. Una vez que comiences a llevar a cabo tu emprendimiento y estés en los procesos de ejecución, la aparición de los obstáculos y contratiempos no faltarán, pero ante ellos no se puede dar por vencido.

Tener motivación a la hora de emprender es muy importante, ya que esta lleva a las personas a buscar de forma activa los recursos necesarios para asegurar su subsistencia en el mercado. No importa si el emprendedor desea poner en marcha una tienda online, crear un blog u ofrecer sus servicios profesionales en línea, en cualquier tipo de negocio se necesita motivación. El concepto de “motivación para emprender” ha surtido un sustancial avance que parte desde una concepción puramente económica, hasta considerarle como un proceso multidimensional en el que intervienen aspectos personales, sociales y culturales, gracias a las teorías que sobre el comportamiento humano se han desarrollado desde la psicología y la sociología. (Marulanda, F.A 2019).

Revisión de literatura

La necesidad de Logro

Fue David McClelland quien definió la motivación de logro como el impulso de sobresalir, de alcanzar la consecución de metas, de esforzarse por tener éxito. El incentivo natural de la motivación de logro es “hacer algo mejor”, aunque las personas pueden hacerlo por varias razones: agradar a otros, evitar las críticas, obtener la aprobación o simplemente conseguir una recompensa. Pero lo que debería estar implicado en el motivo de logro es el actuar bien por sí mismo, por la satisfacción intrínseca de hacerlo mejor (McClelland, 1989). La consecuencia social de una intensa necesidad de logro es el éxito profesional. Se comprobó que los emprendedores con alta necesidad de logro tendían a buscar y a hacer mejor las actividades desafiantes, a asumir la responsabilidad de los resultados. Esta forma de actuar y ensayar nuevas y más eficaces maneras de hacer las cosas constituye la motivación basada en el logro (McClelland, 1989). Las personas con la necesidad de logro, encuentran una motivación por cumplir retos cada vez más difíciles, esto genera metas y desafíos personales, los cuales les genera la sensación de sentirse realizado y que cuenta con talentos. Motivación de logro es la necesidad psicológica de tener éxito, ya sea en la escuela, en el trabajo o en cualquier otro ámbito de la vida. La motivación de logro es un impulso uniformemente positivo, que permite a mucha gente lograr su sueño financiero y de éxito profesional. La motivación de logro tiene un efecto positivo y significativo con el éxito emprendedor, se encontró una relación positiva y significativa de la motivación en el éxito del emprendedor de forma que concluye que, los rasgos de la personalidad y la motivación enmarcados en el enfoque conductual afectan positivamente el emprendimiento exitoso. De esta forma se confirma que, en un emprendedor, la motivación va orientada hacia una necesidad de logro por hacer cosas nuevas y desarrollarse (García-Macias et al., 2019).

La necesidad de Poder y Autoridad

La necesidad de motivación basada en el poder es una de las más significativas en el sector empresarial. El hecho de estar posesionado como emprendedor exitoso en un mercado complejo, le asiste un respeto por ser ganador. Ser emprendedor de éxito es uno de los objetivos que buscan las personas que buscan poder. Las personas que tienen poder, se sienten motivadas por mantener ese grado de autoridad. Tienen el

deseo de poder influir en las demás personas, de poder enseñar cómo conseguir sus logros. Son personas influyentes, que generan la sensación de liderazgo, prevaleciendo sus ideas, que genera la necesidad de incrementar el poder y su estatus. Es la necesidad interior que determina la conducta de un individuo hacia el objetivo de influir a otro ser humano o a un grupo de ellos. Lo que caracteriza este tipo de motivación es la necesidad de influir, de hacer que otros lleguen a compartir nuestros pensamientos y puntos de vista.

La motivación de poder es el intento de controlar, regulando las condiciones de vida de otras personas o adquiriendo conocimientos que puedan afectar fuertemente la vida o acciones de otros. Es actuar de tal forma que, como resultado, se produzcan en otra persona sentimientos fuertes, en sentido positivo o negativo, tales como respeto, gratitud, satisfacción intensa, frustración, ansiedad, adquisición de conocimientos, etc.

Poder es un fuerte interés en todo lo que se refiere a su reputación y a su posición. Sus características distintivas son, generalmente, una verbalización muy fluida, algunas veces argumentativa, con una personalidad que a menudo se presenta extrovertida, llena de fuerza, exigente y a veces terca. Tratará siempre de dar sugerencias y de tomar posiciones de liderazgo en actividades grupales.

El espíritu empresarial es la fuerza vital del ser humano y desempeña una función en el desarrollo social y económico, que motiva a buscar el éxito empresarial, para promover negocios competitivos y sustentables en el tiempo. (Quelal, 2021).

La necesidad de Asociación o Afiliación

La necesidad de afiliación por lo común está presente en todos los seres humanos; sin embargo, la mayor parte de la investigación sobre este tópico se refiere a diferencias entre los individuos que tienen distintos niveles de este motivo. Por ejemplo, los individuos que tienen una elevada necesidad de afiliación, prefieren estar con otros, más que satisfacer otros motivos. Cuando se les pide llevar a cabo una tarea administrativa con un compañero, los individuos con elevada necesidad de afiliación, pero baja necesidad de logro, escogen trabajar con un amigo, independientemente de lo competente en la tarea que este amigo sea. En contraste, los individuos con baja necesidad de afiliación, pero elevada necesidad de logro, escogen al compañero más competente. Dos teorías han sido propuestas para explicar nuestra aparente necesidad de afiliación. Algunos creen que la motivación de afiliación es una necesidad innata que se basa en la selección natural. Un humano de la edad de piedra que eligiera cazar solo, debió tener menos posibilidades de cazar animales grandes para obtener comida, así como de evitar ser presa de otros animales; y por ende de sobrevivir, que un humano que sintiera la necesidad de vivir y cazar con otros. De ahí que las fuerzas de la naturaleza seleccionaron aquellos humanos con necesidades de afiliación, dado que ellos fueron los que sobrevivieron. Sin embargo, existen las creencias de que cada humano aprende el motivo de afiliarse mediante sus propias experiencias de

aprendizaje. Las personas que poseen este tipo de necesidad, se sienten motivadas por la necesidad de tener relaciones amigables y se motivan por la forma de interacción con los demás. La afiliación brinda la sensación de sentirse respaldado, respeto y consideración por los demás, solo que tiene una desventaja, las personas que tienen esta necesidad piensan y se preocupan por no disgustar a las demás personas.

Para García (2019) sus resultados muestran un alto nivel de acuerdo de los emprendedores consolidados en torno a los factores de éxito: aspectos personales relacionados con la trayectoria profesional y vital (motivacionales, valores, generación de alianzas y creación de redes de apoyo, inversión de tiempo y esfuerzo) y aspectos vinculados a la planificación empresarial y gestión del proyecto (planificación de la idea de negocio, crear un producto con factor diferenciador, planificación comercial, innovación y cambio).

Metodología

El estudio es no experimental, de diseño correlacional, de carácter transversal con un enfoque cuantitativo. Tiene como objetivo establecer las necesidades motivacionales que mayor impacto tienen en los emprendedores cuando dirigen un negocio. La investigación está basada en una muestra de emprendedores que dirigen y gestionan negocios en Tacna. La muestra fue no aleatoria, y estuvo conformada por 79 emprendedores. En la investigación se aplicó la técnica de la encuesta, con 12 ítems. La tasa de respuestas fue del 95% del total de cuestionarios enviados. El instrumento obtuvo (0.91) de confiabilidad con el método de Alpha de Cronbach. La información se procesó utilizando el software estadístico SPSS versión 24.0.

Resultados

A continuación, se presentan los análisis de las percepciones que tienen los emprendedores sobre las necesidades de motivación asociada a los negocios.

2. Descripción de la muestra

La tabla 1, muestra la estructura de la muestra de estudio, donde se observa que el 32.9% (26) son emprendedores que dirigen su negocio y el 67.1% (53) que gestionan negocios. Asimismo, se observa que el 50.6% son hombres y el 49.4% son mujeres.

Tabla 2
Descripción de la muestra

		Emprendimiento		Total	
		Dirige una empresa	Gestiona una empresa		
Género	Hombre	Total	15	25	40
		% del total	19,0%	31,6%	50,6%
	Mujer	Total	11	28	39

	% del total	13,9%	35,4%	49,4%
Total	Total	26	53	79
	% del total	32,9%	67,1%	100,0%

NOTA: Elaboración propia

2.- Análisis descriptivo de los factores motivacionales del emprendimiento

2.1.- La motivación basada en el logro

Los emprendedores que participaron del estudio (Tabla 3) consideran que el esfuerzo por alcanzar el éxito y asegurar el logro de los resultados en el negocio es la motivación más importante para mantenerse en el mercado, lo demuestra la media mayor (4.37). En segundo lugar, el análisis revela que la calidad y la excelencia son dos condiciones vitales para consolidar el éxito en los negocios, con una media de (4.34). En tercer lugar, se observa que los emprendedores consideran relevante enfrentar desafíos con dedicación y esfuerzo, con una media de (4.23) y finalmente revelan que en los negocios son relevante precisar las metas y las innovaciones que exige el mercado, con una media de (4.10). Del análisis se deduce, desde la posición de los emprendedores, que la motivación basada en el logro del éxito y el aseguramiento de logro de resultados en los negocios, constituyen es el de mayor impacto, y el relevante en el escenario empresarial.

Tabla 3

Análisis de las características del factor motivacional asociado con el logro

Características	Media 4.26	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
Enfrentar desafíos implica dedicación y mucho esfuerzo	4,23	48.1	31.6	16.5	2.5	1.3
El esfuerzo por el éxito asegura el logro de resultados	4,37	53.2	36.7	6.3	1.3	2.5
Asumes siempre el compromiso de realizar tu trabajo con calidad y excelencia	4,34	51.9	34.2	11.4	1.3	1.3
Siempre te preocupas por fijar metas y promover la innovación en el negocio	4,10	36.7	43.0	15.2	3.8	1.3

NOTA: Elaboración propia

2.2.- Motivación basada en el poder

Los emprendedores que participaron del estudio (Tabla 4) consideran que el compromiso y determinación en la toma de decisiones del negocio es la motivación más importante para asegurar el liderazgo en el mercado, lo demuestra la media mayor (4.22). En segundo lugar, el análisis revela que el control de los procesos de logro de metas es una condición vital para consolidar el éxito en los negocios, con una media de

(4.19). En tercer lugar, se observa que los emprendedores consideran relevante que la gerencia y el liderazgo es determinante en la sostenibilidad del negocio, con una media de (4.17) y finalmente revelan que la pertinencia y coherencia de la toma de decisiones asegura el logro de metas, con una media de (4.16). Del análisis se deduce, desde la posición de los emprendedores, que la motivación basada en el poder de dirigir y asumir el compromiso y determinación en la toma de decisiones en el negocio, es determinante para el éxito empresarial.

Tabla 4

Análisis de las características del factor motivacional asociado con el poder

Ítems	Media 4.18	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
Gerenciar y liderar eficazmente el negocio asegura el logro de metas	4,17	39.2	41.8	16.5	1.3	1.3
La pertinencia y coherencia de las decisiones aseguran el logro de una meta	4,16	38.0	44.3	15.2	1.3	1.3
El control de todos los procesos asegura el logro de metas	4,19	40.5	40.5	16.5	2.5	-
El compromiso y determinación en la toma de decisiones es clave en el negocio	4,22	48.1	31.6	13.9	6.3	-

NOTA: Elaboración propia

2.3.- Motivación basada en la afiliación

Los emprendedores que participaron del estudio (Tabla 5) consideran que la participación en eventos importantes con la compañía de compañeros ideales es relevante en los negocios, lo demuestra la media mayor (4.29). En segundo lugar, el análisis revela que el apoyo a los compañeros en tareas complejas es una condición relevante en una organización empresarial, con una media de (4.28). En tercer lugar, se observa que los emprendedores consideran relevante que compartir ideas y estar actualizado es una dimensión importante en la consolidación de un negocio, con una media de (4.27) y finalmente revelan que en los negocios es relevante estar rodeado de compañeros que aprecian y valoran el riesgo del emprendimiento que se desarrolla en un mercado competitivo, con una media de (4.11). Del análisis se deduce que la motivación basada en la participación en eventos importante de negocios con la compañía de compañeros relevantes, es una condición indispensable para el éxito y el aseguramiento de los objetivos empresariales, lo afirman el 48.2% de emprendedores encuestados.

Tabla 5

Análisis de las características del factor motivacional asociado con la afiliación

Características	Media 4.23	Siempre	Casi siempr e	A veces	Casi nunca	Nunca
Compartir ideas y estar actualizado	4,27	48.1	34.2	15.2	1.3	1.3
Participar en eventos importantes con compañeros ideales	4,29	48.2	36.7	12.7	1.2	1.3
Es importante estar rodeado de compañeros que te aprecian y valoran	4,11	44.3	30.4	20.3	2.5	2.5
Apoyar a los compañeros de trabajo en tareas complejas	4,28	45.6	39.2	12.7	2.5	-

NOTA: Elaboración propia

3.- Factores motivacionales predominantes en el emprendedor

3.1.- La motivación basada en el logro

En un mercado impredecible y competitivo, según la Tabla 6, se observa que los emprendedores de género masculino demuestran un predominio de la motivación basada en la necesidad del logro, con el 25% en la categoría de alto, en cambio los emprendedores de género femenino revelan que su motivación esta predominada por la motivación basada en la necesidad del poder, con el 43.6% en la categoría de alto. Del análisis se deduce que los emprendedores hombres y mujeres predominan diferentes motivaciones, destacando que en las mujeres predomina la motivación basada en el poder, buscando consolidar su capacidad de líder y de mando en los negocios.

Tabla 6

Análisis del factor motivacional asociado al género

Género		Motivación		
		Logro	Poder	Afiliación
Masculino	Bajo	20.0	27.5	20.0
	Moderado	55.0	50.0	60.0
	Alto	25.0	22.5	20.0
	Total	100	100	100.0
Femenino	Bajo	10.3	15.4	15.4
	Moderado	61.5	41.0	48.7

Alto	28.2	43.6	35.9
Total	100	100	100.0

NOTA: Elaboración propia

En la Tabla 7, se analiza la naturaleza de motivación que caracteriza a los tipos de emprendedores. Los datos revelan que los emprendedores que dirigen negocios demuestran un predominio de la motivación basada en la necesidad del Poder, con el 34.6% en la categoría de alto, en cambio los emprendedores que gestionan negocios revelan que su motivación está basada en la necesidad del poder, con el 32.1% en la categoría de alto. Del análisis se deduce que los emprendedores evidencian varían el tipo de motivación según el rol que cumplen en los negocios, si dirigen su motivación es la necesidad de poder, por otra parte, sucede con los emprendedores que gestionan negocios, también tienen una motivación basada en el poder, lo que significa que cualquier emprendedor que decida ingresar al mercado, siempre estará motivado por la necesidad del poder.

Tabla 7

Análisis del factor motivacional asociado al tipo de emprendedor

Emprendedor		Motivación		
		Logro	Poder	Afiliación
Dirige negocio	Bajo	11.5	15.4	23.1
	Moderado	57.7	50.0	46.2
	Alto	30.8	34.6	30.8
	Total	100	100	100.0
Gestiona negocio	Bajo	17.0	24.5	15.1
	Moderado	58.5	43.4	58.5
	Alto	24.5	32.1	26.4
	Total	100	100	100.0

NOTA: Elaboración propia

4.- Prueba de normalidad

H₀ : Los datos no tienen una distribución normal

H₁ : Los datos tienen una distribución normal

Regla de decisión

Si el valor Sig. es > 0.05 Se rechaza la hipótesis nula

Si el valor Sig. es < 0.05 Se acepta la hipótesis nula

La Tabla 8, nos muestra que los factores: Logro (Sig. 0.000 <5%), Poder (Sig.0.002<5%), y Afiliación (Sig.0.000<5%), no siguen una distribución normal, por lo tanto correspondería realizar pruebas estadísticas no paramétricas.

Tabla 8.

Prueba de normalidad de las distribuciones

Estadísticos	Kolomogorov-Smirnov		
	Estadístico	Gl.	Sig.
Logro	,166	79	,000
Poder	,132	79	,002
Afiliación	,181	79	,000

NOTA: Elaboración propia

5.- Pruebas estadísticas

Comprobación de hipótesis 1

H₀: La motivación basada en el logro y el emprendimiento, no están relacionadas significativamente

H₁: La motivación basada en el logro y el emprendimiento, si están relacionadas significativamente.

Tipo de prueba

Chi cuadrado de Pearson

Regla de decisión

Para un nivel de significancia $\alpha = 0.05$

Si Sig. < 0.05; entonces se rechaza H₀

Si Sig. > 0.05; entonces se acepta la H₀

Tabla 9

Tabla de contingencia

		Motivación el logro			Total
		Baja	Regular	Alta	
Emprendimiento	Insuficiente	10	2	0	12
	Moderada	4	36	6	46
	Óptima	0	3	18	21
Total		14	41	24	79

NOTA: Reporte estadístico SPSS.24

Tabla 10

Prueba de Chi cuadrado de Pearson

Prueba	Motivación el logro
Chi cuadrado	73,103

Emprendimiento	Gl.	4
	Sig.	,000

NOTA: Elaboración propia

En la tabla 9 se observa que los emprendedores muestran un nivel regular en la necesidad motivacional basada en el logro, lo cual implica que los emprendedores muestran estar caracterizados por una motivación basada en el logro. En la Tabla 10 se observa que el valor crítico de la prueba Chi cuadrado, Sig. 0.000 es menor que el nivel de significancia (5%), por lo tanto, se rechaza H_0 , y se acepta la H_1 . Del análisis se deduce que existe evidencia estadística de que existe relación significativa entre la necesidad de motivación basada en el logro y el emprendimiento, con un nivel de confianza del 95%.

Comprobación de hipótesis 2

H_0 : La motivacional basada en el poder y el emprendimiento, no están relacionadas significativamente

H_1 : Están relacionadas significativamente

Tipo de prueba

Chi cuadrado de Pearson

Regla de decisión

Para un nivel de significancia $\alpha = 0.05$

Si Sig. < 0.05; entonces se rechaza H_0

Si Sig. > 0.05; entonces se acepta la H_0

Tabla 11

Tabla de contingencia

		Motivación el poder			Total
		Baja	Regular	Alta	
Emprendimiento	Insuficiente	13	4	0	17
	Moderada	1	33	2	36
	óptima	0	4	22	26
Total		14	41	24	79

NOTA: Reporte estadístico SPSS.24

Tabla 12

Prueba de Chi cuadrado de Pearson

	Prueba	Motivación el poder
Emprendimiento	Chi cuadrado gl	100,181 4

Sig (P) ,000

NOTA: Elaboración propia

En la tabla 11 se observa que los emprendedores muestran un nivel óptimo en su predisposición por emprender y una alta necesidad de motivación basada en el poder, lo cual implica que los emprendedores motivo del estudio se caracterizan por una fuerte motivación basada en el poder. En la Tabla 12 se observa que el valor crítico de la prueba Chi cuadrado, Sig. 0.000 es menor que el nivel de significancia (5%), por lo tanto, se rechaza H_0 , y se acepta la H_1 . Del análisis se deduce que existe evidencia estadística de que existe relación significativa entre la necesidad de motivación basada en el poder y el emprendimiento, con un nivel de confianza del 95%.

Conclusión

El estudio que analiza las necesidades de motivación en relación con los emprendimientos, comprueba la existencia de una relación significativa y relevante entre la motivación basada en el poder y el emprendedor. La motivación emprendedora, es una de las cualidades que distingue al emprendedor exitoso. En ese sentido, se demuestra que existe evidencia estadística que los emprendimientos tienen una finalidad en el corto o largo plazo de alcanzar el poder. Evaluando la implicancia del género, en la necesidad de motivación que conlleva el emprendedor, mayor intensidad hacia el poder lo demuestran las mujeres respecto del hombre que ponen mayor énfasis en la motivación basada en el logro. Los resultados del análisis de las características de los emprendedores, resalta el elevado compromiso con la decisión de alcanzar el éxito con el negocio y de trabajar en equipo, con colaboradores de alta confianza. El factor motivador más relevante para los emprendedores(as) potenciales, es alcanzar el poder y destacar en la competencia laboral y empresarial, y demostrar su competitividad en los negocios.

Referencias Bibliográficas

- Albi, E., López J. (1977). Gestión Pública, Fundamentos, Técnicas y casos. Ariel Economía, España.
- Alderfer (1972). Teorías de motivación; teoría de jerarquía de Alderfer. Recuperado de: <https://teoriasmotivacionales.wordpress.com/teoriasmodernas-de-motivacion/teoria-de-jerarquia-de-alderfer/>
- Candela Casas, R. (2008), Mitos sobre emprendedores /as, “disponible en <http://www.libroos.es/libros-desociales/economia/213888-candela-casasricardo-mitos-sobre-emprendedoras/aspdf.html>.
- Cuervo García, Á (coord.) y Sastre García, M. Á. (coord.). (2005), La empresa y el espíritu emprendedora de los jóvenes, Ministerio de Educación – Secretaria General Técnica.
- Chiavenato, I. (2000a,b,c). Administración de Recursos humanos. Bogotá, Colombia: Editorial McGraw-Hill. Quinta edición.

- García, I. M., Carmona, M. T. P., & Ortega, M. S. (2019). Aplicación de la metodología Delphi a la identificación de factores de éxito en el emprendimiento. *Revista de Investigación Educativa*, 37(1), Art. 1. <https://doi.org/10.6018/rie.37.1.320911>
- García-Macias, M. A., Tovar, Y. S., & Félix, M. Z. (2019). Factores conductuales y gerenciales determinantes del éxito emprendedor en México. *Revista de ciencias sociales*, 25(2), 26–39.
- Dávila, Carlos L. de G. (2001). *Teorías Organizacionales y Administración*. 2° edición. McGraw Hill
- Drucker, Peter (1992). *Dirección de instituciones sin ánimo de lucro*, traducción española, El Ateneo, Buenos Aires.
- Drucker, Peter. (1996). *La gestión en un tiempo de grandes cambios*, Traducción española, Edhasa, Barcelona.
- Espada García, M. (2002), *Nuestro motor emocional “la motivación”*, Días Santos.
- Gaviria, E. y Fernández, I. (2006). La motivación social. En A. Gómez, E. Gaviria y Fernández, I. (Coords.), *Psicología Social* (pp. 35–81). Madrid: Sanz y Torres.
- González, J. (2007). Modelos de motivación académica: una visión panorámica. *Revista Electrónica de Motivación y Emoción*, 10 (25). Recuperado el 14 de febrero de 2009 desde <http://reme.uji.es/articulos/numero25/article1/texto.html>.
- Gerger, M. (1995), *El mito del emprendedor*, Collins
- González, S. (2008). *Psicología de la motivación*. La Habana: Editorial Ciencias Médicas
- Marulanda Valencia, F. Á., Montoya Restrepo, I. A., & Vélez Restrepo, J. M. (2019). El individuo y sus motivaciones en el proceso emprendedor. *Revista Universidad y Empresa*, 21(36), 149–174.
- McClelland, D. (1989). *Estudio de la motivación humana*. Madrid: Narcea.
- Márquez, P. y Piñango, B. (2003). *En esta Venezuela: realidades y nuevos caminos*. Ediciones IESA. Caracas, Venezuela.
- Pintrich, P. R. y Schunk, D. H. (2006). *Motivación en contextos educativos. Teoría, investigación y aplicaciones*. Madrid: Pearson
- Robbins, P. (2004). *Comportamiento Organizacional*. 10ª Edición. México: Editorial Pearson Prentice Hall
- Zambrano, A. (2001). *Gerencia Estratégica y Gobierno*. Ediciones IESA. Caracas, Venezuela.
- Quelal, L. A. M. (2021). Espíritu empresarial: comportamiento de motivación para desarrollar nuevos negocios. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 5(4), 4539–4547.
- Ynzunza Cortés, C. B., Izar Landeta, J. M., Ynzunza Cortés, C. B., & Izar Landeta, J. M. (2021). Las motivaciones, competencias y factores de éxito para el emprendimiento y su impacto en el desempeño empresarial. Un análisis en las MIPyMES en el estado de Querétaro, México. *Contaduría y administración*, 66(1). <https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2021.2327>.