

Hábitos emprendedores de negocios en estudiantes: análisis de dos universidades nacionales en Lima

Business enterprising habits in students: analysis of two national universities in Lima

Recepción: agosto 10 del 2016 | Revisado: octubre 14 del 2016 | Aceptado: diciembre 2 del 2016

CARLOS DE LA CRUZ VALDIVIANO¹

ABSTRACT

We analyzed the business entrepreneurs habits students in two state universities in Lima: National University Federico Villarreal and National University of Engineering. For this purpose we used the *Scale business entrepreneurs habits* of Portocarrero and De La Cruz (2006), psychometrically evaluated instrument for validity and reliability. Then administered to two groups of university students (UNI = 156 and UNFV = 143) who were selected by probabilistic random simple. The full-scale results showed no significant difference between the two samples, while its-scales shows that there are significant differences in favor of showing students UNFV: *subscale need for achievement* ($p < 0,01$), *Behavior subscale A* ($p < 0,01$) and in the *subscale Innovation and Creativity* ($p < 0,01$). On the other hand, students stand UNI ($p < 0,05$) in the subscale tolerance for ambiguity. Furthermore, by gender, origin and religion denote similarity values without reaching significance in the differences.

Keywords: Habits business entrepreneurs, university student, origin and religion

RESUMEN

Se analizaron los *hábitos emprendedores de negocios* en estudiantes de dos universidades estatales de Lima: Universidad Nacional Federico Villarreal y Universidad Nacional de Ingeniería. Para tal fin, se utilizó la *Escala de Hábitos Emprendedores de Negocios* de Portocarrero y De La Cruz (2006), instrumento evaluado psicométricamente en cuanto a validez y confiabilidad. Luego se administró a dos grupos de estudiantes universitarios (UNFV = 156 y UNI = 143) quienes fueron seleccionados de manera probabilístico aleatorio simple. Los resultados en Escala total evidenciaron ausencia de diferencias significativas entre ambas muestras, mientras que por sub-escalas se observa que existe diferencias significativas a favor de los estudiantes de la UNFV: *sub-escala Necesidad de logro* ($p < 0,01$), *sub-escala Comportamiento tipo A* ($p < 0,01$) y en la *sub-escala Innovación y Creatividad* ($p < 0,01$). Por otro lado, los estudiantes UNI destacan ($p < 0,05$) en la sub-escala *Tolerancia ante la ambigüedad*. Mientras que, según género, procedencia y religión los valores denotan similitud sin alcanzar significación en las diferencias.

Palabras clave: Hábitos emprendedores de negocios, estudiante universitario, procedencia y religión

¹ Universidad Nacional Federico Villarreal.
amautacruz@yahoo.com

En la actualidad, existe un acuerdo prácticamente unánime sobre la importancia y la necesidad de crear nuevas empresas. Se concibe como una realidad incuestionable el que la creación de empresas rentables, con una vocación de competir a medio y largo plazo, constituye el principal presupuesto de modernidad para las sociedades más desarrolladas. La implicación de la Universidad en el fomento de la cultura emprendedora, es una realidad emergente en nuestro entorno. Tiene una posición privilegiada para llevar a cabo estas actividades entre sus alumnos y personal docente e investigador. Muchas universidades sobre todo privadas través de sus oficinas de Cooperación Técnica o sus propios órganos, intentan motivar y formar a su personal y crear semilleros empresariales.

Con este trabajo, pretendemos analizar cómo se manifiesta los *hábitos emprendedores de negocios* en estudiantes de dos universidades nacionales de Lima, específicamente, en estudiantes de reciente ingreso a la vida universitaria.

De acuerdo a Herrera (2002) la universidad pública actual, en nuestro medio, continúa formando intelectuales enfatizando más en lo académico que en lo práctico. En el caso de la especialidad de Administración los pocos esfuerzos por formar gestores o emprendedores de empresas, en el contexto, especialmente, académico, se quedan en el camino a diferencia del sector privado en el que el interés por este tópico ha conllevado a que se promueva la denominada universidad emprendedora que significa una redefinición de la misión tradicional de la enseñanza, la investigación y la proyección social.

El interés por las habilidades emprendedoras en gran medida tiene como punto de partida a la escuela de comportamiento humano (1940) representada, entre otros teóricos, por Elton Mayo, Douglas McGregor, Frederick Herzberg, David Mc Clelland y Abraham Maslow. Cabe señalar; sin embargo, que el término

emprendedor aparece en los trabajos de Cantillon en el año de 1775 (citado en Borjas, 2003). Cantillon a comienzos del siglo XVIII destacó el rol del emprendedor en la teoría económica, al afirmar que el trabajo del ser humano es la forma que produce riqueza.

En épocas más recientes Mc Clelland (citado por Chiavenato, 2004), señala que el emprendimiento de una acción está originado por la motivación del logro y el deseo de satisfacer necesidades básicas de realización personal.

Por lo común, se suele destacar que las personas emprendedoras son aquellas que han desarrollado hábitos emprendedores. Un hábito es una costumbre adquirida o la facilidad que se adquiere con la práctica (Editora Volcán, 1986).

Flores (2003) destaca que los hábitos son patrones de acción o modos de comportamiento que se practican deliberadamente y son rasgos propios de la personalidad (ej. habilidades físicas, intelectuales y psicomotoras), por lo que sostenemos que se pueden aprender.

Se puede decir que el **emprendedurismo** es un proceso y según Hisrich y Peters (2002), lo que se debe enseñar para ser emprendedores:

- **Habilidades técnicas** tales como saber comunicarse en forma escrita y oral, conocimientos y habilidades en gestión y organización.
- **Habilidades de administración de empresas** tales como planificar, tomar decisiones, saber comercializar y llevar la contabilidad.
- **Habilidades personales** tales como control percibido interno, innovación, asunción de riesgo, perseverancia y liderazgo.

La filosofía de los emprendedores se sustenta en tres valores paradigmáticos eternos de los seres humanos como *el respeto, la solidaridad y el desprendimiento* (Woo-Choong, 2003). Estos valores en los jóvenes emprendedores, se su-

man a sus sueños que son lo más importante; quienes tienen sueños no conocen la pobreza porque las personas son tan ricas como sus sueños. Para los emprendedores los sueños y la juventud en la época de la vida en la que, aun sin poseer algo, no habrá nada que envidiar. El espíritu emprendedor, la motivación y los sueños son la fuerza capaz de transformar el mundo. Las personas que sueñan y tienen aspiraciones, las sociedades que hacen realidad sus sueños y el país que comparte sus sueños con sus habitantes pueden transformarse en los héroes de la historia de su vida personal y de su país.

Según Lastra (2011), las “fábricas” de los emprendedores son: la familia; el municipio como comunidad; el sistema educativo como la escuela, el colegio, el instituto y la universidad; y la empresa. Son los que actúan como inspiradores y formativos para muchos empresarios.

Siguiendo a Espíritu (2011) pensamos que los rasgos de personalidad son lo que, mayormente, influyen en la intención emprendedora, así como los estudiantes de los primeros cursos presentan una mayor actitud emprendedora que aquellos que están próximos a concluir sus estudios. En este sentido, pretendemos analizar cómo se dan las actitudes emprendedoras hacia los negocios en estudiantes universitarios ajenos a la carrera de Administración y en cuanto al nivel alcanzado seleccionamos a los del primer ciclo de estudios. Como antecedente, hemos hallado que, mayormente, los estudiantes de Administración tienen destacado espíritu emprendedor, aunque en investigaciones de Portocarrero, Mayorga y García (2003), se revela que los estudiantes de Psicología y, particularmente, en el grupo femenino existe un mayor espíritu emprendedor que los estudiantes de Administración.

Hábitos emprendedores. Diferentes autores y organismos internacionales han reconocido la importancia de los **emprendedores** a la hora de considerar el **desarrollo económico** de los países, entendiendo al emprendedor como lo define Schumpeter (1934): la persona

que tiene una idea innovadora, la desarrolla y finalmente, la comercializa en el mercado, o bien como Bygrave y Hofer (1991, p.14): «una persona que percibe una oportunidad y crea un nuevo negocio con ella».

Cada vez es mayor el consenso que existe sobre **el rol de la Universidad como formadora de emprendedores**. Laukkanen (2000) considera que para las universidades el hecho de formarlos se podría considerar la «tercera obligación», entendiéndola como motor de desarrollo. Al momento en que asuman esta obligación, harán posible que la enseñanza del emprendedurismo produzca mayor creación y mejor crecimiento de empresas, traduciendo-se en un importante progreso regional.

De acuerdo con lo anterior, la investigación realizada por Álvarez y Jung (2004) afirma que cuanto más intensiva sea la enseñanza del emprendedurismo en las instituciones de educación terciaria, más probabilidades habrá de que los estudiantes hagan el esfuerzo por empezar un nuevo negocio y, de esa forma, contribuir al desarrollo de la economía.

En cuanto a las investigaciones realizadas a **nivel nacional** afines al tema se encuentra una investigación dirigida por Portocarrero, Mayorga y García (Ob. Cit.) al estudiar la capacidad emprendedora y el coeficiente empresarial en estudiantes de administración y de psicología de la Universidad Nacional Federico Villarreal determinaron que existe, en las mujeres que estudian administración, un mayor interés por la generación de sus propios negocios con relación a las estudiantes de psicología. Por otro lado, destacan que en los estudiantes de psicología y, particularmente, en el grupo femenino existe un mayor espíritu emprendedor que los de administración. Finalmente, encontraron que las variables coeficiente empresarial y capacidad emprendedora no guardan, en esta muestra, relación entre sí.

Espinoza (2004) al estudiar las aptitudes y actitudes empresariales de los estudiantes de

administración en las universidades públicas de Lima - Callao concluye que en ese entonces, como hace décadas atrás, se dan las mismas estrategias orientadas a formar profesionales en administración para ocupar cargos gerenciales en las grandes empresas lo que genera que los egresados continúen conformando un gran contingente de administradores sin empleo.

Bonifaz (2004) al estudiar el espíritu empresarial en estudiantes de post grado de una universidad pública en nuestro medio encontró que los estudiantes de administración denotan mayor espíritu empresarial que los estudiantes de administración de servicios de salud. Vincula este hallazgo al hecho que los estudiantes de post-grado en administración de servicios de salud -en contraste con aquellos de administración- provienen, en su mayoría, de carreras de índole más humanista (Medicina, Rehabilitación Física, Enfermería, la Asistencia Social, Tecnología Médica y Psicología) y con una clara orientación al servicio social cuya formación no va del todo acorde con los nuevos requerimientos empresariales a diferencia de los alumnos de post-grado en administración que en su mayoría provienen de esta especialidad y que, por lo general, han llevado cursos que favorecen, en cierta medida, la adquisición de los conocimientos necesarios para formar profesionales más emprendedores.

Linares, Bueno, Velásquez y Cedillo (2002) al sistematizar las experiencias del Programa "Haz realidad tu negocio 1996-2000" señalan que los concursantes que guiaron sus proyectos por la formación universitaria se suelen iniciar en los negocios más tarde que los de menor instrucción y ven esta actividad como un ingreso complementario; incluso prevalece en ellos la idea de hallar un empleo y trabajar de manera dependiente. Por otro lado, los universitarios en gran medida manifiestan resistencias a enfocar de una manera más práctica y menos teórica el ingreso al mercado. Suelen concentrarse en las bondades intrínsecas del producto, con mucha mayor razón si este se aproxima a la invención, y descuidan o menosprecian cuestiones ele-

mentales y prácticas de mercado. Finalmente, refieren que los jóvenes universitarios aún arrastran el pesado lastre de una formación, que si bien paulatinamente viene cambiando, aún está desvinculada de la realidad y es opuesta a los mecanismos del mercado.

Portocarrero y De La Cruz (2007) plantearon analizar a partir de un diseño descriptivo comparativo si existen diferencias significativas en los índices de hábitos emprendedores de negocios entre los estudiantes de administración de las universidades privadas y de las universidades públicas. La población que participó en el estudio quedó integrada por 172 alumnos de administración de empresas de universidades públicas de Lima Metropolitana y 97 alumnos de dos universidades privadas. La muestra se seleccionó a través del criterio no probabilístico de tipo intencional. Los resultados, a nivel general, reflejan que no existen diferencias entre los hábitos emprendedores de negocios que tienen los estudiantes de las universidades públicas y privadas estudiadas. A nivel de indicadores los estudiantes de las universidades privadas denotan tener mayores índices de manejo personal, motivación de logro y de conducta tipo "A" que los estudiantes de las universidades públicas. Por otro lado, los estudiantes varones de las universidades privadas denotan mayor conducta tipo "A" que los estudiantes de universidades públicas y las mujeres que estudian en universidades públicas reflejan mayor manejo personal que las de las universidades privadas. Los diversos hallazgos son analizados en función a la literatura relacionada al tema.

En el **contexto internacional** destacamos el estudio de Rusque, Ramírez, Torres, Guzmán y Castillo (1998) quienes al evaluar el espíritu empresarial en jóvenes estudiantes de administración en la que participaron 12 universidades de Europa y Latino América encontraron altos índices de altruismo y tenacidad; sin embargo, denotaron una baja capacidad para asumir riesgos. Lo descrito es explicado en función a los medios de comunicación, el desarrollo de la tecnología y los conflictos bé-

licos. Concluyen que como orientadores y formadores de juventudes tienen el desafío, desde el contexto universitario, de promover en los estudiantes el despertar y la visión que les permita saber emprender proyectos concretos que impacten y transformen la sociedad.

Espíritu (Ob. Cit.), trata de detectar las características que influyen, positivamente, en la intención emprendedora de estudiantes universitarios a través de rasgos de personalidad, valores, características socio demográficas y de formación, planteándonos algunas hipótesis que son contrastadas utilizando una muestra de 1210 estudiantes de universidades públicas madrileñas. Se realizaron análisis factoriales para ser operativas las variables de estudio y se comprobaron las hipótesis a través de la aplicación de un análisis de regresión. Las conclusiones obtenidas muestran que los rasgos de personalidad son lo que mayormente influyen en la intención emprendedora, reflejándose también que los estudiantes de los primeros cursos presentan una mayor actitud emprendedora que aquellos que están próximos a concluir sus estudios.

Krauss (2007) partiendo de la base que las actitudes se pueden modificar y variar realizó una investigación sobre las actitudes emprendedoras de los estudiantes de la Universidad Católica del Uruguay (UCU). Se analizó la evolución de las actitudes emprendedoras a lo largo de tres años como: control interno percibido, autoestima, motivación al logro, asunción al riesgo y el conjunto de dichas actitudes llamada “actitud emprendedora global”. Como resultado de dicho estudio, se concluyó que, las actitudes emprendedoras globales disminuyeron después de uno y de dos años de experiencia académica. Las actitudes que más se redujeron fueron la necesidad de logro y el control percibido interno. El resultado indicó que, aunque del segundo al tercer año no hubo cambios significativos, sí lo fue de primero a tercero de universidad para todos los encuestados.

Un hallazgo similar fue realizado por Ibáñez (2001) en el país Vasco, cuando verificó que,

tras un año de estancia en la universidad, la necesidad de logro disminuía. Una posible explicación podría ser que los estudiantes ingresan a la universidad con muchos proyectos y expectativas, como el de crear su empresa. Después, durante el primer año de la carrera, se produce la desilusión y el desencantamiento, haciendo que sus actitudes emprendedoras disminuyan.

Por las consideraciones descritas, el objetivo del presente estudio es establecer las diferencias de *hábitos emprendedores para los negocios* en estudiantes de Ingeniería y Psicología de dos universidades de Lima, 2013. Comparar según el tipo de universidad, las subescalas Manejo personal, Necesidad de logro, Tolerancia ante el riesgo, Comportamiento del tipo A, Tolerancia ante la ambigüedad e Innovación y creatividad; así como, en función al sexo, procedencia y religión.

Método

Participantes

La población y muestra estudiada estuvo conformada por estudiantes de dos universidades nacionales de Lima de ambos géneros, con características detalladas a continuación. La población de 482 estudiantes se dividió en dos grupos poblacionales: UNFV ingresantes 2012 de la Facultad de Psicología que asciende a 258 y UNI ingresantes 2012 de la Facultad de Ingeniería Civil que asciende a 224, cuyas edades fueron entre 16 a 20 años. Los alumnos eran procedentes de Lima y provincia. Las muestras de la presente investigación fueron seleccionadas a través del tipo probabilístico aleatorio simple. Se eligieron de la UNI a 143 y de la UNFV a 156 estudiantes.

Diseño de investigación

El diseño utilizado es de tipo descriptivo comparativo (Sánchez y Reyes, 2006). Con el diseño comparativo se diferenciaron la variable de estudio *Hábitos emprendedores para los negocios*, tanto a nivel de la muestra en general así como cuando sea dividida en subgrupos.

Por su dimensión temporal, la investigación se clasifica en un diseño de tipo transversal o transeccional, ya que las variables fueron evaluadas en una sola oportunidad sin tomar en cuenta la evolución y cambio en el tiempo (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

Instrumentos

Para la recolección de información se utilizaron una *Ficha de Datos Personales* (Anexo A) y la *Escala de Hábitos Emprendedores de Negocios* de Portocarrero y De La Cruz (Anexo B).

Con la *Ficha de Datos Personales* se obtuvo información con relación a las características de la muestra y determinó los criterios de inclusión y exclusión. La ficha contenía, entre otras variables, la edad, el sexo, el ciclo de estudio y la universidad de procedencia.

Por otro lado, se utilizó la *Escala de hábitos emprendedores de negocios* de Portocarrero y De La Cruz (2006). Esta escala se diseñó siguiendo la estructura de las escalas tipo Likert. Estuvo, inicialmente, conformada por 74 preguntas las cuales en la versión final fueron reducidas a 45 y ubicadas en seis dimensiones (Manejo Personal, Motivación de Logro, Innovación y Creatividad, Gusto por el Riesgo, Conducta Tipo A, Tolerancia a la Ambigüedad).

En cuanto a los dimensiones o subescalas se consideró pertinente asumir los cinco que al parecer de Begley y Boyd (1987) se encontraría en los emprendedores de negocios (Manejo Personal, Motivación de Logro, Gusto por el Riesgo, Conducta Tipo A y Tolerancia a la Ambigüedad). A estas dimensiones se adicionó el de Innovación y Creatividad; se adicionó debido a que ha sido destacada en diversa literatura y porque los ítems que se plantearon en el estudio preliminar y la dimensión en sí, evidenciaron alta validez y consistencia.

Manejo Personal. Implica el sentimiento de poseer el control de la propia vida y que esta no es fruto del azar.

Necesidad de Logro. Se asocia al impulso por destacar y se relaciona con el grado de motivación que tiene el individuo para realizar su tarea.

Tolerancia ante el riesgo. Se vincula a la disposición a correr riesgos moderados, al parecer, los emprendedores obtienen rendimientos más altos sobre los que no corren riesgos o lo hacen de manera exagerada.

Comportamiento del tipo A. Se refiere al impulso por hacer más en menos tiempo y, si fuera necesario, a pesar de las objeciones de otros.

Tolerancia ante la ambigüedad. Se vincula al hecho que muchas decisiones se deben tomar con información incompleta o confusa y como quiera que quienes inician una nueva actividad hacen las cosas por primera vez y arriesgando la forma de ganarse la vida, la ambigüedad es mayor.

Innovación y Creatividad. Se asocia a la capacidad realizar innovaciones y hacer uso de la capacidad creativa para lograr mayor éxito en el contexto en el que el individuo se desempeña.

Respecto a la variable religión y su relación con emprendimiento es enfocada por Noobpreneur.com (2012) con una curiosa comparación entre los emprendedores y los líderes religiosos:

- Los emprendedores son como predicadores.
- Predican y predicán y si no es así fracasan.
- Tienen una visión de una tierra prometida o de un mundo mejor.
- Tienen que hacer frente a descreídos, insultos y desconfiados y probar a la mayoría que están equivocados, haciendo lo correcto.

Y es cierto, ¿cómo no va a ser emprender una cuestión de fe cuando se tiene poco o nulo presupuesto, empleados que no colaboran, costos de los insumos y gasolina subiendo todos los días, e ingresos que se reducen día a día?

Trump (2004), pionero del emprendimiento y paradigma de lo que, en lo que respecta

a negocios, se debe hacer, exponía cuáles son según él los factores de éxito de un emprendedor lo que nos lleva a la misma conclusión: ser emprendedor es más una cuestión de fe que otra cosa: Ferocidad, Pasión, Idealismo, Percepción e Instinto.

La Escala de Hábitos Emprendedores de Negocios de Portocarrero y De La Cruz está estructurada de manera tal que al responder las diversas preguntas se puede establecer el grado en el que un evaluado dispone de las habilidades orientadas hacia la creación de negocios. Para ello cada pregunta tiene, al igual que la Escala de Formación Universitaria, cinco posibilidades de respuesta debiendo el evaluado seleccionar una de ellas que sería la que más se ajusta a su percepción con relación a la pregunta. Las categorías de respuesta son: “Totalmente de Acuerdo”, “De Acuerdo”, “Indeciso o En Ocasiones”, “En Desacuerdo” y “Totalmente en Desacuerdo”. Para proceder a la calificación de

la respuesta elegida se debe hacer uso de la asignación de un puntaje de acuerdo al siguiente criterio: (TA = 5), (A = 4), (I = 3), (D = 2), (TD = 1). En las preguntas negativas (N° 5 y N° 45) el puntaje deberá ser invertido (TA = 1), (A = 2), (I = 3), (D = 4), (TD = 5).

Los altos puntajes que logra el respondiente indican altos niveles de habilidades emprendedoras de negocios mientras que los puntajes bajos lo contrario. La Escala de Hábitos Emprendedores de Negocios ha sido analizada desde el punto de vista paramétrico estableciéndose que cuenta con adecuados criterios de validez, confiabilidad e intercorrelaciones lo que hace que se constituya en un instrumento de medición apropiado para evaluar la variable mencionada. Para la elaboración de la escala se plantearon una serie de ítems que evalúen todos los posibles factores que de una u otra manera se vinculan al interés o desinterés por *hábitos emprendedores*.

Tabla 1

Distribución de ítems y subescalas que evalúan Hábitos Emprendedores de Negocios

Manejo personal	Necesidad de logro	Tolerancia ante el riesgo	Comportamiento del tipo A	Tolerancia ante la ambigüedad	Innovación y creatividad
01	07	3	04	13	05
02	08	12	10	18	09
06	14	15	22	36	11
16	20	27	28		17
19	26	33	40		21
24	31				23
25	32				29
30	34				35
37	38				39
42	43				41
	45				44

Fuente: Portocarrero y De La Cruz (2007)

En el estudio se estableció los parámetros de validez y de confiabilidad de la misma utilizando para ello los procedimientos estadísticos pertinentes.

Procedimiento

Seleccionada la muestra se aplicó a una muestra piloto la *Escala de hábitos emprendedores para los negocios*. La escala se aplicó, grupalmente, y previa motivación, se indicó a los respondien-

tes que esta es anónima. Las escalas, después del proceso de revisión y calificación se utilizaron para confeccionar la respectiva base de datos y se procedió a efectuar el análisis estadístico de los mismos. Se hizo uso de la estadística descriptiva e inferencial necesaria que permita hacer un análisis orientado a dar respuesta a las preguntas formuladas y consecuentemente aprobar o rechazar las hipótesis planteadas. Entre otros parámetros estadísticos se hizo uso de: La prueba t de Student para la comparación de medias intergrupos.

La validez de la escala se sustenta en el aporte de Portocarrero (2006) y Portocarrero y De La Cruz (2007), y la confiabilidad de la escala se determinó a partir del Coeficiente Alfa de Cronbach.

Resultados

En la Tabla 2 se presenta la determinación de la confiabilidad de la Escala General

y de sus respectivas dimensiones. Ello fue posible a partir de la aplicación del Coeficiente Alpha de Cronbach, en la respuesta a los ítems respondidos por la muestra piloto ascendente a 41 sujetos, conformados por estudiantes ingresantes 2012 de la Facultad de Ingeniería Civil de la Universidad Nacional de Ingeniería.

Tabla 2

Confiabilidad de la Escala de Hábitos Emprendedores de Negocios

Subescalas	Alfa de Cronbach
Manejo personal	0,67
Necesidad de logro	0,65
Tolerancia ante el riesgo	0,88
Comportamiento del tipo A	0,92
Tolerancia ante la ambigüedad	0,89
Innovación y creatividad	0,83
Total	0,81

El estudio de la confiabilidad de la Escala de Hábitos Emprendedores de Negocios por el Método de Consistencia Interna revela que las diversas sub-escalas así como la escala general tie-

nen valores significativos *muy altos, altos y moderados*. Este hecho implica que el instrumento psicométrico es confiable y evalúa con precisión, en conjunto o por áreas, la variable propuesta.

Tabla 3

Análisis de la bondad de ajuste a la curva normal de la variable hábitos emprendedores para los negocios a través de la Prueba de Kolmogorov-Smirnov (K-S)

Variable	Media	D.E.	Z K-S	Sig.
Hábitos emprendedores de Negocios	3,90	0,43	1,30	0,068*

* $p > 0,05$ Existe normalidad en la distribución de puntajes de la variable.

Los resultados de la Tabla 3, indican para la variable hábitos emprendedores: Se distribuyen en forma de una curva normal. En consecuencia, la estadística apropiada para las comparaciones

entre los estudiantes de la UNFV y UNI, son las estadísticas paramétricas, específicamente, utilizamos la *t de Student*, y las figuras pertinentes deben incluir la media de las variables.

Tabla 4

Distribución de las muestras según procedencia y género

	Género	Procedencia				Total	
		Lima		Provincia		Fr	%
		Fr	%	Fr	%		
UNFV	Masculino	28	17,9	06	3,9	34	21,8
	Femenino	99	63,5	23	14,7	122	78,2
UNI	Masculino	68	47,5	39	27,3	107	69,3
	Femenino	31	21,7	05	03,5	036	30,7

En la Tabla 4 se observa que según el tipo de distribución de los sujetos de la muestra de la UNFV por procedencia y género, la mayoría corresponde a Lima (81,4%) mayormente femenino (63,5%). Mientras que los provincianos son

minoría (18,6%, sobre todo masculino). Mientras que, en la muestra de la UNI por procedencia y género, la mayoría también corresponde a Lima (47,5%), y los provincianos son minoría (30,8%), sobre todo femenino (3,5%).

Tabla 5

Resumen de la prueba de medias para muestras independientes en los Grupos Universitarios según Hábitos Emprendedores de Negocios, Escala total.

Hábitos Emprendedores de Negocios	Media total	D. S.	n	Prueba t para la igualdad de medias			
				t	g. l.	p	Diferencia Si o No
Estudiantes UNFV	3,79	0,49	156	-0,137	297	0,89	NO
Estudiantes UNI	3,79	0,46	143				

En la Tabla 5, se presentan las medias y desviación estándar en estudiantes UNFV y UNI, para conocer si existen diferencias significativas en las medias entre estos estudiantes, de acuerdo al primer objetivo formulado para este trabajo el cual es la comparación según carreras: Psicología

e Ingeniería, se realizó la prueba t de Student para muestras independientes, escala total. Se observa que hay ausencia de diferencias significativas presentándose medias similares. Esta prueba fue evaluada al 0,05 de significación, asumiendo que hay igualdad de varianzas.

Tabla 6

Resumen de la prueba de medias para muestras independientes en universitarios según hábitos emprendedores de negocios, de acuerdo a sub-escalas.

Subescalas		Media	D. S.	Prueba t para la igualdad de medias			
				t	g. l.	p	Diferencia Si o No
Manejo personal	UNFV	4,03	0,42	1,59	268,2	0,112	NO
	UNI	3,95	0,54				
Necesidad de logro	UNFV	4,13	0,44	5,70	297	0,000**	SÍ
	UNI	3,82	0,50				
Tolerancia ante el riesgo	UNFV	3,63	0,56	-0,061	297	0,95	NO
	UNI	3,63	0,61				
Comportamiento del tipo A	UNFV	4,14	0,49	3,08	265,6	0,002**	SÍ
	UNI	3,93	0,64				
Tolerancia ante la ambigüedad	UNFV	3,21	0,65	-2,09	297	0,038*	SÍ
	UNI	3,38	0,76				
Innovación y creatividad	UNFV	4,09	0,32	5,14	83,92	0,002**	SÍ
	UNI	3,72	0,48				

* p < 0,05

** p < 0,01

En la Tabla 6, se presentan las medias y desviación estándar en estudiantes UNFV y UNI, para conocer si existen diferencias significativas en las medias entre estos estudiantes, de acuerdo al primer objetivo formulado para este trabajo el cual es la comparación según carreras: Psicología e Ingeniería, se realizó la prueba t de Student para muestras independientes, en las sub-escalas Manejo personal y Tolerancia ante el riesgo, se observa ausencia de diferencias significativas entre los estudiantes de ambas universidades.

En las sub-escalas Necesidad de logro, Comportamiento tipo A e Innovación y Creatividad,

se reporta que existe diferencias muy significativas ($p < 0,01$) mostrándose a favor de los estudiantes de la UNFV. Es decir, que son los estudiantes de Psicología quienes muestran mayor actitud positiva hacia hábitos emprendedores para los negocios comparados con los estudiantes de Ingeniería. Mientras que en la sub-escala Tolerancia ante la ambigüedad, se observa que existe diferencias significativas ($p < 0,05$) mostrándose a favor de los estudiantes de la UNI. Es decir, que son los estudiantes de Ingeniería quienes muestran mayor actitud positiva hacia hábitos emprendedores para los negocios en mencionada sub-escala comparados con los estudiantes de Psicología.

Tabla 7

Resumen de niveles de hábitos emprendedores para los negocios Escala total en los Grupos de Universitarios

Niveles	UNFV		UNI	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Muy alto	08	05,1	00	00,0
Alto	111	71,2	93	65,0
Moderado	36	23,1	48	33,6
Bajo	01	00,6	02	01,4
Muy bajo	00	00,0	00	00,0
Total	156	100,0	143	100,0

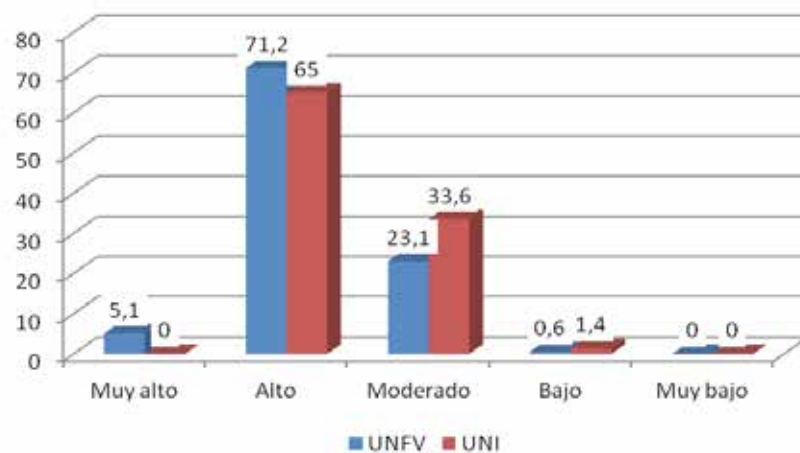


Figura 1. Resumen de niveles de hábitos emprendedores para los negocios Escala total en Universitarios

En la Tabla 7 y Figura 1 se presentan el resumen de niveles de hábitos emprendedores para los negocios escala total en los Grupos Universitarios UNFV y UNI. Se observa la distribución por porcentajes, siendo predominante el nivel alto sobre todo en estudian-

tes de Psicología de la UNFV; mientras que, en el nivel moderado destacan los estudiantes de la UNI. Para hallar la significancia de estas diferencias, se recurrió a la comparación de medias aritméticas (Tabla 5).

Tabla 8

Resumen de la prueba de medias totales de hábitos emprendedores de negocios para muestras independientes en universitarios según género, procedencia y religión.

	Hábitos emprendedores para los negocios		Media	D. S.	Prueba t para la igualdad de medias			
					t	g. l.	p	Diferencia Si No
Género	UNFV	Masculino	3,66	0,45	-1,721	154	0,08	NO
		Femenino	3,82	0,50				
	UNI	Masculino	3,61	0,51	-1,045	141	0,228	NO
		Femenino	3,71	0,45				
Procedencia	UNFV	Lima	3,79	0,47	0,066	154	0,948	NO
		Provincia	3,78	0,60				
	UNI	Lima	3,69	0,45	1,600	67,06	0,114	NO
		Provincia	3,53	0,58				
Religión	UNFV	Si practica	3,81	0,48	0,702	154	0,48	NO
		No practica	3,75	0,52				
	UNI	Si practica	3,63	0,49	-0,199	141	0,84	NO
		No practica	3,66	0,42				

En la Tabla 8, se presentan las medias globales y la desviación estándar en estudiantes de la UNFV y UNI, para conocer si existen diferencias significativas en las medias entre ellos, según género, de acuerdo al segundo objetivo formulado para este trabajo el cual es la comparación según género: masculino - femenino, se realizó la prueba t de Student para muestras independientes. Se observa puntajes cercanos a su significación a favor del femenino en estudiantes UNFV, pero con ausencia de diferencias significativas en hábitos emprendedores de negocios según dicha variable. En cuanto a procedencia, de acuerdo al segundo objetivo formulado para este trabajo el cual es la comparación según procedencia: Lima - Provincia, se realizó la prueba t de Student para muestras independientes. Se observa también ausencia de diferencias significativas mostrando valores similares en hábitos emprendedores de negocios.

Asimismo, se presentan las medias globales y desviación estándar en estudiantes UNFV y UNI, para conocer si existen diferencias significativas en las medias entre estos estudiantes,

según religión, de acuerdo al tercer objetivo formulado para este trabajo el cual es la comparación según religión: Sí practica-No practica, se realizó la prueba t de Student para muestras independientes. Se observa ausencia de diferencias significativas mostrando valores similares en actitud hacia la Investigación Científica en función a la presencia o no de práctica religiosa.

Discusión

En la presente investigación, *Hábitos emprendedores de negocios en estudiantes de dos universidades de Lima*, específicamente, se analizó dos grupos, estudiantes de Psicología de la UNFV y estudiantes de Ingeniería Civil de la UNI. Los hallazgos encontrados de acuerdo a nuestros objetivos propuestos, a la luz de los resultados estadísticos, en cuanto a la sub-escala *Necesidad de logro*, se observa que existe diferencias significativas ($p < 0,01$) mostrándose a favor de estudiantes de Psicología comparados con los de Ingeniería Civil, revelando así una mayor actitud positiva en cuanto a actividades como impulso por des-

taclar y grado de motivación que tiene el individuo para realizar su tarea. Asimismo, en la *sub-escala Innovación y Creatividad*, se observa que existe diferencias significativas ($p < 0,01$) mostrándose a favor de los estudiantes de la UNFV. Estos resultados se corroboran con los hallados por Portocarrero, Mayorga y García (2003), quienes reportan que los estudiantes de Psicología y, particularmente, en el grupo femenino tiene un mayor espíritu emprendedor que los estudiantes de Administración. También, Portocarrero y De La Cruz (2007) hallaron que los estudiantes de universidades públicas y las mujeres que estudian en universidades públicas reflejan mayor manejo personal que las de las universidades privadas.

Sin embargo, en la sub-escala *Tolerancia ante la ambigüedad*, se observa que existe diferencias significativas mostrándose a favor de los estudiantes de la UNI. Es decir, que son los estudiantes de ingeniería quienes muestran mayor actitud positiva hacia hábitos emprendedores para los negocios en mencionada sub-escala comparados con los estudiantes de psicología, quienes probablemente tienen dificultad en las decisiones rápidas y coherentes.

De acuerdo a niveles predomina el nivel alto sobre todo en estudiantes de psicología de la UNFV (Tabla 7 y Figura 1); mientras que, en el nivel moderado destacan los estudiantes de la UNI. Es decir, en general, existe actitud favorable hacia los hábitos emprendedores el cual lo confirma estudios como el de Ibañez (2001), quienes hallaron que los estudiantes del primer año tienen altas motivaciones emprendedoras, después, durante el primer año de la carrera, se produce la desilusión y el desencantamiento, haciendo que sus actitudes emprendedoras disminuyan. Siguiendo a Ibañez (Ob. Cit.) y Krauss (2007) consideramos que esta desilusión se produce, entre otros factores, por la falta de apoyo del Estado.

En función a las otras variables como lugar de procedencia y religión, no hallamos diferencias significativas entre ambos grupos en

cuanto a hábitos emprendedores para los negocios, lo cual implica sostener que nuestra variable de estudio no encuentra alteraciones en cuanto si el estudiante es *limeño o provinciano* ó si practica alguna *religión o no lo hace*, cuya presencia no sería factor de diferencias en estas actitudes.

Por consiguiente se concluye lo siguiente:

1. Se comprobó la diferencia en hábitos emprendedores de negocios entre las carreras de Psicología de la UNFV e Ingeniería Civil de la UNI. Según subescalas, existen diferencias significativas a favor de los estudiantes de la UNFV: sub-escala Necesidad de logro ($p < 0,01$), sub-escala Comportamiento tipo A ($p < 0,01$) y en la sub-escala Innovación y Creatividad ($p < 0,01$). Por otro lado, los estudiantes UNI destacan ($p < 0,05$) en la sub-escala Tolerancia ante la ambigüedad.
2. Ausencia de diferencias significativas según las variables género y procedencia. Los datos revelan similitud sin alcanzar significación en las diferencias, por lo que no se comprueba la segunda hipótesis.
3. Ausencia de diferencias significativas según la variable religión. Se reporta similitud en las medias aritméticas sin alcanzar significación en las diferencias, por lo que no se comprueba la tercera hipótesis.

Referencias

- Álvarez, R. y Jung, D. (2004). *Educational curricula and self-efficacy: entrepreneurial orientation and new venture intentions among university students in Mexico*. *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Consultado el 13 de diciembre de 2004, de <http://www.babson.edu/entrep/fer/BABSON2003/IX/Ix-S2/IX-S2.html>
- Begley, T. M. & Boyd, D. P. (1987). Psychological characteristics of associated with performance in entrepreneurial firms and small businesses. *Journal of Business Venturing*, 2: 79-83.

- Bygrave, W. y Hofer, C. (1991). «Theorizing about Entrepreneurship». *Entrepreneurship: Theory and Practice*. 16(2), pp. 13-22.
- Bonifaz, R. (2004). “Espíritu empresarial” en ejecutivos alumnos de post-grado: un aporte teórico y psicométrico. Tesis Facultad de Psicología. Universidad Femenina del Sagrado Corazón – UNIFE.
- Borjas, L. (2003) Espíritu empresarial, creatividad empresarial. Un nuevo reto. *Anales de la Universidad Metropolitana - Caracas*. 3, 2.
- Chiavenato, I. (2004). *Comportamiento organizacional*. México: International Thomson Editores.
- Editora Volcán (Eds.) (1986). *Diccionario Hispánico Universal*. Panamá: Colón.
- Espinoza, N. (2004). Las aptitudes y actitudes empresariales de los estudiantes de administración en las universidades públicas de Lima – Callao. *Gestión en el Tercer Milenio*. 13, 7, 11-18. ISSN versión electrónica 1728-2969 Facultad de Ciencias Administrativas UNMSM
- Espíritu, R. (2011) *Actitud emprendedora en los estudiantes universitarios: un análisis de factores explicativos en la Comunidad de Madrid*. Tesis Doctoral de la Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Departamento de Organización de Empresas
- Flores, P. (2003). Soy capaz de crear mi empresa. Instituto de Libre Empresa. Documento de Internet consultado el 12 de febrero en www-ileperu.org.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: Mc Graw-Hill.
- Herrera, G. (2002). *Problemática universitaria del Perú en el siglo XX*. Lima: Libros y publicaciones.
- Hisrich, R.; Peters, M. (2002). *Entrepreneurship*, 5.ª ed. Nueva York: Mc. Graw-Hill
- Ibáñez, M. (2001). *Actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios de la CAPV*. Tesis doctoral de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Deusto, Bilbao, España.
- Krauss, Catherine (2007). *Actitudes emprendedoras de los estudiantes de la Universidad Católica del Uruguay*. Tesis doctoral de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Deusto, San Sebastián, España.
- Lastra, Eduardo (1 de Octubre 2011). Cómo se forma un emprendedor. *Revista Mundo Mype*. Año 6, N° 99
- Laukkanen, M. (2000). «Exploring alternative approaches in high-level entrepreneurship education: creating micromechanisms for endogenous regional growth». *Entrepreneurship & Regional Development*, 12(1), pp. 25-48.
- Linares, D.; Bueno, J.; Velásquez, S.; Cedillo E. y cols. (2002). *Haz realidad tu negocio 1996-2000: Cómo crear empresas y generar empleo con jóvenes emprendedores*. Lima: Colectivo Integral de Desarrollo.
- Noobpreneur.com (2012). *Comparación entre emprendedores*. Consultado 22 de Abril del 2012, de <http://www.noobpreneur.com>
- Portocarrero, C.; Mayorga, E. y García, M. (2003). *Capacidad emprendedora y coeficiente empresarial en estudiantes de administración y de psicología de la Universidad Nacional Federico Villarreal*. Investigación sin publicar. Instituto de In-

- vestigaciones de la Facultad de Psicología - UNFV.
- Portocarrero, C. (2006). *Formación universitaria pública y hábitos emprendedores de negocios en estudiantes de administración*. Tesis para optar el Grado Académico de Doctor en Administración. Universidad Inca Garcilazo de la Vega.
- Portocarrero, C. y De La Cruz, C. (2007). *Hábitos emprendedores de negocios en estudiantes de administración de universidades públicas y privadas*. Investigación sin publicar. Instituto de Investigaciones de la Facultad de Psicología - UNFV.
- Rusque, A.; Ramírez, S.; Torres G.; Guzmán, S. y Castillo, C. (1998). *Medición de la capacidad emprendedora de estudiantes de escuelas de administración de Europa y América latina (Red Alfa: Comunidad Europea)*. Ponencia presentada en el XII Congreso Latinoamericano de Espíritu Empresarial en San José de Costa Rica. Documento de Internet consultado el 15 de Febrero del 2006 en lanic.utexas.edu/pyme/esp/publicaciones/biblioteca/itcr/estud.html - 69k
- Sánchez, H. y Reyes, C. (2006). *Metodología y diseños de la investigación científica*. Lima: INIDE.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development*. New Brunswick: Transaction Publishers.
- Trump, Donald (2004). *El camino hacia la cima*. USA: Crown Bussines.
- Woo-Choong, Kim (2003). *El mundo es tuyo, pero tienes que ganártelo*. Colombia: Grupo Editorial Iberoamericana.

Anexo A

FICHA DE DATOS PERSONALES

EDAD: _____ TIPO DE CARRERA: Ingeniería () Humanidades ()

GÉNERO: MASC () FEM ()

LUGAR DE NACIMIENTO: LIMA () PROVINCIA ()

Si es provincia, señale su tiempo de residencia en Lima: _____

¿PRACTICA ALGUNA RELIGIÓN? SÍ () ¿Cuál?: _____ NO ()

¿TIENE USTED ACTUALMENTE UN NEGOCIO O EMPRESA PROPIA? SI ___ NO ___

¿TIENE DECIDIDO, EN LOS PRÓXIMOS CINCO AÑOS, CREAR UNA PEQUEÑA EMPRESA O NEGOCIO PROPIO?

SÍ ___ NO ___

Anexo B

ESCALA DE HÁBITOS EMPRENDEDORES DE NEGOCIOS de Portocarrero y De La Cruz

INSTRUCCIONES: A continuación encontrará una serie de afirmaciones lea cada una de ellas y responda de manera sincera marcando su respuesta con un aspa (X). GRACIAS. Utilice la siguiente clave:

TA	=	Totalmente de Acuerdo
A	=	De Acuerdo
I	=	Indeciso (En ocasiones)
D	=	En desacuerdo
TD	=	Totalmente en Desacuerdo

1. Tengo habilidad para hacer amistades	TA	A	I	D	TD
2. Me siento capaz de lograr lo que me propongo	TA	A	I	D	TD
3. Soy de los que enfrenta nuevos riesgos	TA	A	I	D	TD
4. Me gusta hacer las actividades que emprendo rápidamente	TA	A	I	D	TD
5. Me considero una persona poco innovadora	TA	A	I	D	TD
6. Antes de tomar una decisión me informo bien	TA	A	I	D	TD
7. Me es fácil motivar a los demás en el trabajo	TA	A	I	D	TD
8. No me doy por vencido en aquello que me cuesta trabajo	TA	A	I	D	TD
9. Siempre trato de buscar nuevas oportunidades de hacer algo	TA	A	I	D	TD
10. Trato de hacer las cosas bien en el menor tiempo posible	TA	A	I	D	TD
11. Busco nuevas formas de mejorar mi trabajo	TA	A	I	D	TD
12. Me aventuro aún en aquello que no sé	TA	A	I	D	TD
13. Tomo decisiones rápidas y seguras	TA	A	I	D	TD
14. Soy perseverante cuando debo lograr un objetivo	TA	A	I	D	TD
15. Asumo riesgos aún si no tengo experiencia en el tema	TA	A	I	D	TD

16. Me considero una persona proactiva o de acción	TA	A	I	D	TD
17. Propicio la innovación y las nuevas ideas en los demás	TA	A	I	D	TD
18. Tomo decisiones rápidas aún con poca información	TA	A	I	D	TD
19. Me gusta asumir el rol de líder	TA	A	I	D	TD
20. Trato de terminar bien todo lo que inicio	TA	A	I	D	TD
21. Me gusta iniciar nuevos proyectos	TA	A	I	D	TD
22. Trato de aprovechar el tiempo	TA	A	I	D	TD
23. Soy innovador ante los cambios	TA	A	I	D	TD
24. Trato que las circunstancias adversas no me dominen	TA	A	I	D	TD
25. Denoto capacidad de convocatoria	TA	A	I	D	TD
26. Me esfuerzo más con tal de alcanzar mis metas	TA	A	I	D	TD
27. Arriesgaría mis recursos económicos para iniciar una empresa	TA	A	I	D	TD
28. Prefiero trabajar con gente que lo hace activamente	TA	A	I	D	TD
29. Soy receptivo a nuevas ideas	TA	A	I	D	TD
30. No me abrumo por lo que sucede externamente	TA	A	I	D	TD
31. Establezco relaciones sociales productivas para mi trabajo	TA	A	I	D	TD
32. Termino mis proyectos aunque supongan mucho trabajo	TA	A	I	D	TD
33. Pediría prestado dinero para invertir en un negocio	TA	A	I	D	TD
34. Siempre estoy dispuesto a trabajar tanto como sea necesario ...	TA	A	I	D	TD
35. Me gusta realizar cambios en mi trabajo	TA	A	I	D	TD
36. Me arriesgaría por iniciar un negocio aunque no conozca bien el rubro	TA	A	I	D	TD
37. Me gusta organizar y dirigir equipos de trabajo	TA	A	I	D	TD
38. Dormiría menos con tal de conseguir lo que me propongo	TA	A	I	D	TD
39. Me arriesgo a hacer actividades poco usuales	TA	A	I	D	TD

40. Trato de hacer muchas cosas en el menor tiempo posible	TA	A	I	D	TD
41. Prefiero trabajar con gente innovadora y creativa	TA	A	I	D	TD
42. Me gusta fomentar el trabajo en equipo	TA	A	I	D	TD
43. No me detengo cuando decido hacer las cosas	TA	A	I	D	TD
44. Me gusta innovar permanentemente	TA	A	I	D	TD
45. Tengo pocas habilidades emprendedoras para los negocios	TA	A	I	D	TD