

Caracterización de los perfiles y habilidades del joven universitario de Cartagena hacia el emprendimiento

Characterization of the profiles and skills of the young university student of Cartagena towards entrepreneurship

Nelson Eduardo Cottiz Montoya¹ y Jimy Díaz González²

¹ *Ingeniero Químico, Magíster en Administración, Fundación Universitaria Tecnológico Comfenalco, Cartagena, Colombia*

ncottiz@tecnocomfenalco.edu.co

² *Administrador de Empresas, Fundación Universitaria Tecnológico Comfenalco, Cartagena, Colombia*

jdiaz@tecnologicocomfenalco.edu.co

Recibido: 15/feb/2018 Revisado: 30/abr/2018

Aceptado: 30/may/2018 Publicado: 30/jul/2018

Resumen Este trabajo se centra en describir los perfiles y habilidades hacia el emprendimiento, aplicando el estudio con los estudiantes que pertenecen a la facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la Universidad de Cartagena, la Universidad Tecnológica de Bolívar y la Fundación Universitaria Tecnológico Comfenalco de la ciudad de Cartagena. Para esto, se utilizó un instrumento, usado en otras investigaciones y que fue adaptado al contexto, suministrado a los estudiantes universitarios a mediados del año 2014, con el fin de conocer el nivel de los atributos más estudiados en la literatura del emprendedor, como el deseo o interés en crear una empresa, motivos para emprender, locus de control, autoeficacia emprendedora, nivel de riesgo y valores. Los resultados muestran que el estudiante universitario tiene una inclinación positiva a la creación de empresas, muestra orientación hacia la asunción de decisiones que acarreen cierto nivel de riesgo, se rige por valores de tipo individualista, considera que tiene las habilidades necesarias que le permitan gestionar la empresa y los principales motivos que dan pie para iniciar una aventura empresarial y obedecen más a un emprendedor por oportunidad que a un emprendedor por necesidad.

Palabras clave: Locus de control; valores; autoeficacia emprendedora: motivos push y pull; riesgo.

Abstract This paper focuses on describing the profiles and skills toward entrepreneurship based on the students from the Faculty of Economics, Management and Accounting from the University of Cartagena, Bolivar Technological University and Technological University Foundation Comfenalco city of Cartagena. For this, an instrument that has been used in other investigations and which was adapted to the context, was provided to university students in mid-2014, in order to know the level of the most studied attributes in the literature was used enterprising as they are: desire or interest in creating a business, reason to undertake, locus of control, entrepreneurial self-efficacy, level of risk and values. The results show that the college student has a positive inclination to business creation shows orientation taking Decisions entailing some risk, is governed by individualistic values, considered to have the necessary skills that allow you to manage the company and the main reasons that give rise to start a business venture due more to an entrepreneur by chance that an entrepreneur out of necessity.

Keywords: Entrepreneur; locus of control; values; entrepreneurial self-efficacy; push and pull motives; risk.

1 Introducción

La actividad de crear empresas, conocida con el término anglosajón *Entrepreneurship*, está vinculada con la prosperidad económica de un país, debido a que se le relaciona con la generación de empleos y el desarrollo de las variables que determinan el crecimiento económico tanto en el ámbito regional como en el nacional.

En Colombia, superada en gran parte la crisis económica reciente, aunada a la situación compleja derivada del recrudecimiento del conflicto armado, la situación se plantea medianamente optimista, debido a que los indicadores económicos nacionales expresan de forma generalizada un panorama favorable; las tasas de ocupación en algunas ciudades están por debajo de dos dígitos, el crecimiento de la economía camina al ritmo de cuatro puntos porcentuales anuales. Sin embargo, también se evidencian debilidades estatales para el fomento al desarrollo proporcionado y equitativo, lo que indudablemente genera índices de pobreza, reflejados en niveles crecientes de desempleo y subempleo. Ante este escenario y reconociendo que las microempresas y las pymes desempeñan un papel importante en el desarrollo económico del país, es trascendental analizar el factor humano que las hace posible, dado que no es viable pensar en el desarrollo de una empresa sin un emprendedor que la cree.

El emprendedor, es decir el individuo que crea, gestiona y desarrolla una empresa, está condicionado por factores culturales, sociales, políticos y económicos para tal fin, pero también hay factores intrínsecos de la persona que pueden estimular o no la creación de una empresa.

Por todo lo anterior, y considerando que las instituciones de educación superior han comenzado a interesarse en establecer medidas de apoyo a la creación de empresas, este trabajo es importante, pues permite hacer una aproximación a la descripción de los perfiles y habilidades hacia el emprendimiento del estudiante universitario.

El objetivo de esta investigación es realizar una caracterización de los perfiles y habilidades hacia el emprendimiento, tomando como base los estudiantes de las facultades de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la Universidad de Cartagena, de la Universidad Tecnológica de Bolívar

y de la Fundación Universitaria Tecnológico Comfenalco.

Para describir los perfiles y habilidades, se evaluarán ciertos factores que lo constituyen. Estos elementos se establecieron teniendo en cuenta las investigaciones realizadas en este campo. Uno de los aspectos que se analizó fue las motivacionales, que permiten conocer los impulsos que llevan al joven universitario a iniciar una empresa. De igual forma, se intentó establecer la percepción de éxito y/o fracaso de su conducta como dependiente de sí mismo (*locus* de control interno) o del contexto (*locus* de control externo). Asimismo, se estipuló el grado para asumir riesgos y las habilidades en crear una empresa. Por último, se identificaron los valores que se ponen en práctica como guía de su vida personal.

El emprendedor es un individuo que posee ciertos rasgos que lo diferencian de una persona normal. Estos rasgos para Muñiz *et al.* (2014) son la motivación al logro, ser tomador de riesgo y autónomo, la autoeficacia, ser tolerante al estrés, innovador, locus de control interno y optimista. Para Ahmetoglu *et al.* (2011) se determina por ser innovador, reconocedor de oportunidades, explotador de oportunidades y creador de valor. Gurol & Atsan (2006) lo define como un tomador de riesgos calculados. Por su parte Miller (2014) lo considera como una persona especial que está dispuesta a arriesgar recursos personales, fondos, energía y reputación con el fin de crear una empresa.

En la literatura, muchos factores han sido analizados para establecer y determinar las características del emprendedor. Uno de estos factores es la edad. Autores como Lévesque y Minniti (2006), sostienen que las personas jóvenes tienden a ser más aventureras en el acto de crear empresa con respecto a las personas de edad avanzada. No obstante, Forbes (2005) establece que la creación de empresa no debe ser desarrollada por personas jóvenes, debido a que tienden a fallar por la poca experiencia. Por otra parte, Werner y Kay (2003) postulan que es más recomendable conformar empresa cuando la persona tiene una edad media, ya que el individuo puede cubrir con sus ahorros el endeudamiento de la empresa.

Otro factor estudiado en el emprendedor es la incidencia que tienen los padres, es decir si han sido emprendedores, pues, como lo postula Shapero (1982, citado por Veciana y Urbano, 2004), la familia,

sobretudo el padre y la madre, desempeñan un papel prioritario en la deseabilidad y la credibilidad de la carrera empresarial. En la misma línea, Aldrich y Kim (2007) señalan que las personas que sus padres tienen o tuvieron empresas estarían más comprometidas a conformar nuevos negocios, puesto que indirectamente han desarrollado ciertas habilidades que lo ayudarían para tal fin. Asimismo, Grilo *et al.* (2007) concluyó en su estudio que los individuos que tienen empresarios en la familia o que tengan amigos o vecinos que posean empresas son más propensos a la actividad empresarial.

El nivel educativo es otro factor que es asociado al emprendedor. En este apartado, Martin, Hernangómez y Rodríguez (2005) afirman que un individuo con alta educación tiene más posibilidad de estar informado sobre las oportunidades de negocio, por lo tanto, potenciaría la viabilidad de crear empresa. En ese orden de ideas, se encuentra Leiva (2008), quien concluyó en su estudio que en la variable educación en los empresarios activos, la gran mayoría presentó formación universitaria y otros presentaron estudios de posgrado. Sin embargo, Van Praag (2003) establece que los estudios realizados por los individuos tienen efectos perjudiciales sobre la intención de crear empresa, pues considera que el costo de crear una empresa es mayor que la de ser empleado.

Con respecto a la variable sexo, hallamos que los varones presentan una leve ventaja sobre la intención de crear empresa, tal como lo afirma Maes, Leroy, & Sels (2014) en su estudio, en este encontraron que las mujeres tienden a ser menos emprendedoras que los hombres porque ellas perciben que tienen un locus de control interno bajo y baja autoeficacia. No obstante, Karime *et al.* (2013) y Contreras *et al.* (2017) consideran que el género no tiene ningún efecto en el acto de emprender.

Otro factor que afecta el acto de emprender son las motivaciones que inducen al individuo a lanzarse en la aventura empresarial. Con base en esto, Drews, Hart & Stephan (2015) en su estudio describen diferentes motivos que impulsa al individuo a emprender, entre estos esta ganar ingresos extra, independencia, satisfacción personal, etc. De igual forma en este estudio, como en los reportes del GEM (Global Entrepreneurship Monitor), se ha mantenido la clasificación de los motivos en dos corrientes: motivos *push* y motivos *pull*. Los primeros hacen referencia a aquellos que se relacionan más con la necesidad de iniciar una empresa que con la vocación; esto se

puede originar debido a las pocas oportunidades laborales, por insatisfacción en el trabajo o insuficiencia de ingreso. A los individuos que inician empresa influenciados por este tipo de motivos, se les conoce como *emprendedores por necesidad*. Por su parte, los segundos se refieren a aquellos motivos que guían al individuo a crear empresa más por vocación que por necesidad, factores como la independencia, la necesidad de logro, poner en práctica sus ideas, la autonomía, el logro personal y la percepción de oportunidad. A los individuos que hacen empresa influenciados por este tipo de motivos se les conoce como *emprendedores por oportunidad*.

La autoeficacia emprendedora es una variable importante, ya que como lo define Cassar y Friedman (2009), miden la confianza que tiene el individuo en sus propias habilidades para realizar tareas exitosamente. Bandura (2001) señala que la *autoeficacia* se refiere a la creencia de la persona en que pueda cumplir tareas y roles, que están relacionados con sus expectativas, metas y motivaciones. Por su parte, Krueger y Dickson (1994), citado por Cassar y Friedman (2009), sostienen que los individuos con altos niveles de autoeficacia se involucran en empresas más riesgosas, son considerados como grandes tomadores de riesgos y están más comprometidos en tareas empresariales.

La autoeficacia emprendedora se puede dividir en *roles* o *tareas*, como lo establecen Chen *et al.* (1998), citados por Pushkarskaya (2007); la dividen en *marketing*, innovación, riesgo, control financiero y dirección. Por su lado, Moriano, Sánchez, y Palací (2004) fragmentan la medida de la autoeficacia emprendedora en desarrollar nuevos productos y oportunidades en el mercado, construir un entorno innovador, iniciar relaciones con inversores, definir objetivos centrales del negocio, afrontar los cambios inesperados y desarrollar los recursos humanos. Estos factores fueron usados para determinar el nivel de autoeficacia emprendedora en una investigación realizada por estos mismos autores a emprendedores españoles, búlgaros y checos; en ella, encontraron que los emprendedores españoles se consideran más capaces de realizar tareas relacionadas con la creación y gestión de su negocio, especialmente en lo que se refiere al desarrollo de nuevos productos y oportunidades de mercado, construir un entorno innovador, definir los objetivos centrales del negocio y desarrollar los recursos humanos. Además, la investigación añade que los emprendedores búlgaros creen que son capaces de construir un entorno de

trabajo innovador y de definir los objetivos centrales del negocio; por su parte, los emprendedores checos obtuvieron las puntuaciones más bajas y solo se creen capaces de afrontar los cambios inesperados del negocio.

Otra variable importante en el perfil del emprendedor es el *locus de control*; para Piatek y Pinger (2010) es un concepto psicológico. El autor principal de dicha variable es Rotter, quien la define como la medida de la actitud respecto a la naturaleza de la relación causal entre su propio comportamiento y sus consecuencias.

Según Vera *et al.* (2009), esta teoría se puede explicar desde dos ángulos. El primero corresponde a aquellas personas que consideran que sus éxitos y fracasos se deben al esfuerzo propio, a la manera en que trabajan, estudian o se desarrollan en el contexto cotidiano; estas personas presentan un *locus* de control interno. En el segundo, atribuyen sus éxitos o fracasos a Dios, a la suerte, al destino; se considera que estas personas presentan *locus* de control externo. Con respecto a este último factor, Moriano, Sánchez y Palací, (2004) concluyeron en su estudio que los emprendedores tienen un *locus* de control interno significativamente mayor que los no emprendedores. Ante esto, Gilad (1992) señala que el *locus* de control impacta positivamente al emprendedor, dado que esta variable está relacionada con el estado de alerta, el descubrimiento de oportunidades y el escrutinio que realizan los emprendedores con el fin de encontrar la información necesaria para aprovechar de forma óptima sus oportunidades.

La actitud hacia el riesgo, para Moriano, Sánchez, y Palací (2004), es definida como:

El grado en que las personas están de acuerdo a arriesgarse para conseguir recompensas más grandes. Los emprendedores se exponen diariamente a la incertidumbre (créditos, clientes y variaciones de la coyuntura económica), a desafiarse, a vencer sus debilidades (introversión) y esto se convierte en la fuerza que los impulsa. Para triunfar en los negocios es imprescindible arriesgar, aunque siempre con un riesgo calculado. A la hora de crear una empresa se asumen una serie de riesgos y de amenazas, de los cuales se espera obtener una serie de beneficios. (p. 9)

Ante esto, Douglas y Shepherd (2002) y Cramer *et al.* (2002) afirman que la actitud hacia el riesgo es más alta en los emprendedores que entre otros individuos. Asimismo, Kihlstrom y Laffont (1979), citados por Gianneti y Simonov (2004), concluyen en su estudio que los individuos que presentan más adversidad al riesgo tienen tendencia a convertirse en empleados y los individuos menos adversos al riesgo tienen mayor probabilidad de convertirse en emprendedores. Por otro lado, Block, Sandner y Sprengel (2009) determinaron que una diferencia entre los emprendedores por necesidad y los emprendedores por oportunidad es que los primeros están asociados negativamente con la actitud del riesgo, mientras que los segundos están asociados positivamente. Otra característica del emprendedor son los valores, los cuales para Schawartz (1992), citado por Licht (2007), son definidos como:

[...]las concepciones de deseabilidad que guían la manera en que los individuos actúan, evalúan a las personas y eventos, y explican o justifican sus acciones, además es una concepción del individuo de los objetivos que sirven como principios que guían la vida (p. 22).

Con relación al emprendimiento, destacamos el estudio realizado por Moriano, Palací y Trejo (2001), en el cual concluyen que, en los emprendedores, la tendencia muestra que los valores de tipo individualistas son más inspiradores. También encontraron que los emprendedores obtuvieron mayores resultados y de manera muy significativa, en valores como vida espiritual, ser emprendedor, dar sentido a la vida, buenos modales, autorrespeto, independencia, ambición, honestidad, inteligencia y lograr éxitos; mientras que los de menor resultado fueron valores como la salud y no ser rencoroso.

2 Materiales y métodos

a. Para la presente investigación se propuso un diseño metodológico aplicado no experimental, con propósito descriptivo. Esta investigación es aplicada, puesto que se va a confrontar la teoría desarrollada en el área de emprendimiento, precisamente en los perfiles, características y habilidades del emprendedor, con los resultados de las entrevistas realizadas a los estudiantes de modalidad presencial que pertenecen a la facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la Universidad de

Cartagena, la Universidad Tecnológica de Bolívar y la Fundación Universitaria Tecnológico Comfenalco de Cartagena.

El trabajo es no experimental, debido a que se va a observar un hecho natural, tal como se presenta en el contexto para luego ser analizado; a su vez, no es manipulable por los investigadores. Y es descriptivo, porque se recogerán datos mediante encuestas en un tiempo único, con el fin de describir las variables que afectan el perfil y las habilidades del emprendedor y su interacción con el emprendimiento.

Para la ejecución de este trabajo, se utilizó la herramienta diagnóstica diseñada por Moriano, Sánchez y Palací. Fue utilizada también en el *Estudio descriptivo sobre los emprendedores en España, República Checa y Bulgaria*. Este instrumento fue modificado al contexto y se le agregó la parte motivacional, que estuvo fundamentado en los motivos *pull* y *push* que postula el GEM (Global Entrepreneurship Monitor). Por tanto, esta herramienta quedó constituida de la siguiente forma: encuesta general, encuesta motivacional, encuesta de valores, encuesta de autoeficacia emprendedora, encuesta de riesgo y encuesta de *locus* de control.

Esta investigación se realizó entre los meses de marzo y mayo de 2014. Como población objeto se escogieron a los estudiantes de modalidad presencial pertenecientes a las facultades de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la Universidad de Cartagena (1.298 estudiantes), la Universidad Tecnológica de Bolívar (376 estudiantes) y la Fundación Universitaria Tecnológico Comfenalco de Cartagena (1.812 estudiantes). Por inferencia estadística tradicional, se obtuvo un nivel de confianza del 95% con un error muestra del 5%. Así, la muestra quedó constituida por 349 estudiantes, de los cuales 164 eran alumnos de la Fundación Universitaria Tecnológico Comfenalco, 34 pertenecían a la Universidad Tecnológica de Bolívar y 151 eran estudiantes de la Universidad de la Universidad de Cartagena.

3 Resultados

3.1 Grado de interés en crear empresa

Una de las variables importantes en este trabajo es identificar el grado de interés que posee el estudiante universitario en crear su propia empresa. Los resultados obtenidos en este factor, tal como lo muestra la Figura 1, determinaron que el 95,14% de

los estudiantes encuestados de las universidades Tecnológica de Bolívar, Universidad de Cartagena y Fundación Universitaria Tecnológico Comfenalco desean crear empresa; mientras que solo el 4,87% no lo quiere así. Esto muestra que la actitud en el estudiante es altamente positiva hacia ese fin.

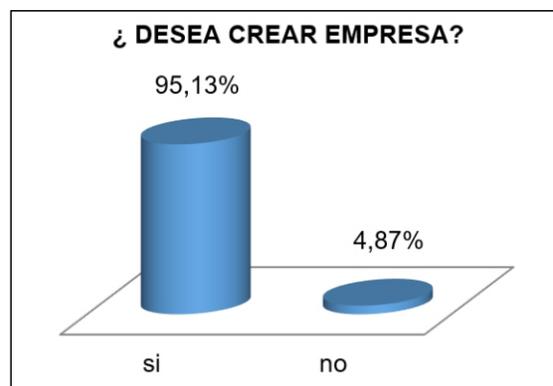


Figura 1. ¿Desea Usted crear su empresa?

Dichos resultados van en sintonía con el informe del GEM 2011-2012 Región Caribe, en el que el indicador de la actividad empresarial (TEA) en Cartagena (25,1) presentó el nivel más alto entre las ciudades de Colombia que fueron evaluadas. Asimismo, en el informe se destaca que, en las actitudes, percepciones y aspiraciones relacionadas con la actividad empresarial con respecto a la creación de empresas, Cartagena obtuvo el mejor resultado entre las ciudades encuestadas.

Ahora bien, cabe destacar que el 75% de los estudiantes encuestados manifestaron que algún miembro de la familia es emprendedor o ha tenido un negocio propio, de igual forma, el 65,9% dijo que alguna de sus amistades ha sido o es empresario. Estos resultados indican que el alumno universitario tiene y cuenta con el apoyo de su familia y amigos, quienes generan un gran impulso para que tomen y tengan la iniciativa de crear empresa. En este sentido, Cromie *et. al* (1992) señalan que la experiencia previa en la familia influye de manera significativa a la iniciativa emprendedora, porque le permite al futuro emprendedor, conocer los riesgos, beneficios y habilidades necesarias para hacer viable un nuevo negocio. De igual modo, Baughn *et. al* (2006) identificaron que uno de los pilares en el desarrollo del espíritu empresarial es la familia. Por su parte, Davidsson y Honig (2003) reconocen que la familia y los amigos tienen incidencia directa con el desarrollo de emprendedores.

Por otro lado, si comparamos el resultado del grado de interés en crear empresa con el trabajo de Urbano (2006), donde el 74% de los estudiantes universitarios de Catalunya y el 92,2 % de los estudiantes universitarios de Puerto Rico mostraron una actitud positiva para crear empresa, y a la vez tenemos en cuenta el estudio de Arribas y Vila (2004), donde el 37% de los jóvenes universitarios de Valencia desean conformar una empresa; vemos que es muy sobresaliente que la muestra de estudiantes universitarios de Cartagena presenten mejores resultados en este indicador que las muestras de los estudiantes españoles y puertorriqueños.

3.2 Motivación

Las motivaciones son el impulso que induce a la persona a hacer algo. En este caso, se busca conocer aquellos motivos que consideran los estudiantes de las universidades Tecnológica de Bolívar, Universidad de Cartagena y Fundación Universitaria Tecnológico Comfenalco que los inducen a generar el interés de crear una empresa. Para conocer los principales motivos, se administró por medio de una encuesta, un listado de 17 motivos, los cuales debían calificar de uno a cinco, donde 1 era *no importante*; 2, *poco importante*; 3, *algo importante*; 4, *importante* y 5, *muy importante*.

En la Figura 2 se advierte que los motivos *Ser su propio jefe* y *Lograr su realización personal* obtuvieron los mayores resultados con el 94 %; luego con el 92%, se ubican los motivos *Oportunidad por el cumplimiento de metas*, *Poner en práctica sus conocimientos e ideas* e *Incrementar la satisfacción de la vida*. Seguidamente, se encuentra, con el 90%, la *Necesidad de logro*. Un peldaño abajo aparecen los motivos: *Mejora económica*, *Usar sus habilidades* y *Sentido de superación*; todas con el 88%. Por último, se ubican: *Percepción de oportunidad*, *Contribuir con la sociedad* y *Hacer algo creativo y nuevo*, con el 86%, 85% y 84%, respectivamente.

Ahora bien, el GEM (Global Entrepreneurship Monitor) advierte que hay dos clases de emprendedores, el emprendedor por oportunidad y el emprendedor por necesidad. Estos se diferencian por los *motivos* que los empujan a crear una empresa. Los emprendedores por oportunidad son vistos, según Reynolds *et. al* (2005), como individuos que inician una empresa por perseguir una oportunidad; realizan esta actividad por vocación y no por necesidad; están asociados a motivos *pull*, como independencia,

necesidad de logro, usar sus habilidades, percepción de oportunidad, entre otros. Por el contrario, los emprendedores por necesidad están inmersos en la creación de empresas, debido a que es la única forma de ganarse la vida, realizan esta actividad por obligación más no por vocación, y ellos están asociados a motivos *push*, como insatisfacción en el trabajo, divorcio, desempleo, entre otros.

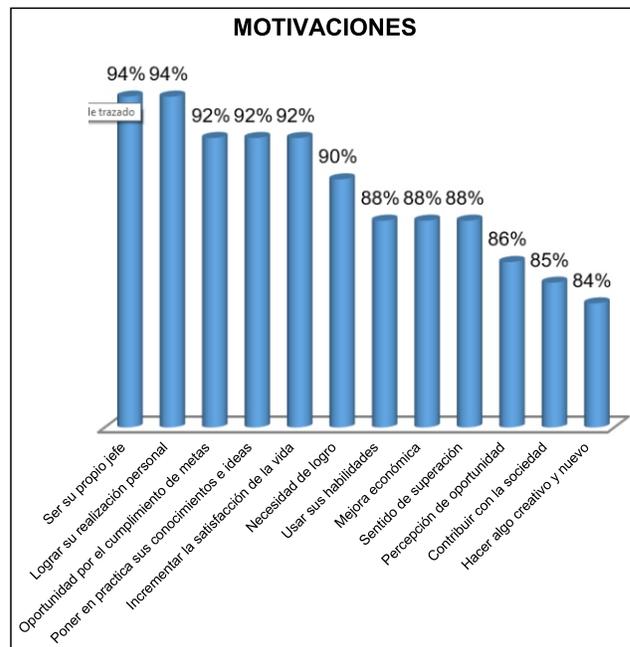


Figura 2. Motivaciones.

Si analizamos los resultados obtenidos en la Figura 2, teniendo en cuenta lo establecido por el GEM sobre el hecho que existe emprendedores por necesidad y por oportunidad, observamos que el joven universitario de Cartagena en su gran mayoría es más un potencial emprendedor por oportunidad que por necesidad; los motivos que obtuvieron mayores resultados obedecen a motivos *pull*. Esto es constatado por el *GEM 2011-2012 Región Caribe*, en el cual manifiestan que en Cartagena, prevalece el emprendedor por oportunidad que por necesidad.

El hecho de que el estudiante encuestado de la Universidad Tecnológica de Bolívar, la Universidad de Cartagena y la Fundación Universitaria Tecnológico Comfenalco de Cartagena sea un potencial emprendedor por oportunidad, trae consigo grandes atributos, como lo afirma Wennekers *et. al* (2005) señalan que el emprendedor por oportunidad tiene un mayor alto impacto en el desarrollo económico que el

emprendedor por necesidad. De igual forma, Block *et. al* (2009) advierten que el emprendedor por oportunidad gana más dinero y tiende a sobrevivir más en el estatus de creador de empresa que el emprendedor por necesidad.

3.3 Locus de control

El *locus* de control es una variable que se entiende como la expectativa generalizada acerca del grado en el cual se posee control sobre los acontecimientos. Esta variable se subdivide en *locus* de control interno y *locus* de control externo. El control interno se define como la creencia que las personas poseen en su comportamiento lo que les ocurre. El control externo es la consecuencia del destino, la suerte, el azar u otra fuerza totalmente ajena al individuo.

Para medir esta variable, a los estudiantes de las universidades, se les formularon doce preguntas de la escala propuesta por Rotter, donde tenían dos alternativas para escoger una. Los estudiantes seleccionaron la alternativa que más se amoldó a su forma de pensar.

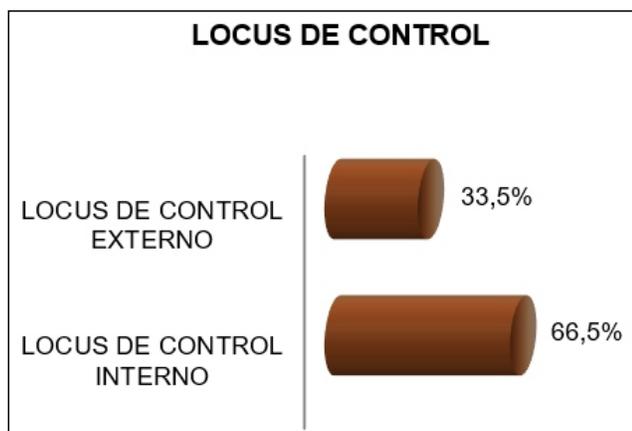


Figura 3.Locus de control

En la Figura 3 se evidencia que la muestra encuestada presentó mayores puntajes en *Locus de control interno* (66,5%) que, en *Locus de control externo*, 33,5%. Este resultado demuestra que el joven universitario de Cartagena presenta *locus* de control interno, el cual, según Apospori *et. al* (2004) y Licht (2007), es uno de los atributos principales y consistentes que aparecen en la personalidad del emprendedor. Por su parte, Gilad (1982) establece que este resultado es vinculado con el estado de alerta, el descubrimiento de oportunidades y el

escrutinio de su entorno que realizan los emprendedores para encontrar la información necesaria que permita aprovechar de forma óptima sus oportunidades.

Este rasgo es muy importante en los estudiantes encuestados que tienen el interés en crear empresa, ya que para Rotter (1966) y Evans y Leighton (1989), citado por Lee (2009), representa el hecho que creen en sus propias habilidades. En gran medida, esto se debe a la formación académica que están recibiendo, pues por medio de este, el estudiante desarrolla ciertas destrezas que le dan bases y soportes para resolver cualquier situación desfavorable, por lo cual, los resultados de sus actos son más producto de sus conductas y comportamientos que del destino o la suerte.

3.4 Riesgo

La actitud de asumir riesgos nos indica el grado en que las personas están de acuerdo en arriesgarse. Para Knight (1921) citado por Licht (2007), este factor representa eventos futuros en el que su ocurrencia es desconocida. Para evaluar el riesgo, se aplicó un instrumento elaborado a partir de la escala de *asumir riesgos* del cuestionario *Personalidad del emprendedor* (Eguía, 1994). Este contempla once preguntas que se califican en un rango de uno a cinco, donde uno significaba *absolutamente de acuerdo*; dos, *de acuerdo*; tres, *indiferente*; cuatro, *en desacuerdo* y cinco significaba *absolutamente en desacuerdo*. En esta escala, las calificaciones cuatro y cinco obedecen a personas que asumen más riesgos, a diferencia de las que puntúan en las calificaciones uno, dos y tres. Además, los estudiantes encuestados debían calificar cada alternativa reflejando lo que ellos pensaban.

En la Figura 4, se observan los resultados de este factor. Se evidencia que el 38,2% de las respuestas se ubicaron en *absolutamente en desacuerdo*; el 30,3%, *en desacuerdo*; el 11%, *indiferente*; el 11,6%, *de acuerdo* y el 8,8%, *absolutamente de acuerdo*.

Para analizar estas cifras, agrupamos, por un lado, los resultados de las calificaciones cuatro y cinco; por otra parte, los resultados de las calificaciones uno, dos y tres. En el primer grupo, el resultado fue del 68,5%, mientras que, para el segundo, fue del 31,5%. Lo anterior muestra una mayor inclinación por parte de los estudiantes entrevistados a tomar y asumir decisiones que involucren algún tipo de riesgo.

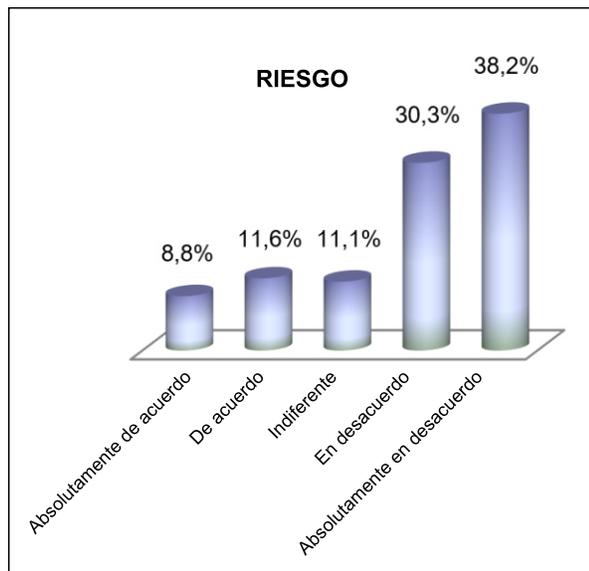


Figura 4. Riesgo.

Estas conclusiones eran de esperarse, ya que como vimos en el grado de interés en crear empresas, casi la mayoría de los encuestados manifestó tener la intención de convertirse en emprendedor. Esta es una actitud, según Caliendo *et. al* (2009), citado por Bolívar y Hormiga (2011), y Tadeo (2003), que está vinculada significativamente a la tolerancia al riesgo. De igual forma, Cromie (2000), Aldrich y Zimmer (1986) citado por Nandram y Samson (2007) y Filion y Gilles (1996) postulan que una de las características del emprendedor es ser un tomador de riesgos calculados.

Por otra parte, Kihlstrom y Laffont's (1979) manifiestan que la presencia o ausencia de una actitud hacia la asunción de riesgos en el individuo es un factor que puede explicar si un individuo determina ser emprendedor o no. Por lo tanto, si vinculamos el resultado anterior al planteamiento de estos autores, podemos afirmar que el hecho que el joven universitario haya presentado inclinación a hacer un tomador de riesgos no necesariamente se convertirá en un emprendedor. Estudios avalan lo anterior, como el realizado por Brockhaus (1980), en el que se determinó que la actitud de asumir riesgos entre emprendedores y administradores de empresas no presentó ninguna distinción. Asimismo, Moriano, Sánchez y Palací (2004) en su trabajo concluyeron que no encontraron ninguna diferencia en la toma de

riesgos entre individuos emprendedores y no emprendedores.

La teoría anterior podría estar sujeta al hecho que la actitud a asumir riesgos puede ser afectada por el ambiente donde se desempeñe el individuo. Ante esto, autores como Ray (1994) y Gardner (1985) plantean que este rasgo puede estar influenciado por el contexto, entre los que se encuentran: la disponibilidad de capital, la presencia de emprendedores experimentados y las influencias del gobierno.

Castro, Maydeu y Justo (2005) confirman lo anteriormente expuesto mediante su estudio, en el cual diseñaron un modelo y a la vez, una medida alternativa de la actividad empresarial, partiendo del TEA (Total Early-Stage Entrepreneurial Activity) del GEM (Global Entrepreneurship Monitor) e incluyendo el contexto empresarial. El resultado de este trabajo indicó una influencia significativa del ambiente o contexto sobre la actividad empresarial.

Por su parte, el GEM, en su *Informe 2011-2012 Región Caribe*, resalta que, en el entorno o contexto, la variable *apoyo financiero* ocupó el último lugar de las evaluadas. Asimismo, el estudiante encuestado manifestó con un puntaje de 3,86 (en una escala de 1 a 5) que la falta de financiación es uno de los principales factores que obstaculizan el desarrollo de una empresa.

3.5 Autoeficacia emprendedora

Otra variable que se analizó fue la *eficacia emprendedora*, conocida como *las habilidades de los emprendedores*. Este constructo mide la creencia de la persona en sus propias habilidades para desempeñar las tareas necesariamente requeridas para la creación de nueva empresa. En la presente investigación, se ha utilizado la adaptación de la escala de Autoeficacia Emprendedora desarrollada por De Noble, Jung, Ehrlich (1999), citado por Moriano, Sánchez y Palací (2004). Dicha escala evaluó las siguientes habilidades: desarrollo de producto, recursos humanos, Iniciar relaciones con los inversores, construir un entorno innovador y trabajar bajo estrés.

A cada habilidad correspondía un número determinado de preguntas, las cuales se calificaban de uno a cinco. Uno significaba *completamente incapaz*; dos, *algo incapaz*; tres, *capaz*; cuatro, *muy capaz* y cinco, *perfectamente capaz*. A los estudiantes de las universidades, se les solicitó calificar cada

pregunta teniendo en cuenta el grado en que serían capaces de desempeñar cada una de las tareas que se les preguntaba por intermedio del cuestionario.



Figura 5. Autoeficacia emprendedora.

En la Figura 5 se observa, basándonos en una escala de uno a cinco, que los estudiantes alcanzaron buenos puntajes en todos los factores. *Los recursos humanos*, con el 4,017; *Desarrollar nuevos productos*, con un puntaje de 4,048 y *Construir un entorno innovador*, con puntaje de 4,017 fueron las habilidades que consiguieron los mayores resultados. Por su parte, la habilidad *Trabajar bajo estrés* obtuvo la menor puntuación entre todos los factores, con el 3,676.

Estos resultados son muy positivos, ya que el estudiante considera tener la capacidad de realizar labores encaminadas a la creación y gestación de una empresa. Esto puede estar soportado, como lo señala Izquierdo y Buyens (2008), por los estudios académicos que realiza el individuo, pues ayudan a elevar la autoeficacia. Por el hecho de ser estudiantes, por estar preparándose profesionalmente y académicamente en áreas que le generan conocimiento y que están íntimamente ligadas con tareas empresariales, el alumno desarrolla ciertas habilidades muy útiles al momento de emprender.

Lo anterior es consecuencia de la estructura curricular impartida por las universidades, las cuales buscan el desarrollo de habilidades y conocimientos que ayuden al joven universitario a formarse como una persona investigadora, que aplique los conocimientos al desarrollo de la comunidad, que sea creativo y que tenga vocación empresarial. Ante la importancia de la formación académica en el acto de

emprender, encontramos autores como Cressy (1996) y Cruz, Barahona y Escudero (2005) que advierten que la variable *Formación en el individuo* es fundamental para la toma de decisión en crear una empresa.

3.6 Valores

Sostenemos que la estructura de valores ocupa un lugar muy importante en la determinación de la conducta, sin embargo, no se le ha prestado atención dentro del estudio de los emprendedores. Entendemos los valores, al igual que Schwartz (1992) citado por Moriano, Trejo y Palací (2001), como una concepción del individuo de los objetivos que sirven como principios que guían su vida.

En ese orden de ideas, la escala que se utilizó para determinar los valores que se consideraron más importantes para los estudiantes de la Universidad de Cartagena, la Universidad Tecnológica de Bolívar y la Fundación Universitaria Tecnológico Comfenalco es la desarrollada por Schwartz. Los ítems debían calificarse de uno a cinco, donde uno significaba *opuesto a mis valores*; dos, *nada importante*; tres, *algo importante*; cuatro, *importante* y cinco *muy importante*.

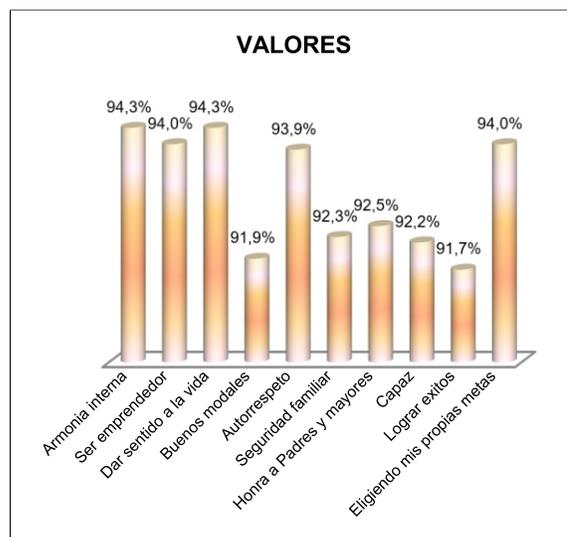


Figura 6. Valores.

En la Figura 6 se evidencia que los estudiantes de las tres universidades determinaron que los principales valores que guían su vida son: *la armonía interna* y *dar sentido a la vida*, con el 94,3%. Le siguen: *ser emprendedor* y *eligiendo mis propias*

metas, con el 94% respectivamente. Luego, aparece el *autorespeto* con el 93,9%. Con el 92%, se encuentran los valores *seguridad familiar, honra a padre y mayores y capaz*. Finalizando, entre los valores con mayores resultados, hallamos: *lograr éxitos y buenos modales*, con el 91,7 % y 91,9 % respectivamente.

Schwartz (1990), citado por Moriano, Trejo y Palací (2001), establece una clasificación de los valores teniendo en cuenta ciertas necesidades humanas como: necesidades de los individuos como organismos biológicos, necesidades de coordinación de la interacción social y necesidades de supervivencia y bienestar del grupo.

La estructura de valores propuesta por Schwartz se divide en tres dimensiones: la individualista, la colectiva y la mixta. La primera dimensión se refiere a aquellos valores que manifiestan independencia emocional con respecto a grupos u organizaciones; entre los valores, encontramos: *lograr éxitos, capaz, libertad, elegir mis propias metas, independencia, armonía interna, dar sentido a la vida, autorrespeto*. La segunda dimensión contempla aquellos valores que muestran dependencia emocional de los grupos con los que la persona se identifica; entre los valores, hallamos: *ayudar, lealtad, responsabilidad, honestidad, obediencia, buenos modales, honra a padres y ancianos*. La tercera dimensión divisa aquellos valores que pueden darse en cualquiera de las dos dimensiones anteriores, entre ellos: *igualdad, seguridad familiar, limpio, orden social, sabiduría, un mundo en paz*.

Ahora bien, tomando como base lo establecido por Schwartz y teniendo en cuenta que los valores *armonía interna, dar sentido a la vida, ser emprendedor, eligiendo mis propias metas y autorrespeto* obtuvieron los mayores puntajes en la muestra de estudiantes universitarios de Cartagena, podemos afirmar que los principales valores que guían la vida son de tipo individualista. Esto concuerda con las conclusiones de Moriano, Trejo y Palací (2001), que plantea que el emprendedor está inspirado en este tipo de valores.

4 Conclusiones

Basándonos en los resultados, inferimos que los estudiantes encuestados que pertenecen a las facultades de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la Universidad de Cartagena, la Universidad Tecnológica de Bolívar y la Fundación

Universitaria Tecnológico Comfenalco, a nivel general, tienen inclinación positiva al desarrollo de una empresa. Por ello, podemos considerarlos como emprendedores potenciales.

Con respecto al perfil y habilidades del estudiante hacia el emprendimiento, los datos indican que en la parte motivacional, los alumnos de estas instituciones se caracterizan por ser potenciales emprendedores por oportunidad, ya que los motivos ser su propio jefe, lograr su realización personal, oportunidad por el cumplimiento de metas, poner en práctica sus conocimientos e ideas, incrementar la satisfacción de la vida, necesidad de logro, mejora económica, usar sus habilidades y sentido de superación, que se consideran motivos *pull*, obtuvieron los mayores puntajes.

Teniendo en cuenta que para la muestra objeto de estudio en esta investigación, en su totalidad estudiantes universitarios que están en proceso de formación, esta condición fue relevante porque influyeron positivamente en los resultados de los factores *locus* de control, autoeficacia emprendedora y actitud hacia el riesgo.

En el primer factor (*locus* de control), como indican los resultados, el estudiante universitario considera que el producto de sus acciones está relacionado principalmente con sus acciones, más que con el destino o el azar. Esto representó un mayor resultado en *locus* de control interno que en el externo.

Por su parte, en la *autoeficacia emprendedora*, encontramos que el estudiante se considera capacitado para construir un entorno innovador, iniciar relaciones con inversores, gestionar los recursos humanos y desarrollar nuevos productos. Sin embargo, se establece una diferencia marcada entre trabajar bajo estrés y las demás habilidades, ya que esta obtuvo menor resultado, en comparación con las otras destrezas evaluadas,

En el factor *Riesgo*, los datos indican que el estudiante presenta inclinación a tomar decisiones que involucren algún tipo de riesgo. En la parte de los valores, la muestra obtuvo mayores resultados en *armonía interna, dar sentido a la vida, ser emprendedor, eligiendo mis propias metas, autorrespeto, seguridad familiar, honra a padre y mayores, capaz, lograr éxitos y buenos modales*. Estos corresponden a valores de tipo individualista.

Ahora bien, teniendo en cuenta todo lo anterior, concluimos que el estudiante universitario perteneciente a las facultades de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la

Universidad de Cartagena, la Universidad Tecnológica de Bolívar y la Fundación Universitaria Tecnológico Comfenalco, además de tener interés en crear y desarrollar una empresa, presenta y se ajusta al perfil de un emprendedor, debido a que en la parte motivacional, las razones que impulsan la condición de ser un individuo creador de una empresa se basan en motivos *pull*, lo cual se asocia a un potencial emprendedor por oportunidad.

Inferimos, de igual modo, que es un individuo dispuesto a tomar riesgos. Presenta *locus* de control interno, pues tiene la certeza que los resultados de sus acciones son productos de sus decisiones. Asimismo, tiene la percepción que en la universidad ha desarrollado y consolidado habilidades que están ligadas y asociadas a la creación y desarrollo de una compañía. Destacamos, también, que los valores que sobresalen son de tipo individualista, lo cual representa una característica de un emprendedor.

Referencias

- Ahmetoglu, G., Leutner, F., & Chamorro-Premuc, T. (2011). EQ-Nomics: Understanding the relationship between individual differences in Trait Emotional Intelligence and entrepreneurship. *Journal of Personality and Individual Differences*, 51, 1028–1033.
- Aldrich, H.E., y Kim, P. (2007). A life course perspective on occupational inheritance: self-employed parents and their children. Elsevier, Amsterdam: *Research on the Sociology of Organizations*. Apospory, Eleni, Papalexandris, Nancy, Galanaki, Eleanna (2004). Entrepreneurial and professional CEOs: Differences in motive and responsibility profile. *Leadership and Organization Development Journal*, 26(2), 141–162.
- Arribas, Iván y Vila, José (2004). *La Actitud Emprendedora del Universitario Valenciano*.
- Bandura A. (2001). Social Cognitive Theory: An Agentic Perspective. *Annual Review of Psychology*, 52(1), 1-26
- Baughn, C.C., Cao, J. S. R., L., Lim, V. A., Neupert, K. E. (2006): Normative, social and cognitive predictors of entrepreneurial interest in China, Vietnam and the Philippines. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 11(1), 57-77.
- Block Joern, Sandner, Philipp y Sprengel, Frank. (2009). Do risk attitudes differ within the group of entrepreneurs? The role of motivation. Disponible en: <http://mpa.ub.uni-muenchen.de/17587/>
- Bolívar, Alicia y Hormiga, Esther. (2011). La influencia del proceso de migración en la percepción del riesgo de crear una empresa. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la empresa*, 18(1), xx-xx.
- Brockhaus, R. H. (1980). Risk taking propensity of entrepreneurs. *Academy of Management Journal*, 23(3), 509–520.
- Cassar, Gavin y Friedman, Henry (2009). Does self-efficacy affect entrepreneurial investment? Disponible en: <http://ssrn.com/abstract=1405426>
- Castro, Julio. Maydeu, Alberto y Justo, Rachida (2005). Entrepreneurial Activity and Entrepreneurial Environment? A Reexamination of the GEM'S Approach. Disponible en <http://ssrn.com/abstract=1015844>
- Contreras, F., Espinosa, J., Soria, K., Portalanza, A., Jáuregui, K., y Alfonso, J. (2017) Exploring entrepreneurial intentions in Latin American university students. *Int. j. psychol. res.*, Vol. 10 (2) 46-59, 2017. DOI 10.21500/20112084.2794
- Cramer, J., J. Hartog, N. Jonker y C. Van Praag. (2002). Low risk aversion encourages the choice for entrepreneurship: an empirical test of a truism. *Journal of Economic Behavior and Organization*,
- Cressy, R. (1996). Are business startups debt-rationed? *The Economic Journal*, 106, 1253-1270.
- Cromie, S. (2000). Assessing entrepreneurial inclinations. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 9(1), 7-30.
- Cromie, S., Callaghan, I., Jansen, M. (1992). The entrepreneurial tendencies of managers: A research note. *British Journal of Management*, 3, 1-5.
- Cruz, Martín, Barahona, Hernangómez y Escudero A. (2005). Análisis de la formación y la experiencia laboral como determinantes del espíritu emprendedor de los estudiantes universitarios. *Revista Asturiana de Economía*.
- Davidsson, P.; Honig, B. (2003): «The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 18, 301-331.
- Douglas, E. J. y Shepherd, D. A. (2002). Self-employment as a career choice: Attitudes, entrepreneurial intentions, and utility maximization. *Entrepreneurship: Theory and Practice*.
- Eguía, Josenué. (1994). *Personalidad del Emprendedor*. Ciudad: Editorial.
- Filion, Jacques, Gilles, Roy (1996). Documento didáctico. Montreal, Canadá: Escuela de Altos Estudios Comerciales (HEC).
- Forbes, D. P. (2005). Are some entrepreneurs more overconfident than others? *Journal of Business Venturing*.
- Gartner, W. B. (1985). A conceptual Framework for Describing and Classifying the Phenomenon of New Venture Creation. *Academy of Management Review*, 10(4), 696-706.
- GEM (2007). Executive Report. Londres: London Business School.
- GEM (2011-2012). Reporte Región Caribe. Bogotá: Universidad del Norte.

- Gianneti, Mariassunta y Simonov, Andrei (2004). On the Determinants of Entrepreneurial Activity: Individual Characteristics, Economic Environment, and Social Norms. *Swedish Economic Policy Review*, 11, 269-313.
- Grilo, Isabel, Thurik, Roy, Verheul, Ingrid, y Zwan, Peter (2007). Climbing the Entrepreneurial Ladder: The Role of Gender. *Rotterdam: Academic Repository at Erasmus University (DEAR)*
- Guro, Y., & Atsan, N. (2006). Entrepreneurial characteristics amongst university students: Some insights for entrepreneurship education and training in Turkey. *Education and Training*, 48(1), 25–38.
- Izquierdo, Edgar y Buyens, Dirk (2008). Impact assessment of an entrepreneurship course on students' entrepreneurial competencies: A constructivist perspective. *Bruselas: Vlerick Leuven Gent Working Paper Series 2008/25*.
- Karimi, S., Biemans, H., Lans, T., Chizari, M., Mulder, M., & Mahdei, K. (2013). Understanding role models and gender influences on entrepreneurial intentions among college students. *3rd World Conference on Learning, Teaching and Educational Leadership (WCLTA-2012)*. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 93 (2013) 204 – 214. doi: 10.1016/j.sbspro.2013.09.179
- Kihlstrom, R. y Laffont, J. (1979). A general equilibrium theory of firm formation based on risk aversion. *Journal of Political Economy*, 87(4), 719–748.
- Lee, Marlana. (2009). Do Employers Value Entrepreneurial Human Capital? An empirical study of post-self-employment wages.
- Leiva Bonilla, Juan Carlos. (2008). ¿Nacen empresas de las actividades de fomento al espíritu emprendedor? *Tec empresarial*, 2(1), xx-xx.
- Lévesque, M. y Minniti, M. (2006). The effect of aging on entrepreneurial behaviour. *Journal of Business Venturing*. Licht, Amir. (2007). The Entrepreneurial Spirit and What the Law Can Do about It. Disponible en: <http://ssrn.com/abstract=977444> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.977444>
- Maes, J., Leroy, H., & Sels, L. (2014). Gender differences in entrepreneurial intentions: A tpb multi-group analysis at factor and indicator level. *European Management Journal*, 32(5), 784-794. doi: 10.1016/j.emj.2014.01.001
- Martin, Natalia., Hernangomez, Juan y Rodríguez, Ana. (2005). Análisis de la formación y la experiencia laboral como determinantes del espíritu emprendedor de los estudiantes universitarios. *Revista Austuriana de Economía*, (34), xx-xx.
- Miller, D. (2014). A Downside to the Entrepreneurial Personality? *Baylor University*. 1042-2587.
- Moriano, Juan, Trejo, Enrique, Palací Francisco. (2001). El perfil psicosocial del emprendedor: un estudio desde la perspectiva de los valores. *Revista de psicología social*, xx(xx), xx-xx.
- Moriano, Juan, Sánchez, Maria, y Palací, Francisco (2004). Un estudio descriptivo sobre los emprendedores en España, la República Checa y Bulgaria.
- Muñiz, J., Suarez, J., Pedrosa, I., Fonseca, E., Garcia, E. (2014). Enterprising personality profile in youth: Components and assessment. *Psicothema* 2014, Vol. 26, nº 4, 545-553.
- Nandram, Sharda. Samsom, Karel (2007). Entrepreneurial Behavior. *NRG Working Paper*, nº 07-04.
- Piatek, Rémi y Pinger, Pia. (2010). Maintaining (Locus of) Control? *IZA DP No. 5289*. Discussion Paper No. 5289 October 2010.
- Pushkarskaya, Helen. (2007). Gender Differences in Determinants of Entrepreneurial Intentions in a Rural Setting. *Kentucky: Department of Agricultural Economics University of Kentucky*
- Ray, D. M. (1994). The role of risk-taking in Singapore. *Journal of Business Venturing*, 9(2), xx-xx.
- Reynolds, P. D., Bosma, N., Autio, E., Hunt, S, Bono, N. de, Servais, I., Lopez-Garcia, P. y N. Chin (2005). *Global Entrepreneurship Monitor: Data Collection Design and Implementation 1998-2003*. *Small Business Economics*, 24(3), 205-231.
- Rotter, J. B. (1966). Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement. *Psychological Monographs*, 80, xx-xx.
- Tadeo, Roberto. (2003). El emprendimiento, solución al futuro laboral de los jóvenes. *Ecuador: Pontificia Universidad Católica del Ecuador*.
- Urbano, David. (2006). La creación de empresas en Catalunya: organismos de apoyo y actitudes hacia la actividad emprendedora *Universidad Autónoma de Barcelona*.
- Van Praag, C. (2003). Business survival and success of young small business owners. *Small Business Economics*.
- Veciana, Jose y Urbano, David (2004). Actitudes de los estudiantes universitarios hacia la creación de empresas: Un estudio empírico comparativo entre Catalunya y Puerto Rico. *Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona*.
- Vera, José., Laborín, Jesús, Domínguez, Miriam, Parra, Erik, y Padilla, María (2009). Locus de control, autoconcepto y orientación al éxito en adultos mayores del norte de México. *Centro de Investigación en Alimentación y Desarrollo*, 14(1), 119-135.
- Wennekers, S., van Stel, A., Thurik, R., y Reynolds, P. (2005). Nascent entrepreneurship and the level of economic development. *Small Business Economics*, 24(3), 293–309.
- Werner, Arndt. Kay, Rosemarie (2003). Entrepreneurial Image, Gender, and the Formation of New Ventures. *Berín: Institute for Small and Medium Sized Businesses Bonn (IfM Bonn)*.