



EL EMPRENDEDOR DESDE EL ENFOQUE DE LA PSICOLOGÍA POSITIVA

José C. Sánchez*, A. Gutiérrez*, T. Carballo*, R. Quintana*, & V. Caggiano**

* Cátedra de emprendedores, Universidad de Salamanca

** Universidad de Roma III, Roma, Italia

Avenida de la Merced, 109

37005 Salamanca, España

jsanchez@usal.es

RESUMEN

En el presente trabajo se pretende analizar la conexión entre la psicología positiva y el comportamiento emprendedor. Desde sus orígenes y hasta hace no tanto tiempo atrás, la psicología sólo se centraba en la patología, en la debilidad y en el sufrimiento. Actualmente, el acento se pone sobre el bienestar mental o la calidad de vida para que el ser humano pueda, además de vivir saludablemente, salir fortalecido ante las adversidades o crisis que puedan presentársele. Conceptos propios de la psicología positiva como son resiliencia, motivación o felicidad, son cualidades propias del emprendedor, el cual tiene una sensibilidad especial para detectar oportunidades, movilizar recursos, interconectar información o tener ideas innovadoras. En definitiva, para hallar oportunidades donde otros no las ven o convertir en hechos lo pensado. Tener espíritu emprendedor es hacer las cosas, levantarse con más fuerza cada vez que se cae y ser capaz de convivir con la incertidumbre manteniéndose optimista. Por consiguiente, el estudio del comportamiento y el éxito emprendedor no puede ser correctamente entendido si no se aborda desde la óptica de la psicología positiva.

Palabras clave: *emprendedor, psicología positiva, flujo, resiliencia, oportunidad.*

ABSTRACT

In this paper, we expect to analyse the relationship between Positive Psychology and entrepreneur behaviour. Originally and since no some much time ago, psychology only concentrated in the pathology, weakness and suffering. Nowadays the emphasis is on the mental welfare or quality of life, so that the human being could, in addition of living healthy, get stronger in adversity or crisis that could experience.

Typical concepts of Positive Psychology as resilience, motivation and happiness, are qualities of the entrepreneur. The entrepreneur has an special feeling to detect opportunities, mobilize resources, link information or has innovative ideas. In short, to find opportunities where other people don't see it or make thoughts real. Having entrepreneur's nature is to do things, to get up with more strength when you have fallen and to be optimist living with uncertainty. Therefore, the study of entrepreneur's behaviour and success can't be understood if we don't take the point of view of Positive Psychology.

Key words: *entrepreneur, positive psychology, resilience, flow, opportunity.*



EL EMPRENDEDOR DESDE EL ENFOQUE DE LA PSICOLOGÍA POSITIVA

INTRODUCCIÓN

En la sociedad actual se ha instaurado una cultura que no incentiva la innovación o el atrevimiento en el aspecto laboral. Se tiende a creer que la única salida es trabajar por cuenta ajena y que el poco porcentaje que decide a aventurarse en la creación de una empresa, pese a tener la posibilidad de conseguir un mayor poder adquisitivo, tiene mucho menos tiempo para el disfrute personal, además de estar condenados a asumir riesgos y convivir continuamente con la incertidumbre (Manzano & Ayala, 2007).

Sin embargo, hoy se requieren profesionales que, además de los conocimientos técnicos, tenga ciertas habilidades o actitudes que los hagan crear valor para los entornos donde se desenvuelven. En este marco, el desarrollo de una actitud emprendedora e innovadora es fundamental en la formación de profesionales independiente del área o ámbito donde se desenvuelvan.

Esta actitud emprendedora está directamente relacionada con el objeto de estudio de la Psicología Positiva. Esta disciplina se ocupa de investigar acerca de las fortalezas y virtudes humanas y los efectos que éstas tienen en las vidas de las personas y en las sociedades en que viven (Cuadra & Florenzano, 2003). Así, los emprendedores son personas que poseen actitudes y virtudes especiales que les permiten detectar oportunidades donde otros no las ven y explotarlas, siendo capaces de asumir riesgos. Son creadores natos, comprometidos con sus ideas y buscadores de éxito como modo de realización personal.

Considerando las aportaciones realizadas desde diferentes disciplinas científicas (la economía, la psicología, la sociología, etc.) (ver Sánchez, 2009), parece posible afirmar que el comportamiento del emprendedor y el éxito en su aventura puede estar influenciado al menos por tres grandes grupos de factores que se muestran entre sí interrelacionados: los factores relacionados con el capital humano, referidos por una parte al nivel de educación y experiencia del emprendedor, y por otro, a las características de su persona (locus de control, motivación de logro, propensión al riesgo...), los factores relativos a la organización y los factores externos a la organización o contextuales (Manzano & Ayala, 2007).

Por consiguiente, se entiende que el estudio del comportamiento y del éxito emprendedor no puede ser correctamente entendido si no se aborda desde una óptica multidisciplinar, teniendo en cuenta todos los factores enumerados anteriormente.

En este trabajo, nos vamos a centrar en las características propias de los emprendedores y su abordaje desde la Psicología Positiva. En concreto, describiremos conceptos propios de esta disciplina relacionados con las emociones positivas, objeto de estudio principal de este enfoque. Estos conceptos son propios de los empresarios innovadores y por ello, nos permitirán comprender mejor muchos de los comportamientos que llevan al éxito o fracaso de sus proyectos.

DESARROLLO

Psicología positiva

La psicología positiva no es un enfoque nuevo puesto que ya existían elementos en décadas anteriores (Seligman, 2000), tanto en concepciones teóricas como en la propia práctica psicoterapéutica, que hacían énfasis en algunos aspectos positivos. Sin embargo, nunca antes se había prestado tanta atención a esta perspectiva, ni intentado organizar el conocimiento teórico y práctico conformando una nueva disciplina.

Según Seligman & Csikszentmihalyi (2000) antes de la Segunda Guerra Mundial, la psicología tenía tres misiones: curar la enfermedad mental, hacer las vidas de las personas más plenas e identificar y alimentar el talento. Sin embargo, los autores consideran que la única que prosperó hasta nuestros días es el estudio y tratamiento de las enfermedades mentales, dentro de lo cual se han hecho grandes avances. En tanto, las otras dos misiones, mejorar la vida de las personas y fomentar genios han sido completamente olvidadas. Una de las posibles causas que menciona Seligman es que la psicología ingresó como ciencia de la mano de la medicina y no pudo desligarse del modelo médico basado en el déficit. Además, las secuelas de la Segunda Guerra Mundial, hicieron necesaria una mayor atención a las enfer-



PSICOLOGÍA POSITIVA Y SUS DIFICULTADES

medades mentales, relegando a un segundo plano el estudio de los procesos normales. Desde entonces, la Psicología sigue el mismo rumbo y como consecuencia se encuentran instaladas creencias erróneas del tipo que la ausencia de enfermedad o su alivio, es suficiente para alcanzar la felicidad o un grado óptimo de funcionamiento. (Prada, 2005).

La psicología positiva tiene dos objetivos importantes que pretenden superar los déficit anteriores: hacer más fuertes y productivas a las personas normales y hacer real el elevado potencial humano.

Así, la psicología positiva se define como el estudio científico de las experiencias positivas, los rasgos individuales positivos, las instituciones que facilitan su desarrollo y los programas que ayudan a mejorar la calidad de vida de los individuos, mientras previene o reduce la incidencia de la psicopatología (Seligman, 2005; Seligman & Csikszentmihalyi, 2000). Es definida también como el estudio científico de las fortalezas y virtudes humanas, las cuales permiten adoptar una perspectiva más abierta respecto al potencial humano, sus motivaciones y capacidades (Sheldon & King, 2001). Se incluyen también virtudes cívicas e institucionales que guían a los individuos a tomar responsabilidades sobre su comunidad y promueve características para ser un mejor ciudadano (Seligman & Csikszentmihalyi, 2000).

Uno de los principales aportes de la psicología positiva ha sido establecer que el sentimiento de felicidad o bienestar duradero es bastante estable en las personas, y que está compuesto por un puntaje fijo, probablemente hereditario, que es relativamente independiente del ambiente en el que se vive, se puede modificar por circunstancias específicas, pero luego de unos meses vuelve a su nivel de línea de base.

Así, el temperamento es uno de los predictores más importantes de los niveles de experiencias positivas que una persona sentirá (Seligman, 2005). Por otra parte, están las fortalezas de carácter, que son propias de cada persona y pueden ponerse en práctica. Las fortalezas son rasgos o características psicológicas que se presentan en situaciones distintas a través del tiempo, y sus consecuencias suelen ser positivas. Poner en práctica una fortaleza provoca emociones positivas auténticas (Seligman, 2005) y actúan como barreras contra la enfermedad, entre estas se encuentran el optimismo, las habilidades interpersonales, la fe, el trabajo ético, la esperanza, la honestidad, la perseverancia y la capacidad para fluir (flow), entre otras. Lykken (2000) sugiere que los individuos pueden fortalecer intencionalmente su capacidad para experimentar y maximizar emociones positivas, lo que, se ha demostrado, mejora la salud física, emocional y social.

Ser emprendedor

En el contexto actual de crisis surge de modo imperante la figura del emprendedor, persona que tienen una sensibilidad especial para detectar oportunidades, y la capacidad de movilizar recursos externos, recursos que son generalmente propiedad de otros, para explotar esas oportunidades (Nueno, 2001).

Normalmente si uno habla de “emprendedor” o “emprendedorismo” hay una tendencia inmediata a relacionar este término con empresas o con creadores de empresas. Esto se explica porque, como el estudio del emprendedorismo tiene su origen en la ciencia económica, hay una tendencia natural a relacionar el fenómeno emprendedor con las áreas económicas o empresariales. Sin embargo, el estudio del emprendedor se ha extendido a las demás áreas; incluso se ha vuelto más complejo identificar una definición concisa y universalmente aceptada del emprendedor, así como del emprendedorismo, debido a la amplitud de campos que se han dedicado a su investigación, aportando cada uno sus respectivos enfoques conceptuales (Sánchez, 2010).

Así, aunque el estudio del emprendedor se haya originado en la ciencia económica, otras ciencias sociales, como por ejemplo la psicología y la sociología, han estudiado el fenómeno emprendedor. En la psicología el interés normalmente se centra en el estudio del individuo emprendedor, relacionándole con la acción de crear negocios. Los psicólogos se han interesado en los diversos aspectos conductuales, de personalidad, o cognitivos, entre otros, que podrían explicar al emprendedor o incluso predecir su conducta (Sánchez, 2010).



EL EMPRENDEDOR DESDE EL ENFOQUE DE LA PSICOLOGÍA POSITIVA

La definición de Mitchell et al. (2002), desde una perspectiva cognitiva, considera que el emprendedorismo puede ser visto esencialmente como la creación de trabajos, tales como productos y servicios, por individuos o equipos, para otras personas en un mercado. En otras palabras, el emprendedorismo trata sobre individuos que crean oportunidades donde otros no, y que intentan explotar estas oportunidades a través de organizaciones, sin tener en cuenta los recursos controlados.

Krueger et al. (2000) también, adoptando una línea cognitiva, definen al emprendedorismo como “una forma de pensamiento, una manera de pensar que enfatiza oportunidades sobre amenazas, siendo tal proceso de identificación de oportunidades un proceso claramente intencional”.

Muchos de los que estudian la conducta emprendedora se basan en su personalidad como fundamento principal para entenderla. Desde esta aproximación, McClelland (1985) sostiene que los emprendedores se caracterizan por una alta motivación de logro que les impulsa a mejorar, afrontar objetivos desafiantes y asumir riesgos calculados. Por otra parte, los emprendedores tendrían una alta necesidad de logro (conseguir objetivos y resultados cada vez más satisfactorios, mejorando constantemente los mismos) y baja necesidad de poder (tener influencias sobre otros y la posibilidad de ejercer control sobre ellos). Mientras que los altos directivos tendrían alta necesidad de poder y baja necesidad de logro (McClelland & Burnham, 1976).

Bonnett & Furnham (1991) en un estudio sobre jóvenes emprendedores encontraron que estos sujetos presentaban un mayor locus de control interno. Rotter (1966) propone este concepto para hacer referencia al grado en que un individuo percibe el éxito y/o fracaso de su conducta como dependiente de sí mismo (locus de control interno) o del contexto (locus de control externo). Bonnett & Furnham (1991) comprobaron que el locus interno se puede desarrollar a través de situaciones alentadoras que ayudan a los individuos a percibir la relación entre su esfuerzo, la realización de la tarea y el resultado de esta realización. Por tanto, se podría “aprender” a desarrollar una actitud emprendedora.

Los rasgos de la personalidad emprendedora, según Cromie (2000), son necesidad de logro (Ach); locus interno de control; toma de riesgo; tolerancia a la ambigüedad; creatividad; necesidad de autonomía y auto-confianza.

Frese, et al. (1997) proponen la “iniciativa personal” como rasgo esencial de las personas que crean su propia empresa. Se define como un “síndrome conductual” caracterizado por un acercamiento activo al trabajo y “self-starting” (automotivación). Por tanto, los emprendedores se diferencian por su “iniciativa personal” que se describe por ser consistentes con la misión de la organización; tener un enfoque a largo plazo; estar dirigidos hacia el objetivo y orientados a la acción; ser persistentes al afrontar barreras y contratiempos; y automotivación y proactividad.

Es innegable la extrema cantidad de rasgos que pueden surgir cuando uno se dispone a examinar las investigaciones sobre los rasgos de la personalidad atribuidos a los emprendedores. Son tantos, que en algún momento podría dudarse si de hecho existirá una persona con tales atributos. Pero es necesario considerar que sólo aquellos rasgos que han tenido fuertes argumentos científicos pueden ser considerados como integrantes de la personalidad emprendedora.

De acuerdo con Peacock (2000), ningún autor ha logrado ofrecer una lista correcta de los rasgos que pueden convertir a una persona en emprendedor.

Relación ser emprendedor- psicología positiva

A continuación abordaremos el concepto de emprendedor desde la perspectiva de la psicología positiva, describiendo los principales conceptos de esta disciplina que nos ayudan a comprender el comportamiento emprendedor. Así, veremos cómo conceptos como resiliencia, flujo, motivación o felicidad, propios de dicha disciplina, configuran las cualidades básicas que debe poseer un emprendedor.

Frijda (1986) (citada en Salovey et al., 2000) dice que los estados emocionales positivos ofrecen a la persona la oportunidad de considerar y planear sus futuros resultados, mientras que los estados emocionales vengativos orientan a las personas a responder a eventos próximos o inmediatos. Por ello, serían estos estados emocionales positivos los más presentes en las personas emprendedoras.



PSICOLOGÍA POSITIVA Y SUS DIFICULTADES

Actualmente, no existe en la literatura científica una definición consensuada del concepto resiliencia. Para Saleebey (1996) se trata de la capacidad humana para enfrentar, sobreponerse y salir fortalecido o transformado por experiencias de adversidad. Así, en el caso de los emprendedores hace referencia a su capacidad para lograr seguir adelante, a pesar de los elementos desestabilizadores o de las crisis o dificultades que se le presenten en el camino. En definitiva, se trata de la capacidad que posee el emprendedor para superar circunstancias de especial dificultad, gracias a sus cualidades, de conducta y adaptación, junto con la cultura en la que ha vivido inmerso (Cecilia, 2005). La resiliencia supone una verdadera estrategia de crecimiento para el emprendedor que le permite llegar a conocer y movilizar recursos que a veces, ni tan siquiera sabía que poseía. Los autores Melillo y Suárez Ojeda (2001) mencionan ocho atributos que se encuentran presentes en sujetos resilientes, y que se pueden considerar propios de los emprendedores. Introspección, como el arte de preguntarse a sí mismo y darse una respuesta honesta; independencia para saber fijar límites entre uno mismo y el medio; la capacidad de relacionarse; iniciativa, entendida como el gusto por exigirse y ponerse a prueba en tareas progresivamente más exigentes; humor; creatividad; moralidad y autoestima consistente. En las distintas investigaciones sobre el tema, ha quedado demostrado que no se nace resiliente ni se adquiere de forma natural, sino que su desarrollo depende de la interacción entre la persona y su entorno.

La autoestima se encuentra íntimamente relacionada con el concepto de resiliencia. La resiliencia ayuda al emprendedor a no hundirse y seguir adelante tras los fracasos, de este modo incrementa la autoestima, concepto que en palabras de Polaino-Lorente (2000), hace referencia a la íntima valoración que una persona hace de sí misma. Del mismo modo, un mayor grado de autoestima contribuye a una mayor resiliencia.

El término flujo es uno de los conceptos de la Psicología Positiva más relacionados con el mundo del emprendedor. Este concepto fue acuñado por Csikszentmihalyi (1998), definiéndolo como un estado de conciencia que comienza a enfocar la atención en una meta clara y definida, donde la persona se siente envuelta, concentrada, absorbida por la tarea y las horas pasan casi sin notarlo, es decir, define un estado de disfrute, control y atención focalizada que se logra cuando las oportunidades de acción percibidas en el entorno emplean plenamente las capacidades de acción. Los emprendedores experimentan esa sensación continuamente, para ellos cada actividad es un desafío y esto les motiva a realizarlas y no parar hasta lograr su consecución. Son capaces de vivir con la incertidumbre, mientras que otros sólo observan dificultades y obstáculos, los emprendedores los convierten en metas alcanzables. Cuando las logran esto favorece su sentimiento de realización personal.

Se podría decir que el flow o flujo es universal, ya que todo el mundo puede experimentarlo, independientemente de su sexo, cultura o edad. Estar en flow es un estado donde la persona fluye y se fusiona con una actividad que le demanda toda su concentración y le proporciona un placer incomparable (Nakamura & Csikszentmihalyi, 2002).

Así, siguiendo a Csikszentmihalyi (2003), los estados de flujo podrían ser una explicación ante el disfrute de los emprendedores con el trabajo y su motivación por las tareas, que visualizan como metas. Cuanto más tiempo pasa en el flujo, el emprendedor se considera más optimista.

El optimismo es una característica psicológica disposicional que remite a expectativas positivas y objetivos de futuro y cuya relación con las variables como la perseverancia, el logro, la salud física y el bienestar (Peterson & Bossio, 1991; Scheier & Carver, 1993) han hecho de esta materia uno de los puntos centrales de la psicología positiva. El interés de esta cualidad en los emprendedores nace del papel modulador que ejerce sobre los eventos estresantes, paliando el malestar que éstos originan y potenciando una mirada positiva hacia el futuro. El optimismo no es sólo una fría cognición sino que es también motivador y motivante (Peterson, 2000).

Desde el punto de vista de la Psicología positiva, puede hablarse de tres tipos de felicidad. (Seligman, 1992, 1998). La primera de ellas una felicidad más a corto plazo, es la llamada "vida agradable" (pleasant life), que se logra maximizando las emociones positivas y minimizando las negativas. En segundo lugar, se encuentra la "buena vida" (good life), más cercana a la que experi-



EL EMPRENDEDOR DESDE EL ENFOQUE DE LA PSICOLOGÍA POSITIVA

mentan los emprendedores, que nace cuando se disfruta haciendo algo en lo que uno se considera talentoso. Por último, se distingue la “vida con sentido” (meaningful life), de mayor duración, que trata de encontrar aquello en lo que creemos y poner todas nuestras fuerzas a su servicio.

Seguindo a Myers y Diener (1997), los emprendedores encontrarían la felicidad involucrándose en las actividades que realizan, y que suponen un desafío para sus capacidades. La felicidad no se encuentra como resultado de la suerte, sino que es algo que sucede. Las personas que saben controlar su experiencia interna (uno de los aspectos más genuinos del emprendedor) son capaces de determinar la calidad de sus vidas, que es lo más cerca que podemos estar de ser felices, y a su vez, son capaces de encontrar oportunidades de flujo con más frecuencia (Seligman et al, 2000).

Sin embargo, si una característica es propia del emprendedor es la creatividad, la innovación. Vera (2006), define la creatividad como la capacidad de producir cosas nuevas, llegar a conclusiones e ideas que permitan resolver problemas de una forma original. Es por tanto, considerada como un proceso clave para el desarrollo personal y para el progreso social y por ello se incluye dentro del campo de interés de la Psicología Positiva. Los emprendedores no se conforman con lo existente e intentan dar siempre un paso más, no le importa fracasar en el camino porque cada vez que se caen son capaces de levantarse, si cabe con más fuerza, confían en su capacidad de superación y dedican a ello toda su energía, comprometiéndose totalmente con la actividad que realizan. Estas cualidades favorecen que este tipo de personas se arriesguen, llegando en ocasiones a resultados fascinantes, que contribuyen al progreso empresarial y al éxito de sus empresas. Pese a las primeras investigaciones que defendían el innatismo, hoy en día se conoce que cualquier persona puede desarrollar su potencial creativo.

CONCLUSIONES

Los presupuestos básicos de la psicología positiva son aplicables en todas las áreas en las que la disciplina ha hecho presencia, lo que denota un amplio campo de acción y muchas alternativas de investigación e intervención. En este trabajo, se deja ver como el estudio del comportamiento y éxito emprendedor se perfila como un campo con mucho futuro dentro del enfoque de la psicología positiva. Como se ha visto anteriormente, los conceptos básicos de la Psicología positiva, y más concretamente, las emociones positivas, nos permiten entender las actitudes y las causas que llevan al éxito o fracaso en la aventura empresarial. Estos aspectos deben abordarse necesariamente desde una perspectiva global, considerando tanto las características psicológicas del emprendedor como las del contexto.

En la relación entre la Psicología positiva y el comportamiento emprendedor destaca el concepto de “flujo”, que conlleva alguna de las características más sobresalientes del emprendedor: los desafíos que proporciona su actividad son concordantes con sus propias habilidades, se encuentra centrado en la actividad que desarrolla, despreocupándose por los riesgos o peligros que dicha actividad conlleva, tiene metas claras que conseguir y las consigue. Son personas que experimentan la sensación de tener ese control, poseen, en términos generales, un buen locus de control interno y una gran capacidad de observación del entorno que les rodea. (Manzano & Ayala, 2007).

En general, el emprendedor es una persona que tiene esperanza ante los problemas, y crea estrategias de acción para resolverlos. En él predominan emociones de tipo positivo, como ya se ha hablado, destacando su actitud optimista que le lleva al éxito empresarial. Cada meta se convierte en un reto personal y en un desafío, que si se logran influyen directamente en su sentimiento de realización personal. Otro concepto ligado a la experiencia de flujo y a la felicidad, es el de resiliencia, una capacidad que el emprendedor va adquiriendo a lo largo de su vida, que influye en sus posteriores acciones, en concreto en la creatividad, innovación y al atreverse a realizar cosas diferentes y novedosas.

Como se ha visto, el objeto de estudio de la Psicología positiva constituye el pilar básico de la personalidad emprendedora. Además, las principales cualidades del emprendedor pueden ser aprendidas, por tanto cualquier persona puede convertirse en una persona innovadora, desarrollando al máximo su potencial empresarial, aunque no siempre el resultado sea llegar a descubrimientos transcendentales o ganancias millonarias.



PSICOLOGÍA POSITIVA Y SUS DIFICULTADES

REFERENCIAS

- Bonnett, C., & Furnham, A. (1991). Who wants to be an entrepreneur? A study of adolescents interested in a young enterprise scheme. *Journal of Economic Psychology*, 12, 465-478.
- Cromie, S. (2000). Assessing entrepreneurial inclinations: some approaches and empirical evidence. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 9 (1), 7-30.
- Csikszentmihalyi, M. (1990). *Finding Flow: The psychology of optimal experience*. New York, NY: Harrer and Row.
- Csikszentmihalyi, M. (1998) *Creatividad: el fluir y la psicología del descubrimiento y la invención*. Barcelona, México: Paidós.
- Csikszentmihalyi, M. (2003). *Fluir (flow). Una psicología de la felicidad*. Barcelona: Kairós.
- Cuadra, H. y Florenzano, R. (2003). El bienestar subjetivo: hacia una psicología positiva. *Revista de la Universidad de Chile*, 12 (1), 83-96.
- Frese, M., Fay, D., Hilbuerger, T., Leng, L. y A. Tag (1997). The concept of personal initiative: Operationalization, reliability and validity in two German samples. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 70, 139-161.
- Frijda, N. H. (1986) *The Emotions*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15 (5/6), 411-432.
- Lykken, D. (2000). *The nature and nurture of joy and contentment*. New York: St. Martin s Griffin.
- Manzano, G. y Ayala, J.C. (2007). ¿ Puede la psicología positiva ayudar a comprender el comportamiento del emprendedor?. *Conocimiento, innovación y emprendedores: camino al futuro*. Universidad de La Rioja.
- McClelland, D.C. (1985). *Human motivation*. San Francisco: Scott & Foresman. [Traducción al español: *Estudio de la motivación humana*. Narcea, 1989].
- McClelland, D. C., & Burnham, D. H. (1976). Power is the great motivator. *Harvard Business Review*, 54(2), 100-110.
- Melillo, A., Suárez Ojeda, E. N. (comp.) (2001) *Resiliencia. Descubriendo las propias fuerzas*. Buenos Aires: Paidós.
- Mitchell, R. K., Busenitz, L., Lant, T., McDougall, P. P., Morse, E. A. and Smith, J. B. (2002) Entrepreneurial Cognition Theory: Rethinking the people side of entrepreneurial research. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 27 (2), 93-104.
- Myers, D. G. & Diener, E. (1997) The new scientific pursuit of happiness. *Harvard Mental Health Letter*, 4 (2), 4-7.
- Nakamura, J. & Csikszentmihalyi, M. (2002) The concept of flow. En C. R Snyder & S. J. Lopez (Eds.) *Handbook of Positive Psychology*, New York: Oxford University Press. 89-105.
- Nueno, P. (2001) *Emprendiendo. El arte de crear empresas y sus artistas*. Bilbao: ediciones Deusto.
- Peacock, R. (2000): *Entrepreneurs and small business owner-managers*. Extraído el 1 de Marzo de 2010 desde <http://www.sbeducation.info/serv03.htm>
- Peterson, C., & Bossio, L.M. (1991). *Health and optimism*. New York: Oxford University Press.
- Polaino-Lorente, A. (2000). Una introducción a la psicopatología de la autoestima. *Revista Complutense de Educación*, 11, (1), 35-52, 101-132.
- Prada, E.C. (2005). Psicología positiva y emociones positivas. *Revista electrónica Psicología Positiva.com*. Extraído el 1 de Marzo de 2010 desde <http://www.psicologia-positiva.com/revista.html/>
- Rotter, J.B. (1966). Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement. *Psychological Monographs*, 80, nº 609.
- Saleebey, D. (1996). The strengths perspective in social work practice: Extensions and cautions. *Social Work*, 41, 295-305.



EL EMPRENDEDOR DESDE EL ENFOQUE DE LA PSICOLOGÍA POSITIVA

Salovey, P., Rothman, A. J., Detweiler, J. B., & Steward, W. T. (2000). Emotional states and physical health. *American Psychologist*, 55,(1) 110-121.

Sánchez, J.C.(2009) Social learning and entrepreneurial intentions: A comparative study between Mexico, Spain and Portugal. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 41(1), 107-117.

Sánchez, J.C. (2010). Evaluation of entrepreneurial personality: factorial validity of entrepreneurial orientation questionnaire (COE). *Revista Latinoamericana de Psicología*, 42(1), 32-52.

Scheier, M. y Carver, C. (1993). On the power of positive thinking: The benefits of being optimistic. *Current Directions in Psychological Science*, 2, 26-30.

Seligman, M. (1992). *Learned optimism*. Nueva York: Free Press

Seligman, M. (1998) *Learned optimism. How to change your mind and your life*. New York: Free Press.

Seligman, M. (2000) Positive psychology, Positive Prevention, and positive therapy. En: C. R Snyder & S. J. Lopez (Ed), *Handbook of Positive Psychology* (pp 3-9). New York: Oxford University Press.

Seligman, M. (2003). *La autentica felicidad*. Barcelona, España: Vergara.

Seligman, M. & Csikszentmihalyi, M. (2000). Positive Psychology. An Introduction. *American Psychologist*, 55 (1), 5-14.

Seligman, M., Lee Duckworth, A. y Oteen, T. (2005). *Positive Psychology in Clinical Practice*. Annual Review, Clinical Psychology. Extraído el 1 de Marzo de 2010 desde [http:// arjournals. annualre-views.org/](http://arjournals.annualreviews.org/)

Sheldon, K.M. & King, L. (2001). Why positive psychology is necessary. *American Psychologist*, 56, 216-217.

Peterson, C. (2000)The future optimism. *American Psychologist*, 55, 44-55.

Vera, B. (2006). Psicología positiva. Una nueva forma de entender la psicología. *Papeles del psicólogo*, 27 (1), 3-8.

Fecha de recepción: 14 de febrero 2010

Fecha de admisión: 19 de marzo 2010