

Potencialidad emprendedora de los estudiantes de Administración del NURR-ULA^{1*}

Walevska López^{2**}
Morelia Montilla^{3***}

Recibido: 18/07/2011
Revisado: 05/08/2011
Aceptado: 10/09/2011

Resumen >>

El objetivo del presente estudio ha sido develar la potencialidad emprendedora que poseen los estudiantes de Administración del Núcleo Universitario Rafael Rangel (NURR-ULA) de la Universidad de los Andes del estado Trujillo, Venezuela y para ello se ha valorado el nivel de presencia de componentes emprendedores en tres dimensiones: fuerzas internas, analizadas a través de las actitudes emprendedoras; personalidad emprendedora, que involucra los atributos de carácter, motivaciones y los atributos intelectuales; y fuerzas externas, relacionadas con el contexto familiar y el universitario. Se ha analizado una población de 85 estudiantes cursantes de la última fase de su carrera. Los hallazgos reportan la presencia de potencial emprendedor en nivel medio alto que sin embargo, se ve limitado por aspectos tales como: postura ante la realización personal, eficacia, conjunto de motivaciones, su movilidad y valores familiares para vivir la profesionalidad y superar las dificultades. Se sugiere involucrar actividades académicas que fortalezcan el potencial detectado y se conviertan en punto de apoyo para apalancar emprendimientos.

Palabras clave: emprendedor, potencial emprendedor, componentes emprendedores.

Abstract >>

ENTREPRENEURIAL POTENTIAL OF MANAGEMENT STUDENTS AT NURR-ULA

This study aims at revealing the potential entrepreneurial of Management students at Rafael Rangel College of University of Los Andes (NURR-ULA) in Trujillo state, Venezuela. To do this, the level of presence of entrepreneurial components was assessed in three dimensions: internal forces, analyzed through entrepreneurial attitudes; entrepreneurial personality, that involves the attributes of character, motivation and intellectual attributes; and external forces, related to the family and the university. A population of 85 students in the last phase of their career was analyzed. The findings report the presence of entrepreneurial potential in a higher than average level, however, it is limited by factors such as attitude towards personal fulfillment, effectiveness, motivation, their mobility and family values towards their professionalism and overcome difficulties. It is suggested to involve academic activities that strengthen the potential detected to become a pivot for leveraging entrepreneurship.

Keywords: Entrepreneur, Entrepreneurial potential, Entrepreneurial components.

1* Esta investigación ha sido ejecutada con financiamiento del CDCHTA-ULA a través del proyecto NURR-H-471-09-09-B

2**Dra. en Gerencia Avanzada. MSc. en Administración de Empresas. Especialista en Gerencia Empresarial. Profesora con escalafón Asociado a Dedicación Exclusiva de la Universidad de Los Andes, Trujillo. Email: waloopez@hotmail.com

3***Dra. en Gerencia Avanzada. MSc. en Administración de Empresas. Especialista en Gerencia Empresarial. Profesora con escalafón Asociado a Dedicación Exclusiva de la Universidad de Los Andes, Trujillo.

1. Introducción

El campo de investigación científica en creación de empresas suele considerar al individuo como parte del proceso emprendedor. Las investigaciones se orientan a establecer lineamientos de comportamiento o grupos de tareas para lograr la creación de una empresa y en esta realidad, se suele dejar de lado al hombre conductor del proceso. No obstante, el presente trabajo toma como columna central la perspectiva del individuo, quien mueve sus diversas fuerzas interiores para optar por un camino particular al asumir su vida profesional, en este caso, a través del emprendimiento.

Por su parte, las universidades, génesis de formación empresarial, atienden los retos del contexto y brinda a sus estudiantes la oportunidad de conocer un marco de expectativas de la sociedad, que requieren ser cubiertas. Estas necesidades instan a las universidades a volcar fuerzas hacia un rol, estructuras y vías conducentes a la creación de fortalezas para la participación y fomento de la función emprendedora, estimulando a los potenciales emprendedores en sus aulas.

Considerando estas dos realidades coexistentes, surge la pregunta relacionada a la presencia o no de potencial emprendedor en quienes se preparan en las aulas universitarias y están en tiempo de tomar la decisión para definir su vida profesional, escogiendo entre emplearse o generar empleo. Ahora bien ¿cómo saber si un individuo posee o no potencial para convertirse en emprendedor? Esta respuesta denota la posibilidad multidimensional de características, las cuales varían según el enfoque epistémico con que se aborde. Desde el enfoque psicológico del individuo se piensa que los emprendedores poseen un perfil distinto al resto de la población y por tanto se orienta a determinar cuan presentes están los componentes emprendedores en éste.

Así pues, se presupone que la existencia de componentes emprendedores en el estudiante constituye en él potencial para convertirse en emprendedor. En tal sentido, el objetivo que ha pretendido esta investigación es develar la potencialidad de emprendedores que tienen los

estudiantes de la carrera de Administración del Núcleo Universitario Rafael Rangel de la Universidad de Los Andes (NURR-ULA) del estado Trujillo, Venezuela. Este diagnóstico permitirá precisar las fortalezas y debilidades del emprendedor, hacerlo más consciente de sus potencialidades y de las posibilidades de superar con acciones sus limitaciones.

2. Emprendimiento

Para contextualizar el potencial de emprendimiento que puede poseer un individuo, se aborda la definición de emprendedor, así como la naturaleza del espíritu emprendedor, dentro del cual resaltan tres dimensiones que contribuyen a su potencialidad, a saber, fuerzas internas, personalidad emprendedor y fuerzas externas.

2.1 Emprendedor

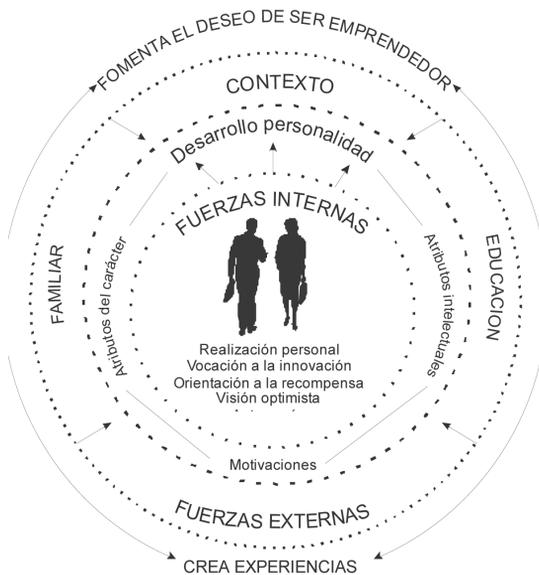
El término emprendedor proviene de las locuciones latinas *in*, en y *prendere*, coger; cuyo significado es acometer o llevar a cabo. Según Silva (2008), se piensa que por extensión o por la influencia del francés y del italiano (en cuyos idiomas para referirse al empresario se utiliza *entrepreneur* e *imprenditore*), el vocablo se comenzó a utilizar para denominar a quien crea una empresa. En consecuencia, emprendedor es “quien se adentra en el proceso para crear una empresa, organiza sus actividades, se procura de recursos y asume los riesgos asociados así como las recompensas de tal actividad” (Robbins y Couter, 2006:10).

El emprendedor es un individuo ubicado en el contexto del riesgo y la incertidumbre, los acepta como un elemento medular del ambiente. Propone Freire (2005), que con su visión del entorno, asume los obstáculos como una parte de la realidad, no como un factor definitivo o paralizante de su acción. Es una persona determinante y plena de pasión en pro de lograr buenos resultados en el contexto donde actúa, asume responsabilidades y da frente a sus efectos. Trias de Bes (2007), sugiere que su afinidad por la incertidumbre y el amor hacia emprender le proporciona el combustible hacia la ilusión de brindar alternativas y nuevas posibilidades.

2.2 Espíritu emprendedor

Sin pretender un análisis reduccionista y con la finalidad de brindar una visión integradora para valorar el potencial emprendedor, se ha considerado como punto de partida la propuesta de Silva (2008), quien ofrece una visión en la cual confluye el hombre, las instituciones y la gerencia de su proceso de emprendimiento. En este campo de investigación, tradicionalmente, estos elementos se han estudiado por separado en los enfoques paradigmáticos. Se ha enriqueciendo su postura a través de los aportes de Freire (2005), González y Gálvez (2008); Hellriegel, Jackson y Slocum (2007); Kawasaki (2006); Koonyz y Weihric (2002); Lanz (2001); Materano (2007); Nueno (2005); Robbins y Coulter (2006); Sánchez (2005); Trias de Bes (2007); Vainrub (2007); Veciana (2005) y Zander (2004). En la figura 1 se observan los componentes integrados como un todo y su permeabilidad en cada uno de estos, aportando, para facilitar su comprensión, la posibilidad de estudio a través de sus partes.

Figura 1 >>>
Componentes del espíritu emprendedor



Fuente: elaboración propia.

En concreto, para el estudio del espíritu emprendedor se analizan: las fuerzas internas en el individuo, su personalidad y las fuerzas externas que ejercen presión hacia la activación u opresión de su potencial emprendedor.

Las **fuerzas internas** son descritas como aspectos asociados al desarrollo de la personalidad reflejados a través de las características humanas del emprendedor que le orientan hacia un comportamiento empresarial. Debido a su característica intrínseca en el individuo, su abordaje se hace a través de las actitudes emprendedoras, considerando como indicadores: la realización personal, la vocación innovadora, la orientación a la recompensa y la visión optimista.

La realización personal es valorada por medio de la actividad creativa en su entorno empresarial, con la cual el individuo cree liderar y realizar transformaciones en la sociedad. La vocación hacia la innovación se estudia partiendo de la premisa emprendedora que propone que una idea, ya sea el desarrollo de un bien o de negocio, concibe en sí misma la oportunidad para ser mejorada. La obtención de recompensas es considerada no sólo en el aspecto material sino en el reconocimiento individual y el prestigio social atribuido a las consecuencias originadas en relación con su trabajo creativo y emprendedor. Por último, la visión optimista se manifiesta en la convicción que en cualquier circunstancia existe la posibilidad de encontrar oportunidades para avanzar, y por otra parte, en el sentido que todo trabajo por lo menos deja consigo un aprendizaje, independiente del éxito económico alcanzado.

Para explorar la **personalidad emprendedora**, se agrupan los elementos de estudio en tres dimensiones, a saber: los que perfilan el carácter del individuo, las motivaciones y los atributos intelectuales.

Los atributos del carácter emprendedor consideran al dinamismo y a la perseverancia como el motor conductor de la acción, los cuales, aunados al control de la ansiedad permite al emprendedor desarrollar una visión aguda de su entorno y observar las oportunidades surgidas en él. La afición al riesgo es un atributo de carácter donde se valoran

las consecuencias, busca la manera de medir y aminorar los aspectos negativos o modificar resultados adversos. Por su parte, la sensibilidad del emprendedor a la búsqueda y consolidación de las relaciones sociales, le permite tener acceso y manejo de los recursos. Incluye el estudio la facilidad de adaptación, entendida como un concepto inherente a la flexibilidad para poder asumir modificaciones oportunas en sus decisiones y comportamientos. Finalmente, se analiza el elevado nivel de aspiraciones, perseguido tanto personal como profesionalmente.

Las motivaciones son estudiadas, por una parte, a través del logro y la realización de un ideal, considerándolas como dos motivaciones básicas para movilizar el potencial emprendedor, razones de ser o principios del individuo para iniciar un emprendimiento. Por otra parte, la independencia, el prestigio social y la realización de sí mismo con una actividad empresarial, orienta el estudio de las motivaciones en los aspectos de trabajo y acción.

En el marco del análisis de la personalidad del emprendedor, los atributos intelectuales considerados son: la polivalencia de capacidades para responder a la multiplicidad de habilidades necesarias en un entorno postmoderno signado por el cambio y la incertidumbre; la consideración de la eficacia en las acciones para lograr y medir resultados; habilidad para planificar y concretar objetivos; imaginación creativa con propuestas alternativas y oportunas; juicio crítico amplio y capaz de combinar sentimientos y objetivos; reacción positiva ante las dificultades y la realidad; atención a la percepción de la realidad y en conjunto con lo anterior, una curiosidad intelectual activa.

Las **fuerzas externas**, están representadas por aquellos factores del entorno influyentes en la acción emprendedora. Con claridad sobre la existencia de innumerables fuerzas externas, es pertinente señalar que la presente investigación concentró su atención en la familia y la educación. La revisión de las opiniones emitidas por Freire (2005), López, Montilla y Briceño (2007), Materano (2007), Silva (2008), Paéz (2008), Petit (2007), Vainrub (2007) y Veciana (2005), han servido de base para asumir el

estudio de estas dos fuerzas externas. En esencia, tal consideración se debe, por una parte, a la importancia de estos factores en el contexto y por otra, a una razón teórica, pues tanto la familia como la educación son inherentes a cada individuo y no al global de la población.

El contexto familiar fue analizado en dos ámbitos; primero, la infancia del individuo, periodo en el que se desarrolla su personalidad y moldea su perspectiva ante la vida; y luego, la influencia de los familiares cercanos en actividades empresariales, es decir, el ejemplo para propiciar el emprendimiento. En cuanto al contexto educativo se estudió la influencia de la formación académica para modelar rasgos emprendedores.

3. Metodología

El estudio se desarrolló dentro de los parámetros de la investigación positivista, probabilística, la cual según Mardones (1991), se fundamenta en la búsqueda de conocimientos para el dominio de la naturaleza y el progreso material. Se asume una realidad estable en la cual el ser humano, sus relaciones y la sociedad en la que se desenvuelve constituyen objetos de estudio. En este sentido, tal como propone Padrón (1994), por muy disimiles que sean los objetos a simple vista, estos obedecen a ciertos patrones regulares que se pueden establecer mediante su observación.

Se trabajó con un diseño no experimental, sin ningún tipo de manipulación de la variable y en función de encontrar la potencialidad emprendedora de los estudiantes de Administración del NURR-ULA se realizó un trabajo de campo. Asimismo, el diseño ha sido transeccional pues el contacto fue en un momento único.

Han sido considerados un conjunto de tres dimensiones, que conforman teóricamente el espíritu emprendedor, definidas por Silva (2008) como las fuerzas internas, integradas por las actitudes emprendedoras; la personalidad emprendedora que involucra los atributos de carácter, motivaciones y atributos intelectuales y por

último, las fuerzas externas relacionadas con el contexto familiar y el universitario. Se sustenta en la premisa de que la presencia de caracteres emprendedores otorga a los individuos potencialidad para emprender.

La población está representada por los estudiantes de la carrera de Administración en el NURR-ULA, inscritos en el semestre A-2009 considerando a quienes han cursado por lo menos 135 unidades crédito, lo que constituye el 80% de lo necesario para optar a la titulación. Esta elección se fundamentó en el hecho de que los individuos objeto de estudio se encuentran en los últimos cursos de una carrera del área empresarial y habiendo obtenido una base académica sobre este tipo de actividad, estarían pensando en su futuro profesional y en sus preferencias laborales a la hora de encarar la búsqueda de un empleo o un auto empleo.

La data sobre el volumen poblacional fue obtenida en la Oficina de Registros Estudiantiles del Núcleo Rafael Rangel ULA-Trujillo, donde proporcionaron un listado indicando que 85 individuos cumplían con las especificaciones solicitadas. Se determinó una muestra probabilística considerando la formula que sugiere Hernández, Fernández y Baptista (2006). El cuadro 1 resume la información técnica muestra.

Cuadro 1 >>>
Ficha técnica del muestreo

Universo de la población	85 Estudiantes de Administración
Ámbito	Universidad de los Andes - Trujillo
Técnica de muestreo	Probabilística
Tamaño de la muestra	57 estudiantes (que representa el 67,05% de la población)
Nivel de confianza	90%
Error muestral	2,23%
Periodo	Marzo 2009

Fuente: elaboración propia.

El método utilizado para la selección de los sujetos fue el azar, acudiendo a los cursos de los dos últimos semestres de la carrera de Administración. Se comprobó la asistencia de los elementos de la población y se procedió a entregar el instrumento. Una vez localizados los cincuenta y siete elementos se concluyó con dicho proceso.

A fin de recopilar la información, se diseñó un instrumento tipo escala Lickert, el cual según Blanco (2000:35), son comúnmente utilizados en ciencias sociales para la medición de variables psicosociales y que “consisten en un conjunto organizado de ítems relativos a la característica que se quiere medir, dispuestos en forma de un continuo, sobre los cuales los elementos muestrales reaccionan en términos de acuerdo o desacuerdo”. En concordancia con lo mencionado, Hair, Bush y Ortinau (2004), indican que se trata de escalas que permiten una calificación cuantitativa utilizando un conjunto de descriptores adecuados para identificar componentes personales o psicográficos de los individuos, como es el caso de la presente investigación.

El instrumento fue diseñado para ser auto administrado bajo la observación indirecta. Está integrado por 105 ítems y la escala de respuesta fue de cinco alternativas. Los resultados para la valoración e interpretación del indicador se hicieron con una escala aditiva, donde las asignaciones otorgadas a cada respuesta se suman y conforman un puntaje. En tal sentido, a mayor puntaje obtenido se asume como mayor potencialidad emprendedora en el estudiante.

A fin de obtener la validación del instrumento se utilizó como método, la validez de contenido, para lo cual se solicitó la colaboración de siete profesionales con estudio de postgrado en las áreas de Gerencia; Estadística y Metodología de la investigación. Para determinar la confiabilidad se aplicó una prueba piloto a una muestra de 21 estudiantes del último semestre de Administración de la Universidad Valle del Momboy en el estado Trujillo. Luego se calculó el coeficiente de Cronbach, utilizando para ello el programa SPSS. Una vez procesado los datos, la confiabilidad para el instrumento aplicado fue de 0,92. A la par se realizó el análisis discriminante de ítems, el cual determinó que de 110 ítems quedara conformado el instrumento por 105.

Con la intención de determinar los caracteres fundamentales del ser emprendedor, se ubicaron los puntajes máximos asociados a cada uno de los indicadores. Se elaboró un baremo que discrimina la presencia

del carácter en tres niveles: alto, medio y bajo. Se consideró para la separación entre un nivel y otro, el comportamiento de los porcentajes de presencia del indicador en una distribución de curva normal. Así, se ubicó el máximo del puntaje posible por indicador y se repartió hacia los extremos la presunción de un 25% del comportamiento en cada uno y en el centro el 50%. Con base en lo anterior, se totalizó por sujeto los valores obtenidos, procediendo a ubicar la frecuencia absoluta y porcentual de presencia de los resultados en cada nivel.

4. Resultados

En busca del potencial emprendedor, en el marco de un contexto postmoderno, a continuación se avanza en el análisis de las reacciones generadas en los estudiantes de Administración del NURR-ULA, ante su identificación con los caracteres emprendedores.

El cuadro 2 presenta los hallazgos relacionados con la dimensión Fuerzas Internas del espíritu emprendedor. Se observa similitud entre las valoraciones conseguidas en los indicadores vocación innovadora y visión optimista; los estudiantes se ubicaron en 54,4 y 56,1% respectivamente en una escala alta; 45,6 y 43,9% en una escala media; y ninguno de ellos revela carencia al respecto. Ello implica que los consultados consideran a la innovación como una fuente para su desarrollo, basándola en ideas originales, concretadas por medio de acciones no tradicionales para atender sus problemas y no se amilanan frente a situaciones no convencionales. Poseen una visión optimista que les hace suponer que los obstáculos pueden ser superados y vencidos. En concordancia con la teoría previamente expuesta, ellos confían en las oportunidades surgidas de las crisis.

Cuadro 2 >>>
Dimensión: fuerzas internas del espíritu

		Escala	f _a	f%
Actitudes emprendedoras	Alto	72 – 95	28	49,1
	Medio	25 – 71	29	50,9
	Bajo	0 - 24	0	0
Realización Personal	Alto	16 – 20	7	12,3
	Medio	6 – 15	50	87,7
	Bajo	0 - 5	0	0
Vocación innovadora	Alto	20 – 25	31	54,4
	Medio	7 – 19	26	45,6
	Bajo	0 - 6	0	0
Orientación a la recompensa	Alto	20 – 25	28	49,1
	Medio	7 – 19	29	50,9
	Bajo	0 - 6	0	0
Visión optimista	Alto	20 – 25	32	56,1
	Medio	7 – 19	25	43,9
	Bajo	0 - 6	0	0

Fuente: elaboración propia.

En cuanto al indicador orientación a la recompensa, las puntuaciones obtenidas comprueban que los individuos tienen presente la expectativa de un resultado positivo como producto de la actividad desempeñada y en consecuencia esperan un reconocimiento manifiesto. No obstante, este reconocimiento que no es necesariamente traducido en aspectos monetarios.

En contraste con los resultados descritos, 87,7% de la muestra se localiza en un nivel medio para lograr la “realización personal” a través de la actividad empresarial propia. Por tanto, la gran mayoría de los consultados no se identifica con el hecho de lograr el éxito profesional en una empresa propia e incluso no se evidencia que posean un plan a futuro.

No obstante, cuando se analiza la data en conjunto de la sub dimensión actitudes emprendedoras, se observa que 50,9% de los consultados precisan un grado medio de identificación y 49,1% un grado alto. Por tanto, se infiere que, en general, poseen la suficiente fuerza interior para fortalecer y fomentar el espíritu emprendedor, hacedores de un potencial que pudiera ser aflorado.

En cuanto a la “personalidad emprendedora”, la cual se manifiesta independientemente de los factores situacionales, los resultados se

presentan considerando las sub dimensiones: atributos del carácter, motivación y, atributos intelectuales.

El cuadro 3 resume las reacciones de los individuos ante los indicadores que describen los atributos del carácter determinantes para asumir la acción emprendedora. En este marco, el dinamismo está referido a la acción, tanto de mente como de comportamiento, orientada a la producción de ideas y al accionar en su concreción. El 38,6% de los estudiantes se ubican en un nivel alto, 59,6% en un nivel medio y 1,75% en un nivel bajo. Es interesante comentar que este es el único indicador de la dimensión “personalidad emprendedora” en el cual un porcentaje de los elementos de estudio se ubican en una presencia baja. Llama la atención que más del 60% de la muestra está concentrada por debajo de la escala alta.

Es pertinente señalar que el dinamismo es un indicador que se sustenta en la inquietud y movilidad y siendo la media de edad de la muestra 24 años, extraña la ausencia notable de éste en una población joven.

Cuadro 3 >>>
Dimensión: personalidad emprendedora
Sub dimensión: Atributos del Carácter

		Escala	fa	f%
Atributos del carácter	Alto	102-135	37	64,9
	Medio	35 - 101	20	35,1
	Bajo	0 - 34	0	0
Dinamismo	Alto	20 - 25	22	38,6
	Medio	7 - 19	34	59,6
	Bajo	0 - 6	1	1,75
Perseverancia y concreción del objetivo	Alto	16 - 20	47	82,5
	Medio	6 - 15	10	17,5
	Bajo	0 - 5	0	0
Dominio de la ansiedad	Alto	16 - 20	27	47,4
	Medio	6 - 15	30	52,8
	Bajo	0 - 5	0	0
Afición al riesgo calculado	Alto	20 - 25	22	38,6
	Medio	7 - 19	35	61,4
	Bajo	0 - 6	0	0
Adaptación	Alto	20 - 25	31	54,4
	Medio	7 - 19	26	45,6
	Bajo	0 - 6	0	0
Elevado nivel de aspiraciones	Alto	16 - 20	35	61,4
	Medio	6 - 15	22	38,6
	Bajo	0 - 5	0	0

Fuente: elaboración propia.

En relación con el indicador “perseverancia y concreción del objetivo”, los resultados son los mejores de la dimensión analizada. En este orden de ideas, 82,5% de los estudiantes se ubican en un alto nivel y 17,5% en un nivel medio. Se declaran constantes hacia el alcance de sus objetivos y consecuentes ante los compromisos asumidos, sin amilanarse ante las dificultades y asumiendo una visión de largo plazo. Estos resultados son favorecedores para el desarrollo de la actividad emprendedora, puesto que difícilmente se logra concretar y tener éxito al primer intento de creación. En este sentido, la perseverancia constituye una fuerza hacia el objetivo.

En torno al indicador “dominio de la ansiedad”, entendido en este caso como la medida, control interno, serenidad y racionalidad de las acciones ante situaciones de riesgo, intranquilidad y/o incertidumbre, se reportan resultados positivos. El 47,4% se ubica en un nivel alto y 52,8% en un nivel medio. Visto desde esta perspectiva, resulta interesante la observancia de un grado de madurez interna que les permite conducirse con seguridad en situaciones adversas.

Para el indicador “afición al riesgo calculado” se reporta una ubicación de la presencia alta para 38,6% de la muestra y 61,4% a un nivel medio. Se manifiesta una revisión previa de las actividades a emprender, valorando sus capacidades para afrontar actividades novedosas. Estudian el riesgo y toman decisiones para disminuirlo y/o enfrentarlo. Sin embargo, declaran que disfrutaban de las emociones fuertes y de llevar a cabo actividades consideradas por otros como de alto riesgo.

En consonancia con las evidencias anteriores, el indicador “adaptación”, referido a la flexibilidad para moverse ante los cambios, revela que 54,4% la posee en un nivel alto y 45,6% en un nivel medio. Existe la presencia del conocimiento sobre el manejo de la incertidumbre y la necesidad de adaptación ante el entorno expresada de manera positiva; es decir, en aras de obtener provecho de las oportunidades proporcionadas por el cambio.

Los resultados descritos anteriormente corroboran lo que expresa el análisis en conjunto para la sub dimensión “atributos del carácter”, en el cual el 64,9% de los estudiantes se ubican en un alto grado y 35,1% en un grado medio. Evidencia la existencia de caracteres emprendedores que constituyen una semilla fundamental para cultivar la actividad de creación de empresas.

El cuadro 4 resume la información sobre las reacciones en relación al grado en que se identifican con las “motivaciones” propuestas como determinantes de la “personalidad emprendedora”, a saber: autonomía, prestigio social, logro y realización de un ideal.

Cuadro 4 >>>
Dimensión: personalidad emprendedora
Sub dimensión: motivaciones

		Escala	fa	f%
Motivaciones	Alto	76-100	23	40,4
	Medio	26 - 75	34	59,6
	Bajo	0 - 25	0	0
Autonomía	Alto	20 - 25	12	21,1
	Medio	7 - 19	45	78,9
	Bajo	0 - 6	0	0
Prestigio social	Alto	20 - 25	14	24,6
	Medio	7 - 19	43	75,4
	Bajo	0 - 6	0	0
Logro	Alto	20 - 25	22	38,6
	Medio	7 - 19	35	61,4
	Bajo	0 - 6	0	0
Realización de un ideal	Alto	20 - 25	42	73,7
	Medio	7 - 19	15	26,3
	Bajo	0 - 6	0	0

Fuente: elaboración propia.

En lo que concierne al indicador “autonomía”, 78,9% de la muestra se ubica en un nivel medio de identificación y sólo 21,1% en un alto grado. Ello implica que los consultados no perciben como prioritaria la libertad de acción para autogerenciar su vida profesional. Vale la pena mencionar que paradójicamente para estos estudiantes de Administración de Empresas, su actividad profesional es mejor valorada a través del trabajo bajo dependencia que desempeñándose en una actividad propia. Además, revelan temor ante la posibilidad de egresar y no conseguir un empleo.

En cuanto al indicador “prestigio social”, que se refiere al reconocimiento obtenido por el individuo producto del desarrollo de la actividad empresarial como una respuesta a su entorno para proporcionarle bienestar; 75,4% de la muestra se sitúan en un nivel medio y 24,6% a un nivel alto. Es pertinente resaltar que este ha sido el indicador con mayor dispersión de todo el estudio ($S = 5,453$). Esta situación revela que no hay una respuesta cohesionada en las opiniones que han emitido. Sería conveniente profundizar sobre si la obtención de “prestigio social” es o no un elemento con suficiente fuerza para motivarlos a emprender o si pudieran percibir la ausencia de reconocimiento de la sociedad, porque la actividad empresarial no es valorada positivamente.

Dentro del conjunto de indicadores que suelen postular los teóricos en el estudio de los motivadores para emprender, el “logro” es en el que más coinciden, entendido como el deseo del individuo por alcanzar el éxito a través de actividades propias. En esta investigación, se observa que 64,4% de los estudiantes se han identificado con el “logro” en una escala media y sólo 38,6% en una escala alta.

No obstante, el indicador “realización de un Ideal” se comporta de manera contraria al conjunto. Así, 73,7% se identifica en una escala alta y 26,3% en una escala media. Paradójicamente a lo anterior, ello hace referencia al deseo de ser su propio jefe y a la necesidad de poseer un ideal para actuar en coherencia hacia conseguirlo. Tratando de profundizar en el significado de este hallazgo, cabría preguntarse el porqué de la valoración antagónica entre este indicador y el indicador “realización personal (12,3% alto; 87,7% medio). En conjunto se evidencia que la identificación, en la mayor escala, con realizarse a través de una empresa propia es considerablemente menor a la certeza de la necesidad de poseer un ideal para realizarse.

Asimismo, resultan interesantes los resultados cuando se analiza la sub dimensión “motivaciones” integrando las valoraciones que la describen. Se evidencia que 40,4% se identifica con los motivadores en la mayor escala y 59,6% en una escala media.

A pesar de las paradojas manifiestas en el análisis parcelado, los resultados revelan que para la totalidad de la muestra existe una

identificación positiva con los descriptores, aún cuando pueda variar el nivel de compenetración o importancia asignada.

Para culminar el análisis de la “personalidad emprendedora”, el cuadro 5 contiene los resultados de la sub dimensión “atributos intelectuales”, la cual fue estudiada a partir de las reacciones a los indicadores: polivalencia de capacidades, eficacia, habilidad para planificar, imaginación creativa y juicio crítico.

Al considerar las respuestas suministradas por los sujetos objeto de estudio, el indicador con mayor presencia en toda la investigación, resultó ser “polivalencia de capacidades”. Los resultados ubican al 87,7% en un nivel alto y 12,3% en un nivel medio, con una medida estadística de dispersión de $S=2,87$ y se observa una concentración de las valoraciones en el mejor nivel. Este indicador hace notorio que el individuo, a la par de su carrera universitaria, deberá prepararse en una diversidad de saberes y conocimientos transdisciplinarios y traducirlos en utilidad. Es congruente, que siendo estudiantes universitarios, a poco tiempo de egresar en una carrera afín al sector empresarial, tengan conocimiento y claridad en la necesidad de poseer preparación en áreas diversas y con ello poder asumir los retos inherentes del mundo postmoderno.

Cuadro 5 >>>
Dimensión: personalidad emprendedora
Sub dimensión: atributos intelectuales

		Escala	fa	f%
Atributos intelectuales	Alto	91-120	37	64,9
	Medio	31 – 90	20	35,1
	Bajo	0 - 30	0	0
Polivalencia de capacidades	Alto	20 – 25	50	87,7
	Medio	7 – 19	7	12,3
	Bajo	0 - 6	0	0
Eficacia	Alto	16 – 20	15	26,3
	Medio	6 – 15	42	73,7
	Bajo	0 - 5	0	0
Habilidad para planificar	Alto	20 – 25	32	56,1
	Medio	7 – 19	25	43,9
	Bajo	0 - 6	0	0
Imaginación creativa	Alto	20 – 25	28	49,1
	Medio	7 – 19	29	50,9
	Bajo	0 - 6	0	0
Juicio critico	Alto	20 – 25	22	38,6
	Medio	7 – 19	35	61,4
	Bajo	0 - 6	0	0

Fuente: elaboración propia.

En contraposición con las evidencias descritas anteriormente, los resultados revelan a la “eficacia” como un indicador valorado medianamente, pues 73,7% de los encuestados se concentra en una escala media y sólo 26,3% en una escala alta. Este indicador hace referencia a la concreción de resultados y a la debida preferencia otorgada a las acciones, no solamente en la reducción de costos, sino en la búsqueda de incremento en los ingresos producto de la actividad desempeñada. Da importancia a la actuación en términos de alcance del objetivo y a la mejor forma de lograrlo. Llama la atención la inconsistencia de estos resultados con los del indicador “perseverancia y concreción del objetivo” (escala alta con un 82,5%) pues se espera que para alcanzar los objetivos, el emprendedor sea eficaz.

Visto desde esta perspectiva, lo anterior pudiese ser explicado cuando se observa que 43,9% de la muestra se ubica en una escala media en el indicador “habilidad para planificar”, el cual considera como tarea prioritaria programar los pasos y relacionarlos en pro de la asignación de recursos disponibles. Para este indicador prevalece el cálculo sobre la espontaneidad, investigación sobre la intuición y preparación a la reacción.

Por su parte, en el indicador “imaginación creativa”, descrito como la fuerza interior creadora de nuevas combinaciones de los recursos, los consultados se han agrupado por igual en la escala alta y media (50,9% y 49,1% respectivamente; con una dispersión en las respuestas $S=3,75$). Esto es positivo, en virtud de que revela el progreso hacia la flexibilidad en las ópticas para tratar un mismo objetivo.

Por su parte, en el indicador “juicio crítico” se sitúan en la escala alta 38,6% y el 61,4% en una escala media. En este caso, se evidencia la importancia otorgada a la madurez requerida para investirse de tolerancia a la crítica y a cómo asumir la autocrítica con el fin de desarrollar experiencia.

Los “atributos intelectuales” del individuo son independientes del nivel de escolarización alcanzado y se supone que son los caracteres

emprendedores más difíciles de potenciar. Estos atributos son inherentes a la personalidad y requieren de aprender a relacionar e integrar información compleja, con el propósito de crear estrategias basadas en su percepción y experiencias vinculadas al proceso de creación de empresas. Al analizar en su conjunto esta sub dimensión, se observa que 64,9% de los consultados se hallan en una escala alta y 35,1% en un nivel medio. Estos valores integrados de los indicadores son positivos y ponen de manifiesto la presencia del potencial emprendedor más complejo para fomentar.

No obstante a los resultados, es pertinente ahondar en las “motivaciones”. Sobre la base de lo expresado por Silva (2008), Veciana (2005) y López et al. (2005), las motivaciones consideradas, en el caso del presente estudio, no parecieran ser determinantes para disparar el tránsito entre una idea y las acciones necesarias para convertirla en una unidad empresarial. Si tal como lo señala Bueno (2005), la diversidad de motivadores está en alineación con las necesidades del individuo y las fuerzas que coexisten en su entorno, pareciera que hay elementos fuera de análisis que pudieran estar ejerciendo distorsión en la percepción de las oportunidades para emprender. En este orden de ideas, aún revelando una presencia de potencial emprendedor se expresan inconsistencias en las motivaciones para iniciar una actividad empresarial.

Finalmente, en el estudio de los caracteres fundamentales del ser emprendedor, se arriba al análisis de los resultados concernientes a las “fuerzas externas”, las cuales han sido evaluadas por medio de un grupo de indicadores que señalan las influencias del medio ejercidas sobre el individuo desde la edad temprana hasta su adultez.

Trias de Bes (2007) ha propuesto que las condiciones donde el ser humano nace, crece, se forma y educa se convierten en modeladores del individuo. En tal sentido, el cuadro 6 muestra los resultados obtenidos en el estudio de las sub dimensiones contexto familiar y contexto universitario.

Cuadro 6 >>>
Dimensión: fuerzas externas
Sub dimensión contexto familiar y contexto universitario

		Escala	fa	f%
Contexto Familiar	Alto	35 – 45	0	0
	Medio	12 – 34	45	78,9
	Bajo	0-11	12	21,1
Infancia	Alto	16 – 20	22	38,6
	Medio	6 – 15	35	61,4
	Bajo	0 - 5	0	0
Actividad de los padres y familiares cercanos	Alto	20 – 25	12	21,1
	Medio	7 – 19	45	78,9
	Bajo	0 - 6	0	0
Contexto Universitario	Alto	24 – 30	29	50,9
	Medio	9 – 23	28	49,1
	Bajo	0 – 8	0	0
Expectativa de aprendizaje emprendedor	Alto	24 – 30	29	50,9
	Medio	9 – 23	28	49,1
	Bajo	0 – 8	0	0

Fuente: elaboración propia.

Para abordar lo concerniente a la sub dimensión “contexto familiar” se ha estudiado la influencia de la infancia y la actividad de los padres y familiares cercanos en pro del desarrollo de caracteres emprendedores. En el caso del indicador “infancia”, su análisis estuvo orientado a conocer si en su edad temprana hubo carencias en el hogar y si el individuo, desde su niñez, ha aprendido a superar obstáculos. Estos criterios fueron escogidos en concordancia con lo expresado por Veciana (1999), quien propone que los individuos nacidos en hogares pobres y que superan esa condición luchando contra la adversidad y dejando de lado la frustración, ejercen una influencia positiva entre sus miembros, por tanto coadyuvan a modelar los caracteres emprendedores.

Para el caso que ocupa esta investigación, el 61,4% de los consultados se identifica en un nivel medio con los criterios expuestos y 38,6% en un nivel alto. A la luz de estos resultados, el hecho que están cursando estudios universitarios y observando que 77,19% de la muestra proviene de familias con bajos ingresos (pertenecen a los estratos socioeconómicos C y D), permite inferir un resultado positivo en cuanto a la investigación, puesto que se presume que las condiciones precarias de la infancia están siendo superadas reforzando los caracteres emprendedores.

Sin embargo, cuando se analiza el indicador “actividad de los padres y familiares cercanos” y cómo modela la opción de un desarrollo profesional a través de la actividad empresarial y atendiendo las consideraciones previas, los resultados son una paradoja digna del mundo complejo. Los resultados revelan que el patrón a seguir ha sido el trabajo en dependencia y sólo el 21,1% de los consultados expresa una ubicación alta en la influencia de la actividad de conducción de negocios propios.

En un análisis enmarcado en la lógica, cabría esperar que el modelador del carácter emprendedor hubiese sido el poseer una unidad de negocios, pues los resultados hablan de individuos que han aprendido a convivir con el cambio y la incertidumbre. Sin embargo, para 78,9% (que se ubican en un nivel de identificación medio) el proceso de modelaje del individuo ante sus padres y familiares cercanos ha sido por medio del trabajo, la responsabilidad y la seguridad de ingresos moderados proporcionados por un empleo.

Cuando se consideran los datos en conjunto de estos dos últimos indicadores, resulta interesante la evidencia de la paradoja que describe la diferencia del conocimiento parcelado frente a la integridad e incompletud del concepto.

Aún cuando por separado los resultados se ubican sólo en los niveles alto y medio, el análisis del conjunto revela que 21,1% de los consultados se identifican en un nivel bajo con la sub dimensión y desaparece la porción que se identificaba en un nivel alto. Ello significa que 21,1% de los consultados no perciben una influencia desde su entrono familiar hacia su actividad profesional, e incluso, podría especularse sobre el hecho de si activarán o no su potencial emprendedor.

Por su parte, el estudio del “contexto universitario”, para efectos de la presente investigación, es abordado a través de la identificación hacia la expectativa de aprendizaje emprendedor que pudiera brindar la universidad. Se ubica a conciencia que la educación universitaria no es determinante para el proceso emprendedor y se consideró lo que

Veciana (2005) observó, en cuanto a que pareciera que poseer estudios gerenciales aumenta las probabilidades para alcanzar el éxito en la creación y supervivencia de empresas. En este marco, se ha considerado la enseñanza universitaria como una oportunidad para modelar y fomentar los caracteres emprendedores que ya posee el individuo.

Nueno (2007), propone que se puede aprender a emprender y en tal sentido, los individuos han manifestado una identificación por igual en el nivel alto y medio con el indicador (50,9% y 49,1% respectivamente). Estos resultados revelan una expectativa positiva sobre el apoyo obtenido en sus actividades académicas para potenciar el perfil emprendedor.

Los estudiantes esperan dentro de la formalidad de las estructuras académicas, que la enseñanza universitaria les permita conducirse en la dinámica, diversidad y manejo multidimensional del conocimiento, de tal forma que puedan aprovechar los recursos entre lo empírico y lo científico y entre el pensamiento lógico y dialógico (que promete la interdependencia entre el individuo, los saberes y la casa de estudios).

5. Conclusiones

Para determinar el potencial emprendedor se estudiaron los caracteres fundamentales del ser emprendedor de los estudiantes de la carrera de Administración del NURR-ULA del estado Trujillo. Se analizaron datos referidos a tres aspectos generales: fuerzas internas, personalidad emprendedora y fuerzas externas.

En relación con las “fuerzas internas”, los estudiantes indicaron poseerlas en una escala desde la media a la alta; no obstante se observó una discrepancia con el indicador “realización personal” a través de la actividad emprendedora, el cual se ubicó mayoritariamente en una escala media (87,7%). Este resultado pudiera estar indicando que los estudiantes no relacionan su futuro profesional con el alcance de satisfacción por medio de la actividad emprendedora.

En cuanto a la “personalidad emprendedora”, se destacan los resultados revelados sobre el carácter “dinamismo”, pues la mayoría (59,6%) se ubicó en un nivel medio y existe un pequeño porcentaje (1,75%) en el nivel bajo; así mismo sucede con el atributo intelectual “eficacia” (73,7% en nivel medio). Llama la atención que estos caracteres, propios de un individuo que deba enfrentarse a cambios constantes y producir resultados oportunos para atenderlos, no hayan sido valorados en la importancia que tienen en contextos postmodernos.

Son notables los resultados de los indicadores relacionados con las “motivaciones”, debido a que la generalidad de los estudiantes se encuentra en un nivel medio, lo que pudiera indicar la existencia de elementos ajenos a los expuestos por los autores consultados (González y Gálvez, 2008; Silva, 2008; Trias de Bes, 2007; Kawasaky, 2006; López et al., 2005; Veciana, 2005; Nueno, 2005 y Sánchez, 2005) y que serían propias al contexto en el que se están desarrollando.

Por último, los resultados de las “fuerzas externas”, se ubican entre el nivel medio y alto, dejando observar la existencia de una tendencia a superar las condiciones de precariedad de la infancia por medio del emprendimiento. Sin embargo, se presentó una paradoja en relación con la actividad de los padres y familiares cercanos, cuyo ejemplo y modelo ha sido el empleo bajo dependencia.

Los resultados obtenidos generan cierta incertidumbre vinculada con los aspectos resaltantes y contradictorios, lo que amerita profundizar en parámetros como la realización personal, eficacia, motivaciones, dinamismo y valores familiares para superar las dificultades.

El conjunto de los hallazgos revela la presencia de potencial emprendedor en los estudiantes de la carrera de Administración de Empresas de la NURR-ULA. Esta positiva situación debería aprovecharse y apostar por el fomento del espíritu emprendedor a través de actividades académicas y el contacto con los factores productivos del entramado empresarial. Esta forma de actuar permitirá que los futuros egresados de

la carrera de Administración de Empresas estén en contacto directo con su entorno, desarrollen su potencial y se desempeñen como individuos integrales que propendan a la creación de nuevas unidades productivas, comercializadoras de bienes y/o servicios. Todo esto contribuirá al mejoramiento de la calidad de vida y bienestar, así como a la promoción de valores como el trabajo, constancia y perseverancia.

Bibliografía >>

- Blanco, N. (2000). *Instrumento de recolección de datos primarios. Entrevista, cuestionario y escala Likert*. Dirección de Cultura de la Universidad del Zulia. Maracaibo, Venezuela.
- Freire, A. (2005). *Pasión por emprender. De la idea a la cruda realidad*. Bogotá, Colombia: Grupo editorial Norma.
- González, C. y Gálvez, E. (2008) Modelo de emprendimiento en red MER. Aplicación de las teorías de emprendimiento a las redes empresariales. Academia. *Revista latinoamericana de Administración*, 40, 13-31. Disponible en: <http://revistaacademia.cladea.org> [consultada: 2008, septiembre 15].
- Hair, Bush y Ortinau (2004). *Investigación de mercados*. México: McGraw Hill Interamericana.
- Hellriegel, D.; Jackson, S. y Slocum, J. (2007). *Administración. Un enfoque basado en competencias*. 10ma edición. México: Thomson.
- Hernandez, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2006). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw Hill Interamericana.
- Kawasaky, Guy (2006). *El arte de empezar. El libro para emprendedores más útil escrito hasta la fecha*. Barcelona, España: Ilustrae.
- Koontz, H. y Weihrich, H. (2002). *Administración. Una perspectiva global*. 11ava edición. México: Mc Graw Hill.
- Lanz, R. (2001). *Organizaciones transcomplejas*. Caracas, Venezuela: IMPOSMO/CONICIT.
- López, W.; Montilla, M. y Briceño, M. (2007, enero-julio). Rasgos determinantes de las aptitudes emprendedoras que forman el perfil de los estudiantes de contaduría pública. *Actualidad Contable*, 10 (14), 80-94.
- López, W.; Montilla, M. y Gironde, A. (2005). Rasgos psicológicos y no psicológicos de los emprendedores del sector tecnología de información y comunicaciones. *Tecnología, Gerencia y Educación*, 6 (11), 97-117.
- Materano, W. (2007) *Desarrollo de la cultura del emprendimiento empresarial en la carrera de ingeniería agrícola*. Tesis Doctoral. Universidad Rafael Belloso Chacín. Venezuela.
- Mardones, J. M. (1991) *Filosofía de las ciencias humanas y sociales: Materiales para una fundamentación científica*. Barcelona, España: Anthropos.

- Nueno, P. (2007). *Cartas a un joven emprendedor*. Barcelona, España: Noema.
- Nueno, P. (2005). *Entrepreneurship Towards 2010. An updated global perspective of the art of creating companies and their artists*. Bilbao, España: Deusto.
- Padrón, J. (1994, julio-diciembre). Elementos para el análisis de la investigación educativa. *Revista Educación y Ciencias Humanas*, 2 (3).
- Paéz, T. (2008). Capacidad emprendedora, PYME, ética y responsabilidad social. Ponencia Arbitrada. *Congreso Visión de la realidad Gerencial Venezolana*. Universidad de Los Andes-Núcleo Trujillo. Valera: Venezuela.
- Petit, E. (2007, septiembre- diciembre). La Gerencia emprendedora innovadora como catalizador del emprendimiento económico. *Revista de Ciencias Sociales*. 13 (3), 495-506.
- Robbins. S. y Coulter, M. (2006). *Administración*. Octava edición, México: Prentice Hall.
- Sánchez, M. (2005). *Potencial emprendedor de los alumnos de las diferentes carreras que se dictan en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Católica del Táchira*. Trabajo de Ascenso a la categoría de Asociado. Universidad Católica del Táchira. Venezuela.
- Silva, J. (2008). *Emprendedor. Crear su propia empresa*. Bogotá, Colombia: Alfaomega.
- Trias De Bes, F. (2007). *El libro negro del emprendedor. No digas que nunca te lo advertieron*. Segunda edición. Barcelona, España: Empresa Activa.
- Vainrub, R. (2007). *Convertir sueños en realidades. Una guía para emprendedores*. Caracas, Venezuela: Ediciones IESA.
- Veciana, J. (2005). La creación de empresas. Un enfoque gerencial. *Colección estudios económicos*, 33. Barcelona, España: La Caixa.
- Veciana, J. (1999). Creación de empresas como programa de investigación científica. *Revista Europea de dirección y economía de la empresa*, 8 (3), 11-36.
- Zander, I. (2004). El espíritu emprendedor en el ámbito geográfico. Fundamentos conceptuales e implicaciones para la formación de nuevos cluster. *Cuadernos de Economía y dirección de Empresa*, 20, 9-34.