



UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES

TRABAJO DE GRADO

Presentado para optar al título de:

LICENCIADO EN RELACIONES INDUSTRIALES (INDUSTRIÓLOGO)

Título:

**PAUTAS DE COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR EN
ESTUDIANTES DE LA FACULTAD DE INGENIERIA Y
FACES UCAB. 2006-2007**

Realizado por:

- Dayana Milagros Di Benedetto Oliveros
- Verónica del Valle Suárez Guerra

Profesor-Guía:

Ingrid Ochoa de Pérez

RESULTADO DEL EXAMEN:

Este Trabajo de Grado ha sido evaluado por el Jurado Examinador y ha obtenido la calificación de : _____ () puntos.

Nombre: _____ Firma: _____

Nombre: _____ Firma: _____

Nombre: _____ Firma: _____

Caracas, ____ de ____ de ____



UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
CARRERA: RELACIONES INDUSTRIALES

TRABAJO DE GRADO
**PAUTAS DE COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR EN
ESTUDIANTES DE LA FACULTAD DE INGENIERÍA Y FACES
UCAB. 2006-2007**

Tesista: Dayana Di Benedetto Oliveros

Tesista: Verónica del Valle Suárez Guerra

Tutor: Ingrid Ochoa de Pérez

Caracas, 02 de Noviembre de 2007

DEDICATORIA

A Dios, por estar siempre presente, por ser mi luz en momentos de oscuridad, por darme el coraje y la fuerza para llegar a donde necesito llegar.

A Verónica, porque durante este proceso, fue siempre el complemento perfecto, por hacerme reír ante las vicisitudes, por contagiarme de su optimismo para que juntas llegáramos a la meta.

A mi familia, por haber hecho de mi lo que soy hoy, por haber permitido que el sueño de ser profesional, sea casi una realidad. Gracias por la paciencia, el apoyo y sobre todo la confianza que tuvieron mi.

A todos Gracias...

Dayana

DEDICATORIA

A Dios por permitirme llegar hasta aquí, por hacerme vivir momentos felices y también difíciles que han logrado darme la fortaleza para ser quien soy hoy en día y sobretodo por ser mi fuente de fe aún en los momentos más difíciles.

A mis padres por ser los merecedores de todos mis logros por haberme guiado y haberme inculcado tantos valores, por su paciencia y dedicación a lo largo de toda mi vida.

A mis hermanos Mónica, Rafael y Aldo por ser mi orgullo y mi ejemplo a seguir

A mi hermana María Jesús y a mi sobrina Marcela por ser mi motivación para seguir adelante ser siempre su apoyo y su ejemplo.

A Dayi por ser mi amiga y hermana, porque juntas hemos logrado culminar esta etapa tan importante en nuestras vidas.

A mis amigos por ser mi compañía y mi apoyo incondicional, por no dejarme caer en los momentos más difíciles.

Mil Gracias...!!!

Verónica

AGRADECIMIENTOS

A la profesora Ingrid Ochoa por ser nuestra tutora y guía para la consecución de nuestro Trabajo de Grado.

A los Licenciados Aramis Rodríguez y Rebeca Vidal del Centro de Emprendedores del IESA por su oportuna orientación, paciencia y dedicación, gracias a ellos se logró encauzar el presente trabajo de investigación.

A nuestra compañera y amiga Alejandra Rojas, por su apoyo incondicional a lo largo de la realización de este trabajo.

A la Profesora Marta Rodríguez por su colaboración y orientación estadística de nuestra investigación.

A los estudiantes de las Facultades de Ingeniería y de Ciencias Económicas y Sociales por el tiempo y disposición este trabajo no hubiese podido culminarse.

A todos aquellos que de una u otra forma contribuyeron a la consecución del presente trabajo.

Infinitas gracias,
Dayana y Verónica

RESUMEN

El presente Trabajo de Investigación pretende describir las **“pautas de comportamiento emprendedor”** presentes en los estudiantes de los quintos años de las Facultades de Ciencias Económicas y Sociales y la de Ingeniería, UCAB, en el período 2006-2007, según el estudio realizado por María Dolores Garzón.

El presente estudio fue de tipo descriptivo, cuyo diseño de investigación fue no experimental y transversal, la unidad de análisis fueron los estudiantes de la Universidad Católica Andrés Bello, mientras que la población fueron los estudiantes de quinto año o décimo semestre de las Facultades de Ciencias Económicas y Sociales e Ingeniería. Para el cálculo de la muestra y de la cantidad de estudiantes por carrera a quienes aplicar el instrumento se realizó un muestreo probabilístico estratificado. Los datos fueron recolectados a través de un cuestionario constituido por dos: partes la primera, recolectó datos sociodemográficos y la segunda que describió las **Pautas de Comportamiento Emprendedor** a través de un cuestionario Likert, utilizado por María Dolores Garzón. 14

Los resultados de la investigación evidenciaron que: las **Pautas de Comportamiento Emprendedor** efectivamente se encuentran presentes en los estudiantes de ambas Facultades, y su nivel de presencia es moderado. Es decir estas pautas de comportamiento no siempre son puestas en práctica por ellos. La pauta que obtuvo menor puntuación, es decir, la que menos resultó ser puesta en práctica fue **correr riesgos calculados**, mientras que la que obtuvo mayor puntuación o se pone en práctica con mayor frecuencia resultó ser **fijar metas**. Se puede concluir que ni los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales ni los de la Facultad de Ingeniería tienen del todo desarrolladas estas **pautas de comportamiento emprendedor**, razón por la cual se hace necesario ofrecer formación a estos estudiantes en cuanto a la iniciativa emprendedora de modo tal que puedan posteriormente desarrollar al máximo dichas pautas.

INDICE

| | |
|--|----|
| INTRODUCCIÓN | 2 |
| CAPÍTULO I: FORMULACIÓN DEL PROBLEMA | 3 |
| CAPITULO II: OBJETIVOS | 9 |
| OBJETIVO GENERAL: | 9 |
| OBJETIVOS ESPECÍFICOS: | 9 |
| CAPÍTULO III: MARCO TEÓRICO | 10 |
| CAPÍTULO IV: MARCO METODOLÓGICO | 38 |
| 4.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN | 38 |
| 4.2 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN | 38 |
| 4.3 UNIDAD DE ANÁLISIS | 39 |
| 4.4 POBLACIÓN | 39 |
| 4.5 MUESTRA | 39 |
| 4.5.1 Cálculo de la Muestra | 40 |
| 4.5.2 Mortalidad de la muestra | 42 |
| 4.6 DEFINICIÓN DE LOS DATOS SOCIODEMOGRÁFICOS | 42 |
| 4.6.1 Definición de los datos socio-demográficos | 42 |
| 4.7 DEFINICIÓN DE LA VARIABLE DE ESTUDIO | 43 |
| 4.8 OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE DE ESTUDIO | 46 |
| 4.9 INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS | 47 |
| 4.9.1 I Parte del Instrumento | 48 |
| 4.9.2 II Parte del Instrumento | 48 |
| 4.8.3 Validez del Instrumento | 50 |
| 4.10 ESTRATEGIA METODOLÓGICA | 51 |
| 4.10.1 Aplicación del Instrumento | 51 |
| 4.10.2 Procesamiento de datos | 52 |
| 4.10.2.1 Medidas de tendencia central y de dispersión: | 55 |
| 4.10.2.2 T de Student | 57 |
| CAPITULO V: PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS | 58 |

| | |
|---|----|
| 5.1 CARACTERIZACIÓN DE LA MUESTRA..... | 58 |
| 5.1.1 Distribución de la muestra: | 58 |
| 5.1.2.1 Distribución por género de cada estrato | 59 |
| 5.1.3 Distribución de la muestra por rangos de edad..... | 60 |
| 5.1.3.1 Distribución de edades de cada estrato..... | 60 |
| 5.1.4 Datos familiares de los estudiantes de cada estrato | 61 |
| 5.1.4.1 Nivel educativo del padre y de la madre por Estrato..... | 61 |
| 5.1.4.1.1 Nivel Educativo del padre en el estrato FACES: | 62 |
| 5.1.4.1.2 Nivel Educativo de la madre en el estrato FACES | 63 |
| 5.1.4.1.3 Nivel Educativo del padre en el estrato Facultad de Ingeniería..... | 64 |
| 5.1.4.1.4 Nivel Educativo de la madre en el estrato Facultad de Ingeniería | 64 |
| 5.1.4.3 Presencia de familiar emprendedor por Estrato..... | 65 |
| 5.1.4.2.1 Presencia de familiar emprendedor en el estrato FACES | 65 |
| 5.1.4.2.2 Presencia de familiar emprendedor en el estrato Facultad de Ingeniería | 66 |
| 5.1.4.3 Creación de empresa por estrato..... | 66 |
| 5.1.4.3.1 Creación de empresa en el estrato FACES | 66 |
| 5.1.4.3.2 Creación de empresa en el estrato Facultad de Ingeniería | 67 |
| 5.2 ESTADÍSTICOS DESCRIPTIVOS DE LA VARIABLE PAUTAS DE COMPORTAMIENTO EMPREDEDOR POR DIMENSIONES..... | 68 |
| 5.2.1 Búsqueda de Oportunidad e iniciativa..... | 68 |
| 5.2.2 Correr riesgos calculados..... | 70 |
| 5.2.3 Exigir eficiencia y calidad | 71 |
| 5.2.4 Persistencia | 72 |
| 5.2.5 Cumplimiento | 73 |
| 5.2.5 Búsqueda de información | 74 |
| 5.2.7 Fijar metas | 75 |
| 5.2.8 Planificación sistemática y seguimiento | 76 |
| 5.2.9 Persuasión y redes de apoyo | 77 |
| 5.2.10 Autoconfianza e independencia | 78 |
| 5.3 ANÁLISIS DE LA DIFERENCIA DE MEDIAS DE LA VARIABLE PAUTAS DE COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR ENTRE LOS ESTRATOS. | 79 |
| CAPITULO VII: DISCUSIÓN DE RESULTADOS | 80 |
| CAPITULO VII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES..... | 87 |

| | |
|--|----|
| 7.1 CONCLUSIONES | 87 |
| 7.2 RECOMENDACIONES | 90 |
| REFERENCIAS BIBLIGRÁFICAS Y ELECTRÓNICAS | 92 |
| ANEXOS | 97 |

INDICE DE TABLAS

| | |
|---|----|
| Tabla 1: Distribución por Estrato | 41 |
| Tabla 2: Tamaño de la muestra por estrato..... | 41 |
| Tabla 3: Mortalidad de la muestra..... | 42 |
| Tabla 4: Operacionalización de la variable | 46 |
| Tabla 5: Continuación de la operacionalización de la variable | 47 |
| Tabla 6: Escala de medición y equivalencia para la interpretación de resultados..... | 49 |
| Tabla 7: Codificación de los datos | 52 |
| Continuación tabla 7: Codificación de los datos | 53 |
| Tabla 8: Evaluación de las declaraciones | 54 |
| Tabla 9: Factor de Corrección | 55 |
| Tabla 10: Medidas de tendencia central | 56 |
| Tabla 11: Distribución por facultad..... | 58 |
| Tabla 12: Distribución por género..... | 58 |
| Tabla 13: Distribución por Género de cada estrato | 59 |
| Tabla 14: Distribución por edad | 60 |
| Tabla 15: Distribución de edades por estrato | 60 |
| Tabla 16: Nivel educativo del padre en el estrato FACES | 62 |
| Tabla 17: Nivel Educativo de la madre en el estrato FACES | 63 |
| Tabla 18: Nivel Educativo del padre en el estrato Facultad de Ingeniería | 64 |
| Tabla 19: Nivel Educativo de la madre en el estrato Facultad de Ingeniería | 64 |
| Tabla 20: Respuestas familiar emprendedor/FACES..... | 65 |
| Tabla 21: Respuestas familiar emprendedor/Facultad de Ingeniería | 66 |
| Tabla 22: Respuestas creación de empresa/FACES..... | 66 |
| Tabla 23: Respuestas creación de empresa/Facultad de Ingeniería..... | 67 |
| Tabla 24: Escala de medición y equivalencia para la interpretación de resultados..... | 68 |
| Tabla 25: Estadísticos descriptivos de la dimensión búsqueda de oportunidad e iniciativa 68 | |
| Tabla 26: Estadísticos descriptivos de la dimensión correr riesgos calculados | 70 |
| Tabla 27: Estadísticos descriptivos de la dimensión exigir eficiencia y calidad..... | 71 |
| Tabla 28: Estadísticos descriptivos de la dimensión persistencia | 72 |
| Tabla 29: Estadísticos descriptivos de la dimensión cumplimiento | 73 |

| | |
|--|----|
| Tabla 30: Estadísticos descriptivos de la dimensión búsqueda de información..... | 74 |
| Tabla 31: Estadísticos descriptivos de la dimensión fijar metas | 75 |
| Tabla 32: Estadísticos descriptivos de la dimensión planificación y seguimiento..... | 76 |
| Tabla 33: Estadísticos descriptivos de la dimensión Persuasión y Redes de Apoyo | 77 |
| Tabla 34: Estadísticos descriptivos de la dimensión autoconfianza e independencia..... | 78 |
| Tabla 35: “t” de Student para las dimensiones de la variable | 79 |
| Tabla 36: Media de pautas de comportamiento emprendedor para FACES | 84 |

INDICE DE GRÁFICOS

| | |
|---|----|
| Gráfico 1: Distribución Facultad por género | 59 |
| Gráfico 2: Distribución por edad para cada estrato | 61 |
| Gráfico 3: Distribución por nivel educativo del padre | 62 |
| Gráfico 4: Distribución por Nivel Educativo de la Madre en el estrato FACES | 63 |
| Gráfico 5: Distribución por Nivel Educativo del Padre en el estrato Facultad de Ingeniería | 64 |
| Gráfico 6: Distribución por Nivel Educativo de la Madre en el estrato Facultad de Ingeniería | 65 |
| Gráfico 7: Respuestas familiar emprendedor/FACES | 65 |
| Gráfico 8: Respuestas familiar emprendedor/Facultad de Ingeniería | 66 |
| Gráfico 9: Respuestas creación de empresa/FACES | 67 |
| Gráfico 10: Respuestas Creación de Empresa/Facultad de Ingeniería | 67 |
| Gráfico 11: Medias de la dimensión búsqueda de oportunidad..... | 69 |
| Gráfico 12: Medias de la dimensión correr riesgos calculados | 70 |
| Gráfico 13: Medias de la dimensión exigir eficiencia y calidad | 71 |
| Gráfico 14: Medias de la dimensión persistencia..... | 72 |
| Gráfico 15: Medias de la dimensión cumplimiento..... | 73 |
| Gráfico 16: Medias de la dimensión búsqueda de información | 74 |
| Gráfico 17: Medias de la dimensión Fijar Metas | 75 |
| Gráfico 18: Medias de la dimensión planificación sistemática y seguimiento..... | 76 |
| Gráfico 19 Medias de la dimensión persuasión y redes de apoyo..... | 77 |
| Gráfico 20: Medias de la dimensión autoconfianza e independencia | 78 |
| Gráfico 22: Media de pautas de comportamiento emprendedor para la Facultad de Ingeniería | 85 |

INDICE DE FIGURAS

| | |
|--|----|
| Figura 1. Características personales del emprendedor. | 29 |
| Figura 2: Índice de actividad emprendedora. | 32 |
| Figura 3. Cadena de valor de la industria de la iniciativa empresarial. | 36 |

INTRODUCCIÓN

Una de las creencias que se tiene en la actualidad en torno a los egresados universitarios, es el hecho de que una vez finalizada su preparación, estos saldrán al mercado laboral donde hay una constante demanda de profesionales de diversas carreras. También se sabe que el nivel de desempleo que vive el venezolano debe ser atacado, y una de las medidas que no sólo contribuye a la disminución del desempleo sino que fomenta el desarrollo económico y social de la nación es la creación de empresas. En este sentido surge la inquietud de cómo lograr que los jóvenes que egresan de las universidades venezolanas no lo hagan con el objetivo de emplearse en una empresa ya existente sino que lo hagan con el objetivo de formar parte de una misión de desarrollo, con una iniciativa emprendedora. En el siguiente estudio se pretende describir la posible presencia de **Pautas de Comportamiento Emprendedor** en estudiantes del último año de su carrera universitaria, y de esta manera poder ofrecer datos para conocer la tendencia de los individuos hacia el autoempleo o hacia el empleo en empresas ya existentes. Asimismo este estudio servirá también de fundamento para futuros programas formativos en el área del emprendedorismo.

El primer capítulo: Planteamiento del Problema, consta de una parte inicial: la formulación del problema de investigación, donde se exponen algunos estudios y las diferentes acepciones sobre el emprendedorismo, su importancia y las pautas de comportamiento que identifican a los emprendedores, al igual que la importancia de las universidades en la formación de estas personas. Finalmente, es en base a esta información que surge la pregunta de investigación, y partiendo de la misma, se definen y presentan el objetivo general y los objetivos específicos a ser alcanzados en el presente trabajo (Capítulo II).

Luego, en el marco teórico (Capítulo III) se exponen las diversas teorías que sirven de respaldo tanto para ampliar los conocimientos sobre el tema, como para sustentar los resultados obtenidos y las respectivas conclusiones que se ofrecen.

Posteriormente en el Capítulo IV se presenta el Marco Metodológico. En el se encuentra especificado por una parte el tipo de estudio, el diseño de investigación, la unidad de análisis, la población, el tipo de muestreo, el cálculo de la muestra y por otra parte, se presentan las definiciones tanto de los datos sociodemográficos como la variable sujeta a análisis, de los cuales se recogió información. También se puede apreciar en este capítulo la operacionalización de la variable para su mejor comprensión. Por último se describe el procedimiento realizado para la constitución, aplicación del instrumento y el procesamiento de los datos, que se realiza a través de los estadísticos pre-seleccionados para tal fin.

El análisis de resultados, Capítulo V del presente trabajo, refleja los distintos cálculos estadísticos (media aritmética, mediana, moda, desviación estándar, t de Student) aplicados a la data obtenida. De esta misma forma se encuentra la representación gráfica de estos resultados para lograr así una mejor comprensión de los mismos.

Luego, en el capítulo VI se realiza la discusión de los resultados, es decir, se explica y se interpreta la información obtenida del análisis realizado en el capítulo anterior. Asimismo se exponen los resultados de acuerdo al orden de prioridad que arrojaron las **Pautas de Comportamiento emprendedor** los estudiantes que participaron en el estudio.

Por último se encuentra el Capítulo VII en el cual se encuentran las conclusiones obtenidas luego de realizar la investigación. El estudio finaliza con recomendaciones producto de la experiencia obtenida en la realización del presente trabajo, con el fin brindar aportes a estudiantes que en un futuro se interesen en realizar estudios sobre emprendedorismo.

CAPÍTULO I FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Actualmente los universitarios deben enfrentarse una vez que culminan sus estudios a un reducido mercado laboral, por ello, las posibles salidas profesionales que se presentan a esta situación son: ser empleado en una organización o convertirse en autoempleado. Ser empleado implica prestar servicios a una organización con el fin de obtener una remuneración para subsistir y para su desarrollo de carrera (Enciclopedia Británica, 1992), mientras que ser autoempleado, tal y como lo explica Schein (1994) implica tomar la decisión de ser independiente y desarrollar una empresa propia.

Para entender claramente el concepto de autoempleado, un programa que lleva por nombre IDEAS y que se ejecuta desde 1992 en La Universidad Politécnica de Valencia (España), se ha dedicado a apoyar desde la universidad los proyectos de emprendedores que tienen una idea de negocio que quieren poner en práctica. Dicho programa establece que hay muchas razones por las que una persona puede decidir escoger el autoempleo como salida profesional, algunas de estas son: "... búsqueda de libertad para actuar en el trabajo, reto personal, sacar adelante un proyecto o un sueño, trabajar para uno mismo, o como alternativa al desempleo" (Programa IDEAS/ICDE – UPV, 2002).

Dentro del grupo de los autoempleados tal y como lo plantea Shein (1994) es posible identificar a los llamados emprendedores, quienes en los últimos años han representado un papel trascendental para la sociedad.

En vista de esto, se han realizado estudios en distintas sociedades a nivel mundial referente al tema de emprendedores, entre ellos el realizado Garzón (2004) en apoyo al Programa IDEAS, que plantea entre otros objetivos comprobar si se cumplían o no las pautas de comportamiento basadas en un estudio de David McClelland, con la intención de diseñar un plan formativo para trabajar sobre las carencias que se percibieron.

Para efectos de dicha investigación Garzón define al emprendedor como “...un experto en la ejecución de la actividad que lleva cabo ya sea porque se ha formado en esa materia o porque ha desarrollado esa actividad con anterioridad...” (2004, p.435).

En este sentido, se hace importante puntualizar todos aquellos aspectos que hacen la diferencia entre una persona emprendedora y aquella que no lo es. Ante esto, Formichella, en el año 2004 lleva a cabo un trabajo en Buenos Aires, Argentina, cuyo objetivo fue examinar algunos aportes teóricos sobre emprendimiento y así profundizar en el concepto, rescatar las características que tiene un emprendedor y examinar la importancia del mismo. Respecto al espíritu emprendedor, Formichella dice que “...el emprendedor posee un espíritu especial” (2004, s/p), y ese espíritu al que hace alusión es el llamado:

(...) “espíritu emprendedor” que no se adquiere a partir del ejemplo de otros sino que es una cualidad innata, sin embargo, la mayoría no cree que el talento sea un rasgo genético. En general, tampoco se considera que esa energía por emprender esté relacionada con experiencias vividas, sino que puede cultivarse con un entorno familiar adecuado, que ofrezca educación o formación cognitiva y del comportamiento. (El Espíritu Emprendedor- Las Señales Esenciales, 2004).

Quien posee espíritu emprendedor, bien sea de forma congénita o porque fue formado para tenerlo, es capaz de percibir debilidades, identificarlas como una oportunidad, explorarlas y explotarlas hasta convertirlas en fortalezas. No todas las personas tienen esas cualidades, por eso quienes gozan de ellas son llamadas emprendedoras.

Los emprendedores según Gómez, Galiana & López (2004) poseen una serie de características que les hacen ser diferentes, y particulares, y entre ellas están: iniciativa, autoconfianza, creatividad, capacidad negociadora, realismo, asumir riesgo, persistencia,

energía y motivación, aceptación de críticas, liderazgo, visión a largo plazo y habilidad de comunicación. Quizás una de las características que hace el verdadero contraste con el resto de las personas es la innovación o creatividad, es decir, los emprendedores en su esfuerzo por innovar “...forman parte de una de las mejores estrategias para hacer progresar una sociedad, por lo que se puede decir que los emprendedores mediante la innovación, transforman el conocimiento y lo convierten en un proceso, un producto o un servicio que incorpora nuevas ventajas para el mercado o para la sociedad” (Formichella,2004,s/p).

Algunas de las características y aspectos particulares que se han mencionado son las que dan relevancia a los llamados emprendedores y sobre las cuales se inspiran numerosos estudios a nivel mundial.

La mayoría de los estudios citados y consultados, coinciden en el punto que para un país es necesaria la existencia de las características y cualidades emprendedoras, pues éstas sin lugar a dudas contribuirán al desarrollo económico, y a aumentar las capacidades y oportunidades de los individuos. Siguiendo esta misma línea Garzón, en su proyecto de investigación establece como objetivo detectar ciertas cualidades y capacidades que se repetían en mayor o menor medida en los emprendedores que tal y como plantea McClelland (Citado por Garzón), “...independientemente de la actividad a la que se dedicasen, del lugar del mundo en el que se encontrasen, su nivel socioeconómico, religión, cultura, sexo o raza...” (Garzón, 2004, p.435).

Las cualidades y capacidades que investiga Garzón conforman las llamadas **pautas de comportamiento emprendedor**; establecidas en base al estudio realizado en los años 60 por David McClelland profesor de la Universidad de Harvard, las cuales él define como “... una serie de características personales clave que separan a las personas triunfadoras de las que no consiguen alcanzar el éxito” (Garzón, 2004, p.435).

De esta investigación McClelland obtuvo la presencia de treinta (30) comportamientos comunes en los emprendedores, que son clave para alcanzar éxito, dichos comportamientos los clasificó en diez (10) **pautas de comportamiento emprendedor**, que conformaron las variables de estudio de Garzón.

Dichas **pautas de comportamiento emprendedor** son:

- Búsqueda de oportunidades iniciativa
- Correr riesgos calculados
- Exigir eficiencia y calidad
- Persistencia
- Cumplimiento
- Búsqueda de información
- Fijar metas
- Planificación sistemática y seguimiento
- Persuasión y redes de apoyo
- Autoconfianza e independencia

Finalmente, las pautas establecidas y sus correspondientes comportamientos son agrupadas en tres grandes grupos: las pautas del logro, las pautas del poder y las pautas de planificación.

La conclusión más importante obtenida del estudio es que la cultura emprendedora puede y debe ser promovida mediante diferentes mecanismos, como por ejemplo, ofertas de financiamiento, ensanchar las fronteras de oportunidades, desarrollo de negocios emprendedores y uno de los más relevantes es el papel de las universidades, las cuales en general, según Rusque (2004) en América Latina comienzan a mostrarse más preocupadas frente a la necesidad de estimular la capacidad emprendedora entre los estudiantes, sobre todo en la perspectiva de crear empresas con fines lucrativos, siendo esta la manera más evidente de contribuir con los propios egresados universitarios, que a diferencia de la generación anterior difícilmente encontrarán trabajo fijo en grandes organizaciones y deberán más bien optar por crear empleos para ellos y para otras personas.

A pesar de que se conocen las dificultades a las que debe enfrentarse un recién egresado, las universidades, en su mayoría siguen orientadas a la producción de empleados. Dicha afirmación coincide con la opinión dada por uno de los entrevistados en un proyecto realizado por la Corporación Andina de Fomento y Venezuela Competitiva quien opina que:

(...) la formación universitaria se ha orientado tradicionalmente hacia el profesional como empleado. Muchos de los estudiantes poseen capacidades propias de los emprendedores, sin estar conscientes de ello. Tenemos que detectar estas capacidades y estimular a aquellos que las posean para que en un futuro puedan desarrollarlas como empresarios de éxito.” (Bilbao & Pachano, 2002, p.18).

Complementando la idea anterior, y en opinión de Luiz & Méndez (2003) las universidades deben centrarse en su misión, o sea, definirse y posicionarse estratégicamente en el mercado de la educación, esto lo intenta hacer la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB) en su esfuerzo por acelerar el proceso de desarrollo nacional, creando conciencia de su problemática y promoviendo la voluntad de mejoramiento continuo (Universidad Católica Andrés Bello, 2005), con la intención de formar titulados, capaces de responder a las vicisitudes a las que deban enfrentarse.

Como estudiantes de Relaciones Industriales de la UCAB y debido a la importancia que tiene la presencia del espíritu emprendedor, surge la inquietud de llevar a cabo un estudio similar al realizado por Garzón con la intención de conocer en qué medida se presentan las **pautas de comportamiento emprendedor** en los estudiantes de los últimos cursos de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales y de la Facultad de Ingeniería.

La inquietud de llevar a cabo el estudio entre los estudiantes de quinto año o décimo semestre de las facultades mencionadas, surge en primera instancia por que es en 60

estos niveles cuando “...los estudiantes tienen mayor conocimiento y preocupación por su futuro profesional y laboral...” (Cano, García y Gea, 2004, p. 147), en segundo lugar porque ambas facultades representan una parte importante de la población de la UCAB.

Tomando como base lo expuesto anteriormente, es decir, lo que se entiende por emprendedor, su importancia, y las pautas de comportamiento que los identifican, al igual que la influencia de las universidades en su formación, surge la siguiente interrogante:

¿Cuáles son las **pautas de comportamiento emprendedor** presentes en los estudiantes de los quintos años de las Facultades de Ciencias Económicas y Sociales y de Ingeniería, UCAB, en el período 2006-2007, según el estudio de M^a Dolores Garzón?

CAPITULO II OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL:

Describir las “**pautas de comportamiento emprendedor**” presentes en los estudiantes de los quintos años de las Facultades de Ciencias Económicas y Sociales y la de Ingeniería, UCAB, en el período 2006-2007, según el estudio de M^a Dolores Garzón.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Describir **búsqueda de oportunidades e iniciativa** en la muestra de estudiantes seleccionada.
- Describir **correr riesgos calculados** en la muestra de estudiantes seleccionada.
- Describir **exigir eficiencia y calidad** en la muestra de estudiantes seleccionada.
- Describir **persistencia** en la muestra de estudiantes seleccionada.
- Describir **cumplimiento** en la muestra de estudiantes seleccionada.
- Describir **búsqueda de información** en la muestra de estudiantes seleccionada.
- Describir **fijar metas** en la muestra de estudiantes seleccionada.
- Describir **planificación sistemática y seguimiento** en la muestra de estudiantes seleccionada.
- Describir **persuasión y redes de apoyo** en la muestra de estudiantes seleccionada.
- Describir **autoconfianza e independencia** en la muestra de estudiantes seleccionada.
- Indicar diferencias y semejanzas de las “**pautas de comportamiento emprendedor**” entre la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales y la Facultad de Ingeniería.

CAPÍTULO III MARCO TEÓRICO

El siguiente marco teórico, estará estructurado de modo tal, de poder tener clara la diferencia y explicación de las distintas acepciones y fundamentos teóricos que dan cuerpo al presente trabajo. Se iniciará presentado algunas nociones del autoempleado para luego explicar el concepto de emprendedor e incluso la evolución del término. Seguidamente se presentará el estudio realizado por McClelland en los años 60, así como otros trabajos que añaden valor al primero. Seguidamente se presentará un estudio realizado por María Dolores Garzón llamado **pautas de comportamiento emprendedor** como base para el diseño de planes formativos para emprendedores, que es pilar fundamental de este trabajo. Finalmente, se presentarán aquellos estudios como el realizado por el centro de emprendedores IESA denominado EL Emprendedor Venezolano, el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), al igual que el trabajo de grado realizado por Machado y Sastre sobre potencial emprendedor realizado en el 2001 en la UCAB, que sustentan teóricamente el presente trabajo de grado.

A la hora de integrarse al mercado de trabajo, el individuo elige entre hacerlo por cuenta ajena o por cuenta propia. Las diferencias entre ambos tipos de trabajo no son únicamente monetarias, sino que hay otras características que pueden inclinar a los trabajadores a optar por uno u otro tipo de actividad. En los últimos años se está prestando una atención creciente al fenómeno del autoempleo, que ha venido en aumento y que, frecuentemente sirve como forma de abandonar el desempleo.

Los autoempleados según Damm (2003) forman parte de un universo amplio, y abarca desde los grandes empresarios quienes crean su empleo y emplean a los demás, hasta llegar a quienes integran la economía paralela o informal.

Las razones por las cuales se decide el autoempleo como salida profesional, son muy variadas. El desempleo, no es siempre la razón más motivadora, esto dependerá del

país y de las condiciones en las que se encuentre la persona que decida tomar el camino del autoempleo. Algunas de estas razones establecidas por el Programa IDEAS¹ ejecutado en la Universidad Politécnica de Valencia, España son:

- **Búsqueda de libertad para actuar en el trabajo.** Muchas personas se sienten atrapadas en su trabajo porque encuentran barreras y no pueden actuar con total libertad (siempre han de seguir las pautas impuestas por un jefe o superior).
- **Reto personal.** El sacar adelante una idea de negocio por uno mismo constituye, sin lugar a dudas, uno de los retos personales más importantes que cualquier persona puede encontrar a lo largo de su vida.
- **Sacar adelante un proyecto, un sueño.** Poder alcanzar un sueño y sacar adelante un proyecto empresarial es motivo más que suficiente para optar por el autoempleo, ya que en muchas ocasiones es el único modo de conseguir hacer aquello que realmente te gusta.
- **Trabajar para uno mismo.** Poder hacer lo que te gusta y hacerlo por y para ti mismo/a es uno de los motivos más habituales del autoempleo.
- **Alternativa al desempleo.** Es una salida profesional que me permite dar una solución al desempleo.

Para complementar las ideas del autoempleo, Letón (1996) en la investigación que lleva a cabo entiende por autoempleo toda actividad laboral generada por el propio sujeto que la ejerce de forma directa; esto es, por aquellas personas que trabajan en unidades económicas de su propiedad, que las dirigen y que obtienen ingresos de las mismas.

Para efectos del presente trabajo, la definición de autoempleado dada por Schein (1994) resulta más completa, pues plantea que los autoempleados son personas que toman la decisión de ser independientes, ya que prefieren desarrollar una empresa propia, además dice que dentro del grupo de los autoempleados es posible identificar a los llamados emprendedores.

¹ Programa IDEAS. Encargado de apoyar de la universidad los proyectos emprendedores que tienen la idea de negocio y quieren poner en práctica (Programa IDEAS/ICDE – UPV,2002)

El concepto de autoempleo planteado, lleva a analizar al **emprendedor**. El término (Hisrich, D. Peters, M. & Sheperd, D., 2005) es de origen francés (entrepreneur) y le fue atribuido a un irlandés del siglo XVIII; Richard Cantillón, un destacado economista y escritor del siglo XVII. Él desarrolló una de las primeras teorías sobre empresario y es considerado como el autor que acuñó el término. Cantillón consideraba que el empresario era un persona que asumía riesgos, observando que los comerciantes, los granjeros, los artesanos, y otros propietarios, “compran a un precio cierto y venden a un precio incierto, operando por tanto con riesgo”, en otras palabras, corriendo un riesgo no asegurado.

A finales del siglo XIX y principios del XX, plantean Hisrich, et al., (2005) que a los emprendedores o empresarios no los solían diferenciar de los gestores y eran considerados desde una perspectiva económica: el emprendedor era quien organizaba y gestionaba una empresa para tener beneficio personal. Ya entrado el siglo XX se agrega a la definición de emprendedor el concepto de innovación, pues se tenía la creencia que no sólo hace falta la habilidad para crear y conceptuar, sino que también hace falta capacidad para comprender todas las fuerzas que actúan en el entorno

Con el pasar de los años el término siguió evolucionando y adoptando diversos significados, hasta que “...en 1985 Gifford Pinchot, lo populariza en su libro “Intrapreneuring”. Según este autor, los emprendedores son personas que sueñan y logran hacer realidad lo que imaginan. Son aquellos que pueden tomar una idea y hacerse responsables de innovar y de obtener resultados.” (Formichella, 2004, s/p). A pesar de que el término fue popularizado, ninguna definición de emprendedor resulta ser suficientemente precisa ni prescriptiva para quienes deseen explorar o explotar su potencial emprendedor, pues ha habido variadas acepciones al término, evidentemente todas guardan cierta relación, pero ninguna es igual a otra.

En un congreso internacional llamado Educación Emprendedora (2005), se comentó que el hecho de que cada vez más vayan apareciendo ensayos, libros, investigaciones y teorías que llevan al emprendedor como título central y ya no sólo como mención dentro del cuerpo de los mismos, hace necesaria la conformación de una disciplina, que en este caso es el **emprendedorismo**, mejor conocida como entrepreneurship (término en inglés) o también como espíritu emprendedor, y que progresivamente va cobrando autonomía a partir de las disciplinas madres de las que proviene; básicamente administración y ciencias humanas en general.

Como se ha venido comentando, entrar en el campo del conocimiento del emprendedorismo implica estar en un campo donde aún, los académicos vinculados teóricamente a este tema, no tienen una claridad de las categorías y conceptos utilizados de manera que, cuando sean utilizados, se refieran a elementos de validez común. "... todavía no se ha llegado al punto de lograr un consenso, entre investigaciones, sobre una definición consistente de la base conceptual de esta disciplina."(Rusque, 2004, p.358), incluso la traducción del término choca a aquellos que no se encuentran inmersos en el ámbito del emprendedorismo.

El emprendedorismo tiene que ver con el "crear e innovar", siempre complementando las esferas del diseño y las esferas de reflexión con las de acción y constancia. Para lograr esto que comúnmente se denomina "proceso emprendedor", que va desde la idea original hasta la consolidación del proyecto y para el disfrute de sus logros se requiere de una serie de modelos y herramientas, a fin de operar el proceso y ajustarlo de manera continua. Esas herramientas y modelos conforman las llamadas técnicas de intervención, es decir, un conocimiento aplicado a una serie de problemáticas y que, con los resultados permanentes que genera el uso de las mismas, se vaya alimentando y perfeccionando (Educación Emprendedora, 2005).

Dado que este trabajo se ejecutó en Venezuela, resultó relevante conocer algunas percepciones de autores venezolanos en cuanto a los emprendedores.

Rafael Alfonzo (1999) dice que:

El emprendedor es un individuo que es capaz de acometer un proyecto rechazado por la mayoría, sabe interpretar las características reales del entorno a pesar de que no son aparentes a su competencia. Es capaz de luchar ante cualquier inconveniente que se le presente a su estrategia y no le teme al fracaso, además es capaz de crear un grupo que le de la estructura requerida. (Alfonzo, 1999)

Para delimitar, aún más el concepto, dice que:

(...) una de las grandes ventajas que tienen los nuevos emprendedores es que son soñadores y, por lo general, no están contaminados con la totalidad de los riesgos. Son más agresivos que sus competidores al establecer una estrategia clara y poseer objetivos definidos (...) (Alfonzo, 1999).

Por otra parte, Márquez (2000) dice que un emprendedor auténtico no está primariamente comprometido con la competencia, aunque sea el libre mercado el que haga posible su actividad. Su compromiso no está en la lucha contra la competencia, sino en la actividad gratificante de desarrollar nuevas empresas, su verdadero competidor será siempre el viejo estilo que cambia.

Finalmente, un concepto que no puede dejarse de lado es el del profesor Roberto Vainrub quien específicamente en Venezuela, se podría afirmar, ha sido uno de los principales promotores en materia de emprendedorismo, el dice que algunos de los atributos que debe poseer un emprendedor son, "...atrevido, soñador, trabajador, líder, vendedor de ideas, detallista, independiente, testarudo, orientado a obtener resultados, activo, decisivo, curioso, conocedor de sus limitaciones, generoso, capacitado para adaptarse al cambio..." (Vainrub, 2004, p.26).

Los atributos mencionados no son únicos, pues cada autor da a los emprendedores atributos y características distintas, por ejemplo John Kao (Citado por Alacarez, 2006), dice que el emprendedor es una persona con características muy particulares, entre ellas:

- Compromiso total, determinación y perseverancia.
- Capacidad para alcanzar metas.
- Orientación a las metas y oportunidades
- Iniciativa y responsabilidad
- Persistencia en la solución de problemas
- Realismo
- Autoconfianza

- Altos niveles de energía
- Búsqueda de retroalimentación
- Control interno alto
- Toma de riesgos calculados
- Baja necesidad de estatus y poder
- Integridad y confiabilidad
- Tolerancia al cambio

Si estas características se comparan con otras definiciones de emprendedorismo, resulta evidente tal y como lo plantean Hisrich et al. (2005) que el término significa distintas cosas para distintas personas, y puede ser considerado desde distintas perspectivas conceptuales. Sin embargo, y a pesar de las diferencias, existen ciertas características comunes: asumir riesgos, creatividad independencia y recompensas. Siendo estos puntos comunes la fuerza motriz del concepto en el futuro.

Una vez definido el término emprendedor, se dará dar a conocer aquellos estudios que directa o indirectamente intentan contribuir al desarrollo y fortalecimiento de la disciplina y que, particularmente en este caso, han influido para el planteamiento del presente trabajo.

David McClelland, profesor y psicólogo de la Universidad de Harvard (E.U.A), basándose en discusiones dadas por distintos autores acerca de los emprendedores, las diferentes características que debe tener una persona para serlo, así como la influencia de factores culturales, económicos, sociales y psicológicos; lo llevo a desarrollar desde 1962, una serie de investigaciones, que posteriormente se convirtieron en teoría para diferentes trabajos de investigación que pudiesen realizarse en el ámbito del emprendedorismo.

McClelland (Citado por Garzón), antes de llevar a cabo su proyecto de investigación en los años 60 planteó que "...podía haber ciertas cualidades o capacidades que compartieran los emprendedores de éxito, y sería interesante detectarlas"(2004). Una vez realizada la investigación McClelland obtuvo que:

(...) independientemente de la actividad a la que se dedicasen, del lugar del mundo en el que se encontrasen, de su nivel socio-económico, religión, cultura, sexo o raza; en todos ellos se repetían, en mayor o menor medida, una serie de pautas de comportamiento emprendedor, es decir, una serie de características personales clave que separan a las personas triunfadoras de las que no consiguen alcanzar el éxito con facilidad. (Garzón, 2004, p. 435).

Observando todas estas características personales y comparándolas con las de un empresario de éxito, McClelland llegó a determinar que los patrones son similares y de aquí es donde deriva la hipótesis que "... los hombres de negocios, los verdaderos empresarios, promotores innovadores son, universalmente personas más motivadas al logro que cualquier otro profesional ..." (McClelland, 1989, s/p), de hecho él define a los emprendedores como "el hombre que organiza la unidad comercial y/o aumenta su capacidad productiva y la carencia casi total de "emprendedores" "(Programa Internacional-Empretec,2007), o se pudiera complementar diciendo que, son empresarios independientes que inicien y organicen nuevas actividades productivas. Si este tipo de personas se hicieran presentes en las sociedades, y efectivamente lograran la idea que se han planteado, tendrían efecto directo sobre el lento y bajo desarrollo de las economías, es decir, llevaría al surgimiento o evolución de las mismas.

La constitución de una idea empresarial, que se quiera desarrollar, depende de capacidades y competencias profesionales y personales de las personas que impulsan esta idea. Expuesto de otro modo, las personas tienen un conjunto de conocimientos y habilidades que han desarrollado hasta convertirlas en hábitos, es decir, un conjunto de comportamientos que desde el ámbito teórico se han venido a denominar características de comportamiento, que David McClelland agrupa en conjuntos de pautas (Club de Emprendedores, s/f).

Este conjunto de pautas del cual se hace mención, fue establecido por McClelland, en la investigación que hizo a los emprendedores exitosos. En ésta determinó la presencia de treinta (30) comportamientos que son comunes a los emprendedores, y los agrupó en

diez **pautas de comportamiento emprendedor**. Decisivas a la hora de iniciar una aventura empresarial así lo planteó Garzón (2004). Dichas pautas y sus correspondientes comportamientos, están clasificadas en tres grandes grupos: pautas de logro, pautas de poder y pautas de planificación.

Conjunto de pautas de logro

- **Búsqueda de oportunidades e iniciativa:** implica actuar proactivamente antes de ser obligado por las circunstancias, en consecuencia busca extender sus servicios a otras áreas y productos, así como también aprovechar oportunidades poco usuales para obtener financiamiento, equipo, terreno, lugar de trabajo o asistencia.
- **Correr riesgos calculados:** alude al cálculo deliberado de riesgos y evaluación de alternativas, reduciendo los riesgos y controlando resultados, además de la atracción de retos o situaciones de riesgo moderado.
- **Exigir eficiencia y calidad:** se refiere a hacer mejor, rápido y barato lo que sea se vaya a realizar, sin dejar de lado las normas y requisitos para finalizar adecuadamente el procedimiento.
- **Persistencia:** se trata de tomar acciones frente a grandes desafíos, y ante retos y obstáculos hacer todo lo necesario para superarlos. Del mismo modo consiste en la consecución de metas y objetivos.
- **Cumplimiento:** Se recurre a sacrificios personales o esfuerzos extraordinarios para la ejecución de un trabajo, es capaz de colocarse en el lugar de otros para culminar alguna tarea, así como preocuparse por la satisfacción del cliente y la buena voluntad a largo plazo y no la ganancia a corto plazo.

Conjunto de pautas de planificación

- **Búsqueda de información:** informarse sobre clientes, proveedores y competencia, investigar con expertos técnicos y comerciales acerca de la fabricación y mejor oferta de servicios.
- **Fijar metas:** implica el establecimiento de objetivos que tienen significado

personal y además implican reto. Se tiene una visión clara y específica de lo que se quiere a largo plazo, también se trata de fijar objetivos a futuro inmediato.

- **Planificación sistemática y seguimiento:** hace referencia a la planificación de tareas grandes en sub-tareas con plazos de finalización. Al seguimiento que debe hacerse a los planes elaborados para revisar resultados y valorar las nuevas condiciones.

Conjunto de pautas de poder

- **Persuasión y redes de apoyo:** utilizar deliberadamente algunas estrategias para influenciar y persuadir a otros, así como para la consecución de objetivos, desarrollando o manteniendo una red de contactos o negocios.
- **Autoconfianza e independencia:** búsqueda de autonomía en cuanto a control, reglas, normas y personas, creer en el objetivo planteado y en sí mismo a pesar de encontrar barreras.

Luego de la agrupación por conjunto de pautas, McClelland establece en base a su experiencia que “las pautas se pueden analizar aisladamente (una a una) o estudiarse las interrelaciones entre ellas” (Garzón, 2004, p.435). Así como también establece una serie de relaciones teóricas que deberían estar presentes en los emprendedores, a saber:

- **Fijar metas**, debe tener la puntuación más alta en comparación con las demás pautas, y en especial debe estar por encima de **persistencia**.
- **Persistencia** debe tener una puntuación similar a **búsqueda de oportunidades e iniciativa**.
- **Correr riesgos calculados** está relacionada con las pautas **autoconfianza e independencia** y búsqueda de información.
- **Autoconfianza e independencia** debe tener una puntuación similar al **cumplimiento**.

Otro aspecto teórico importante para el presente estudio, que toma en cuenta McClelland (1971) (Citado por Alcaraz, 2006, p.5) cuando analiza a los emprendedores, es que los mismos son personas que poseen necesidades psicológicas básicas; las cuales,

son tres: necesidad de logro, necesidad de afiliación y necesidad de poder. Para estas personas la primera es la más importante pues determinará sus actitudes y actuaciones.

Sobre estas tres necesidades McClelland, realizó un estudio y determinó que los motivos humanos se podían clasificar en tres categorías: la necesidad de afiliación, la necesidad de poder y la necesidad de logro, que al ser conceptualizadas, conforman la **Teoría de Motivación** (Feldman, 2001, p.366-369). McClelland afirmó que la mayoría de las personas poseen este tipo de motivos en su mente, pero con distinto grado de interés. Así, una misma persona puede presentar una marcada necesidad de afiliación, baja de logro y moderada de poder (Palma,s/f).

Lo que McClelland denomina necesidades de afiliación, logro y poder, se ha dicho que "... pueden nacer como el reflejo de las relaciones materiales que otorgan un rasgo específico al grupo/clase social que pertenece el individuo" (Teoría de la Asociación Efectiva,s/f).

A continuación, se exponen los modelos de motivos encontrados por David McClelland (Teoría de la Asociación Efectiva,s/f):

- La necesidad de afiliación, se refiere al interés que se tiene por establecer y mantener relaciones con otras personas, es decir, ser sensibles a las relaciones con otros. Es la necesidad requerida para la integración y realización de actividades en grupos.
- La necesidad de poder, es la tendencia a buscar tener impacto, control e influencia sobre los demás, y ser visto como un individuo poderoso, reflejándose entonces en aquellos que tienen más aspiraciones de pertenecer a organizaciones y ejercer cargos de elección.
- La necesidad de logro, es una característica aprendida y estable en la que se obtiene satisfacción cuando se lucha por alcanzar y conservar un nivel de exigencia, hace alusión al afán del individuo por alcanzar objetivos y demostrar su competencia.

Si se observa detalladamente la definición dada sobre necesidad de logro, se puede determinar que, quien está orientado a esta, pudiera ser considerado emprendedor, pues la

definición de la misma coincide con las características y atributos que hasta el momento se han planteado sobre los emprendedores.

McClelland afirmó que, “...las personas con alta necesidad de logro poseen muchas características requeridas para un eficaz espíritu emprendedor y que los emprendedores con éxito o promotores de la pequeña empresa tienen en realidad una necesidad al logro, más alta” (Programa Internacional-Empretec, 2007). De la misma manera, en el **estudio sobre el perfil motivacional que llevó a cabo en Venezuela (Años 1930, 1950, 1970)**, planteó que los emprendedores poseen una clara orientación al logro, pues les atribuyó las siguientes características:

Asumir siempre riesgos moderados y colocarse en situaciones donde pueda tener probabilidades de éxito. No acepta situaciones demasiados fáciles ya que básicamente el reto le estimula; pero tampoco se expone a riesgos excesivos que puedan deteriorar la objetividad de los enfoques (...) (McClelland, 1970,s/p)

La sensación de tiempo en la persona orientada al logro es peculiar. Siente que el tiempo transcurre de manera particularmente rápida y que no dispone por tanto del tiempo necesario para realizar todos sus propósitos (...) (McClelland, 1970,s/p)

El interés de una persona motivada al logro se enfoca en un futuro que se proyecta a mediano y a largo plazo (...) (McClelland, 1970, s/p)

La importancia de que en los países donde exista una alta orientación al logro, es clara “... se desarrollan económicamente más a prisa...” (McClelland, 1989, p. 585). Para conseguir esto es necesario incrementar en las naciones el pensamiento relacionado con el logro, así, evidentemente se estará dando paso a un progreso más rápido, pues existe la

hipótesis que plantea McClelland (Citado por Programa Internacional-Empretec, 2007), que si la gente reconoce la motivación al logro en su vida diaria, ellos pueden practicarla conscientemente, y aprender a aplicarla más eficazmente en cualquier situación de la misma, y en muchos países, eso es lo que se persigue.

McClelland, "...desarrolló un **programa de capacitación de la motivación al logro**, el cual debía llevarse a cabo de la siguiente forma..." (Programa Internacional-Empretec, 2007, p.2):

- A través de juegos, tests y otros recursos, se les da una oportunidad a los participantes para analizar su propio nivel de motivación al logro, y aprender como reconocerlo.
- El propósito es ayudarlos a reconocer el logro consciente, tanto que puedan reproducirlo en sus pensamientos y acciones.
- Los participantes utilizan la comprensión de sus propias características afines, para fijar metas realistas, pero desafiantes para sí mismos.
- Los participantes practican el logro consciente aprendiendo a percibir situaciones de trabajo, problemas y posibilidades, en término de logro. Como resultado, los participantes se concientizan de la relación entre el Logro consciente y la acción emprendedora.
- De los casos estudiados, los emprendedores exitosos permiten a los participantes entender las características de la motivación emprendedora y completar el vínculo conceptual entre el funcionamiento de cualquier actividad y el logro consciente.
- Los participantes hacen un plan a futuro con el objeto de cumplir los objetivos personales, para el logro que ellos han fijado.

Para complementar el programa de capacitación de motivación al logro, en 1982, McClelland "... inició un proyecto que intentaba dar respuestas a importantes preguntas

con respecto a la selección de individuos emprendedores y la capacitación.” (Programa Internacional-Empretec, 2007, p.3).

El proyecto abarcó tres tareas esenciales (Programa Internacional-Empretec, 2007, p.3):

- La investigación para identificar las características fundamentales del emprendedor exitoso, en diversas culturas y circunstancias económicas y la determinación de si estas características eran comunes entre los países. Para aquellas características que se detectaron en común el desarrollo de un perfil de las características del comportamiento Emprendedor.
- Desarrollo y puesta a prueba de los instrumentos de selección (encuestas, exámenes, solicitudes, entrevistas, etc.) basadas en las **pautas de comportamiento emprendedor** que pudieran ser utilizadas para seleccionar a potenciales emprendedores.
- Aplicación de conocimientos que habían sido adquiridos en la capacitación de la motivación de logro y de la investigación actual, para desarrollar y probar propuestas de capacitación del comportamiento, que incrementen algunas o todas las características.

Para lograr estas tareas esenciales, McClelland utilizó un instrumento conocido como la Entrevista de Comportamiento o también llamado cuestionario de autoevaluación de las conductas emprendedoras, para identificar las **pautas de comportamiento emprendedor**. Este instrumento permite el análisis de situaciones de la vida cotidiana, donde se manifestaron importantes características emprendedoras. “Largas transcripciones de experiencias personales descritas por emprendedores de mayor o menor éxito en cada uno de los países pilotos fueron analizadas por expertos para encontrar las características o formas de pensar que distinguen al emprendedor exitoso” (Programa Internacional-Empretec, 2007, p.4). Las **pautas de comportamiento emprendedor** identificadas de esta forma y los conjuntos dentro de los cuales se agruparon fueron los mismos que con anterioridad había establecido en el estudio realizado en los años 60. Estos son:

- Conjunto de pautas de logro

- Conjunto de pautas de planificación.
- Conjunto de pautas de poder.

A raíz de esta investigación McClelland, sostiene que hay una serie de características personales que si se reforzaban, contribuirían a expandir y mejorar la habilidad. En base a experiencias previas, McClelland (Citado por Programa Internacional-Empretec) dice que “...muchas características podían incrementarse utilizando técnicas de capacitación de comportamientos...en variedad de contextos culturales” (2007, p.6). Lo que hace entender que sin importar el lugar del mundo, donde se encuentren las personas, existen en ellas una serie de características, que pueden ser fortalecidas, para contribuir a la formación de emprendedores, así como también al desarrollo y fortalecimiento de la sociedad.

Para lograr desarrollo de estas características, se han diseñado distintos programas de capacitación para emprendedores, como por ejemplo, el **Programa Emprendedor de Naciones Unidas** (EMPRETEC). Surgió del interés de UNCTAD²-ONU en mejorar la calidad de vida de las personas, apoyando el desarrollo empresarial (Fabela, correo electrónico 23 de mayo, 2007).

Las Naciones Unidas identificó que los líderes empresariales responden un patrón de comportamiento común, esto fundamentado en las investigaciones de McClelland en la Universidad de Harvard, que ayudó a desarrollar una metodología propia, que generó herramientas necesarias para identificar el potencial emprendedor, entrenarlos y ayudar a las empresas a lograr expansión. (Fabela, correo electrónico 23 de mayo, 2007).

² UNCTDA: Conferencia de Naciones Unidas para el Comercio y Desarrollo creada en 1964, como órgano principal de la Asamblea General de las Naciones Unidas que trata asuntos de comercio de, inversión y desarrollo; con el objetivo de aumentar al máximo las oportunidades de comercio, inversión y progreso de los países en desarrollo y ayudarles a hacer frente a los retos derivados de la globalización para lograr una integración efectiva.

El reto fundamental que plantea este programa es la formación de emprendedores para contribuir a la actividad económica, al fortalecimiento de mercados y a incrementar el potencial emprendedor. Así como también facultar a las personas de dos aspectos fundamentales: la construcción de oportunidades y la persistencia, notando aquí la clara influencia de McClelland, pues estas dos últimas características forman parte de las **pautas de comportamiento emprendedor** establecidas a nivel teórico por él.

Para afianzar la idea del papel que representan los emprendedores en la sociedad Empretec- Venezuela, plantea lo siguiente:

Está bien demostrado, que, los Emprendedores cumplen funciones vitales en el desarrollo socio-económico. Son reconocidos como los agentes humanos necesarios para agregar valor a los recursos naturales; producir bienes necesarios; generar empleo, administrar los medios, para impulsar las instituciones sociales y orientar sus comunidades. El rol EMPRENDEDOR ha sido descrito sintéticamente como: “Sin EMPRENDEDORES no hay desarrollo” (Programa Internacional- Empretec, 2007, p.1).

Interpretando lo que plantea el Programa Internacional- Empretec, se dice que, si se tomara en serio el rol de los emprendedores en la sociedad, el curso de las economías podría mejorar, pero no puede obviarse el hecho de que la persona deberá enfrentarse a una serie de obstáculos que debe saber manejar para lograr el triunfo.

Otra institución que promueve, la capacitación emprendedora es la Universidad Politécnica de Valencia, España, donde se lleva a cabo desde 1992 un programa denominado IDEAS, el cual se dedica a apoyar en la puesta en marcha proyectos empresariales, además de analizar si estos proyectos y sus planes de empresa son viables (Programa IDEAS/ICDE – UPV,2002). Trabajos realizados en pro de prestar apoyo al programa han detectado que hay planes de empresas que no dan los resultados esperados y otros no tan esperanzadores funcionan mejor de lo previsto en el mercado. Ante la

pregunta “¿qué factores pueden influir en este hecho?”, la respuesta obtenida es: “entre otros, el emprendedor” (Garzón, 2004, p.434). Desde entonces, en IDEAS se hace mucho hincapié en la formación de los emprendedores para que desarrollen las pautas de comportamiento necesarias para emprender su aventura empresarial y una de las personas más abocadas al cumplimiento de esta formación fue la licenciada María Dolores Garzón.

Garzón realizó un trabajo de investigación llamado **pautas de comportamiento emprendedor como base para el diseño de planes formativos para emprendedores**, en este trabajo dio a entender que el protagonismo del emprendedor, no implica labor sencilla. Desde el momento en que éste tiene una idea y considera que puede llevarla adelante, hasta convertirla en un negocio viable, se enfrenta a un sinnúmero de obstáculos, entre otros, pasan por la falta de cultura emprendedora a su alrededor, impedimentos familiares, falta de conocimiento, inseguridad en el terreno empresarial, y falta de recursos.

El camino de un emprendedor, va más allá de buscar apoyo en organismos especializados en la materia. Garzón plantea que un emprendedor debe tener una serie de atributos que le hagan ser un gran especialista en su trabajo, además, ser un empresario, capaz de decidir sobre su futuro (2004). Entendiéndose así, que se trata de una combinación de aspectos individuales o personales y aspectos del contexto, cualquiera sea su naturaleza. En otras palabras existen otros aspectos que también caracterizan a los emprendedores, tales como “...sus antecedentes familiares, la religión, la educación formal y su experiencia de trabajo...” (Moriano, Trejo & Palací, s/f).

Completando la idea de, los otros aspectos que influyen al emprendedor, han habido estudios sobre el entorno familiar que han logrado resultados ciertamente definitivos, Hisrich, et al., dicen que “...los emprendedores tienden a tener progenitores que son profesionales autónomos, y muchos de ellos empresarios.... La familia en concreto el padre o la madre, desempeñan un papel importante para crear el deseo y establecer la credibilidad de la iniciativa empresarial como trayectoria profesional” (2005, p. 15).

A propósito de lo que se va entendiendo acerca de los emprendedores, Garzón establece como punto principal de su investigación que:

(...) no todos los emprendedores poseen los mismos conocimientos ni tienen las mismas carencias formativas. Como ya se ha comentado, el

emprendedor suele ser un experto en la ejecución de la actividad que va a llevar a cabo, ya sea porque se ha formado en esa materia o porque ha desarrollado esa actividad con anterioridad. Sin embargo, al poner en marcha su proyecto empresarial, habrá numerosas tareas más sobre las que tendrá que aprender (...) (Garzón, 2004, p. 434).

Hay que buscar la manera de fortalecer, desarrollar y si se quiere explotar, todas aquellas características emprendedoras que se posean. Hacia esto debe estar orientado un programa de formación de emprendedores. Al final no es relevante la idea planteada ni el proyecto que se tenga en mente, sino que lo que verdaderamente importa es la “capacidad emprendedora de la persona o personas que van a estar al frente de la empresa” (Garzón, 2004, p.433). Y esto concuerda con Alfonso (1999) cuando plantea que en numerosas ocasiones, se ha comprobado que una misma idea empresarial, puede ser un éxito o un fracaso en función del emprendedor que la ponga en marcha, encontrándose así con personas que pueden convertir en un éxito casi cualquier proyecto que inicien.”Un emprendedor es aquel que pone en marcha una idea que ha sido rechazada por la mayoría” (Alfonzo, 1999).

Garzón en su interés por el tema de emprendedorismo y su intención de elaborar una propuesta formativa, llevó a cabo su investigación con fundamento en el estudio realizado por McClelland en la Universidad de Harvard.

Las variables de estudio de Garzón (2004) fueron las diez (10) **pautas de comportamiento emprendedor** establecidas por McClelland agrupadas en conjuntos de pautas de logro, planificación y poder.

Las diez (10) **pautas de comportamiento emprendedor**, tal y como las había planteado McClelland son las que se presentan a continuación:

- Búsqueda de Oportunidades
- Correr Riesgos
- Exigir Eficiencia y Calidad

- Persistencia
- Cumplimiento
- Búsqueda de Información
- Fijar metas
- Planificación Sistemática y Seguimiento
- Persuasión y Redes de Apoyo
- Autoconfianza e Independencia

Para la muestra de 1092 personas, Garzón obtuvo que la **pauta de comportamiento emprendedor** que arrojó mejores valores fue la **planificación sistemática y seguimiento**, es la pauta que arroja mejores valores, poniéndose en práctica en más del 60% de las ocasiones. Por su parte, **búsqueda de oportunidades e iniciativa**, es la pauta de comportamiento en la que los emprendedores obtienen los más bajos resultados, ya que no la ponen en práctica sino el 48% de las ocasiones (Ver Anexo A).

Garzón (2004) afirmó, que las pautas que se ponen en práctica con mayor frecuencia son: **persuasión y redes de apoyo, planificación sistemática y seguimiento, búsqueda de información, exigir eficiencia y calidad y persistencia**, ya que muestran una distribución de 60 a 100 mayor que de 0 a 40 (Ver Anexo B).

Los resultados de Garzón se diferencian de los de McClelland, en lo siguiente:

Por ejemplo, McClelland había establecido que **fijar metas** debe tener la puntuación más alta, y en especial debe estar por encima de la pauta **persistencia**, sin embargo para Garzón, la pauta más alta fue **planificación sistemática y seguimiento**, lo cual le permitió concluir que "...dada la formación recibida por los emprendedores, están más acostumbrados a ejecutar acciones repetidamente que a fijar sus propias metas" (Garzón, 2004.p.437)

Otra diferencia que se presentó entre el estudio de Garzón y el realizado por McClelland es que, la igualdad de medias que debe existir entre **persistencia** y **búsqueda de oportunidades e iniciativa**; no se dio, puesto que la primera pauta resultó ser significativamente mayor a la segunda (Ver Anexo A). En base a es estos resultados

Garzón establece que “... los emprendedores se afianzan más en las actividades o productos conocidos, en lugar de lanzar nuevos productos o buscar nuevas oportunidades” (2004, p.437).

Las pautas **autoconfianza e independencia** y **cumplimiento** en el estudio de Garzón tuvieron resultados de medias significativamente iguales lo que implica que ambas pautas deben ponerse en práctica más o menos en la misma proporción, coincidiendo esta conclusión con la teoría de McClelland.

Garzón, al comprobar si existía relación entre tres de las pautas; **correr riesgos calculados** con **autoconfianza e independencia** y **búsqueda de información**, concluyó que no mantienen ninguna relación. Pero, si existía dependencia entre la pauta, **correr riesgos calculados** y **búsqueda de información** pues conforme aumenta una de las variables la otra variable también aumentará. De estos, resultados concluyó que “...cuando los emprendedores cuentan con mayor información, afrontan más riesgos calculados. Del mismo modo, cuanto menor información posean, menos calculados serán los riesgos que decidan correr” (Garzón, 2004, p. 439).

Una conclusión que no puede obviarse fue el hecho de que la reducción de variables mediante el análisis factorial con el objetivo de disminuir el número de variables agrupándolas en factores, para así hacer más fácil la interpretación de la realidad, resultó ser “un análisis bastante pobre, ya que al reducir las variables a tres factores hemos perdido mucha información” (Garzón, 2004, p.439).

Finalmente, Garzón observó que ninguno de los sujetos de la muestra tuvo puntuaciones muy elevadas, por lo que el plan formativo requerido debe hacer hincapié sobre todas las pautas de comportamiento y debe ser flexible para que se adapte a las necesidades de cada emprendedor.

Ante esto, la conclusión más importante obtenida del estudio **pautas de comportamiento emprendedor** como base para el diseño de planes formativos para emprendedores fue que “...tanto el análisis realizado, como la propuesta formativa esbozada son parte de un área de conocimiento no reconocida como tal, y que por tanto es necesario impulsar para que recoja el soporte empírico existente y la necesidad de

fomentar la creación de nuevas empresas...” (Garzón, 2004), es decir, sólo de esta forma se promoverá la cultura emprendedora y se dará cuerpo a la disciplina.

Otros estudios importantes encontrados en materia de emprendedorismo son los que a continuación se presentarán.

El centro de emprendedores del IESA³ inició una investigación titulada **El Emprendedor Venezolano** para explorar los atributos de los emprendedores en Venezuela, a partir de las características identificadas entre quienes forman parte de la Red de Emprendedores, impulsada por el centro e integrada por aproximadamente 800 personas.

Entre los atributos y características emprendedoras identificadas estaban las siguientes: decidido, perseverante, trabajador, líder, capaz de negociar, abierto al aprendizaje, organiza y planifica trabaja en equipo, entre otras (Ver Figura1).



Figura1. Características personales del emprendedor.

Fuente: Debates IESA, El Emprendedor Venezolano.

³ El Centro de Emprendedores del Instituto de Estudios Superiores de Administración (IESA), creado en el año 2003, tiene como misión fomentar el espíritu y la actividad emprendedora en Venezuela, mediante la formación de individuos capaces de generar y transformar ideas en empresas sustentables e innovadoras, con el fin de generar riqueza, prosperidad y bienestar tanto individual como colectivo (Centro de Emprendedores IESA, 2005).

La investigación logró determinar, la presencia en mayor o menor grado de los atributos o características personales del emprendedor, los resultados que se pueden observar en la figura 1, le lleva a Rodríguez a afirmar que "... los venezolanos que han tenido éxito en la creación de su empresa o en el desarrollo de una idea de negocio poseen ciertas características comunes. La identificación de tales características, y su contraste con las que necesitan, permitirán fomentar más y mejores empresarios..." (2006).

Los atributos mencionados, y que en el estudio se llaman características personales del emprendedor, fueron tomadas del estudio de Garzón las cuales ella denomina **pautas de comportamiento emprendedor** (Rodríguez, conversación personal, 2006).

Los resultados obtenidos del estudio, dan a conocer el nivel educativo predominante en los emprendedores, así mismo el sector económico al cual pertenece el negocio creado y porque lo inició en ese sector, también midió el momento en que fue establecido el negocio, igualmente se investigó en qué medida los emprendedores habían elaborado un plan de negocios antes de iniciar la empresa, y lo que se obtuvo, puso en evidencia la necesidad de promover y asesorar más y mejores planes de negocios que aumenten las probabilidades de éxito.

También se investigó acerca de las fuentes de financiamiento de estos emprendedores, pues por lo general este punto es el que más preocupa a quienes pretenden formar una empresa; se consiguió que los emprendedores utilizaron recursos propios o de parientes cercanos y amigos. La ausencia de participación institucional, como fuente de financiamiento de nuevos negocios, coincide con las tendencias mostradas por otros estudios, como el del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) (Centro de Emprendedores IESA, 2005).

La apreciación más valiosa obtenida del estudio realizado por el Centro de Emprendedores IESA (2005) fue que los emprendedores estudiados se destacan por asumir riesgos, valorar la independencia y ser generosos. Su atributo más débil fue la tendencia a la planificación y organización. Además se destaca que conseguir todos los atributos en niveles óptimos en un sólo individuo no es cuestión sencilla (Rodríguez, 2006), y esto

coincide con la opinión de Vainrub (2004) al decir que no es necesario que un emprendedor posea todos los atributos, lo importante es poder contar con un equipo que tengas las aptitudes y capacidades que lo apoyen.

Otro estudio que también ha sido llevado a cabo tanto en Venezuela como a nivel mundial, es el **Global Entrepreneurship Monitor** (GEM) creado en 1999 y coordinado por London Business School y Babson College, y patrocinado por La Fundación Kauffman. Este proyecto aplica un modelo en los países participantes para evaluar la actividad empresarial y analizar los aspectos económicos, sociales y políticos de cada nación que influyen en la formación y desarrollo de nuevas empresas. Para poder llevar a cabo dicho proyecto en Venezuela, se contó con el apoyo del Centro de Emprendedores ubicado en el Instituto de Estudios Superiores de Administración (IESA), por ser la principal escuela de gerencia de la nación (Arévalo & Vainrub, 2004).

En el año 2005 se realizó la séptima edición del GEM, contó en esta última edición con una muestra de 35 países y los objetivos principales del proyecto se describen en los siguientes términos (Centro de Emprendedores IESA, 2005):

- Medir las diferencias en el nivel de actividad emprendedora de los países participantes.
- Descubrir los factores que determinan el nivel de actividad emprendedora en cada país.
- Identificar opciones de políticas públicas orientadas a reforzar y mejorar la actividad emprendedora en cada país.

La contribución del GEM al conocimiento y al entendimiento del proceso emprendedor es, a la fecha, la de mayor envergadura en el mundo. Cuenta con una base de datos que ofrece información consistente para establecer cruces entre países y mediciones de emprendimiento en un contexto global.

En primera instancia el GEM realiza la estimación del nivel de actividad emprendedora temprana, que se calcula mediante la suma de los emprendedores nacientes y los dueños de negocios nuevos. Los resultados globales del GEM 2005 colocan a

Venezuela en el primer lugar de actividad emprendedora temprana (Ver Figura 2, gráfico 1). Sin embargo, al observar el gráfico de Negocios establecidos (Ver Figura 2 gráfico 2), se nota como otros países a pesar de tener un índice de actividad emprendedora más bajo, poseen un mayor número de empresas establecidas, pudiendo inferir entonces que el hecho de tener elevadas tasas de emprendimiento temprano, no garantizarán una amplia base de empresas establecidas, esto quizás se deba a factores que van más allá del mero control individual (Centro de Emprendedores IESA, 2005).

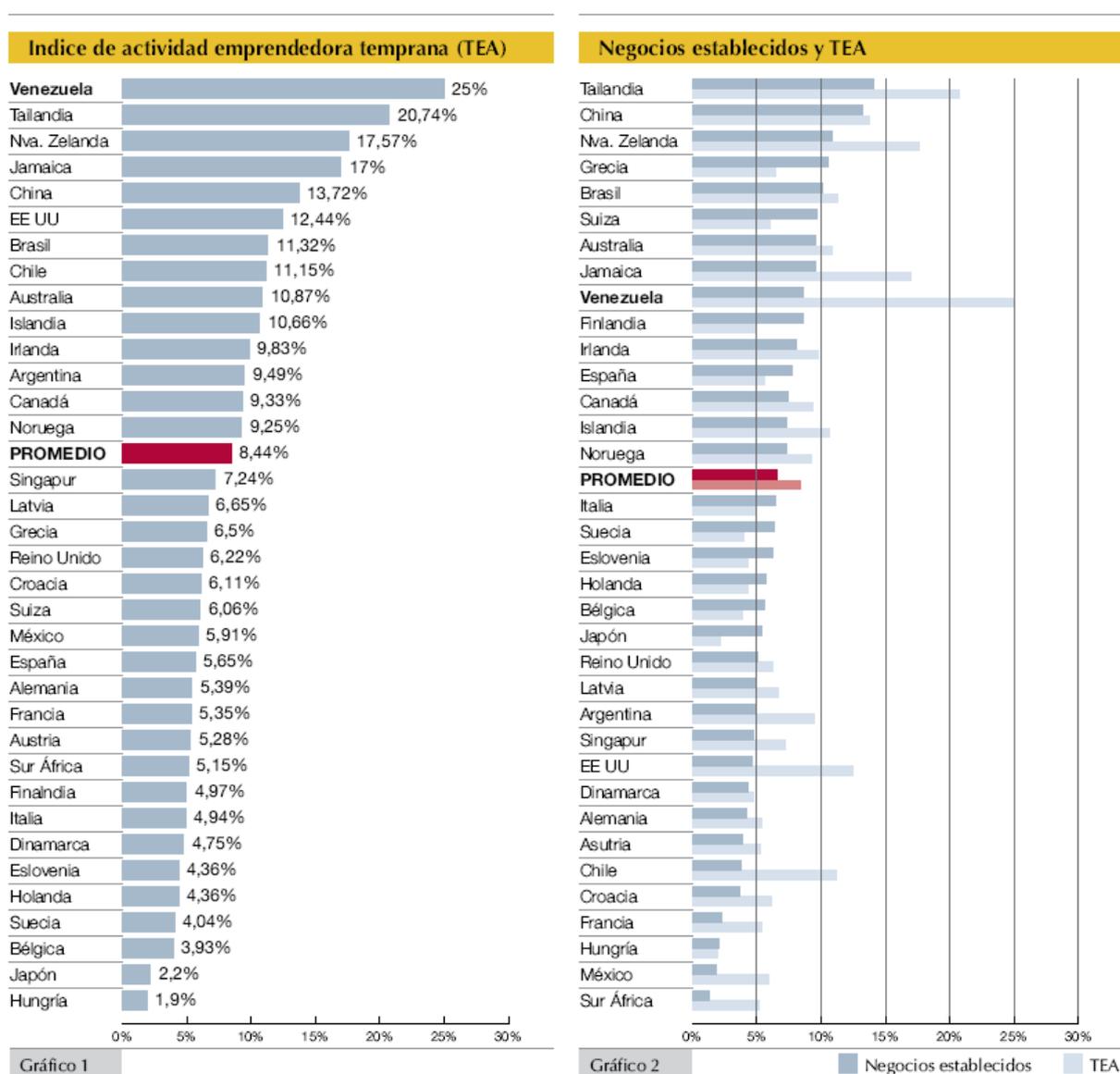


Figura 2: Índice de actividad emprendedora.

Fuente: Global Entrepreneurship Monitor- Informe Ejecutivo Venezuela, 2005

En el GEM, plantea el Centro emprendedores IESA (2005) coincide en muchos resultados, opiniones, y afirmaciones con autores que escriben acerca del emprendedorismo, pues al culminar este estudio se logra concluir que los emprendedores tienen una importante influencia sobre el desempeño de su actividad, y por lo tanto en el desarrollo económico. Un individuo emprendedor puede hallarse en un escenario que sea favorable u hostil a sus aspiraciones de crear un negocio. En tal sentido, no es lo mismo emprender en un país o región cuyas instituciones gubernamentales y cuya sociedad tengan como prioridad el impulso del tejido empresarial, que estar en un entorno que no favorezca estas actividades.

“Los expertos consultados en el GEM ofrecieron sus opiniones sobre los elementos que consideran, se comportaron como impulsores o como limitantes de la iniciativa empresarial en Venezuela” (Centro de Emprendedores IESA, 2005, p.43).

Entre los considerados impulsores, el orden de importancia es el siguiente:

- Oportunidades del mercado: según ellos, el mercado venezolano ofrece mayores oportunidades para la creación de nuevas empresas. Los sectores con mayor potencial, debido a la existencia de ventajas comparativas, son petróleo, minería y turismo. Por otra parte, las oportunidades del mercado pueden ser de muy alta rentabilidad y baja inversión.
- Talento humano: los expertos afirman que Venezuela cuenta con una población con gran iniciativa, joven, creativa y dispuesta a asumir riesgos. Adicionalmente, los emprendedores pueden conseguir talento capacitado para armar sus equipos de trabajo.
- Entorno económico: Los altos ingresos petroleros y las limitaciones a la fuga de capitales por la vía del control de cambio hacen que en Venezuela existan abundantes recursos disponibles para invertir en nuevos negocios, y desde el punto de vista del sector público, para invertir en las estructuras y servicios de apoyo al emprendimiento. Lo que no indica que necesariamente se haga.

- Valores culturales: Los expertos consideraron que la cultura apoya en cierta medida la carrera emprendedora, pues por una parte valora a los emprendedores y por otra presenta un patrón de consumo que favorece la apertura de mercado para nuevas empresas.

Por otra parte como limitantes del proceso emprendedor los expertos consultados presentan las siguientes:

- Opciones de financiamiento: Los emprendedores venezolanos cuentan con escasas opciones para financiar sus nuevos negocios. Por una parte, los créditos ofrecidos por la banca privada son percibidos como costosos en términos de tasas de interés, y por otra, la cobertura de los créditos y los programas de apoyo ofrecidos por el sector público parecen ser limitados.
- Educación empresarial: En Venezuela es necesario mejorar la capacitación gerencial y la preparación para llevar a cabo iniciativas de emprendimiento en los diferentes niveles del sistema educativo, coincidiendo un vez más en un punto planteado muchas veces; la formación de emprendedores para el desarrollo de las economías.
- Apoyo institucional: El apoyo institucional para la creación de empresas fue considerado insuficiente por los evaluadores. Se hace necesario fortalecer la matriz de instituciones dedicadas al asesoramiento y a la orientación de los emprendedores, tales como incubadoras de negocios, creando nuevas unidades y apoyando a las ya existentes.

En el proceso emprendedor, son distintos los ámbitos de la sociedad que influyen, así lo dice el Centro de Emprendedores IESA (2005) en la consulta realizada a expertos, los cuales afirman que aquello que influye finalmente en el emprendedorismo, es lo que a continuación se presenta.

- Apoyo financiero
- Políticas gubernamentales
- Programas gubernamentales
- Sistema educativo

- Transferencia de tecnología y conocimiento
- Estructura comercial y profesional
- Apertura del mercado interno
- Acceso a la infraestructura física
- Normas culturales y sociales
- Oportunidades del mercado
- Capacidad personal para emprender
- Valoración de la carrera emprendedora
- Marco legal sobre propiedad intelectual
- Valoración de la mujer emprendedora
- Apoyo a la actividad emprendedora de alto potencial de crecimiento.

Los resultados del informe GEM 2005, esbozados por el Centro de Emprendedores IESA (2005), establecen que las categorías de mejor desempeño en el sistema de emprendimiento venezolano, de acuerdo con los expertos consultados, resultaron ser el acceso a la infraestructura física, la valoración de la mujer emprendedora, la estructura comercial y profesional de apoyo a las nuevas empresas y la presencia de abundantes oportunidades en el mercado. Los aspectos más débiles están vinculados con el tema de la transferencia de tecnología y conocimiento a las empresas nuevas y en crecimiento, la educación y formación para emprender, y las políticas de apoyo gubernamental.

Es importante destacar que las opiniones de los expertos pueden estar influenciadas por las particularidades y realidades de cada uno de los países. Por ello al tratarse de opiniones, metodológicamente, se considera que no se mide con exactitud la realidad de un país, sino que debe verse como una proyección de la realidad, para comparar, pero sin rigurosidad académica.

Para buscar mejoras en el sistema emprendedor venezolano, el GEM ha propuesto crear la “industria” de la iniciativa empresarial, en la cual la materia prima es el talento de los emprendedores y sus equipos de apoyo. En esta industria puede identificarse una serie de etapas que forman una cadena de valor (Ver figura 3). “En cada eslabón de la cadena participan diferentes organizaciones que interactúan para apoyar la creación de nuevas empresas en diversos momentos: preincubación, incubación, financiamiento, consolidación

y crecimiento y, en algunos casos, internacionalización” (Centro de Emprendedores IESA, 2005, p.54).

Para el presente trabajo, en vista de que la población estudiada es universitaria, y lo que se intentó determinar fue la orientación hacia el tema del emprendedorismo que tenían los estudiantes, resulta importante resaltar el eslabón de la preincubación, ya que es esta etapa la que comienza a impulsar la cultura emprendedora, a dotar en este caso a los estudiantes de “...herramientas fundamentales para la creación y desarrollo de empresas.... esta etapa es frecuentemente asumida por los centros de educación superior.”(Vidal, 2006). Algunas universidades venezolanas ya han incorporado a su oferta académica materias y programas dirigidos a la creación de negocios y el desarrollo de la iniciativa empresarial, por lo que una buena iniciativa sería motivar otras instituciones para que se sumaran a esta incorporación y contribución del desarrollo.



Figura 3. Cadena de valor de la industria de la iniciativa empresarial.

Fuente: Global Entrepreneurship Monitor- Informe Ejecutivo Venezuela, 2005

Lo importante de todo lo que hasta el momento se ha ido planteando es que debe haber más interés por parte de las instituciones superiores para estimular la capacidad emprendedora de los estudiantes, pues esta sería una forma evidente de contribución al

crecimiento económico, a la creación de nuevos empleos, incluyendo a los propios egresados universitarios que, como plantea Rusque (2004), se diferenciarán de las generaciones anteriores puesto que les será muy difícil encontrar trabajo fijo en grandes organización y no les quedará más que optar por crear empleos para ellos y para las otras personas.

Otra fuente de información relevante fue el trabajo de grado realizado por Machado y Sastre en el año 2000-2001, cuyo título es **Determinar el Potencial Emprendedor de los estudiantes de quinto año de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales**, el cual se llevó a cabo en la Universidad Católica Andrés Bello de Caracas y planteaba como objetivo, “ ... estimar el potencial empresarial de los alumnos de la facultad de ciencias económicas y sociales, para con ello desarrollar las habilidades y destrezas que presenten, y prepararlos para futuros emprendimientos de negocios como nuevas alternativas de empleo ... ” (Machado & Sastre, 2001), además de que dicho estudio sirviera de base a la institución para realizar programas de estudio en base a las necesidades de sus clientes, que son los estudiantes.

Según dicha investigación, el éxito o el fracaso del emprendimiento de un proyecto empresarial, depende de muchos factores tanto internos o personales, como externos o referentes al contexto. Dentro de los internos identifican a las competencias y habilidades que debe poseer una persona para llevar a cabo una empresa. Machado y Sastre (2001) miden estos factores en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, en particular, encuentran que no existe diferencia significativa entre los estudiantes consultados, por ello que en sus recomendaciones plantean la posibilidad de realizar el estudio incluyendo a otra facultad.

Todos los estudios mencionados anteriormente, son las bases que darán sustento teórico, a la presente investigación.

CAPÍTULO IV MARCO METODOLÓGICO

4.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Para la consecución de los objetivos propuestos en esta investigación, se llevó a cabo un estudio de tipo descriptivo el cual permitió según Hernández, Fernández, & Baptista (1994) conocer las características de un aspecto de la población de estudio, de la cual se especificarán propiedades. Se midió a cada uno de los aspectos independientes para luego describir conceptos que pueden adquirir diversos valores. Además de ofrecer la posibilidad de realizar predicciones incipientes en cuanto al tema que sirvan a futuras investigaciones. Mediante dicho estudio descriptivo se logró observar las **pautas de comportamiento emprendedor** y el nivel de presencia de las mismas en la población.

4.2 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

El diseño de investigación aplicado para este trabajo es de tipo no experimental, ya que se realizó "...sin ningún tipo de manipulación de las variables ni se construyó alguna situación, sólo se analizaron los fenómenos según su ocurrencia en la realidad" (Hernández et al., 1994, p. 189). La investigación se basó en el fundamento de que los fenómenos ya han ocurrido y no podrán ser manipulados.

Dentro del diseño de investigación se llevó a cabo un estudio transversal o transeccional tomando en consideración que "...la recolección de la información se realizó en un solo momento, en un tiempo único" (Hernández et al., 1994, p. 191).

4.3 UNIDAD DE ANÁLISIS

La unidad de análisis está conformada por los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, y de la Facultad de Ingeniería, de la Universidad Católica Andrés Bello de Montalbán/Caracas.

4.4 POBLACIÓN

La población estuvo integrada por los estudiantes de quinto año/décimo semestre de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales (407 estudiantes) y los de la Facultad de Ingeniería (174 estudiantes) de la Universidad Católica Andrés Bello en la sede de Montalbán/Caracas durante el período académico 2006-2007.

4.5 MUESTRA

Partiendo de la población definida, se seleccionaron a dos facultades de la Universidad Católica Andrés Bello para luego estratificar a esta población en dos etapas, partiendo del criterio que los estudiantes que la conforman han tenido a lo largo de su carrera universitaria formaciones distintas. En este sentido, un primer estrato se realizó tomando como criterio las Facultades, dividiendo así a la población en dos subgrupos: uno conformado por los estudiantes de la Facultad de Ingeniería y otro por los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. Hernández, et al., citando a Kish (1965) destacan que "...la estratificación aumenta la precisión de la muestra e implica el uso deliberado de diferentes tamaños de muestra para cada estrato, "a fin de lograr reducir la varianza de la media muestral..." (1994, p.217).

Posteriormente, se llevó a cabo una segunda estratificación en la cual se clasificó a los estudiantes de ambas facultades según su carrera. En este sentido, puede decirse que los estratos de cada Facultad estuvieron conformados por los estudiantes de: Administración de Empresas, Contaduría Pública, Relaciones Industriales, Sociología, Economía, al igual que los estudiantes de: Ingeniería Civil, Industrial, Informática y Telecomunicaciones.

Resulta importante destacar que este nivel de estratificación no se realizó con el fin de hacer comparaciones ni hallazgos en los estudiantes de cada carrera, sino con el único objetivo de que al momento de conformar la muestra, ésta estuviese contenida por un número de estudiantes proporcional al tamaño de cada carrera (Ver Tabla 1).

4.5.1 Cálculo de la Muestra

Una vez definidos los estratos a estudiar, se realizaron los cálculos prudentes para obtener una muestra significativa y con un tamaño tal que al recolectar los datos el margen de error no superase el siete por ciento ($\alpha = 0,07$), el cual es considerado como aceptable para las investigaciones sociales y el cual fue convenido por razones de costos y tiempo para los investigadores. La determinación del tamaño de la muestra se realizó a través de la siguiente fórmula:

$$n = \frac{(Z)^2 * (N) * p * q}{(N) * (e)^2 + (Z)^2 * p * q}$$

Fuente: Rodríguez, apuntes de clase, 2005

Donde:

N=501 (Población)

Z=1,96 (Nivel de confianza 95%)

q=0,5 (Probabilidad de éxito)

p=0,5 (Probabilidad de fracaso)

e=0,07 (Error muestral =7%)

Sustituyendo:

$$n = \frac{(1,96)^2 * (581) * (0,5) * (0,5)}{(581) * (0,07)^2 + (1,96)^2 * (0,5) * (0,5)} = 146,5 \cdot 147$$

Luego de haber conocido el número de personas totales a quienes se debía aplicar el instrumento de recolección de datos, se procedió a determinar la proporción de personas de

cada estrato a las cuales se les aplicaría el mismo, de manera tal que esta proporción fuese equitativa en relación al tamaño de cada estrato. Esto se realizó dividiendo el tamaño de la muestra entre el tamaño de la población, lo cual arrojó un valor que luego fue multiplicado por el tamaño de cada estrato. Es decir:

$$fh = \frac{147}{581} = 0,253$$

Fuente: Hernández et al., p.217

Luego:

| Estratos | Tamaño Estratos | fh | Muestra |
|-------------------------------|------------------------|-----------|----------------|
| Administración | 86 | 0,253 | 22 |
| Contaduría | 129 | 0,253 | 33 |
| Economía | 60 | 0,253 | 15 |
| Relaciones Industriales | 119 | 0,253 | 30 |
| Sociología | 13 | 0,253 | 3 |
| Ingeniería Civil | 46 | 0,253 | 12 |
| Ingeniería Informática | 50 | 0,253 | 13 |
| Ingeniería Industrial | 53 | 0,253 | 13 |
| Ingeniería Telecomunicaciones | 25 | 0,253 | 6 |
| Total | 581 | | 147 |

Tabla 1: Distribución por Estrato

Los números en la columna “Muestra” reflejan el número de estudiantes por carrera a los cuales se estimaba aplicar el instrumento de recolección de datos. Tal como se comentó anteriormente este cálculo se realizó de manera tal que los estratos “Facultad Ingeniería” y “FACES” estuviesen conformados por un número de estudiantes de cada carrera tal que ninguno deje de tener la misma probabilidad de ser estudiado. Finalmente la muestra a estudiar quedó de la siguiente forma:

| Estratos | Número de estudiantes |
|------------------------|------------------------------|
| FACES | 103 |
| Facultad de Ingeniería | 44 |
| Total | 147 |

Tabla 2: Tamaño de la muestra por estrato

Una vez obtenida esta información, se realizó el proceso de selección de los elementos muestrales mediante "la muestra de sujetos voluntarios", que consistió en "...la

elección aleatoria o fortuita de individuos que aceptaron someterse a pruebas proyectivas, para luego convertirse en sujetos de análisis...” (Hernández et al., 1994, p.231).

4.5.2 Mortalidad de la muestra

A pesar del cálculo realizado anteriormente y en el cual se especifica el tamaño de la muestra, durante el proceso de recolección de datos se produjo una disminución de nueve (9) personas, quedando dicha muestra reducida de $n=147$ a $n=138$. La mortalidad se produce puesto que al momento de la aplicación del cuestionario, no se contó con la disposición de todas las personas para contestarlo.

A continuación se presenta un cuadro que permite visualizar las cantidades específicas en que disminuyó la muestra para cada estrato:

| Estratos | Muestra | Elementos faltantes | Elementos Consultados |
|-------------------------------|----------------|----------------------------|------------------------------|
| Administración | 22 | 1 | 21 |
| Contaduría | 33 | 3 | 30 |
| Economía | 15 | 3 | 12 |
| Relaciones Industriales | 30 | 0 | 30 |
| Sociología | 3 | 0 | 3 |
| Ingeniería Civil | 12 | 1 | 11 |
| Ingeniería Informática | 13 | 1 | 12 |
| Ingeniería Industrial | 13 | 0 | 13 |
| Ingeniería Telecomunicaciones | 6 | 0 | 6 |
| Total | 147 | 9 | 138 |

Tabla 3: Mortalidad de la muestra

4.6 DEFINICIÓN DE LOS DATOS SOCIODEMOGRÁFICOS

4.6.1 Definición de los datos socio-demográficos

Los datos sociodemográficos que caracterizarán a los estudiantes ofrecen información importante que permite conocer detalladamente a los estratos de estudio, por tal razón, mediante el instrumento de recolección de datos se obtuvo respuesta a datos como los definidos a continuación:

- Género: condición orgánica que distingue al hombre de la mujer
- Edad: tiempo que ha vivido una persona desde su nacimiento.
- Nivel educativo del padre: último nivel educativo alcanzado por el padre del estudiante, es decir su último título obtenido, bien sea de finalización de primaria, bachillerato, técnico superior, universitario, post- grado o si por el contrario no ha obtenido nivel educativo alguno, es decir sin estudios.
- Nivel educativo de la madre: último nivel educativo alcanzado por la madre del estudiante, es decir su último título obtenido, bien sea de finalización de primaria, bachillerato, Técnico Superior, universitario, post- grado o si por el contrario no ha obtenido nivel educativo alguno, es decir sin estudios.
- Existencia de familiar emprendedor: presencia dentro del círculo familiar del estudiante de algún miembro, bien sea abuelo, tío, padre, madre, hermanos o primos que sean considerados emprendedores a raíz de la creación de una empresa propia y no de emplearse en una empresa ya existente.
- Creación de empresa propia: realización por parte del estudiante a lo largo de su vida de alguna una empresa, sin importar su tamaño, su duración o si fue exitosa o no.

4.7 DEFINICIÓN DE LA VARIABLE DE ESTUDIO

La variable presentada para el siguiente estudio son el conjunto de **pautas de comportamiento emprendedor**, las cuales se definen como aquellas "...características personales que separan a las personas triunfadoras de las que no consiguen alcanzar el éxito..." (Garzón, 2004, p. 435).

Según Garzón (2004), las pautas de comportamiento a su vez se dividen en diez dimensiones, las cuales se definen a continuación:

- **Búsqueda de oportunidades e iniciativa:** implica actuar proactivamente antes de ser obligado por las circunstancias, en consecuencia busca extender sus servicios a otras áreas y productos, así como también aprovechar oportunidades poco usuales para obtener financiamiento, equipo, terreno, lugar de trabajo o asistencia.

- **Correr riesgos calculados:** alude al cálculo deliberado de riesgos y evaluación de alternativas, reduciendo los riesgos y controlando resultados, además de la atracción de retos o situaciones de riesgo moderado.
- **Exigir eficiencia y calidad:** se refiere a hacer mejor, rápido y barato lo que sea se vaya a realizar, sin dejar de lado las normas y requisitos para finalizar adecuadamente el procedimiento.
- **Persistencia:** se trata de tomar acciones frente a grandes desafíos, y ante retos y obstáculos hacer todo lo necesario para superarlos. del mismo modo consiste en la consecución de metas y objetivos.
- **Cumplimiento:** Se recurre a sacrificios personales o esfuerzos extraordinarios para la ejecución de un trabajo, es capaz de colocarse en el lugar de otros para culminar alguna tarea, así como preocuparse por la satisfacción del cliente y la buena voluntad a largo plazo y no la ganancia a corto plazo.
- **Búsqueda de información:** informarse sobre clientes, proveedores y competencia, investigar con expertos técnicos y comerciales acerca de la fabricación y mejor oferta de servicios.
- **Fijar metas:** implica el establecimiento de objetivos que tienen significado personal y además implican reto. Se tiene una visión clara y específica de lo que se quiere a largo plazo, también se trata de fijar objetivos a futuro inmediato.
- **Planificación sistemática y seguimiento:** hace referencia a la planificación de tareas grandes en sub-tareas con plazos de finalización. Al seguimiento que debe hacerse a los planes elaborados para revisar resultados y valorar las nuevas condiciones.
- **Persuasión y redes de apoyo:** utilizar deliberadamente algunas estrategias

para influenciar y persuadir a otros, así como para la consecución de objetivos, desarrollando o manteniendo una red de contactos o negocios.

- **Auto confianza e independencia:** búsqueda de autonomía en cuanto a control, reglas, normas y personas, creer en el objetivo planteado y en si mismo a pesar de encontrar barreras.

4.8 OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE DE ESTUDIO

En el siguiente cuadro se presenta la variable de estudio y su definición, seguido de las dimensiones de la misma, los indicadores de cada una y finalmente los ítems del instrumento que miden a cada una de estas dimensiones en el instrumento de recolección de datos.

| Variable | Definición | Dimensiones | Indicadores | Ítems |
|--------------------------------------|---|--|---|---------------------|
| Pautas de Comportamiento Emprendedor | "Características personales que separan a las personas triunfadoras de las que no consiguen alcanzar el éxito." (Garzón,2004) | Búsqueda de Oportunidades e Iniciativa | *Actúa por sí mismo o antes de que las circunstancias lo obliguen. *Tiende a la innovación. *Aprovecha oportunidades poco usuales. | 1, 12, 23 34, 45 |
| | | Correr riesgos | *Calcula riesgos y evalúa alternativas. *Le atraen las situaciones retadoras o de riesgo moderado. *Actúa para reducir riesgos o controlar resultados. | 5, 16, 27 38, 49 |
| | | Exigir eficiencia y Calidad | *Se esfuerza por hacer las cosas mejor y más rápido. *Se asegura del cumplimiento de normas y requisitos de calidad. *Usa procedimientos para realizar trabajos cumpliendo requisitos. | 4, 15, 26 37, 48 |
| | | Persistencia | *Reacciona ante grandes desafíos. *Ante reto u obstáculo hace todo lo necesario o cambia de estrategia para superarlo. *Asume toda la responsabilidad en la consecución de metas u objetivos. | 2,13, 24 35, 46 |
| | | Cumplimiento | *Recorre a sacrificios personales o esfuerzos extraordinarios para realizar una tarea. *Es capaz de ocupar otros roles o colabora para terminar una tarea. *Se preocupa por mantener satisfechos a quienes esperan de él y valora la buena voluntad | 3, 14, 25 36, 47 |
| | | Búsqueda de Información | *Se informa personalmente sobre su entorno. *Investiga sobre las posibles vías para realizar una tarea de la mejor forma posible. *Consulta con personas especializada en el campo en el que desarrolla la tarea. | 7, 18, 29 40, 51 |

Tabla 4: Operacionalización de la variable

| Variable | Definición | Dimensiones | Indicadores | Ítems |
|--------------------------------------|--|---|--|-------------------------|
| Pautas de Comportamiento Emprendedor | "Características personales que separan a las personas triunfadoras de las que no consiguen alcanzar el éxito." (Garzón, 2004) | Fijar Metas | *Fija metas y objetivos que tienen significado personal e implican un reto. *Tiene una visión clara y específica de lo que quiere a largo plazo. *Se fija objetivos medibles a corto plazo. | 6, 17, 28 39, 50 |
| | | Planificación Sistemática y Seguimiento | *Planifica tareas grandes en sub-tareas con plazos de finalización. *Hace seguimientos de sus planes para revisar resultados y valorar nuevas condiciones del entorno. *Mantiene registro de sus actividades y se apoya en ellos para la toma de decisiones. | 8,19,30, 41, 52 |
| | | Persuasión y Redes de Apoyo | *Hace uso de estrategias para influenciar y persuadir a otros. *Se apoya en personas claves para conseguir sus objetivos. *Desarrolla o mantiene redes de contactos. | 9, 20, 31, 42, 53 |
| | | Autoconfianza e Independencia | *Busca autonomía del control, las reglas y normas de otras personas. *Cree en su objetivo aunque encuentre oposición o los resultados sean desanimantes. *Confía en si mismo para terminar tareas difíciles o enfrentarse a un reto. | 10, 21, 32,43,54 |

Tabla 5: Continuación de la operacionalización de la variable

4.9 INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Para la recolección de datos se aplicó un instrumento constituido por dos partes. La primera, midió datos sociodemográficos (definidos anteriormente), los cuales según basamentos teóricos son valiosos para la finalidad del presente estudio. La segunda parte, fue una escala tipo likert la cual permitió medir la presencia o ausencia de **pautas de comportamiento emprendedor** en estos individuos al igual que su grado de presencia en ellos. La primera parte del instrumento, estuvo diseñada por las tesisistas, para la segunda parte se eligió un instrumento ya desarrollado.

4.9.1 I Parte del Instrumento

La primera parte del instrumento recolectó los datos sociodemográficos definidos anteriormente: género, edad, nivel educativo del padre, nivel educativo de la madre, existencia de familiar empresario y creación de empresa propia (Ver Anexo C).

4.9.2 II Parte del Instrumento

La segunda parte consta de un cuestionario aplicado por Garzón en el año 2004 en el estudio que realizó en la Universidad Politécnica de Valencia, España, llamado **pautas de comportamiento emprendedor como base para el diseño de planes formativos para emprendedores** y que ha sido utilizado en versiones parecidas por instituciones certificadas a nivel mundial, seguidoras de los estudios de McClelland, como lo son, INNCREA y el Programa Internacional-Empretec⁴, siendo ésta últimas vanguardistas en el tema de emprendedorismo.

El instrumento, conocido como “Cuestionario de Auto-Evaluación de las conductas emprendedoras”, se utilizó para identificar las **pautas de comportamiento emprendedor**. El mismo (Ver Anexo C):

“... permite el análisis de situaciones de la vida cotidiana, donde se manifestaron importantes características emprendedoras. Largas transcripciones de experiencias personales descritas por EMPRENDEDORES de mayor o menor éxito en cada uno de los países pilotos fueron analizadas por expertos para encontrar las características o formas de pensar que distinguen al EMPRENDEDOR exitoso.”

(Programa Internacional- Empretec, 2007, p. 4)

⁴ INNCREA: Innovación y Creatividad Consultores, ubicado en Chile.

- **Búsqueda de oportunidades e iniciativa**(5 items)
- **Correr riesgos calculados**(5 items)
- **Exigir eficiencia y calidad** (5 items)
- **Persistencia**(5 items)
- **Cumplimiento**(5 items)
- **Búsqueda de información** (5 items)
- **Fijar metas** (5 items)
- **Planificación sistemática y seguimiento**(5 items)
- **Autoconfianza e independencia**(5 items)

Las instrucciones para contestar adecuadamente el cuestionario y el propósito del mismo, se encontraban detalladas en la primera hoja del instrumento (Ver Anexo C).

4.8.3 Validez del Instrumento

Garzón, dice que “la validez de la escala está más que demostrada a lo largo del tiempo y los estudios teóricos; pero es recomendable comprobarla con la muestra de trabajo” (2004, p.440). En consecuencia, para la validación del instrumento se llevó a cabo, la llamada validación cualitativa que se concretó en la consulta a tres expertos: el psicólogo y profesor universitario César Sánchez, la psicóloga Andrea Núñez y el Profesor Freddy Martin.

Una vez que el instrumento fue evaluado y validado, se procedió a aplicar la prueba Piloto, esto con la intención de que las instrucciones fuesen comprendidas y que los ítems funcionaran adecuadamente.

La prueba Piloto se realiza con una pequeña muestra (menor a la muestra definitiva), los autores aconsejan que cuando la muestra sea de 200 o más personas, se lleve a cabo un prueba piloto con entre 25 y 60 personas (Hernández et al., 1994, p.262).

Para aplicar la prueba piloto es necesario que la misma se destine a personas con características semejantes a las de la muestra o población objetivo de la investigación, en este caso se eligieron a treinta (30) personas de quinto año de RRII que forman parte de

la población a estudiar, de esta prueba se obtuvo información valiosa como el tiempo aproximado para contestar el instrumento el cual resultó ser de diez (10) a trece (13) minutos aproximadamente. Adicionalmente se confirmó que las instrucciones del instrumento fuesen entendidas a cabalidad sin inconveniente alguno.

4.10 ESTRATEGIA METODOLÓGICA

4.10.1 Aplicación del Instrumento

Lo primero, fue llevar a cabo el proceso de recolección de datos, para esto se enviaron cartas a los respectivos Directores de Escuela, para solicitar las listas de las personas que cursan el quinto año o décimo semestre para el período académico 2006-2007.

Luego de haber obtenido las listas para conocer el número exacto de alumnos de quinto año o décimo semestre, se procedió a realizar la selección de los individuos que conformarían la muestra a través de "la muestra de sujetos voluntarios".

Este tipo de muestra suele utilizarse en las ciencias sociales y ciencias de la conducta, la misma, busca que los individuos que serán sujetos de análisis sean homogéneos en variables tales como edad, sexo, entre otras, de tal manera que los resultados no obedezcan a diferencias individuales (Hernández et al., 1994).

Para la aplicación de los cuestionarios debió hacerse una planificación que dependía de los horarios de clases de los alumnos, pues hubo que coordinar que los individuos estuviesen en un mismo lugar, sobre todos los estudiantes de ingeniería que suelen tener horarios dispersos.

Una vez hecha la planificación, se procedió a la aplicación del instrumento asistiendo a las aulas de clases donde se encontraban los sujetos, se les explicó en que consistía el estudio, se les expuso que los datos a obtener serían anónimos, pues era la forma de garantizar la confidencialidad, además se les explicó cómo debían responder el cuestionario, tomando en cuenta que las especificaciones estaban en la primera hoja del instrumento.

Se logró contactar a la mayoría de los estudiantes, sin embargo no todos lo que se necesitaban para cubrir la muestra estuvieron disponibles, por esta razón se procedió a realizar el envío electrónico del cuestionario a la cantidad de personas que faltaban. Las direcciones de correo electrónico fueron obtenidas en los mismos listados facilitados por los Directores de Escuela.

4.10.2 Procesamiento de datos

Para el procesamiento de datos, tomando en cuenta el tamaño de la muestra, las dimensiones de la variable y la cantidad de datos que debían registrarse, fue necesario utilizar un programa lo suficientemente especializado y accesible para realizar gráficos y diagramas de distribuciones y tendencias, estadísticos descriptivos y análisis estadísticos complejos. Para este estudio se eligió el software estadístico llamado SPSS, pues el mismo es un sistema global para el análisis de datos. Para poder llevar a cabo la carga de los datos en SPSS fue necesario realizar lo siguiente:

En primera instancia, codificar las posibles respuestas que se obtendrían en la primera parte del instrumento para los datos sociodemográficos. En la siguiente tabla se muestra dicha codificación:

| Datos | Categoría de Respuesta | Código |
|----------|-------------------------------|--------|
| Facultad | Ingeniería | 1 |
| | FACES | 2 |
| Carrera | Ingeniería Civil | 1 |
| | Ingeniería Industrial | 2 |
| | Ingeniería Telecomunicaciones | 3 |
| | Ingeniería Informática | 4 |
| | Administración de Empresas | 5 |
| | Contaduría Pública | 6 |
| | Relaciones Industriales | 7 |
| | Sociología | 8 |
| | Economía | 9 |

Tabla 7: Codificación de los datos

| Datos | Categoría de Respuesta | Código |
|--------------------------|------------------------|--------|
| Género | Femenino | 1 |
| | Masculino | 2 |
| Edad | 20 - 22 | 1 |
| | 23 - 25 | 2 |
| | 26 - 28 | 3 |
| | 29 - 31 | 4 |
| | 32 - 34 | 5 |
| | 35 - 37 | 6 |
| Familiar Empresario | SI | 1 |
| | NO | 2 |
| Ha creado empresa | SI | 1 |
| | NO | 2 |
| Educación del Padre | Sin Estudios | 1 |
| | Primaria | 2 |
| | Bachiller | 3 |
| | Universitario | 4 |
| | Post- Grado | 5 |
| | Otro | 6 |
| | TSU | 7 |
| Educación de la Madre | Sin Estudios | 1 |
| | Primaria | 2 |
| | Bachiller | 3 |
| | Universitario | 4 |
| | Post- Grado | 5 |
| | Otro | 6 |
| | TSU | 7 |

Continuación tabla 7: Codificación de los datos

Posteriormente, para la segunda parte del instrumento el cual ya fue establecido, se utilizó una tabla llamada “Evaluación de las Declaraciones” (Ver Tabla 8), en donde debían anotarse las cifras que aparecían en el cuestionario tipo likert de acuerdo a los números entre paréntesis. Se puede notar que los números son consecutivos en las columnas, es decir, la respuesta número 2 se encuentra inmediatamente debajo de la respuesta número 1, y así sucesivamente. Seguidamente, debió llevarse a cabo las sumas o restas designadas en cada hilera del cuadro de “Evaluación de Declaraciones”, y de ese modo completar las puntuaciones.

Dicho procedimiento se repitió para cada cuestionario, tomando nota de los resultados obtenidos en la columna “Total” el cual representa la puntuación de cada

individuo por dimensión y es esta la que finalmente se cargó en el programa que se utilizó para el cálculo de datos estadísticos. (Ver en la Tabla 8 columna “TOTAL”; datos cargados en SPSS). A continuación se presenta la tabla de Evaluación de las Declaraciones:

| PCE(*) | EVALUACIÓN DE LAS DECLARACIONES | | | | | | | | | | TOTAL | |
|--|---------------------------------|---|----------|---|------|---|------|---|------|---|-----------|--|
| Buscar Oportunidades e Iniciativa | | + | | + | | - | | + | | + | 6 | |
| | (1) | | (12) | | (23) | | (34) | | (45) | | | |
| Persistencia | | + | | + | | - | | + | | + | 6 | |
| | (2) | | (13) | | (24) | | (35) | | (46) | | | |
| Cumplimiento | | + | | + | | + | | - | | + | 6 | |
| | (3) | | (14) | | (25) | | (36) | | (47) | | | |
| Exigir Eficiencia y Calidad | | + | | + | | + | | + | | + | 0 | |
| | (4) | | (15) | | (26) | | (37) | | (48) | | | |
| Correr Riesgos Calculados | | + | 3 | + | | - | | + | | + | 6 | |
| | (5) | | (16) | | (27) | | (38) | | (49) | | | |
| Fijar Metas | | - | | + | | + | | + | | + | 6 | |
| | (6) | | (17) | | (28) | | (39) | | (50) | | | |
| Búsqueda de Información | | + | | - | | + | | + | | + | 6 | |
| | (7) | | (18) | | (29) | | (40) | | (51) | | | |
| Planificación Sistemática y Seguimiento | | + | | + | | - | | + | | + | 6 | |
| | (8) | | (19) | | (30) | | (41) | | (52) | | | |
| Persuasión y Redes de Apoyo | | - | | + | | + | | + | | + | 6 | |
| | (9) | | (20) | | (31) | | (42) | | (53) | | | |
| Autoconfianza e Independencia | | - | | + | | + | | + | | + | 6 | |
| | (10) | | (21) | | (32) | | (43) | | (54) | | | |
| FACTOR DE CORRECCIÓN | | | | | | | | | | | | |
| | | - | | - | | - | | + | | + | 18 | |
| | (11) | | (22) | | (33) | | (44) | | (55) | | | |

PCE (*) Pauta de Comportamiento Emprendedor

Tabla 8: Evaluación de las declaraciones

Finalmente, debe mencionarse que el cuestionario utilizado, presenta la particularidad que determina si la persona ha tratado de presentar una imagen altamente

favorable de sí misma y para determinar si esto ha sido así, se aplica el factor corrección, que se calcula sumando total de las respuestas 11, 22, 33, 44 y 55. Si el total de esta suma es 20 o mayor, entonces el total de las 10 **pautas de comportamiento emprendedor** debe corregirse para poder proveer una evaluación más acertada de la puntuación en torno al individuo (Gutierrez, correo electrónico, 13 de septiembre,2007).

| Si el total del factor corrección es: | Reste el siguiente número de la Puntuación de cada PCE(*) |
|---------------------------------------|---|
| 24 o 25 | 7 |
| 22 o 23 | 5 |
| 20 o 21 | 3 |
| 19 o menos | 0 |

Tabla 9: Factor de Corrección

Tomando en cuenta lo anterior y habiendo hecho la base de datos con el programa SPSS, se procedió al cálculo de los estadísticos que aplicaban para este estudio, los cuales fueron:

4.10.2.1 Medidas de tendencia central y de dispersión:

Se describen las medidas de tendencia central y las medidas de dispersión puesto que tal y como plantea Runyon/Haber (1987) a menudo en una distribución de datos pueden darse dos posibilidades, la primera que los datos se acumulen alrededor de valor central entre los dos extremos de la variable que se estudia, y la segunda que los valores tiendan a dispersarse y distribuirse a alrededor de dicho valor.

Según Runyon/Haber "...la posibilidad de localizar un punto de tendencia central, particularmente cuando al mismo tiempo existe una descripción de la dispersión de los datos respecto a ese punto, puede ser muy útil para los científicos del comportamiento."(1987, p.77).

Runyon/Haber dice que "...las medidas de tendencia central facilitan en gran parte al científico del comportamiento la tarea no sólo de comparar las medidas obtenidas a partir de uno o más grupos de personas sino también de establecer inferencias y

conclusiones.” (1987, p.77). En este sentido se calcula en el presente estudio las siguientes medidas de tendencia central: Media Aritmética, Mediana y Moda. En el cuadro a continuación se expresa en líneas generales en que consiste cada una de estas medidas para su mejor comprensión:

| Medidas de tendencia central | Definiciones |
|-------------------------------------|---|
| Media Aritmética | La media es un dato o un dato potencial que se puede considerar como un punto de equilibrio para todos los datos que están a uno y otro lado de ella. Es igual a la suma de los datos o valores de una variable dividida por su número. |
| Mediana | Dato o dato potencial de una distribución, por arriba y por abajo del cual caen la mitad de las frecuencias. Útil para describir la tendencia central en ciertos tipos de distribuciones en las cuales la media es una medida inaceptable de tendencia central por su sensibilidad a las calificaciones extremas. |
| Moda | La moda es la calificación que se presenta con mayor frecuencia. En los casos en que existan dos puntos de frecuencia máxima con la que se presenta una puntuación la distribución se denomina "bimodal". Una distribución que contenga más de dos frecuencias máximas se llama "multimodal". |

Tabla 10: Medidas de tendencia central

En el presente trabajo se realiza el cálculo de los tres estadísticos mencionados de manera tal de reafirmar cual es la tendencia central ya que aún y cuando la media aritmética sea una medida bastante confiable su valor puede ser sensible a las calificaciones muy altas o muy bajas, por ende se calculan las demás medidas para así poder confiar en el valor central que arroje la media aritmética.

Por otra parte, dentro de las medidas de dispersión se escogió la desviación estándar puesto que refleja la dispersión de las calificaciones respecto a la media (o cualquier otra medida de tendencia central) por esto representa también una estimación del error por lo que se puede considerar también como una medida de precisión. “En cuanto más compacta sea la forma en que se distribuyen las calificaciones respecto a la media, más pequeños serán en promedio nuestros errores en la predicción” (Runyon/Haber, 1987, p.117). Asimismo la desviación estándar nos ofrece ciertas ventajas:

1. Refleja la dispersión de las calificaciones de modo que se pueden comparar la variabilidad de diferentes distribuciones en términos de este estadígrafo. Es decir, al momento de interpretar diferencias entre medias de diferentes grupos la desviación nos puede dar cierta información en cuando a la homogeneidad o heterogeneidad a lo interno de los estratos en estudio (Runyon/Haber,1987,p.98)
2. La desviación estándar permite que una interpretación precisa de las calificaciones dentro de una distribución. Nos dice pueden alejar, o desviar las calificaciones del grupo de la media (Runyon/Haber,1987,p.98)

4.10.2.2 T de Student

Partiendo del principio de que el presente estudio es de tipo descriptivo se realizan los cálculos anteriormente mencionados, y de sus resultados se infiere y concluye información relevante. Sin embargo para cubrir a cabalidad estos objetivos se procedió a calcular un estadístico para verificar si existe o no existe diferencia estadísticamente significativa entre los estratos en base a los resultados obtenidos en cuanto a las medias por dimensión, dicho estadístico se denomina T de Student. “El cociente t es un examen fuerte, lo que significa que las inferencias estadísticas son posiblemente válidas” (Runyon/Haber, 1987,p. 228)

La realización de esta prueba estadística se realizó considerando un nivel de confianza de 95%, y asumiendo igualdad de varianza para ambos estratos puesto que las muestras extraídas exceden de treinta (30) personas, es decir se normalizan en base a la población.

Mediante esta prueba se pueden obtener resultados un poco mas allá de los que ofrecen las medidas de tendencia central, las cuales pueden en cierta forma arrojar información a simple vista. Luego de obtener los resultados se llevaron a cabo sus respectivos análisis según la explicación ofrecida en este último apartado.

CAPITULO V PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

5.1 CARACTERIZACIÓN DE LA MUESTRA

5.1.1 Distribución de la muestra:

| Facultad a la que pertenece | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje Acumulado |
|-----------------------------|------------|------------|----------------------|
| Ingeniería | 42 | 30,4 | 30,4 |
| FACES | 96 | 69,6 | 100 |
| Total | 138 | 100 | |

Tabla 11: Distribución por facultad

En la tabla 11, se puede apreciar la distribución de la muestra por facultad. Se puede observar que el 69,6% de dicha muestra está conformada por estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, mientras que el 30,4% restante lo conforman alumnos de la Facultad de Ingeniería. Esta distribución se debe a una decisión de los investigadores al hacer la muestra estratificada y en este sentido el tamaño de cada estrato se corresponde con los tamaños de cada Facultad.

5.1.2 Distribución de la muestra por género

| Género | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje Acumulado |
|-----------|------------|------------|----------------------|
| Femenino | 68 | 49,3 | 49,3 |
| Masculino | 70 | 50,7 | 100 |
| Total | 138 | 100 | |

Tabla 12: Distribución por género

Como se puede observar la muestra esta conformada por un 50,7% de hombres y en un 49,3% mujeres. Esto se corresponde al comportamiento poblacional y es por esta razón que se refleja así en la muestra.

5.1.2.1 Distribución por género de cada estrato

A continuación se muestra la distribución por género de cada estrato:

| Facultad a la que pertenece | Género | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje Acumulado |
|-----------------------------|-----------|------------|------------|----------------------|
| FACES | Femenino | 53 | 55,2 | 55,2 |
| | Masculino | 43 | 44,8 | 100 |
| | Total | 96 | 100 | |
| Ingeniería | Femenino | 15 | 35,7 | 35,7 |
| | Masculino | 27 | 64,3 | 100 |
| | Total | 42 | 100 | |

Tabla 13: Distribución por Género de cada estrato

Se puede observar cómo está conformado cada estrato en cuanto al género. En este sentido se puede decir que el estrato FACES está conformado por un mayor porcentaje de sujetos del género femenino (55,2%) que del género masculino (44,8%). Mientras que en el estrato Facultad de Ingeniería ocurre lo contrario, la muestra está conformada por un mayor número de sujetos del género masculino (64,3%) que del género femenino (35,7%).

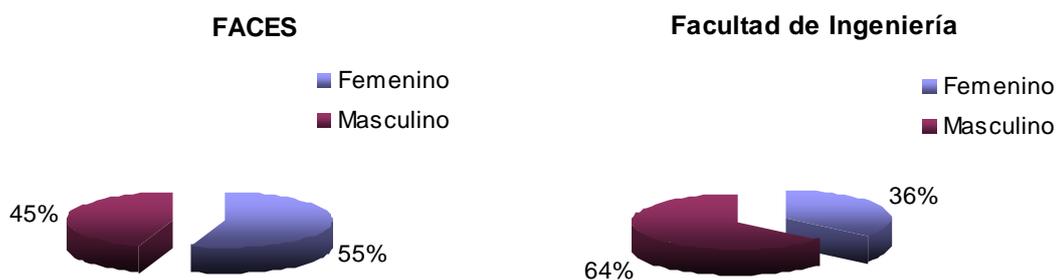


Gráfico 1: Distribución Facultad por género

5.1.3 Distribución de la muestra por rangos de edad

La tabla a continuación refleja la distribución por edades de la muestra:

| Rango de Edades | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje Acumulado |
|-----------------|------------|------------|----------------------|
| 20-22 | 37 | 26,8 | 26,8 |
| 23-25 | 86 | 62,3 | 89,1 |
| 26-28 | 13 | 9,4 | 98,6 |
| 29-31 | 1 | 0,7 | 99,3 |
| 35-37 | 1 | 0,7 | 100,0 |
| Total | 138 | 100,0 | |

Tabla 14: Distribución por edad

De la tabla 14 se puede decir, que la muestra está conformada en su mayoría por estudiantes de edades comprendidas entre 23 y 25 años con un porcentaje de 62,3%, seguido de estudiantes de edades comprendidas entre 20 y 22 años con un porcentaje de 26,8%. Finalmente hay una presencia mínima en relación a la muestra de estudiantes de edades comprendidas entre los 26 y los 37 años de edad.

En el siguiente apartado se clasifica esta información por estrato de manera tal de conocer la distribución de edad para cada facultad.

5.1.3.1 Distribución de edades de cada estrato

| Facultad a la que pertenece | Rango de Edades | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje Acumulado |
|-----------------------------|-----------------|------------|------------|----------------------|
| FACES | 20-22 | 30 | 31,3 | 31,3 |
| | 23-25 | 61 | 63,5 | 94,8 |
| | 26-28 | 4 | 4,2 | 99,0 |
| | 29-31 | 1 | 1,0 | 100,0 |
| | Total | 96 | 100,0 | |
| Ingeniería | 20-22 | 7 | 16,7 | 16,7 |
| | 23-25 | 25 | 59,5 | 76,2 |
| | 26-28 | 9 | 21,4 | 97,6 |
| | 35-37 | 1 | 2,4 | 100,0 |
| | Total | 42 | 100,0 | |

Tabla 15: Distribución de edades por estrato

Se puede observar en la tabla 15, que la distribución por edad en ambos estratos es bastante similar en cuanto a que la mayoría de los sujetos que conforman dichos estratos tienen edades comprendidas entre los 23 y 25 años (63,5% para FACES y 59,5% para la Facultad de Ingeniería). Luego se puede observar que el porcentaje más alto luego del especificado anteriormente es el de sujetos en edades comprendidas entre 20 y 22 años para FACES (31,3%) mientras que para la Facultad de Ingeniería es el de sujetos con edades comprendidas entre los 26 y 28 años (21,4%). Para ambos estratos el la minoría de sujetos en cuanto a edad se refiere, se encuentra en el rango que comprende desde los 29 años hasta los 37 años de edad. Al igual que se mencionó en la distribución por género, los resultados obtenidos para los rangos de edades responden al comportamiento poblacional y por esto por esto se refleja de esta forma en la muestra. A continuación la representación grafica de dicha distribución:

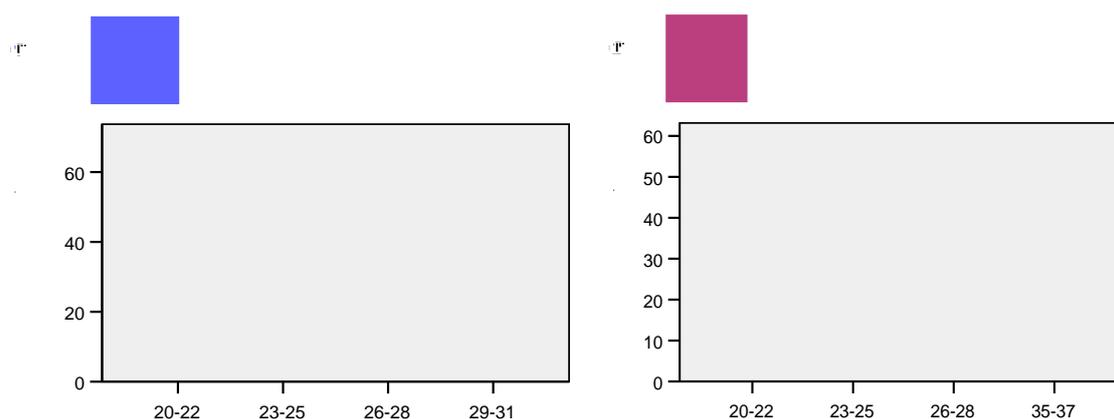


Gráfico 2: Distribución por edad para cada estrato

5.1.4 Datos familiares de los estudiantes de cada estrato

En esta parte del estudio se muestra la información obtenida en torno a datos sociodemográficos de los estudiantes tales como el nivel educativo de padres y madres, si existen emprendedores en su familia y si estos estudiantes han creado alguna empresa por su cuenta, de manera tal de obtener información que pueda ser relevante para el presente estudio.

5.1.4.1 Nivel educativo del padre y de la madre por Estrato

5.1.4.1.1 Nivel Educativo del padre en el estrato FACES:

En el cuadro a continuación se presenta el nivel educativo de los padres de los estudiantes que conformaron el estrato FACES:

| Nivel Educativo | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje Acumulado |
|-----------------|------------|------------|----------------------|
| Primaria | 4 | 4.2 | 4.2 |
| Bachiller | 12 | 12.5 | 16.7 |
| Universitario | 45 | 46.9 | 63.5 |
| Post - Grado | 22 | 22.9 | 86.5 |
| TSU | 9 | 9.4 | 95.8 |
| Sin respuesta | 4 | 4.2 | 100 |
| Total | 96 | 100 | |

Tabla 16: Nivel educativo del padre en el estrato FACES

Como se puede apreciar, la mayoría de los padres de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales (FACES) son universitarios (representados por el 46,9%), seguidos de aquellos padres quienes realizaron un post-grado (representado por el 22,9%), el 12,5% de los padres de estos estudiantes llegan sólo a completar el bachillerato, y el 9% logran completar un técnico superior (TSU). Sólo el 4,2% de la muestra tienen padres cuyo nivel educativo llega hasta primaria. Finalmente el 4,2% restante de esta muestra no respondió esta pregunta. A continuación, la representación gráfica de estos resultados:

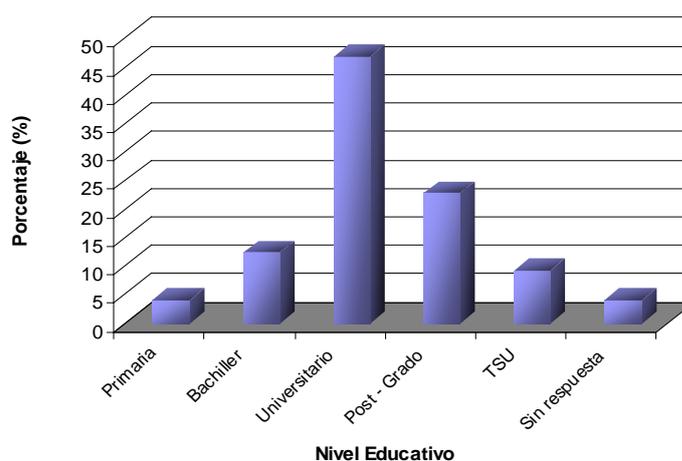


Gráfico 3: Distribución por nivel educativo del padre

5.1.4.1.2 Nivel Educativo de la madre en el estrato FACES

En el cuadro a continuación se presenta el nivel educativo de las madres de los estudiantes que conformaron el estrato FACES:

| Nivel Educativo | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje Acumulado |
|-----------------|------------|------------|----------------------|
| Sin estudios | 1 | 1 | 1.1 |
| Primaria | 5 | 5.2 | 6.4 |
| Bachiller | 24 | 25 | 31.9 |
| Universitario | 36 | 37.5 | 70.2 |
| Post - Grado | 19 | 19.8 | 90.4 |
| TSU | 8 | 8.3 | 98.9 |
| Sin respuesta | 3 | 3.2 | 100 |
| Total | 96 | 100 | |

Tabla 17: Nivel Educativo de la madre en el estrato FACES

En este caso se puede apreciar que el nivel educativo de las madres de los estudiantes de FACES se encuentra distribuido de la siguiente forma: la mayoría de ellas, representadas por el 37,5% son universitarias, seguido de el 25% que logran finalizar el bachillerato, el 19,8% alcanza un nivel educativo de post-grado. Los porcentajes más bajos son para aquellas quienes son TSU (8,3%), para quienes solo logran completar la primaria 5,2% y para quienes no tiene ningún nivel educativo representado por un mínimo porcentaje de 1%. El 3,2% de los estudiantes no respondieron esta pregunta.

A continuación la representación gráfica para dicha distribución:

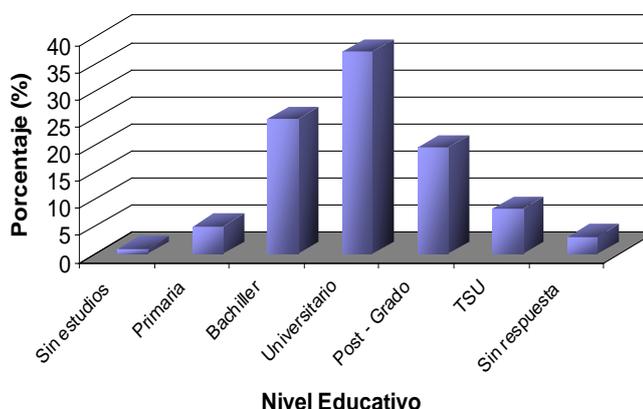


Gráfico 4: Distribución por Nivel Educativo de la Madre en el estrato FACES

5.1.4.1.3 Nivel Educativo del padre en el estrato Facultad de Ingeniería

En la siguiente tabla se puede apreciar la distribución del nivel educativo de los padres de los estudiantes del estrato Facultad de Ingeniería:

| Nivel Educativo | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje Acumulado |
|-----------------|------------|------------|----------------------|
| Bachiller | 4 | 9.5 | 9.5 |
| Universitario | 21 | 50 | 59.5 |
| Post - Grado | 16 | 38.1 | 97.6 |
| Sin respuesta | 1 | 2.4 | 100 |
| Total | 42 | 100 | |

Tabla 18: Nivel Educativo del padre en el estrato Facultad de Ingeniería

Como se puede observar el 50% de la muestra tiene padres con un nivel educativo universitario luego, le siguen los padres que tienen un nivel educativo de post-grado, el cual está representado por 38,1%. Solo un 9,5% de la muestra responde que su padre sólo llegó a completar el bachillerato mientras que el 2,4% restante no respondió a esta pregunta. A continuación la representación gráfica de esta distribución:

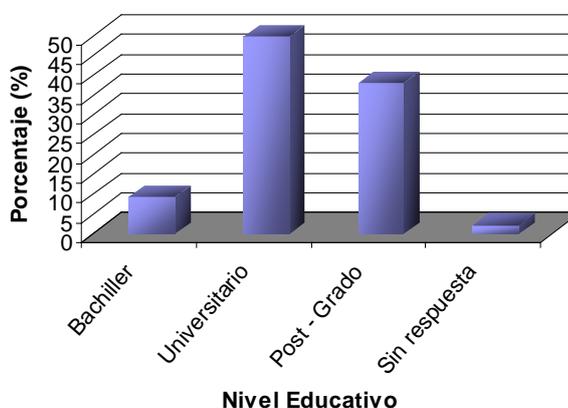


Gráfico 5: Distribución por Nivel Educativo del Padre en el estrato Facultad de Ingeniería

5.1.4.1.4 Nivel Educativo de la madre en el estrato Facultad de Ingeniería

| Nivel Educativo | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje Acumulado |
|-----------------|------------|------------|----------------------|
| Bachiller | 8 | 19 | 19 |
| Universitario | 25 | 59.5 | 78.6 |
| Post - Grado | 9 | 21.4 | 100 |
| Total | 42 | 100 | |

Tabla 19: Nivel Educativo de la madre en el estrato Facultad de Ingeniería

En el caso de la madre de los estudiantes de la Facultad de Ingeniería sólo se registraron tres niveles educativos. Empezando por el universitario representado por la mayoría de la muestra (59,5%), seguido del 21,4% de las madres que alcanzan finalizar un post-gradó y finalizando con el 8% de que representa a aquellas madres que sólo logran finalizar el bachillerato. Ver Gráfico 6

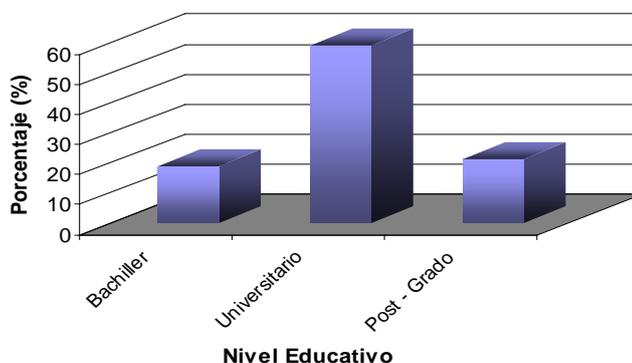


Gráfico 6: Distribución por Nivel Educativo de la Madre en el estrato Facultad de Ingeniería

5.1.4.3 Presencia de familiar emprendedor por Estrato

5.1.4.2.1 Presencia de familiar emprendedor en el estrato FACES

| Respuestas | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje Acumulado |
|------------|------------|------------|----------------------|
| SI | 57 | 59.4 | 59.4 |
| NO | 39 | 40.6 | 100 |
| Total | 96 | 100 | |

Tabla 20: Respuestas familiar emprendedor/FACES

Ante la pregunta “¿Tiene algún familiar emprendedor?” el 59,4% de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales respondió de manera afirmativa, mientras que el 40,6% de estos estudiantes respondió que no tienen familiar emprendedor. A continuación la representación gráfica de las respuestas:

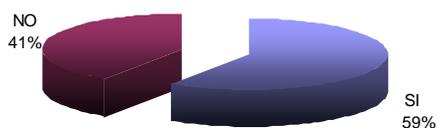


Gráfico 7: Respuestas familiar emprendedor/FACES

5.1.4.2.2 Presencia de familiar emprendedor en el estrato Facultad de Ingeniería

| Respuestas | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje Acumulado |
|------------|------------|------------|----------------------|
| SI | 23 | 54.8 | 54.8 |
| NO | 19 | 45.2 | 100 |
| Total | 42 | 100 | |

Tabla 21: Respuestas familiar emprendedor/Facultad de Ingeniería

La misma pregunta se le planteó a los estudiantes del estrato Facultad de Ingeniería, a esta respondió de manera afirmativa el 54,8% mientras que el 45,2% restante respondió de manera contraria. En el siguiente gráfico se representan dichas respuestas:

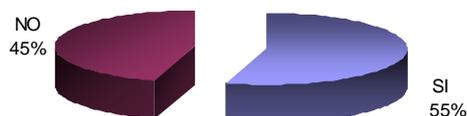


Gráfico 8: Respuestas familiar emprendedor/Facultad de Ingeniería

5.1.4.3 Creación de empresa por estrato

En esta parte del estudio se muestran las respuestas obtenidas a la pregunta que se le realizó a los estudiantes sobre si han creado alguna empresa, los resultados obtenidos fueron los siguientes:

5.1.4.3.1 Creación de empresa en el estrato FACES

| Respuestas | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje Acumulado |
|------------|------------|------------|----------------------|
| SI | 8 | 8,3 | 8,3 |
| NO | 88 | 91,7 | 100 |
| Total | 96 | 100 | |

Tabla 22: Respuestas creación de empresa/FACES

En la tabla 22, se pueden apreciar las respuestas de estos estudiantes a la pregunta “¿Ha creado alguna empresa?”. Se puede apreciar que la mayoría representada por el

91,7% de estos estudiantes respondió que no ha creado empresa, mientras que el 8% restante afirmó haber creado una empresa propia. A continuación se puede observar la representación gráfica de dichas respuestas:

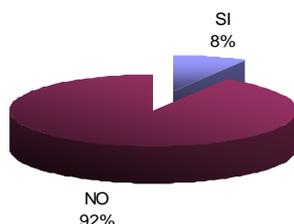


Gráfico 9: Respuestas creación de empresa/FACES

5.1.4.3.2 Creación de empresa en el estrato Facultad de Ingeniería

| Respuestas | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje Acumulado |
|------------|------------|------------|----------------------|
| SI | 7 | 16,7 | 16,7 |
| NO | 35 | 83,3 | 100 |
| Total | 42 | 100 | |

Tabla 23: Respuestas creación de empresa/Facultad de Ingeniería

Por su parte los estudiantes de la Facultad de Ingeniería respondieron de forma muy parecida en cuanto a que la mayoría representada por el 83% de los estudiantes de dicha facultad respondió no haber creado empresa, sin embargo el 17% restante afirmó haber creado empresa. Es importante destacar que el porcentaje de respuestas afirmativas en este estrato es aproximadamente el doble de las respuestas afirmativas en el estrato FACES. A continuación se representan gráficamente estas respuestas:

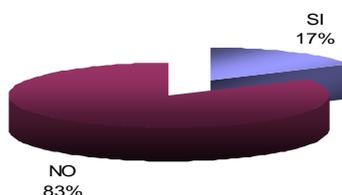


Gráfico 10: Respuestas Creación de Empresa/Facultad de Ingeniería

5.2 ESTADÍSTICOS DESCRIPTIVOS DE LA VARIABLE PAUTAS DE COMPORTAMIENTO EMPREDEDOR POR DIMENSIONES.

Para el mejor entendimiento de los resultados que arrojó el estudio se realizó el cálculo de ciertas medidas de tendencia central, las cuales permitirán comparar los resultados de cada estrato. De la misma forma se calculó dentro de las medidas de dispersión la desviación estándar, con el fin de poder hacer una estimación de su error y de su precisión. Todo esto con el objetivo de establecer inferencias y posteriormente conclusiones.

En la siguiente tabla se representa la escala para la interpretación de los resultados obtenidos:

| 0-5 Puntos | 6-10 Puntos | 11-15 Puntos | 16-20 Puntos | 21-25 Puntos |
|------------|-------------|---------------|--------------|--------------|
| Nunca | Raras veces | Algunas veces | Usualmente | Siempre |

← La Pauta de Comportamiento no suele ponerse en práctica.

La Pauta de Comportamiento suele ponerse en práctica con frecuencia. →

Tabla 24: Escala de medición y equivalencia para la interpretación de resultados

A continuación se presentan los estadísticos descriptivos y sus respectivos análisis para cada dimensión de la variable **pautas de comportamiento emprendedor** de acuerdo a lo expresado en el cuadro de operacionalización:

5.2.1 Búsqueda de Oportunidad e iniciativa

| Facultad | N | Media | Mediana | Moda | Desviación estándar |
|------------------------|----|-------|---------|-------|---------------------|
| FACES | 96 | 17,3 | 17 | 17 | 2,64 |
| Facultad de Ingeniería | 42 | 17,07 | 17 | 15(a) | 2,56 |

(a)=Múltiple existencia de modas. Se muestra el valor más pequeño.

Tabla 25: Estadísticos descriptivos de la dimensión búsqueda de oportunidad e iniciativa

Se puede observar que tanto los estudiantes de FACES como los de la Facultad de Ingeniería ponen en práctica la **búsqueda de oportunidad e iniciativa** con frecuencia. De las puntuaciones obtenidas la que más se repitió para FACES fue 17 (usualmente). El 50%

de las puntuaciones están por encima de los 17 puntos y el restante 50% se sitúa por debajo. En promedio los estudiantes de esta Facultad se ubican en una puntuación de $X=17,03$ puntos (usualmente). Asimismo, se desvían de la media en promedio 2,64 puntos. Sólo una pequeña proporción del grupo de estudiantes de FACES declaró no poner en práctica la pauta **búsqueda de oportunidad e iniciativa**, las puntuaciones tienden a ubicarse entre quienes raras veces ponen en práctica la pauta y quienes suelen ponerla en práctica con frecuencia.

En el caso de los estudiantes de la Facultad de Ingeniería la interpretación de los estadísticos arrojan resultados bastante parecidos, en promedio los estudiantes obtuvieron una puntuación de $X=17,07$ (un poco más baja que la de los estudiantes de FACES (Ver Grafico 11), sin embargo para la interpretación se puede decir que al igual que en el caso anterior los estudiantes de la Facultad de Ingeniería con frecuencia ponen en práctica la **búsqueda de oportunidad e iniciativa**, y que el 50% de los estudiantes se encuentra por encima de los 17 puntos mientras que el 50% restante por debajo de esta puntuación. La distribución de la moda para los estudiantes de Ingeniería multimodal, dado que hay una múltiple existencia de modas, en este caso se presenta el valor más pequeño es decir $Mo=15$. Los resultados de las puntuaciones para este grupo de estudiante se desvían de 17,07 en promedio 2,56 puntos. Ninguno de ellos declaró no poner en práctica la pauta Búsqueda de Oportunidad, las puntuaciones tienden a ubicarse entre los valores medios o elevados.

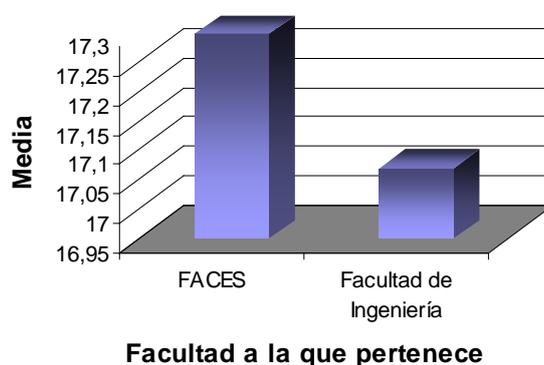


Gráfico 11: Medias de la dimensión búsqueda de oportunidad

5.2.2 Correr riesgos calculados

| Facultad | N | Media | Mediana | Moda | Desviación estándar |
|------------------------|----|-------|---------|------|---------------------|
| FACES | 96 | 16,33 | 16 | 16 | 2,12 |
| Facultad de Ingeniería | 42 | 15,93 | 16 | 16 | 2,8 |

Tabla 26: Estadísticos descriptivos de la dimensión correr riesgos calculados

En la tabla anterior se puede apreciar como en la dimensión **correr riesgos calculados** los resultados tanto para FACES como para la Facultad de Ingeniería son bastante similares, ambas reflejan una presencia de la dimensión la cual es usualmente puesta en práctica por ellos.

De las puntuaciones obtenidas la que más se repitió para FACES fue $Mo=16$. El 50% de los estudiantes obtuvo calificaciones por encima de los 16 puntos y el restante 50% se sitúa por debajo de dicha puntuación (mediana). En promedio los estudiantes de esta Facultad se ubican en una puntuación de $X=16,33$ puntos (usualmente). Los resultados obtenidos para este estrato se desvían de la media en promedio 2,12 puntos.

En el caso de los estudiantes de la Facultad de Ingeniería la interpretación de los estadísticos reflejan que en promedio, los estudiantes obtuvieron una puntuación de $X=15,93$ (un poco más baja que la de los estudiantes de FACES), sin embargo para la interpretación se puede decir que al igual que en el caso anterior los estudiantes de la Facultad de Ingeniería usualmente corren riesgos calculados. La mediana fue de 16 puntos. La moda fue de 16 puntos. Finalmente se puede afirmar que los resultados obtenidos para este grupo de estudiante se desvían de 15,93 en un promedio de 2,8 puntos.

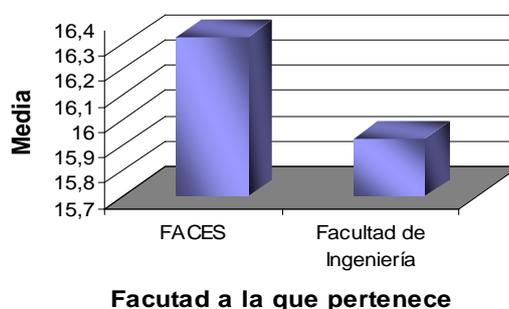


Gráfico 12: Medias de la dimensión correr riesgos calculados

5.2.3 Exigir eficiencia y calidad

| Facultad | N | Media | Mediana | Moda | Desviación estándar |
|------------------------|----|-------|---------|------|---------------------|
| FACES | 96 | 18,04 | 18 | 19 | 2,82 |
| Facultad de Ingeniería | 42 | 17,71 | 18 | 18 | 2,93 |

Tabla 27: Estadísticos descriptivos de la dimensión exigir eficiencia y calidad

Como se puede apreciar, los estudiantes de FACES tienen un alto nivel de presencia de la dimensión **exigir eficiencia y calidad**, ubicándose en un promedio de 18,04 puntos (Ver Gráfico 13). Un 50% de los estudiantes se sitúa por encima de los 18 puntos mientras que el otro 50 % se está por debajo. La puntuación que más se repite es 19 puntos y las puntuaciones de los estudiantes se desvían de la media en promedio de 2,82 puntos.

Para los estudiantes del estrato Facultad de Ingeniería al igual que los estudiantes del estrato FACES tienen un alto nivel de presencia de la dimensión, puesto que en promedio la puntuación fue de 17,71 puntos (Ver Gráfico 13); cabe destacar que aunque es menor que la media de los estudiantes de FACES esta puntuación sigue formando parte del rango de aquellos sujetos que practican usualmente la exigencia de eficiencia y calidad. Adicionalmente la puntuación que más se repite para este estrato y para esta dimensión es de 18 puntos, la cual coincide con el valor de la mediana. Los resultados obtenidos para la Facultad de Ingeniería en esta dimensión se desvían de la media en un promedio de 2,93 puntos.

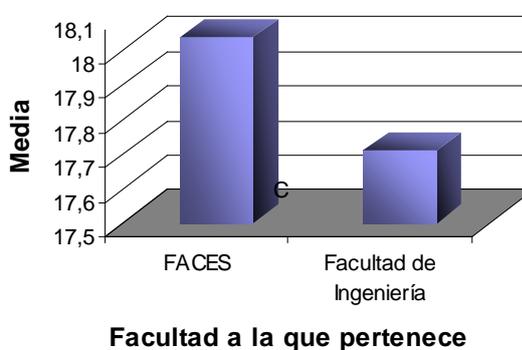


Gráfico 13: Medias de la dimensión exigir eficiencia y calidad

5.2.4 Persistencia

| Facultad | N | Media | Mediana | Moda | Desviación estándar |
|------------------------|----|-------|---------|------|---------------------|
| FACES | 96 | 17,83 | 18 | 18 | 2,44 |
| Facultad de Ingeniería | 42 | 17,81 | 18 | 19 | 2,81 |

Tabla 28: Estadísticos descriptivos de la dimensión persistencia

En el caso de la dimensión **persistencia** los resultados reflejan que los estudiantes de FACES y de la Facultad de Ingeniería ponen en práctica la Persistencia con frecuencia, FACES refleja una mayor puntuación que la Facultad de Ingeniería por una diferencia de medias de 0,03. De las puntuaciones obtenidas la que más se repitió para ambas Facultades fue de 18 puntos (usualmente se pone en práctica). Para los estudiantes de FACES el 50% de los estudiantes está por encima de los 18 puntos y el restante 50% se sitúa por debajo de dicha puntuación. En promedio, los estudiantes de esta Facultad se ubican en una puntuación de $X=17,83$ (usualmente). Asimismo se desvían de la media en promedio 2,44 puntos. En el caso de la Facultad de Ingeniería el 50% de las puntuaciones obtenidas por los estudiantes está por encima de 19 puntos y el restante 50% por debajo. Las puntuaciones de estos estudiantes se desvían de su media ($X=17,81$) en promedio de 2,81 puntos. Según los resultados obtenidos para ambas Facultades las puntuaciones tienden a ubicarse entre los valores medios o elevados, es decir son persistentes algunas veces, usualmente y siempre.

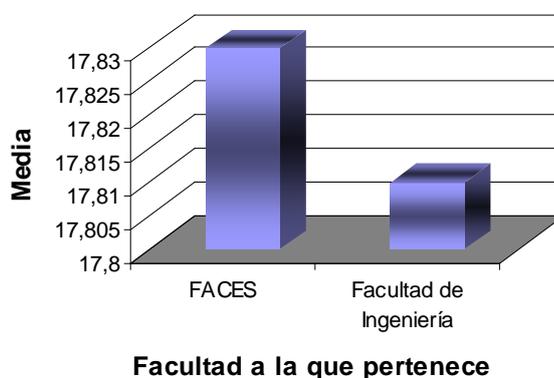


Gráfico 14: Medias de la dimensión persistencia

5.2.5 Cumplimiento

| Facultad | N | Media | Mediana | Moda | Desviación estándar |
|------------------------|----|-------|---------|------|---------------------|
| FACES | 96 | 17,89 | 18 | 17 | 2,97 |
| Facultad de Ingeniería | 42 | 18,55 | 18,5 | 18 | 2,93 |

Tabla 29: Estadísticos descriptivos de la dimensión cumplimiento

En cuanto a la presencia de **cumplimiento** en los estudiantes que conformaron la muestra se puede decir: en el caso de FACES la categoría que más se repitió (Mo) fue de 17 puntos (la pauta se es usualmente practicada por los estudiantes). La mediana resultó ser de 17 puntos. La media aritmética es de $X=17,89$ puntos (Ver Gráfico 15), lo cual reafirma lo que se indicó anteriormente en cuando a la presencia del **cumplimiento** en los estudiantes. Luego se puede observar también que los sujetos se desvían de la media en promedio de 2,97 puntos. Las puntuaciones de este estrato reflejan que hay estudiantes dentro del rango de quienes rara vez ponen en práctica el cumplimiento hasta aquellos que siempre lo hacen.

En cuanto a la Facultad de Ingeniería, la moda fue de 18. La mediana fue de 18,5. En promedio, los estudiantes de este estrato se ubican en 18,55 puntos, (Ver Gráfico 15) lo cual los ubica en el rango de aquellos quienes usualmente ponen en práctica el **cumplimiento**. La desviación estándar de este estrato fue de 2,93. En general y al igual que para los estudiantes de FACES, dentro del estrato Facultad de Ingeniería existen estudiantes que rara vez ponen en práctica el **cumplimiento** hasta aquellos lo hacen siempre.

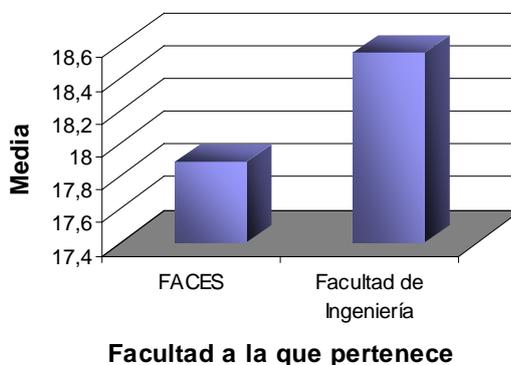


Gráfico 15: Medias de la dimensión cumplimiento

5.2.5 Búsqueda de información

| Facultad | N | Media | Mediana | Moda | Desviación estándar |
|------------------------|----|-------|---------|------|---------------------|
| FACES | 96 | 17,8 | 18 | 17 | 2,41 |
| Facultad de Ingeniería | 42 | 17,95 | 18 | 18 | 2,74 |

Tabla 30: Estadísticos descriptivos de la dimensión búsqueda de información

Tanto los estudiantes de FACES como los de la Facultad de Ingeniería ponen en práctica la **búsqueda de información** con frecuencia media. De las puntuaciones obtenidas, la que más se repitió para FACES fue 17. Observando que la mediana es $Me=18$, quiere decir que el 50% de los estudiantes está por encima de los 18 puntos y el restante 50% se sitúa por debajo de dicha puntuación. La media de puntuaciones obtenida para FACES se ubica en una puntuación de $X=17,8$ puntos lo cual indica que en promedio, los estudiantes usualmente ponen en práctica la **búsqueda de información** usualmente. Estos resultados se desvían de 17,08 en un promedio de 2,41 puntos. Debe resaltarse que en esta facultad ningún estudiante mostró no poner en práctica la pauta. Para este estrato y en la dimensión.

Los datos obtenidos para la Facultad de Ingeniería se pueden interpretar de la siguiente forma, en promedio los estudiantes obtuvieron una puntuación de $X=17,95$; mayor que la de los estudiantes de FACES, sin embargo, esta puntuación no deja de significar lo mismo, es decir, que en promedio los estudiantes de ingeniería, ponen en práctica usualmente la **búsqueda de información** (Ver Gráfico 16). La mediana es de 18 puntos. Por otra parte el valor que más se repitió fue $Mo=18$ y en base a la desviación se puede decir que las puntuaciones se alejan de 17,95 en promedio 2,78 puntos.

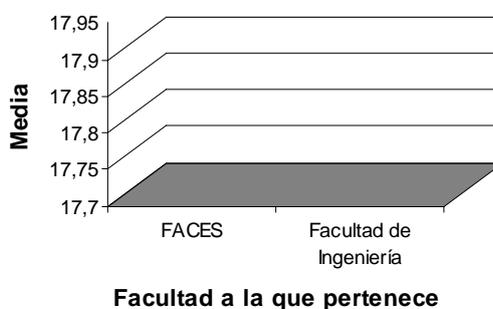


Gráfico 16: Medias de la dimensión búsqueda de información

5.2.7 Fijar metas

| Facultad | N | Media | Mediana | Moda | Desviación estándar |
|------------------------|----|-------|---------|------|---------------------|
| FACES | 96 | 19,38 | 20 | 21 | 3,07 |
| Facultad de Ingeniería | 42 | 19 | 20 | 21 | 3,48 |

Tabla 31: Estadísticos descriptivos de la dimensión fijar metas

Se puede apreciar, que tanto los estudiantes de FACES como los de la Facultad de Ingeniería ponen en práctica la dimensión **fijar metas** con la frecuencia más alta respecto a las demás pautas. En el caso de FACES, de las puntuaciones obtenidas la que más se repitió fue $Mo=21$. La mediana para esta dimensión es $Me=20$, lo que quiere decir que el 50% de los estudiantes obtuvo puntuaciones por encima de los 20 puntos y el restante 50% obtuvo puntuaciones por debajo esta. En promedio, los estudiantes de esta Facultad se ubican en una puntuación de $X=19,38$ puntos, es decir, usualmente ponen en práctica la pauta. Asimismo, se desvían de 19,38 en promedio 3,07 puntos.

Para los estudiantes de la Facultad de Ingeniería se puede interpretar que los estadísticos obtenidos para la dimensión **fijar metas** son bastante parecidos a los resultados de FACES, pues el valor que más se repitió también para la Facultad de Ingeniería fue $Mo=21$. En la media los estudiantes obtuvieron una puntuación de $X=19$, (sólo un poco más baja que la de los estudiantes de FACES), lo que permite plantear que usualmente ponen en práctica la pauta que se analiza. Seguidamente, la mediana resultante para este estrato fue de $Me=20$. Finalmente, los resultados de las puntuaciones para este grupo de estudiantes se desvían de 19 en promedio 3,48 puntos.

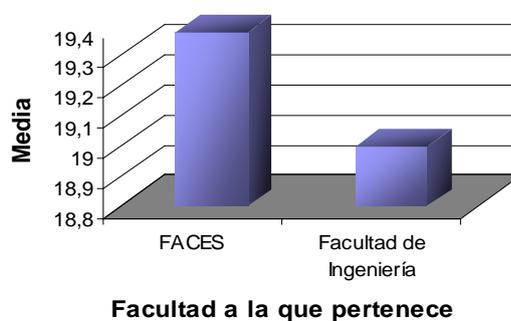


Gráfico 17: Medias de la dimensión Fijar Metas

5.2.8 Planificación sistemática y seguimiento

| Facultad | N | Media | Mediana | Moda | Desviación estándar |
|------------------------|----|-------|---------|-------|---------------------|
| FACES | 96 | 17,16 | 17 | 16 | 2,28 |
| Facultad de Ingeniería | 42 | 17,1 | 17 | 16(a) | 2,98 |

(a)=Múltiple existencia de modas. Se muestra el valor más pequeño.

Tabla 32: Estadísticos descriptivos de la dimensión planificación y seguimiento

En la tabla anterior, se puede apreciar cierta similitud entre los valores obtenidos para ambas facultades, pues las medias obtenidas muestran que ambas ponen en práctica la **planificación sistemática y seguimiento** usualmente.

El estrato FACES obtuvo una media de $X=17,16$ puntos, mientras que para la Facultad de Ingeniería fue de $X=17,1$ puntos.

Para FACES, el valor que más se repitió fue 16, es decir. El resultado de la mediana fue de 17 puntos, significando esto que el 50% de los estudiantes obtuvo puntuaciones por encima de los 17 puntos y el restante 50% por debajo de dicha puntuación.

En el caso de los estudiantes de la Facultad de Ingeniería, el valor más repetido fue $Mo=16(a)$, tomando en cuenta tal y como lo refleja la tabla, que hay múltiple existencia de modas (el valor colocado en la tabla es el más pequeño); a esto se le llama un tipo de distribución “multimodal”. Seguidamente, la mediana fue de 17 puntos. Para este estrato la desviación estándar fue de 2,98.

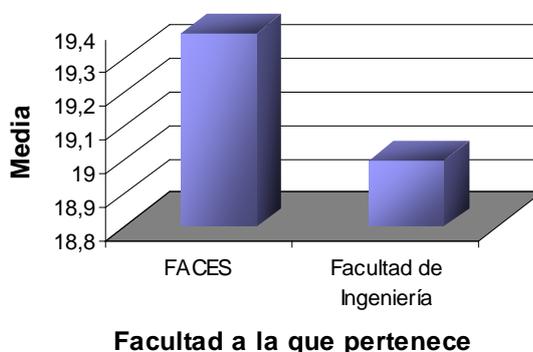


Gráfico 18: Medias de la dimensión planificación sistemática y seguimiento

5.2.9 Persuasión y redes de apoyo

| Facultad | N | Media | Mediana | Moda | Desviación estándar |
|------------------------|----|-------|---------|------|---------------------|
| FACES | 96 | 16,83 | 17 | 17 | 2,46 |
| Facultad de Ingeniería | 42 | 16,79 | 17 | 17 | 2,77 |

Tabla 33: Estadísticos descriptivos de la dimensión persuasión y redes de apoyo

En la tabla anterior, se puede observar cómo tanto los estudiantes de FACES como los de la Facultad de Ingeniería ponen en práctica la **persuasión y redes de apoyo** con una frecuencia media. De las puntuaciones obtenidas la que más se repitió para FACES fue $Mo=17$ y si se ubica este valor en la escala, corresponde a usualmente. El 50% de los estudiantes obtuvo calificaciones por encima de los 17 puntos y el restante 50% por debajo de dicha puntuación. En promedio los estudiantes de esta Facultad se ubican en una puntuación de $X=16.83$ puntos, es decir, usualmente ponen en práctica la pauta **persuasión y redes de apoyo**. Las respuestas obtenidas se desvían de 16,83 en un promedio de 2,46 puntos.

En el estrato de la Facultad de Ingeniería la interpretación de los estadísticos calculados proyectaron lo siguiente: en promedio (media) los estudiantes obtuvieron una puntuación de $X=16,79$ (Ver Gráfico 19), significando este valor lo mismo que para el caso anterior, que los estudiantes ponen en práctica la pauta, usualmente. Para esta facultad, la mediana obtenida en esta dimensión fue de $Me=17$, siendo exactamente igual a la de FACES y en consecuencia significa lo mismo. Por su parte, corresponde a la moda el valor de 17 y finalmente, para este grupo de estudiantes la desviación de $X= 16.70$ en promedio es de 2,77 puntos.

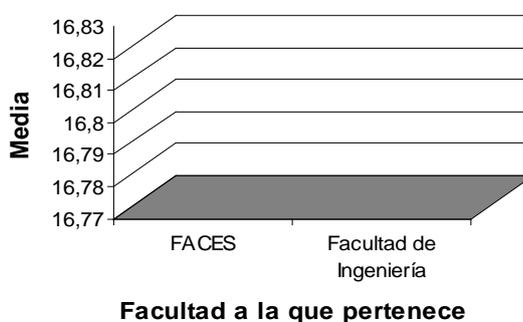


Gráfico 19 Medias de la dimensión persuasión y redes de apoyo

5.2.10 Autoconfianza e independencia

| Facultad | N | Media | Mediana | Moda | Desviación estándar |
|------------------------|----|-------|---------|-------|---------------------|
| FACES | 96 | 18,27 | 18 | 17(a) | 2,87 |
| Facultad de Ingeniería | 42 | 17,67 | 18 | 19 | 2,46 |

(a)=Múltiple existencia de modas. Se muestra el valor más pequeño.

Tabla 34: Estadísticos descriptivos de la dimensión autoconfianza e independencia

En la tabla anterior se puede apreciar que tanto los estudiantes de FACES como los de la Facultad de Ingeniería ponen en práctica la dimensión **autoconfianza e independencia** con frecuencia media. En el caso de FACES, de las puntuaciones obtenidas la que más se repitió para fue $Mo=17(a)$ siendo la distribución multimodal. La mediana para esta dimensión es $Me=18$, lo que quiere decir que el 50% de los estudiantes está por encima de los 18 puntos y el restante 50% se sitúa por debajo de dicha puntuación. En promedio, los estudiantes de esta facultad se ubican en una puntuación de $X=18,27$ puntos, es decir, usualmente ponen en práctica la pauta. Asimismo, se desvían de 18,27 en un promedio de 2,87 puntos.

Para los estudiantes de la Facultad de Ingeniería se puede interpretar que los estadísticos obtenidos para la dimensión **autoconfianza e independencia** de la siguiente forma: el valor que más se repitió para la Facultad de Ingeniería fue $Mo=19$; la media para esta dimensión arrojó una puntuación de $X=19$, lo que lleva a plantear que usualmente ponen en práctica la pauta presentada. Seguidamente, la mediana resultante para este estrato fue de $Me=18$. Finalmente, los resultados de las puntuaciones para este grupo de estudiante se desvían de 17,67 en un promedio de 2,46 puntos.

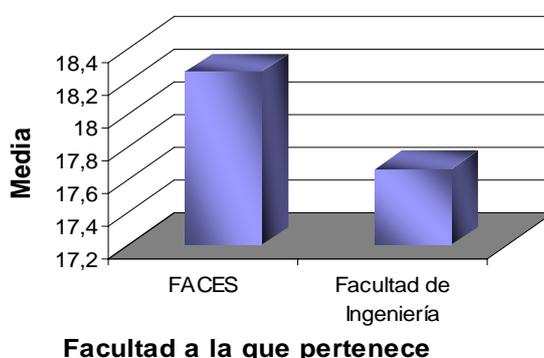


Gráfico 20: Medias de la dimensión autoconfianza e independencia

5.3 ANÁLISIS DE LA DIFERENCIA DE MEDIAS DE LA VARIABLE PAUTAS DE COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR ENTRE LOS ESTRATOS.

En la tabla a continuación se presentan la prueba “t” de Student. Se reflejan las diferencias entre los estratos estudiados respecto a las dimensiones de la variable:

| Dimensiones | Valor de "t" | Sig. (2-colas) | Diferencia de medias | Diferencia de desviación estándar |
|---|--------------|----------------|----------------------|-----------------------------------|
| Búsqueda de Oportunidades | -0,477 | 0,634 | -0,231 | 0,484 |
| Persistencia | -0,050 | 0,960 | -0,024 | 0,473 |
| Cumplimiento | 1,209 | 0,229 | 0,662 | 0,548 |
| Exigir Eficiencia y Calidad | -0,619 | 0,537 | -0,327 | 0,529 |
| Correr Riesgos Calculados | -0,933 | 0,353 | -0,405 | 0,434 |
| Fijar Metas | -0,633 | 0,527 | -0,375 | 0,592 |
| Búsqueda de Información | 0,323 | 0,747 | 0,150 | 0,466 |
| Planificación Sistemática y Seguimiento | -0,131 | 0,896 | -0,061 | 0,464 |
| Persuasión y Redes de Apoyo | -0,101 | 0,920 | -0,048 | 0,473 |
| Autoconfianza e Independencia | -1,185 | 0,238 | -0,604 | 0,510 |

Tabla 35: “t” de Student para las dimensiones de la variable

Observando la tabla se puede apreciar que no hay diferencias significativas entre las medias de ambos grupos para ninguna dimensión. Es decir las diferencias que a simple vista se aprecian entre las medias de ambos grupos no son estadísticamente significativas, sino que son producto del azar (como consecuencia de trabajar con muestras).

CAPITULO VII

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

El presente capítulo, tiene como objetivo discutir los resultados obtenidos a lo largo de la investigación, así como dar respuesta al objetivo general: describir las **pautas de comportamiento emprendedor** presentes en los estudiantes de los quintos años de las Facultades de Ciencias Económicas y Sociales y de Ingeniería, UCAB, en el período 2006-2007, según María Dolores Garzón. Así como también dar respuesta a los respectivos objetivos específicos.

De los datos sociodemográficos recolectados, se obtuvo la siguiente información:

La distribución por género de la totalidad de la muestra, resultó ser homogénea en cuanto al género, puesto que se presenta casi una misma proporción de estudiantes hombres, que de estudiantes mujeres.

Al analizar la distribución por género en cada estrato, se obtuvo que las proporciones resultaron opuestas, es decir, en el estrato FACES, hay mayor preponderancia del género femenino que del masculino. Mientras que en la Facultad de Ingeniería ocurre la situación contraria, hay mayor cantidad de hombres que de mujeres.

En el caso de la distribución por edad en cada uno de los estratos, se pudo observar que: en el caso de FACES, la mayor cantidad de estudiantes, se ubica en los rangos de edad que oscilan entre los 20 y 25 años. Por otra parte, los estudiantes del estrato Facultad de Ingeniería en su mayoría se ubican en edades comprendidas entre los 23 y los 28 años.

En cuanto al nivel educativo del padre, se determinó que: los padres de los estudiantes de FACES, tienen un nivel preponderantemente universitario. En

contraparte, la mayoría los padres de los estudiantes de la Facultad de Ingeniería, presentan en su mayoría niveles educativos entre universitario y post-grado.

Al analizar los resultados del nivel educativo de la madre en el estrato FACES, se observa que la mayoría tiene nivel universitario y bachiller, pero en el estrato Facultad de Ingeniería, la preponderancia en el nivel educativo de las madres, es universitario.

La presencia de familiar emprendedor, fue otro dato recolectado, y de este se obtuvieron respuestas importantes, pues en ambos estratos hay notable presencia de familiares emprendedores.

El último dato sociodemográfico recolectado, se refirió a la creación de empresa por parte del estudiante, de esto resultó que la mayoría de las respuestas fueron negativas, es decir, la mayoría de los estudiantes no han creado empresa propia. Sin embargo un dato importante, fue que el porcentaje de personas de Ingeniería que afirmó haber creado empresa fue aproximadamente el doble del porcentaje que respondió de forma afirmativa en el estrato FACES.

Las **pautas de comportamiento emprendedor**, analizadas a lo largo del presente trabajo, arrojaron en los resultados, que cada estrato estudiado pone en práctica dichas pautas en un orden de prioridad específica, es por esto, que a continuación se presenta la posición que ocupó cada una de estas pautas.

La pauta que obtuvo la mayor puntuación para ambos estratos fue **fijar metas**, con lo cual se entiende que los estudiantes presentan una mayor tendencia a establecer para si mismos objetivos de tipo personal, que impliquen un reto y una visión a largo plazo. Esta pauta, obtuvo una puntuación de 19,38 para FACES y de 19 para la Facultad de Ingeniería lo cual se traduce en un nivel de presencia moderado.

Para el estrato FACES, la pauta que se ubica en segunda posición es **autoconfianza e independencia** con una puntuación de 18,27. Esto indica que los estudiantes presentan una moderada tendencia a la búsqueda de autonomía, así como la confianza en sí mismos para vencer barreras que se le presenten. En el caso de la Facultad de Ingeniería, la pauta que se encuentra en segundo lugar fue **cumplimiento** con un valor

de 18,55 puntos. Esto quiere decir que, quienes conforman este estrato tienen tendencia a hacer sacrificios personales para la realización de sus tareas; buscan la satisfacción de otras personas.

La pauta de comportamiento emprendedor que se pone en práctica en tercer lugar para cada facultad fueron las siguientes: para FACES **exigir eficiencia y calidad** con una puntuación de 18,04, esto permite percibir la inclinación de los estudiantes de este estrato a actuar de forma rápida, mejor y a bajos costos, asegurando de esa forma el cumplimiento de normas y requisitos. Por otra parte, la Facultad de Ingeniería en este lugar presentó la pauta **búsqueda de información**, con una puntuación de 17,95 haciéndose conocer así, como personas que moderadamente investigan y se informan sobre su entorno para lograr dominar los conocimientos necesarios para la consecución de sus fines.

Seguidamente, el cuarto lugar para el estrato FACES lo ocupa **cumplimiento** con una puntuación de 17,89, la cual se ubica por debajo en comparación con la puntuación obtenida por el estrato Facultad de Ingeniería. Para esta última, la cuarta posición la ocupa **persistencia** con 17,81 puntos, indicando esto, la presencia moderada de la pauta de comportamiento, lo cual muestra que, los estudiantes de esta facultad tienden a tomar acciones frente a grandes desafíos, y ante retos y obstáculos hacer todo lo necesario para superarlos.

El quinto lugar para FACES lo ocupa la pauta **persistencia**, pudiendo notar una puntuación de 17,83. Cabe destacar que, aunque ocupen distintas posiciones en la escala de puntuaciones, el resultado de dicha pauta es muy parecido al resultado obtenido para la Facultad de Ingeniería. Para este último estrato, la quinta posición está ocupada por la pauta **exigir eficiencia y calidad** con 17,71 puntos, poniéndose en práctica con menor frecuencia que en FACES.

Búsqueda de información ocupa el sexto lugar para el estrato FACES, con una puntuación de 17,8, poniéndose en práctica por estudiantes con una menor frecuencia en comparación con los estudiantes de la Facultad de Ingeniería. Los estudiantes de la Facultad de Ingeniería presentaron en sexto lugar la pauta **autoconfianza e independencia**, con un valor de 17,63 puntos, indicando así una menor inclinación hacia la autonomía y confianza en sí mismo para superar barreras que pudieran presentarse.

Los estudiantes del estrato FACES posicionaron en séptimo lugar la pauta **búsqueda de oportunidades e iniciativa**, cuyo valor fue 17,3 puntos. Esto demuestra la tendencia de estas personas a la proactividad y a la detección de necesidades insatisfechas para hacer de éstas una oportunidad. Por otra parte, la Facultad de Ingeniería presenta en esta séptima posición la **planificación sistemática y seguimiento** con una puntuación de 17,1, lo cual hace alusión a la elaboración de planes y proyectos por parte de los estudiantes para la consecución de resultados específicos.

Seguidamente, las pautas que ocupan el octavo lugar para cada estrato son: **planificación sistemática y seguimiento** para FACES con una puntuación de 17,16 (la cual es muy parecida a la puntuación obtenida para esta pauta en la Facultad de Ingeniería). En el caso de la Facultad de Ingeniería, la pauta que ocupa esta octava posición es **búsqueda de oportunidades e iniciativa** con 17,01 puntos (siendo también parecida a la puntuación de esta obtenida para la mencionada pauta en FACES).

Para ambos estratos, el penúltimo lugar lo ocupa **persuasión y redes de apoyo** en el estrato FACES con una puntuación de 16,83 y en el estrato Facultad de Ingeniería con 16,89 puntos. Estas puntuaciones siguen implicando la presencia y puesta en práctica de la pauta en forma moderada, es decir, se presenta cierta orientación a buscar influenciar y persuadir a otros para conseguir objetivos individuales, desarrollando y manteniendo una red de contactos o negocios.

Por último, la pauta que menos se pone en práctica resultó ser **correr riesgos calculados** para ambos estratos, con una puntuación de 16,33 para FACES y 15,93 para la Facultad de Ingeniería. Esto refleja la tendencia al cálculo deliberado de riesgos y a la evaluación de alternativas con la intención de controlar los resultados.

A continuación se presentan dos tablas y sus respectivas representaciones gráficas, que resumen el análisis realizado anteriormente. Dichas tablas presentan las medias aritméticas obtenidas para cada dimensión de la variable **pautas de comportamiento emprendedor**, de forma tal que se pueda apreciar su presentación en un orden de mayor a menor presencia o prioridad en los estudiantes de cada estrato:

| FACES | | Medias |
|-------|---|--------|
| 1 | Fijar metas | 19,38 |
| 2 | Autoconfianza e independencia | 18,27 |
| 3 | Exigir eficiencia y calidad | 18,04 |
| 4 | Cumplimiento | 17,89 |
| 5 | Persistencia | 17,83 |
| 6 | Búsqueda de información | 17,8 |
| 7 | Búsqueda de oportunidades e iniciativa | 17,3 |
| 8 | Planificación sistemática y seguimiento | 17,16 |
| 9 | Persuasión y Redes de Apoyo | 16,83 |
| 10 | Correr riesgos calculados | 16,33 |

Tabla 36: Media de pautas de comportamiento emprendedor para FACES

Para el estrato FACES, las pautas que presentaron mayor puesta en práctica son: **fijar metas, autoconfianza e independencia** y **exigir eficiencia y calidad**. Las pautas con una prioridad intermedia son: **cumplimiento, persistencia, búsqueda de información, y búsqueda de oportunidades e iniciativa**. Por último, las pautas que resultaron ponerse en práctica con la mínima prioridad son: **planificación sistemática y seguimiento, persuasión y redes de apoyo y correr riesgos calculados**.

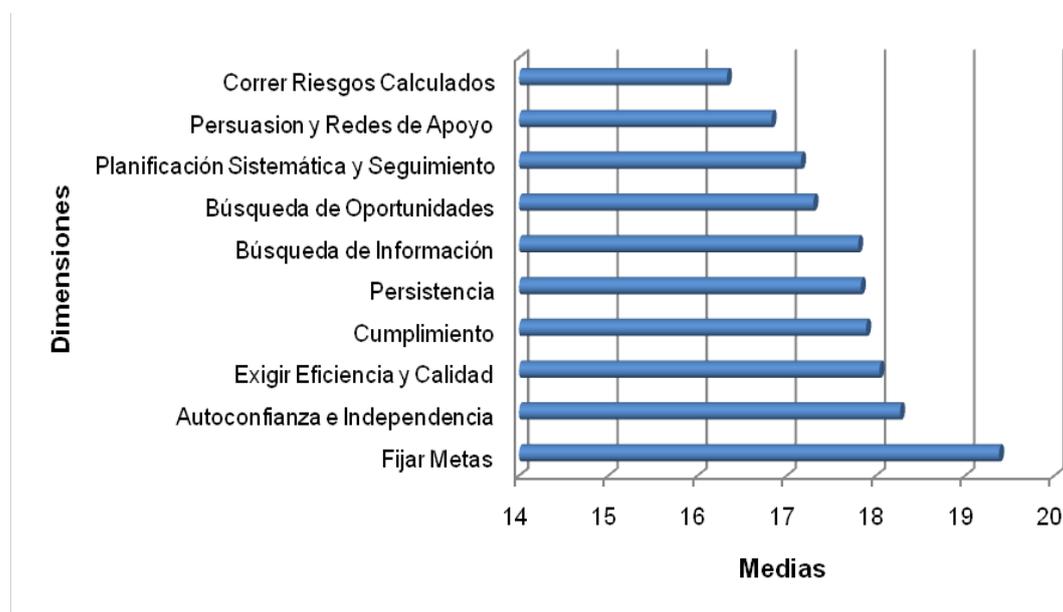


Gráfico 21: Media de Pautas de comportamiento emprendedor para FACES

| Facultad de Ingeniería | | Medias |
|------------------------|--|--------|
| 1 | Fijar metas | 19 |
| 2 | Cumplimiento | 18,55 |
| 3 | Búsqueda de información | 17,95 |
| 4 | Persistencia | 17,81 |
| 5 | Exigir eficiencia y calidad | 17,71 |
| 6 | Autoconfianza e independencia | 17,63 |
| 7 | Planificación sistemática y seguimiento | 17,1 |
| 8 | Búsqueda de oportunidades e iniciativa | 17,07 |
| 9 | Persuasión y redes de apoyo | 16,79 |
| 10 | Correr riesgos calculados | 15,93 |

Tabla 37: Media de pautas de comportamiento emprendedor para la Facultad de Ingeniería

Para el estrato Facultad de Ingeniería, las pautas que están en los primeros lugares de acuerdo al orden de prioridad o de puesta en práctica son; **fijar metas, cumplimiento y búsqueda de información**, con una prioridad intermedia se encuentran: **persistencia, exigir eficiencia y calidad, autoconfianza e independencia y planificación sistemática y seguimiento**. Finalmente, las pautas que se ponen en práctica con la mínima prioridad son: **búsqueda de oportunidades e iniciativa, persuasión y redes de apoyo y correr riesgo calculados**.

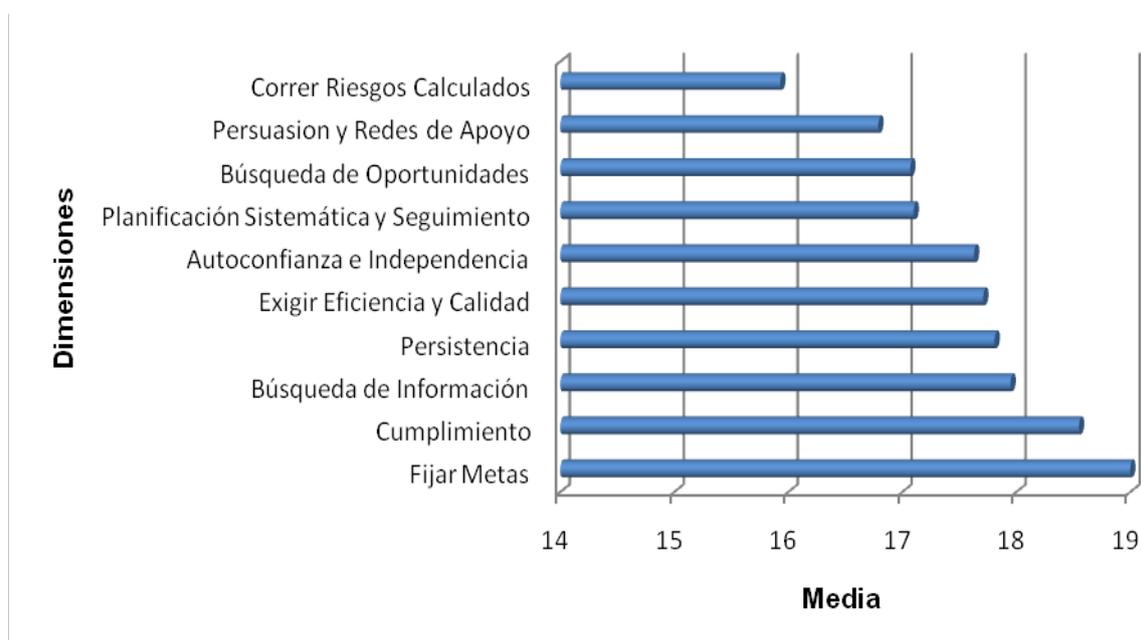


Gráfico 22: Media de pautas de comportamiento emprendedor para la Facultad de Ingeniería

Para los resultados obtenidos de la aplicación de la “t” de Student, puede decirse que no hubo diferencia significativa entre los estudiantes que conformaron el estrato FACES y los que conformaron el estrato Facultad de Ingeniería.

El coeficiente “t” se calculó con el objetivo de verificar si las diferencias que se mostraron a simple vista a través de las medidas de tendencia central y de dispersión realmente eran reveladoras. Se comprobó que esta realidad no es así, puesto que no se obtuvo diferencia estadísticamente significativa. En tal sentido, se puede decir que entre ambos estratos son mayores las semejanzas que las diferencias, y que las razones para que esto sea así pueden ser el hecho que ambos estratos sean bastantes homogéneos debido las circunstancias en las que se desenvuelven. Dentro de ellas se pueden nombrar las siguientes: **las características sociodemográficas** en su mayoría tienen un entorno familiar conformado por padres profesionales, tienen alguna imagen de emprendedor en su círculo familiar. Así como también puede atribuirse al hecho de que estos estudiantes no hayan tenido la **experiencia laboral** necesaria para poder reconocer sus propias capacidades o sus preferencias hacia una u otra trayectoria profesional.

Una vez que se ha dado respuesta los objetivos de estudio de la presente investigación se procederá a realizar las conclusiones de la misma.

CAPITULO VII CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 Conclusiones

En relación a los objetivos de estudio se presentan a continuación las siguientes conclusiones:

De los datos sociodemográficos obtenidos un porcentaje relativamente bajo de estudiantes de cada estrato había creado una empresa. Sin embargo el porcentaje de estudiantes del estrato Facultad de Ingeniería que respondió haber creado empresa duplica al porcentaje de estudiantes del estrato FACES que respondió lo mismo. De esto se concluye que los estudiantes de la Facultad de Ingeniería son más emprendedores que los de FACES dado que han creado más empresas. Estos datos se obtuvieron aislados de información más profunda en torno a estos casos.

Otro dato interesante fue el hecho que, en ambos estratos hubo un porcentaje por encima del promedio, que dijo tener familiar emprendedor, en base a esto se puede afirmar que los estudiantes de ambas facultades poseen un entorno familiar favorable para impulsar una iniciativa empresarial así lo plantean Hisrich et al. (2005).

En cuanto a las dimensiones de las **pautas comportamiento emprendedor**, según los resultados obtenidos se afirma que están presentes en un nivel moderado en la totalidad de los estudiantes que conformaron la muestra. Puesto que fueron pocos los casos en los cuales, los niveles de presencia de las pautas fueron muy bajos. En consecuencia tal y como plantea Rusque es necesario “estimular la capacidad y cultura emprendedora” (2004, p. 358).

La mayor puntuación la obtuvo la pauta **fijar metas**, lo cual muestra la tendencia de ambos estratos a pensar sobre el futuro, a trazarse objetivos a corto y largo plazo.

Ambos estratos ponen menos en práctica el **correr riesgos calculados**, indicando que no deciden asumir situaciones retadoras si previamente no tienen certeza de los resultados que obtendrían, y esta condición podría atribuirse a la situación política, económica, legal, así como de inseguridad que impera en el país.

Ante esto es posible concluir, que los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales y los de la Facultad de Ingeniería, tienden a tener una considerable visión de futuro, pero no actúan lo suficiente en el presente. Esto puede atribuírse al contexto en el cual se desenvuelven, ya que el mismo, no resulta el más adecuado y sólido para afrontar riesgos y consolidar ideas empresariales, o también al hecho de que al ser estudiantes del último año de carrera, no poseen un tiempo de experiencia que los ayude a desarrollar y ser conscientes de sus propias **pautas de comportamiento emprendedor**, puesto que no han tenido la oportunidad de enfrentar oportunidades retadoras, donde logren conocer más a fondo sus capacidades.

Al comparar los resultados de esta investigación, con los fundamentos teóricos y resultados de otros estudios señalados durante el desarrollo de la misma, se puede plantear lo siguiente:

En relación al estudio realizado por Garzón, se presentaron ciertas diferencias en los resultados obtenidos. Entre ellos se pueden mencionar que la mayor puntuación en su estudio fue **planificación sistemática y seguimiento** la cual difiere de la premisa establecida a nivel teórico por McClelland, en la cual establece que la pauta **fijar metas** debía tener la puntuación más alta. Al no cumplirse esto, Garzón concluye que dada la formación recibida por los emprendedores, están más acostumbrados a ejecutar acciones repetidamente que, a fijar sus propias metas. Esto no sucedió en el presente estudio, puesto que **fijar metas** en este caso resultó ser la pauta que obtiene mayor puntuación, coincidiendo claramente con la premisa de McClelland.

Otro resultado que obtuvo Garzón fue el referente a **persistencia y búsqueda de oportunidades e iniciativa**, planteando que, la primera resultó ser significativamente

mayor a la segunda. Lo que significa que los emprendedores se afianzan más en las actividades o productos conocidos, en lugar de lanzar nuevos productos o buscar nuevas oportunidades. En la presente investigación, para ambos estratos se presenta que, **persistencia** efectivamente, es mayor a **búsqueda de oportunidades e iniciativa**. Sin embargo, no existen diferencias importantes en el nivel de presencia de dichas pautas, por lo que se coincide con la misma conclusión de Garzón, así como con la premisa de McClelland.

Finalmente, otra conclusión no menos importante que establece Garzón, es la relación que existe entre la pauta **correr riesgos calculados** y la de **búsqueda de información**, pues plantea que cuanto mayor información posean las personas, afrontan, más riesgos calculados. Es decir que, cuanta menor información posean, menos calculados serán los riesgos que decidan correr. En el presente estudio, no se cumple esta premisa pues, quienes poseen más información, como es el caso de los estudiantes del estrato Facultad de Ingeniería, corren menos riesgos calculados, mientras que los estudiantes del estrato FACES, poseen menos información y corren más riesgo calculado. En este punto, hay diferencias con respecto a la premisa de McClelland, acerca de la relación entre: **correr riesgos calculados**, y **búsqueda de información**.

De todo esto puede decirse que en general, hubo mayor coincidencia con lo planteado por McClelland que con lo de Garzón.

En relación al estudio: El Emprendedor Venezolano, los resultados obtenidos resultan casi contrarios a los mostrados en el presente trabajo, dado que el emprendedor venezolano, presenta entre sus primeras pautas **asumir riesgos y valorar la independencia** (a pesar de que las pautas o atributos se llaman diferente, significan lo mismo), en contraparte en el presente estudio dichas pautas se encuentran en los últimos lugares de puesta en práctica. Por ejemplo, en el caso de **asumir riesgos** para ambas Facultades se encuentra en el último lugar, y **autoconfianza e independencia**; en el penúltimo para el estrato FACES y en sexto lugar para el estrato Facultad de Ingeniería. Entre los atributos más débiles del emprendedor venezolano, pueden encontrarse la fijación de metas y la organización y planificación, siendo esto diferente a lo encontrado en la presente investigación, pues fijar metas para este estudio resulta ser la pauta más alta y

planificación para el estrato FACES se encuentra en tercer lugar, mientras que para el estrato Facultad de Ingeniería se encuentra en séptimo lugar.

Al encontrar disidencias, entre las características del emprendedor venezolano, y las que muestran los estudiantes de cada facultad, se puede concluir que ellos, a pesar de presentar las pautas de comportamiento emprendedor, no las poseen desarrolladas como para que coincidan con las mostradas por el emprendedor venezolano.

Visto que el fin del presente estudio era describir y verificar la presencia de características de comportamiento emprendedor, en los estudiantes del último año de carrera de las Facultades de Ciencias Económicas y Sociales y la de Ingeniería se puede concluir que, definitivamente el nivel de presencia de las **pautas de comportamiento emprendedor**, que se encontraron en los estudiantes, no son suficientes para decir que son emprendedores, pues no asumen el riesgo necesario, no detectan necesidades insatisfechas en el mercado, así como tampoco realizan los contactos y la planificación a futuro, para iniciar una aventura empresarial.

Ante todo esto se concluye que a pesar de que los estudiantes presenten **las pautas de comportamiento emprendedor**, este nivel de presencia, no resulta satisfactorio para que una vez finalizada su carrera universitaria se conviertan en emprendedores.

7.2 Recomendaciones

Una vez expuestas las conclusiones del presente estudio, surge la necesidad de realizar las siguientes recomendaciones:

- Realizar estudios de casos de estudiantes universitarios que hayan creado empresa con el fin de conocer su perfil.
- Aplicar estudios de **pautas de comportamiento emprendedor** en egresados universitarios con al menos cinco (5) años de experiencia laboral, para obtener así información respecto a la influencia dicha experiencia en el hecho de que estos asuman el riesgo para emprender un negocio propio.

- Llevar a cabo el estudio de las pautas de comportamiento emprendedor en otras Facultades para así brindar mayor información que evidencie la situación de los estudiantes universitarios en torno al tema del emprendedorismo.
- Recomendaciones especiales: a las universidades a funcionar como pre-incubadoras para la formación de emprendedores, a través de planes formativos y casos prácticos que ofrezca preparación en el área a los estudiantes. Al igual que realizar acuerdos estratégicos con organizaciones expertas en el área de manera tal de proporcionar a los estudiantes herramientas valiosas que sirvan de apoyo para la realización de su iniciativa empresarial.

REFERENCIAS BIBLIGRÁFICAS Y ELECTRÓNICAS

- Alcaraz, R. (2006). El Emprendedor de Éxito. (tercera). México: McGraw Hill.
- Alfonzo, R. (1999, Enero 5). Emprendedores para el futuro. Consultado el día 13 de diciembre de 2005 de la World Wide Web http://buscador.eluniversal.com/1999/01/05/opi_art_001.shtml
- Arévalo, G., & Vainrub, R. (2004, Julio 4). Emprendedores Hoy. Consultado el día 13 de diciembre de 2005 de la World Wide Web http://buscador.eluniversal.com/2004/07/01/til_95a_01A471999.shtml
- Bilbao, A. & Pachano, S. (2002) Rasgos y actitudes de los Emprendedores. Consultado el día 12 de diciembre de 2006.
- Cano, C., García, J., & Gea, A. (2004) Actitudes Emprendedoras en los estudiantes universitarios (p.143-160) España, Universidad de Almería.
- Club de Emprendedores- Universidad de Navarra (s.f). Mejorando el desempeño empresarial: Enfoque de las competencias Empresariales. Consultado diciembre 8, 2006 de la Web Site:<http://www.unav.es/cde/archivos/Competenciasempresariales.pdf>
- Centro de Emprendedores IESA (2005). Global Entrepreneurship Monitor -Informe Ejecutivo, Venezuela 2005.
- Concha, A., Álvarez, C. & Sáez, E. (2004) Programa de Formación de Emprendedores en la Universidad de Concepción (p.311-322) Chile: Universidad de Concepción.

- Damm, A. (2003, septiembre) Análisis de la problemática actual del empleo en nuestro país, Revista Entorno [Online]. Consultado el día 28 de marzo de 2007 de la World Wide Web <http://www.coparmex.org.mx/contenidos/publicaciones/Entorno/2003/sep03/f.htm>
- Educación Emprendedora Congreso Internacional (Abril 2005). Consultado el 26 de enero de 2006 de la World Wide Web http://www.mypeperu.gob.pe/contenidos/escuela_emprende/present/Emprendedorismo%20para%20el%20desarrollo%20de%20la%20comunidad%20-%20CIEE%202005.pdf
- El Espíritu Emprendedor- Las Señales Esenciales (2004). Consultado el 25 de enero de 2006 de la World Wide Web <http://www.krauthammer.com/visions/VRB12SP.htm>
- Empleado (1991-1992) enciclopedia hispánica / encyclopedia británica publishers,inc/volumen (Vol. 5 pp. 363-364) Kentucky: Enciclopedia británica.
- Feldman, R. (2001) Psicología con Aplicación en Países de Habla Hispana (4ta Edición).Caracas: Mc Graw Hill. p . 366-369
- Formichella, M. (2004) El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local. Monografía realizada en el marco de la Beca de Iniciación del INTA: “Gestión del emprendimiento y la innovación”, 8, 9, 14, 17. Consultada el 25 de enero de 2006, de la World Wide Web http://www.inta.gov.ar/barrow/info/documentos/desarrollo_local/emprendydesarrollolocal.
- Garzón, M. (2004). Las pautas de comportamiento emprendedor como base para el diseño de planes formativos para emprendedores.(p.433-445).España, Universidad de Valencia

- Gómez, J., Galiana, D., & López, D. (2004) Perfil Emprendedor Universitario y de la empresa creada. EL Caso La UMH (p.793-812) España: Universidad Miguel Hernández de Elche.
- Hernández, R., Fernández, C., Baptista P. (1994). Metodología de la investigación. () México: Mc Graw Hill.
- Hisrich, R. Peters, M. & Sheperd, D. (2005). Entrepreneurship (6ta Edición). España
- Letón, Y. (1996, Mayo) Dos de cada 10 desocupados son autoempleados, Revista Fuentes Estadísticas [online]. Consultado el día 26 de marzo de 2007 de la World Wide Web <http://www.ine.es/revistas/fuentes/numero16/fest20.html>
- Luiz, S. & Mendez, M. (2003) Alta Dirección. () Caracas: Ediciones IESA. (P. 181-185).
- Machado, S. & Sastre, C. (1996). Determinar el potencial emprendedor de los estudiantes de 5to año de la facultad de Ciencias Económicas y Sociales. Tesis de grado (Lic. Relaciones Industriales), Universidad Católica Andrés Bello, Caracas.
- Márquez, G. (2000, Abril 12). Empresarios Emprendedores. Consultado el día 13 de diciembre de 2005 de la World Wide Web http://buscador.eluniversal.com/2000/04/12/opi_art_0002.shtml
- McClelland, D. (1989) Estudio de Motivación Humana () Madrid: Nordea, S. A de ediciones p.585
- McClelland, D. (1970). Informe sobre el perfil motivacional observado en Venezuela (Años1930, 1950, 1970). Caracas: FUNDASE

- Moriano J., Trejo, E. & Palací, F. (s/f). El perfil psicosocial del emprendedor: un estudio desde la perspectiva de los valores. Consultado el 30 octubre de 2006 de la World Wide Web http://www.uned.es/dpto-psicologia-social-y-organizaciones/paginas/profesores/moriano/J.A.Moriano_archivos/16_2%5B1%5D.%20MORIANO%20ET%20AL.pdf
- Palma, S. (s.f) Motivación y Clima Laboral en personal de entidades universitarias. Consultado noviembre 10, 2006 de la World Wide Web http://www.urp.edu.pe/urp/modules/facultades/fpsicologia/articulos/clima_lab_en_universidades.php
- Programa IDEAS/ICDE (2002). Consultado el día 1 de abril de 2007, de la Universidad Politécnica de Valencia, Web Site <http://www.ideas.upv.es/empreendedor/idea.htm>
- Programa Internacional-Empretec (2007) Contexto del Programa. (p.1-13). Venezuela.
- Rodríguez, A. (Julio- Septiembre 2006) El Emprendedor Venezolano .Debates IESA, XI,(3),20-22.
- Runyon/Haber. (1987). Estadística para las Ciencias Sociales. (Primera). México: Addison- Wesley Iberoamericana.
- Rusque, M. (2004) Reflexiones en torno a un modelo de programa emprendedor para universidades latinoamericanas (p. 357-367). Venezuela: Universidad Central de Venezuela
- Schein,E. (Winter 1994) Commentary: What is an entrepreneur? .Entrepreneurship Theory and Practice 19 (2) 87-88

- Teoría de la asociación efectiva. (s.f). Consultado el día 2 de enero de 2007 de la World Wide Web <http://sigma.poligran.edu.co/politecnico/apoyo/administracion/admon1/pags/juego%20carrera%20de%20observacion/MACLELLAND.html>
- Universidad Católica Andrés Bello (2005). Consultado el día 20 de marzo de 2007 de la World Wide Web <http://www.ucab.edu.ve/ucabnuevo/>
- Vainrub, R. (2003). Convertir Sueños En Realidades: Una Guía Para Emprendedores. (1ra. Ed. pp 26). Caracas: Ediciones IESA.
- Vidal, R. (Julio- Septiembre 2006) La Industria de la Iniciativa Empresarial .Debates IESA, XI,(3), 24-26.

ANEXOS

ANEXO A: Media de pautas de comportamiento emprendedor para el estudio de Garzón.

ANEXO B: Distribución de putas de comportamiento emprendedor para el estudio de Garzón.

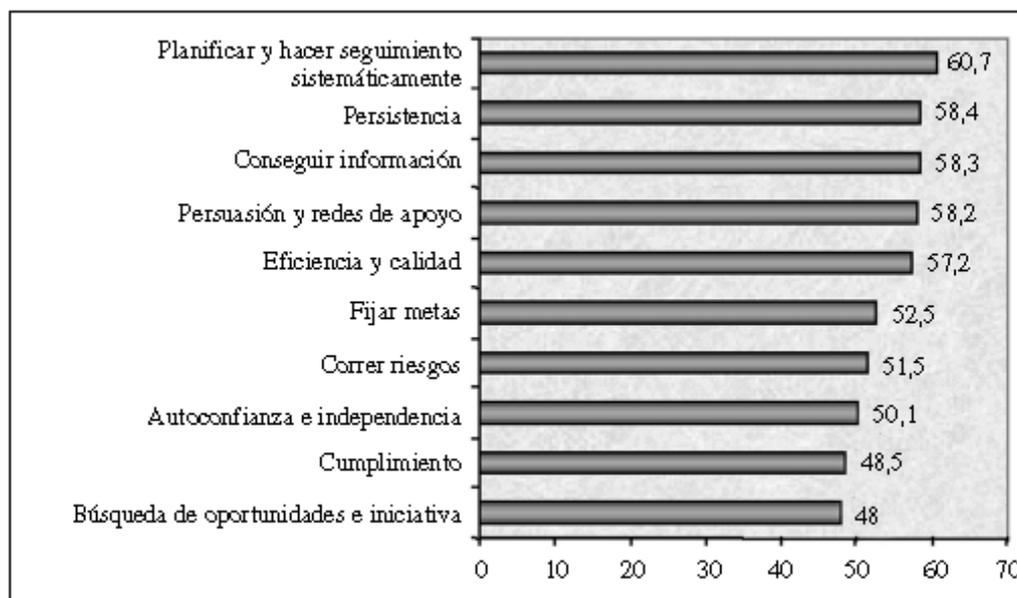
ANEXO C: Cuestionario de Evaluación de las pautas de comportamiento emprendedor

ANEXO D1: Estadísticos descriptivos para FACES

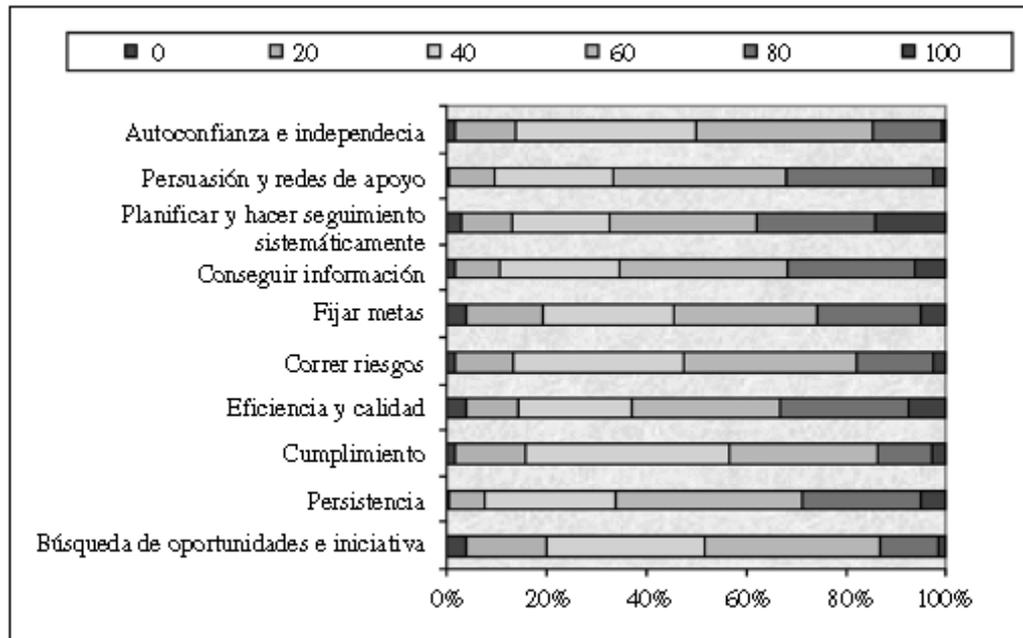
ANEXO D2: Estadísticos descriptivos para la Facultad de Ingeniería.

ANEXO E: T de Student

**ANEXO A: MEDIA DE PAUTAS DE COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR
PARA EL ESTUDIO DE GARZÓN**



**ANEXO B: DISTRIBUCIÓN DE PAUTA DE COMPORTAMIENTO
EMPREENDEDOR PARA EL ESTUDIO DE GARZÓN.**



ANEXO C: CUESTIONARIO DE EVALUACIÓN DE LAS PAUTAS DE COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR

Instrucciones:

1. Este cuestionario se inicia con algunas preguntas personales sobre el encuestado y seguidamente se encontrará con una serie de afirmaciones. Lea cuidadosamente cada una de ellas y decida cual lo describe en forma mas acertada.

2. Seleccione el número que corresponde para designar la medida en que la afirmación lo representa:

- 1= Nunca
2= Raras veces
3=Algunas veces
4=Usualmente
5=Siempre

3. Anote el número que seleccione en el cuadro a la derecha de cada de declaración. Por ejemplo:

| | |
|---|---|
| Me molesta cuando las cosas no se hacen debidamente | 2 |
|---|---|

La persona que respondió a este ejemplo designó el número “2” para indicar que la afirmación lo representa solo raras veces.

4. Algunas afirmaciones pueden ser similares, pero ninguna es exactamente igual a otra.

5. Por favor designe una clasificación numérica para todas las afirmaciones.

PARTE I

Facultad a la que pertenece: _____

Carrera que cursa: _____

Datos Personales

Género: F _____ M _____

Edad: _____

Tiene algún familiar que sea o haya sido empresario: Si _____ No _____

Alguna vez ha creado una empresa: Si _____ Especifique: _____
No _____

Datos Familiares

Nivel Educativo del padre

| | | | |
|--------------|-------|----------------|-------|
| Sin estudios | _____ | Universitario | _____ |
| Primaria | _____ | Post-Grado | _____ |
| Bachiller | _____ | Otros | _____ |
| TSU | _____ | (Especifique): | _____ |

Nivel Educativo de la madre

| | | | |
|--------------|-------|----------------|-------|
| Sin estudios | _____ | Universitario | _____ |
| Primaria | _____ | Post-Grado | _____ |
| Bachiller | _____ | Otros | _____ |
| TSU | _____ | (Especifique): | _____ |

PARTE II

EVALUACIÓN DE PAUTAS DE COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR

1= Nunca

2= Raras veces

3=Algunas veces

4=Usualmente

5=Siempre

| | | |
|----|--|--|
| 1 | Me esmero en buscar cosas que se necesiten hacer. | |
| 2 | Cuando me enfrento a un problema difícil, invierto mucho tiempo en encontrar una solución. | |
| 3 | Termino mi trabajo a tiempo | |
| 4 | Me molesta cuando las cosas no se hacen debidamente | |
| 5 | Prefiero situaciones en las que puedo controlar al máximo el resultado final. | |
| 6 | Me gusta pensar sobre el futuro. | |
| 7 | Cuando comienzo una tarea o proyecto nuevo, recaudo toda la información posible antes de darle curso | |
| 8 | Planifico un proyecto grande dividiéndolo en tareas de menor amplitud. | |
| 9 | Logro que otros apoyen mis recomendaciones | |
| 10 | Me siento confiado que puedo tener éxito en cualquier actividad que me propongo ejecutar. | |
| 11 | No importa con quien esté hablando, siempre escucho muy atentamente | |
| 12 | Hago lo que se necesita hacer sin que otros tengan que pedirme que lo haga. | |
| 13 | Insisto varias veces para conseguir que otras personas hagan lo que yo quiero que hagan. | |
| 14 | Soy fiel a las promesas que hago. | |
| 15 | Mi rendimiento en la universidad/ trabajo es mejor que el de otras personas con las que trabajo o estudio. | |
| 16 | No me involucro en algo nuevo a menos que haya hecho todo lo posible por asegurar el éxito. | |
| 17 | Pienso que es una pérdida de tiempo preocuparme sobre que haré con mi vida. | |
| 18 | Busco el consejo de personas que son especialistas en las áreas en las que me desempeño. | |
| 19 | Considero cuidadosamente las ventajas y desventajas que tienen las diferentes alternativas antes de llevar a cabo una tarea. | |
| 20 | No pierdo mucho tiempo pensando cómo puedo influenciar a otras personas. | |

| | | |
|----|--|--|
| 21 | Cambio de manera de pensar si otros difieren energéticamente con mis puntos de vista | |
| 22 | Me resiento cuando no logro lo que quiero. | |
| 23 | Me gustan los desafíos y nuevas oportunidades. | |
| 24 | Cuando algo se interpone en lo que estoy tratando de hacer, insisto hasta lograrlo | |
| 25 | Si es necesario, no me importa hacer el trabajo de otros para cumplir con una estrategia a tiempo. | |
| 26 | Me molesta cuando pierdo el tiempo | |
| 27 | Tomo en consideración mis posibilidades de éxito o fracaso antes de decidirme a actuar. | |
| 28 | Mientras más específicas son mis expectativas sobre lo que quiero lograr en la vida, mayores serán mis posibilidades de éxito. | |
| 29 | Tomo acción sin perder tiempo buscando información. | |
| 30 | Trato de tomar en cuenta todos los problemas que puedan presentarse y pienso lo que haría si se suscitan. | |
| 31 | Me valgo de personas influyentes para alcanzar mis metas. | |
| 32 | Cuando estoy desempeñándome en algo difícil o desafiante, me siento confiado en mi triunfo. | |
| 33 | He sufrido fracasos en el pasado. | |
| 34 | Prefiero desempeñar tareas que domino a la perfección y en las que me siento seguro. | |
| 35 | Cuando me enfrento a serias dificultades, rápidamente busco hacer otras actividades | |
| 36 | Cuando estoy haciendo un trabajo para otra persona me esfuerzo en forma especial por lograr que quede satisfecha con el trabajo. | |
| 37 | Nunca quedo totalmente satisfecho con la forma en que se hacen las cosas; siempre considero que hay una mejor manera de hacerlo. | |
| 38 | Llevo a cabo tareas arriesgadas. | |
| 39 | Cuento con un plan claro en mi vida. | |
| 40 | Cuando llevo a cabo un proyecto para alguien, hago muchas preguntas para estar seguro que entiendo lo que quiere la persona. | |
| 41 | Me enfrento a problemas a problemas a medida que surgen, en vez de perder tiempo tratando de anticiparlos | |
| 42 | A fin de alcanzar mis metas, busco soluciones que beneficien a todas las personas involucradas en un problema. | |
| 43 | El trabajo que realizo es excelente | |
| 44 | En ocasiones he sacado ventajas de otras personas. | |
| 45 | Me aventuro a hacer cosas nuevas y diferentes de lo que he hecho en el pasado. | |
| 46 | Intento diferentes maneras de superar obstáculos que se interponen al logro de mis metas. | |

| | | |
|----|--|--|
| 47 | Mi familia y vida personal son más importantes, que las fechas de entregas de trabajos previamente establecidas. | |
| 48 | Encuentro la manera de terminar trabajos en forma rápida, tanto en casa como en el trabajo. | |
| 49 | Hago cosas que otras personas consideran arriesgadas. | |
| 50 | Me preocupa tanto alcanzar mis metas semanales como mis metas anuales. | |
| 51 | Me valgo de varias fuentes de información al buscar ayuda para llevar a cabo tareas o proyectos. | |
| 52 | Si no resulta un determinado enfoque para hacer frente a un problema, desarrollo otro. | |
| 53 | Puedo lograr que personas con firmes convicciones y opiniones cambien su forma de pensar. | |
| 54 | Me mantengo firme en mis decisiones, aún cuando otras personas me contradigan energéticamente | |
| 55 | Cuando no se algo, no temo admitirlo. | |

ANEXO D1: ESTADÍSTICOS DESCRIPTIVOS FACES

| Dimensiones | N | Mínimo | Máximo | Media | Desviación Std. |
|---|----------|---------------|---------------|--------------|------------------------|
| Búsqueda de Oportunidades | 96 | 10 | 23 | 17,3 | 2,636 |
| Persistencia | 96 | 12 | 24 | 17,83 | 2,439 |
| Cumplimiento | 96 | 10 | 23 | 17,89 | 2,973 |
| Exigir Eficiencia y Calidad | 96 | 12 | 23 | 18,04 | 2,824 |
| Correr Riesgos Calculados | 96 | 10 | 22 | 16,33 | 2,121 |
| Fijar Metas | 96 | 12 | 25 | 19,38 | 3,072 |
| Búsqueda de Información | 96 | 12 | 24 | 17,8 | 2,413 |
| Planificación Sistemática y Seguimiento | 96 | 12 | 22 | 17,16 | 2,277 |
| Persuasión y Redes de Apoyo | 96 | 10 | 23 | 16,83 | 2,457 |
| Autoconfianza e Independencia | 96 | 11 | 25 | 18,27 | 2,874 |

ANEXO D2: ESTADÍSTICOS DESCRIPTIVOS FACULTAD DE INGENIERÍA

| Dimensiones | N | Mínimo | Máximo | Media | Desviación Std. |
|---|----|--------|--------|-------|-----------------|
| Búsqueda de Oportunidades | 42 | 12 | 23 | 17,07 | 2,56 |
| Persistencia | 42 | 11 | 23 | 17,81 | 2,813 |
| Cumplimiento | 42 | 7 | 24 | 18,55 | 2,932 |
| Exigir Eficiencia y Calidad | 42 | 11 | 23 | 17,71 | 2,932 |
| Correr Riesgos Calculados | 42 | 9 | 21 | 15,93 | 2,797 |
| Fijar Metas | 42 | 10 | 25 | 19 | 3,478 |
| Búsqueda de Información | 42 | 12 | 24 | 17,95 | 2,74 |
| Planificación Sistemática y Seguimiento | 42 | 6 | 23 | 17,1 | 2,978 |
| Persuasión y Redes de Apoyo | 42 | 10 | 23 | 16,79 | 2,772 |
| Autoconfianza e Independencia | 42 | 12 | 22 | 17,67 | 2,456 |

ANEXO E: T DE STUDENT

Prueba para muestras diferentes

| Dimensiones | | t-de Student para diferencia de medias | | | | | | |
|---|-------------------------|--|------------|--------------------|-------------------------|---------------------------------|---|-------|
| | | t | df | Sig. (2- colas) | Diferencia de Medias | Diferencia del Error Std. | Intervalo de diferencia para 95% de confianza | |
| | | | | | | | Lower | Upper |
| Búsqueda de Oportunidades | Varianzas iguales | -0,477 | 136 | 0,634 | -0,231 | 0,484 | -1,187 | 0,726 |
| | Varianzas desiguales | -0,483 | 80,3 88 | 0,631 | -0,231 | 0,478 | -1,182 | 0,721 |
| Persistencia | Varianzas iguales | -0,05 | 136 | 0,96 | -0,024 | 0,473 | -0,96 | 0,912 |
| | Varianzas desiguales | -0,048 | 69,1 82 | 0,962 | -0,024 | 0,5 | -1,022 | 0,974 |
| Cumplimiento | Varianzas iguales | 1,209 | 136 | 0,229 | 0,662 | 0,548 | -0,421 | 1,745 |
| | Varianzas desiguales | 1,216 | 79,2 68 | 0,228 | 0,662 | 0,545 | -0,422 | 1,746 |
| Exigir Eficiencia y Calidad | Varianzas iguales | -0,619 | 136 | 0,537 | -0,327 | 0,529 | -1,373 | 0,718 |
| | Varianzas desiguales | -0,61 | 75,6 55 | 0,544 | -0,327 | 0,537 | -1,396 | 0,741 |
| Correr Riesgos Calculados | Varianzas iguales | -0,933 | 136 | 0,353 | -0,405 | 0,434 | -1,263 | 0,453 |
| | Varianzas desiguales | -0,838 | 62,5 13 | 0,405 | -0,405 | 0,483 | -1,37 | 0,56 |
| Fijar Metas | Varianzas iguales | -0,633 | 136 | 0,527 | -0,375 | 0,592 | -1,546 | 0,796 |
| | Varianzas desiguales | -0,603 | 70,2 3 | 0,548 | -0,375 | 0,622 | -1,615 | 0,865 |
| Búsqueda de Información | Varianzas iguales | 0,323 | 136 | 0,747 | 0,15 | 0,466 | -0,77 | 1,071 |
| | Varianzas desiguales | 0,307 | 70,0 58 | 0,76 | 0,15 | 0,489 | -0,826 | 1,126 |
| Planificación Sistemática y Seguimiento | Varianzas iguales | -0,131 | 136 | 0,896 | -0,061 | 0,464 | -0,979 | 0,857 |
| | Varianzas desiguales | -0,118 | 62,8 84 | 0,906 | -0,061 | 0,515 | -1,09 | 0,968 |
| Persuasión y Redes de Apoyo | Varianzas iguales | -0,101 | 136 | 0,92 | -0,048 | 0,473 | -0,983 | 0,887 |
| | Varianzas desiguales | -0,096 | 70,4 26 | 0,924 | -0,048 | 0,496 | -1,036 | 0,941 |
| Autoconfianza e Independencia | Varianzas iguales | -1,185 | 136 | 0,238 | -0,604 | 0,51 | -1,612 | 0,404 |
| | Varianzas desiguales | -1,261 | 90,7 9 | 0,211 | -0,604 | 0,479 | -1,556 | 0,348 |