

# 01

## ACTITUDES EMPRENDEDORAS EN LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL DE LA UNIVERSIDAD METROPOLITANA, SEDE MACHALA

### ENTREPRENEURIAL ATTITUDES IN THE STUDENTS OF THE BUSINESS MANAGEMENT CAREER OF THE METROPOLITAN UNIVERSITY MACHALA

Dra. C. Andreina González Ordóñez<sup>1</sup>

E-mail: [aigonzalez@umet.edu.ec](mailto:aigonzalez@umet.edu.ec)

MSc. Verónica Mocha Román<sup>1</sup>

E-mail: [vmocha@umet.edu.ec](mailto:vmocha@umet.edu.ec)

<sup>1</sup> Universidad Metropolitana. República del Ecuador.

#### Cita sugerida (APA, sexta edición)

González Ordóñez, A., & Mocha Román, V. (2017). Actitudes emprendedoras en los estudiantes de la carrera de Gestión Empresarial de la Universidad Metropolitana, Sede Machala. *Revista Conrado*, 13(1-Ext), 6-17. Recuperado de <http://conrado.ucf.edu.cu/index.php/conrado>

#### RESUMEN

La actitud emprendedora es la disposición personal a actuar de forma proactiva generando ideas innovadoras y utilizando la creatividad para aprovechar las oportunidades y crear nuevos negocios. En esta investigación se estudian las actitudes emprendedoras en los estudiantes cursantes de los últimos semestres de la carrera Gestión Empresarial de la UMET sede Machala. La investigación se desarrolló a nivel descriptivo con un diseño no experimental de tipo transversal y el tipo de investigación empleado fue de campo. La población y muestra estuvo conformada por 159 estudiantes cursantes de los últimos semestres. La técnica utilizada para recolectar los datos fue la encuesta. En relación a la actitud emprendedora, el mayor porcentaje lo obtuvo la categoría alta actitud emprendedora (82%). De los factores que componen la actitud emprendedora, el factor que obtuvo el mayor promedio fue la necesidad de logro (5,03). Predomina el componente conductual (4,74) en la actitud emprendedora. En las edades 18 a 22 años se ubican las mayores actitudes emprendedoras (8%), mientras que el sexo femenino (84%) y los estudiantes con experiencia laboral (86%) obtuvieron el mayor porcentaje en la categoría alta actitud emprendedora. Se concluye que los estudiantes presentan elevadas actitudes hacia en emprendimiento.

#### Palabras clave:

Actitud emprendedora, emprendimiento, estudiante universitario.

#### ABSTRACT

The entrepreneurial attitude is the personal disposition to act proactively generating innovative ideas and using the creativity to seize the opportunities and create new businesses. This research studies the entrepreneurial attitudes in the students of the last semesters of the Business Management career of the UMET headquarters Machala. The research was developed at a descriptive level with a non-experimental cross-sectional design and the type of research used was field. The population and sample was made up of 159 students from the last semesters. The technique used to collect the data was the survey. In relation to the entrepreneurial attitude, the highest percentage was obtained by the high entrepreneurship category (82%). Of the factors that make up the entrepreneurial attitude, the factor that obtained the highest average was the need for achievement (5.03). The behavioral component predominates (4, 74) in the entrepreneurial attitude. At the ages of 18 to 22 years, the highest entrepreneurial attitudes were found (8%), while female (84%) and students with work experience (86%) were the highest in the high entrepreneurship category. It is concluded that students have high attitudes toward entrepreneurship.

#### Keywords:

Business attitudes, entrepreneurship, university student.

## INTRODUCCIÓN

La creación de nuevas empresas y la búsqueda de desarrollo de una cultura emprendedora se han convertido en un tema importante de la agenda de economistas, académicos y políticos en la mayoría de los países del mundo. Los estudios sobre creación de empresas han adquirido creciente importancia en los últimos años debido al importante impacto que este fenómeno tiene sobre el desarrollo económico y social. La creación de nuevos negocios genera inversiones en la economía local, crea nuevos empleos, y aumenta la competitividad desarrollando instrumentos de funcionamiento innovadores (Couto & Tiago, 2009, citados por Rojo Ortiz, 2016).

Es por ello la importancia de los emprendedores como factores dinamizadores del desarrollo económico de los distintos países, al ser las personas que perciben las oportunidades y crean nuevos negocios. Es así como la actividad emprendedora tiene un impacto positivo sobre la generación de empleos y el crecimiento económico.

La educación resulta un medio idóneo para identificar actitudes emprendedoras así como para potenciarlas y estimularlas de diferentes maneras (Oliver, Galiana & Gutiérrez-Benet, 2016). Tal como lo señalan Espíritu & Sastre (2007), la propensión de los estudiantes universitarios a crear una empresa como salida profesional no es alta, por ello las universidades van incorporando, de forma creciente, en sus planes de estudios, materias específicas relacionadas con el tema.

En tal sentido, resaltan los autores, la universidad es cada vez más consciente de que puede adoptar un papel muy activo en la generación del espíritu emprendedor en sus estudiantes, y que su actuación no debe limitarse solamente a la formación académica, por lo que entre sus objetivos debe estar el desarrollo de capacidades en los estudiantes, que les permita adquirir las competencias necesarias para promover, a lo largo de toda la vida, la creatividad, la flexibilidad, la capacidad de adaptación y la habilidad para aprender a emprender.

El emprendedor se encuentra en constante búsqueda de nuevas oportunidades, utiliza la creatividad y la innovación, confían en sí mismos y les motivan sus propios logros, lo cual va generándole mayor motivación; calculan los posibles riesgos antes de actuar y si no logran su objetivo muestran persistencia, afrontando los retos de manera positiva y realista (Quintero, 2007, citado por Garza, 2013).

En palabras de Serida (2008), citado por Tinoco Gómez (2008), la formación emprendedora en el ámbito universitario genera grandes beneficios para el estudiante

debido a que no solo desarrolla habilidades de gestión empresarial sino complementa el desarrollo profesional del alumno desarrollando o fortaleciendo competencias emprendedoras tales como liderazgo, trabajo en equipo, motivación, comunicación, creatividad, planificación, entre otros, que le permitirán generar emprendimientos exitosos, mejorar su calidad de vida y la de otros.

El emprendimiento es la capacidad de las personas para traducir ideas en actos. Implica ser creativo, tomar la iniciativa, innovar, asumir riesgos y gestionar los proyectos personales y profesionales para alcanzar objetivos concretos (Oliver, Galiana & Gutiérrez-Benet, 2016).

La actitud emprendedora es la disposición personal a actuar de forma proactiva frente a cualquier situación de la vida. Esta actitud genera ideas innovadoras que pueden materializarse en proyectos o alternativas para la satisfacción de necesidades y solución de problemáticas; asimismo, propicia el crecimiento y la mejora permanente del proyecto de vida (Durán, et al., 2015).

Las actitudes son los enunciados o juicios evaluadores de personas, objetos o eventos. Posee tres componentes: cognitivo (segmento de opinión o creencia), afectivo (segmento emocional o sentimental) y comportamental (intención de conducta de cierto modo hacia alguien o algo) (Robbins & Judge, 2011, citados por Mora Pabón, 2011).

Espíritu & Sastre (2007), expresan que en los rasgos de personalidad del empresario existen ciertas características propias que los diferencia de otras personas, entre estas se encuentran que tienen un elevado control interno, alta necesidad de logro, capacidad para asumir riesgos y una alta tolerancia a la ambigüedad que los hace involucrarse en una actividad empresarial.

Dentro de los factores existentes para estudiar la actitud emprendedora se encuentran:

- a. Necesidad de logro: es concebida como el deseo que tienen ciertas personas para mejorar el resultado de sus acciones y sentirse responsables de las mismas (Espíritu & Sastre, 2007). Señala Krauss (2011), que es una característica básica de los emprendedores, que actúan de una determinada forma: necesitan ser responsables de sus actos, tener libertad para actuar y control de la situación, además de identificarse con el éxito cuando lo logran; buscan retroalimentación continua sobre sus actos para luego modificar sus objetivos, y así lograr el éxito; fijan metas que sean retadoras pero a la vez realistas y alcanzables; no les agradan las tareas rutinarias sino las que el esfuerzo influya en sus resultados; a la hora de escoger compañeros de trabajo, prefieren expertos en vez de amigos.

- b. Innovación: es una nueva idea que se aplica para iniciar o mejorar un producto, proceso o servicio (Robbins & Judge, 2011, citados por Mora Pabón, 2011). Puede decirse que la innovación es llevar a cabo actividades o cosas de una manera diferente. Según Vesga (2009), citado por Mora Pabón (2011), la innovación es el proceso deliberado que permite el desarrollo de nuevos productos, servicios y modelos de negocios en las organizaciones.
- c. Control percibido interno: es el elemento que muestra el lugar donde la persona sitúa el control de su vida. El control percibido es interno si la persona cree que los resultados que obtiene en su vida son debidos a sí mismo. El control percibido interno se relaciona positivamente con el esfuerzo en el trabajo, con nuevas ideas, con iniciativa, etc. y negativamente con la creencia de la suerte, ideas viejas, decepción ante la no consecución de metas, obediencia, etc. Una persona con control percibido interno es más persuasiva, busca más información y es más propensa a olvidar los recuerdos del fracaso (Krauss, 2011). En este sentido, Espíritu & Sastre (2007), expresan que el locus de control interno de los empresarios es mayor que el de la población general, ya que las personas que creen que el resultado de sus acciones no depende de sus decisiones ni de sus esfuerzos, difícilmente podrán decidirse a crear y dirigir una empresa.
- d. Autoestima: es la evaluación que se hace de sí mismo. Es la confianza en la propia capacidad para pensar y afrontar los desafíos que surgen todos los días. La autoestima positiva hace que las personas busquen objetivos exigentes que la estimulen y al lograrlos, su autoestima aumenta aún más (Branden, 1993, citado por Krauss, 2011). Destaca la autora mencionada que la autoestima es una cualidad importante para que una persona sea capaz de enfrentar muchos obstáculos y convertirse en emprendedora. Cuanto más confíe en sus propias actitudes, con mayor perseverancia buscará sus objetivos y se convencerá de que es competente para lograrlo.
- e. Riesgo: una persona que arriesga se puede definir como aquella que está orientada en aprovechar las oportunidades en contextos inciertos, lo cual está estrechamente relacionado con el concepto de emprendedor (Espíritu & Sastre 2007). Ibañez (2001), citada por Krauss (2011), menciona tres fuentes que determinan el riesgo: insuficiencia de control sobre personas, recursos, el tiempo y la información; limitación de información, ya sea por no ser completa o no ser fiable; escasez de tiempo cuando se debe tomar una decisión sin poseer la información completa. Destaca Krauss (2011), que el emprendedor es una persona que asume riesgos, del mismo modo, una persona con mayor tolerancia al riesgo tendrá una mayor asunción de riesgo y, por lo tanto, un menor grado de

aversión a este. Ello implicará que la persona tendrá menos miedo en autoemplearse y en crear su propio emprendimiento.

Las características sociodemográficas de las personas también influyen en la actitud emprendedora. En este aspecto Espíritu & Sastre (2007), señalan la edad, resaltando que los estudios realizados respecto a la edad indican que la persona que toma la decisión de convertirse en empresario suele tener entre 25 y 40 años. Con respecto al sexo las investigaciones realizadas demuestran que los hombres manifiestan una mayor propensión a la creación de empresas en comparación con la población femenina.

La tradición familiar es un factor muy importante para el desarrollo de nuevas ideas y negocios, ya que buena parte de los empresarios suelen descender de familias en la que algunos de sus miembros son autoempleados o empresarios. Espíritu & Sastre (2007), destacan que en diversos trabajos se ha encontrado que los encuestados cuyos padres eran propietarios de pequeñas empresas a las que le dedicaban tiempo completo, muestran más altas preferencias por el autoempleo y están más inclinados a desarrollar una idea empresarial.

Igualmente la experiencia laboral previa constituye una motivación hacia el emprendimiento, ya que la experiencia previa de los emprendedores juega un papel importante a la hora de tomar una decisión al respecto, debido a que cualquier trabajo realizado puede servir como antecedente al futuro emprendedor (Espíritu & Sastre, 2007).

Oliver, et al. (2016), destacan que la educación resulta un medio idóneo para identificar actitudes emprendedoras así como potenciarlas y estimularlas de diferentes maneras. En este sentido, los autores señalados reportan que en investigaciones realizadas, los encuestados consideraban que su formación en la escuela les había ayudado a desarrollar un sentido de iniciativa y actitudes empresariales y había incrementado su interés en ser emprendedores.

Jordán, et al. (2016), destacan que de acuerdo al reporte del GEM (Global Entrepreneurship Monitor) 2015 en Ecuador un 72% de las personas se consideran que tienen capacidad para emprender y un 87% de los ya emprendedores se perciben que son competentes para seguir desarrollando las habilidades en las que se encuentran.

Es por ello que en el presente trabajo se estudian las actitudes emprendedoras en los estudiantes cursantes de los últimos semestres de la carrera Gestión Empresarial de la UMET sede Machala, mediante la identificación de las categorías de las actitudes emprendedoras, la descripción de los factores que la componen (necesidad de logro, innovación, control percibido interno, autoestima y

asunción de riesgo), la determinación de sus componentes (cognitivo, afectivo y comportamental) y las relaciones de las actitudes emprendedoras con la edad, el sexo, los antecedentes familiares y experiencia laboral previa de los estudiantes.

La investigación se desarrolló a nivel descriptivo con un diseño no experimental de tipo transversal y el tipo de investigación empleado fue de campo. La población estuvo conformada por 159 estudiantes de la carrera de Gestión Empresarial, cursantes de los siguientes semestres: quinto (50 estudiantes), sexto (47 estudiantes), séptimo (20 estudiantes), octavo (18 estudiantes), noveno (5 estudiantes) y titulación (19 estudiantes). La muestra quedó constituida por toda la población, por ser una población pequeña.

La técnica utilizada para recolectar los datos fue la encuesta. Para obtener información sobre las actitudes emprendedoras se utilizó un cuestionario diseñado por Krauss (2011). El cuestionario empleado es tipo Likert con seis alternativas de respuestas: total acuerdo (6), bastante de acuerdo (5), parcialmente en acuerdo (4), parcialmente en desacuerdo (3), bastante en desacuerdo (2), total desacuerdo (1) y estuvo conformado por treinta (30) ítems.

El resultado de la aplicación del instrumento podía variar de una suma mínima de 30 puntos (en el caso que las 30 respuestas del informante tuvieran un valor de 1 punto cada una) hasta una suma máxima de 180 puntos (en el caso que las 30 respuestas del informante tuvieran un valor de 6 puntos cada una).

Las puntuaciones obtenidas se agruparon en las siguientes categorías: de 30 a 59 se denominaron “muy baja actitud emprendedora”, de 60 a 89 “baja actitud emprendedora”, de 90 a 119 “mediana actitud emprendedora”, de 120 a 149 “alta actitud emprendedora” y de 150 a 180 “muy alta actitud emprendedora”. Los datos así obtenidos fueron analizados con estadística descriptiva mediante el cálculo de porcentajes.

Los factores de las actitudes emprendedoras medidos en el cuestionario fueron cinco. El primero es la autoestima, que está ligado al autoconcepto ideal, no sólo lo que le gustaría ser (por tener valor e importancia para la persona), sino también, lo que a los demás le gustaría

ver en los emprendedores (por el valor que tiene para la sociedad). El segundo es la innovación, es el grado en el cual se buscan incesantemente formas diversas de pensar y hacer las cosas, generando dudas e inquietudes al realizar las actividades. El tercero, la motivación de logro hace referencia a que el emprendedor se coloca él mismo, nuevos retos y desafíos que lo hacen impulsar su diario vivir. El cuarto, el control percibido interno, es el grado de control que cree poseer el emprendedor tanto de su conducta como del entorno. Por último, la asunción de riesgo que hace referencia a asumir riesgos controlados o administración de la incertidumbre (Mora Pabón, 2011).

Los tres componentes de la actitud que se miden en el instrumento son: el comportamental que hace referencia a la intención de actuar o de comportarse de una manera específica hacia algo o hacia alguien, es la conducta que en sí genera la acción de creación de empresa (ítems 2, 4, 5, 7, 9, 20, 23, 27, 28, 30). El segundo es el cognitivo, que son los pensamientos, creencias e ideas de cómo es la realidad, si se reflexiona sobre las oportunidades que se van dando en el transcurrir del emprendimiento (ítems 6, 10, 12, 15, 16, 17, 19, 21, 22, 26). Y el último es el afectivo o la dimensión emocional o sentimental de las actitudes (ítems 1, 3, 8, 11, 13, 14, 18, 24, 25, 29), aquí el emprendedor siente afecto, sensaciones agradables, gusto y entusiasmo para la creación de la empresa (Mora Pabón, 2011).

## DESARROLLO

A continuación se presentan los resultados de las actitudes emprendedoras en los estudiantes cursantes de los últimos semestres de la carrera Gestión Empresarial de la UMET sede Machala.

### *Categorías de la actitud emprendedora en los estudiantes de la carrera Gestión Empresarial de la UMET*

La tabla 1 refleja como estuvo distribuida la población de estudiantes de la carrera de gestión empresarial y el rango de edades de los estudiantes, el cual estuvo entre los 18 y 41 años. Con respecto al sexo de los estudiantes el 63% estuvo representado por el sexo femenino y 37% por el sexo masculino.

Tabla 1. Distribución de los estudiantes de la carrera Gestión Empresarial en la UMET por semestre, rango de edad y sexo. Período P-39.

Semestre	Nro. Estud	% Estud.	Edad (rango)	Mascu-lino	%	Feme-nino	%
Quinto	50	31%	18-27	18	31%	32	32%
Sexto	47	30%	20-41	16	27%	31	31%
Séptimo	20	13%	20-40	9	15%	11	11%
Octavo	18	11%	21-29	6	10%	12	12%
Noveno	5	3%	23-34	1	2%	4	4%
Titulación	19	12%	22-32	9	15%	10	10%
<b>Total</b>	<b>159</b>	<b>100%</b>	<b>18-41</b>	<b>59</b>	<b>37%</b>	<b>100</b>	<b>63%</b>

Fuente: elaborada por los autores.

En la tabla 2 se puede apreciar que en relación a la actitud emprendedora que poseen los estudiantes de la carrera gestión empresarial, el mayor porcentaje lo obtuvo la categoría alta actitud emprendedora (82%), seguido por la categoría mediana actitud emprendedora (13%) mientras que 5% resultó ubicado en la categoría muy alta actitud emprendedora. Para las categorías muy baja y baja actitud emprendedora se obtuvo 0%.

Este resultado puede ser explicado con las respuestas dadas por los estudiantes en relación con el emprendimiento, donde el 28% de los estudiantes les gustaría crear un negocio propio, mientras que el 6% de los estudiantes les gustaría incorporarse a una empresa, por su parte el 66% de los estudiantes les gustaría tanto crear el negocio propio como incorporarse a una empresa. Asimismo, el 61% de los estudiantes consideran como trabajo ideal tener propia empresa.

Según Veiga (2009), citado por Toro (2012), las actitudes emprendedoras son las actitudes hacia el emprendimiento. Esto puede evidenciarse en el grado en que las personas piensan que hay buenas oportunidades para iniciar un negocio, o el grado en que asignan un alto estatus al emprendimiento. Por su parte Garza (2013), expresa que

las actitudes permiten a las personas identificar y aprovechar nuevas oportunidades de crecimiento, que se traduce en la obtención de nuevo conocimiento que rompe con los paradigmas establecidos; asimismo da oportunidad de enfrentar los retos que el entorno plantea.

Toro (2012), destaca dentro de los factores que contribuyen al proceso emprendedor los factores situacionales (eventos significativos para cada uno de los emprendedores), entre ellos se encuentran: a) factores individuales: motivaciones, las características del comportamiento y el estilo cognitivo de una persona; b) factores sociales: características culturales, la familia, las redes de apoyo y la sociedad; c) factores económicos: razones de tipo financiero que llevaron a la decisión de emprender un negocio o empresa entre los cuales se pueden mencionar la falta de oportunidades de empleo, la economía creciente, las crisis económicas y/o oportunidades de negocio.

Puede decirse entonces que los estudiantes poseen una elevada actitud emprendedora, lo que es indicativo que un elevado porcentaje de ellos les gustaría crear un negocio propio y tener su propia empresa al identificar y aprovechar las buenas oportunidades para formar su empresa.

Tabla 2. Actitud emprendedora en los estudiantes de la carrera Gestión Empresarial de la UMET. Período P-39.

Semestre	Nro. estudiantes por Actitud Emprendedora					Total
	MBAE	BAE	MAE	AAE	MAAE	
Quinto	0	0	4	43	3	50
Sexto	0	0	6	37	4	47
Séptimo	0	0	5	15	0	20
Octavo	0	0	2	16	0	18
Noveno	0	0	0	4	1	5
Titulación	0	0	3	16	0	19
<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>20</b>	<b>131</b>	<b>8</b>	<b>159</b>
<b>%</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>13</b>	<b>82</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

Fuente: elaborada por los autores.

MBAE= muy baja actitud emprendedora BAE = Baja actitud emprendedora MAE = mediana actitud emprendedora AAE = Alta actitud emprendedora MAAE = Muy alta actitud emprendedora

**Factores que componen la actitud emprendedora en los estudiantes de la carrera Gestión Empresarial de la UMET**

Los factores que componen la actitud emprendedora son la autoestima, necesidad de logro, asunción de riesgo,

control percibido interno e innovación. A continuación se presentan cada uno de ellos.

Con relación a los factores que componen la actitud emprendedora, en la tabla 3 se puede observar que el factor que obtuvo el mayor promedio fue la necesidad de logro (5,03) seguido por la innovación (4,89), luego el control percibido interno (4,41), y con los menores promedios se ubican la asunción de riesgo (4,04) y la autoestima (3,53).

**Tabla 3. Factores que componen la actitud emprendedora de los estudiantes de la carrera Gestión Empresarial en la UMET. Período P-39.**

Semestre	Autoes-tima	Necesi-dad de logro	Asun-ción de riesgo	Control percibido interno	Innova-ción	Promedio
Quinto	3,57	5,15	4,01	4,64	5,03	4,48
Sexto	3,58	5,06	4,05	4,62	4,84	4,43
Séptimo	3,48	4,89	3,93	4,49	4,68	4,29
Octavo	3,19	4,99	3,98	3,67	5,09	4,18
Noveno	3,87	5,03	4,14	4,56	4,90	4,50
Titulación	3,46	5,04	4,14	4,49	4,80	4,39
Promedio	3,53	5,03	4,04	4,41	4,89	4,38

Fuente: elaborada por los autores.

Estos resultados denotan que la necesidad de logro en los estudiantes es el factor que más se expresa en la actitud emprendedora, lo cual se hace evidente en el trabajo duro que hacen los estudiantes para estar entre los primeros, el tiempo que dedican para hacer que las cosas en las cuales están comprometidos funcionen mejor, la realización de un buen trabajo en los proyectos en los que están implicados y el trabajo duro para conseguir las cosas.

Al respecto, expresa Krauss (2011), que la necesidad de logro es una característica básica de los emprendedores, que actúan de una determinada forma: necesitan ser responsables de sus actos, tener libertad para actuar y control de la situación, además de identificarse con el éxito cuando lo logran.

Asimismo, el factor innovación, obtuvo un promedio elevado, expresándose este factor en aspectos como llevar a cabo tareas de una forma original, la necesidad de nuevas aventuras y las nuevas formas de hacer las cosas. El factor control percibido interno se presenta en tercer lugar y se hace evidente en los estudiantes en la efectividad que se logra empleando personal competente en los negocios, la necesidad de dedicar tiempo a desarrollar nuevas oportunidades y a planear las actividades empresariales y la importancia de seleccionar socios que sean competentes.

Los menores promedios se obtuvieron en aspectos relacionados con el riesgo, lo que evidencia que los estudiantes se conforman con las cosas estables y predecibles, les gusta trabajar dónde no exista mucha incertidumbre ni cambios constantes y no están dispuestos a correr riesgos, y el último lugar lo obtuvo el factor autoestima, lo cual se expresó en aspectos como sentirse cohibido cuando están con personas de mucho éxito en los negocios, no estar seguro de sus propias ideas y capacidades, y sentirse inferior a las personas con las que trabaja.

Estos resultados coinciden con los obtenidos por Krauss (2011), al estudiar las actitudes emprendedoras de estudiantes universitarios, quién presenta los promedios obtenidos en el siguiente orden: necesidad de logro (4,906), control percibido interno (4,776), asunción de riesgo (4,257) y autoestima (4,204).

Asimismo, los resultados obtenidos contrastan con los presentados por Mora Pabón (2011), quien obtuvo como factor más elevado la autoestima, seguido por el factor innovación, en tercer lugar la motivación al logro, en cuarto lugar el control percibido interno y en último lugar el riesgo. Es importante señalar la coincidencia en el factor riesgo, lo que demuestra que la aversión al riesgo se encuentra presente entre los emprendedores, y en el factor innovación, lo que denota que permanentemente se están buscando nuevas perspectivas de realizar las cosas y que intentan desligarse del trabajo rutinario. En este orden de ideas, Krauss (2011), sostiene que el emprendedor es

una persona que asume riesgos, ello implica que la persona tendrá menos miedo en auto-emplearse y en crear su propio emprendimiento.

Hay que destacar que el componente autoestima es el que presenta el promedio más bajo, siendo esta una cualidad importante para que una persona sea capaz de enfrentar muchos obstáculos y convertirse en emprendedora, ya que cuánto más confíe en sus propias actitudes, con mayor perseverancia buscará sus objetivos y se convencerá de que es competente para lograrlo (Santamaría & Bravo, 2017).

**Componentes de la actitud emprendedora en los estudiantes de la carrera Gestión Empresarial de la UMET**

Los componentes de la actitud emprendedora son el componente cognitivo, el componente afectivo y el

componente conductual. Cada uno de estos componentes se describe a continuación.

Con relación a los componentes de las actitudes emprendedoras en los estudiantes de la carrera de Gestión Empresarial, en la tabla 4 se observa que el componente que obtuvo el mayor promedio fue el componente conductual (4,74), seguido del componente cognitivo (4,39) y por último el componente afectivo (4,08).

Este resultado coincide con el mostrado por Mora Pabón (2011) en la investigación realizada con profesionales que han realizado emprendimientos, obteniendo un mayor porcentaje para el componente comportamental, seguido del cognitivo y el último lugar el componente afectivo.

Tabla 4. Componentes de las actitudes emprendedoras en los estudiantes de la carrera Gestión Empresarial de la UMET. Período P-39

Promedio por Componente de la Actitud			
Semestre	Componente cognitivo	Componente afectivo	Componente conductual
Quinto	4,69	4,16	4,77
Sexto	4,46	4,11	4,71
Séptimo	4,11	4,04	4,58
Octavo	4,16	3,93	4,81
Noveno	4,48	4,20	4,80
Titulación	4,41	4,06	4,76
Promedio	4,39	4,08	4,74

Fuente: elaborada por los autores.

Con respecto al componente conductual de la actitud emprendedora, en la tabla 5 se muestra que los estudiantes del octavo semestre obtuvieron el mayor promedio (4,81), seguidos por los estudiantes del noveno semestre (4,80) y del quinto semestre (4,77).

El ítem 7 fue el que presentó el mayor promedio en las respuestas de los estudiantes (5,71) que refiere el trabajo duro para alcanzar las cosas, seguido por el ítem 4 (5,28)

relacionado con el tiempo que hay que dedicar para hacer que las cosas funcionen mejor. Por otro lado, el ítem 27 fue el que obtuvo el menor promedio (3,00) en las respuestas de los estudiantes y es el referente de asumir riesgos.

Tabla 5. Componente conductual de la actitud emprendedora en los estudiantes de la carrera Gestión Empresarial de la UMET. Período P-39

Componente Conductual											
Semestre	Item 2	Item 4	Item 5	Item 7	Item 9	Item 20	Item 23	Item 27	Item 28	Item 30	Promedio
Quinto	4,98	5,30	5,24	5,82	4,82	4,84	4,90	2,98	5,24	3,56	4,77
Sexto	4,98	5,02	5,04	5,61	4,96	4,62	4,77	3,06	5,15	3,91	4,71
Séptimo	4,60	5,10	5,30	5,65	4,50	4,50	4,65	3,20	4,85	3,40	4,58
Octavo	5,00	5,22	5,17	5,44	4,61	5,06	5,22	2,83	5,17	4,33	4,81
Noveno	5,40	5,60	5,20	6,00	4,20	4,60	4,60	2,80	5,40	4,20	4,80
Titulación	5,05	5,42	5,05	5,74	4,84	4,84	4,58	3,11	4,84	4,16	4,76
Promedio	5,00	5,28	5,17	5,71	4,66	4,74	4,79	3,00	5,11	3,93	4,74

Fuente: elaborada por los autores.

El componente cognitivo de la actitud emprendedora, presentado en la tabla 6, evidencia que el mayor promedio los obtuvieron los estudiantes del quinto semestre (4,69), seguidos por los estudiantes del noveno semestre (4,48) y del sexto semestre (4,46).

En las respuestas de los estudiantes el mayor promedio lo obtuvo el ítem 26 (5,27) que señala la importancia de

pensar en nuevas ideas que estimulen un negocio, seguido por el ítem 15 (5,24) relacionado con la efectividad que puede alcanzar una organización empleando personal competente. Mientras que el ítem 10 fue el que obtuvo el menor promedio (2,36) en las respuestas de los estudiantes y que está relacionado con la mayor importancia de las vacaciones con relación a las oportunidades y retos que ofrece un puesto de trabajo.

Tabla 6. Componente cognitivo de la actitud emprendedora en los estudiantes de la carrera Gestión Empresarial de la UMET. Período P-39

Componente Cognitivo											
Semestre	Item 6	Item 10	Item 12	Item15	Item 16	Item 17	Item 19	Item 21	Item 22	Item 26	Promedio
Quinto	5,18	2,60	3,44	5,14	5,36	4,82	5,22	4,60	5,26	5,24	4,69
Sexto	3,38	2,38	3,23	5,30	5,36	4,79	4,96	4,60	5,28	5,32	4,46
Séptimo	3,10	2,05	3,15	5,45	3,90	4,40	4,75	3,95	5,15	5,15	4,11
Octavo	3,00	1,28	3,00	5,11	5,33	4,22	4,72	4,28	5,17	5,50	4,16
Noveno	3,00	3,20	5,20	5,40	5,60	4,00	5,20	3,40	4,60	5,20	4,48
Titulación	3,37	2,63	3,63	5,05	5,53	4,32	4,95	4,47	4,95	5,21	4,41
Promedio	3,51	2,36	3,61	5,24	5,18	4,43	4,97	4,22	5,07	5,27	4,39

Fuente: elaborada por los autores.

El componente afectivo de la actitud emprendedora se observa en la tabla 7, encontrándose que el mayor promedio los obtuvieron los estudiantes del noveno semestre (4,20), seguidos por los estudiantes del quinto semestre (4,16) y del sexto semestre (4,11).

Con relación a las respuestas de los estudiantes el mayor promedio lo obtuvo el ítem 24 (5,59) que expresa el

sentirse bien cuando se ha trabajado duro para mejorar el trabajo, seguido por el ítem 25 (5,43) relacionado con sentirse satisfecho cuando se hace algo que permite que las cosas funcionen mejor en la organización. Por su parte, el ítem 13 fue el que obtuvo el menor promedio (1,92) en las respuestas de los estudiantes y que está relacionado con sentirse inferior a la mayor parte de las personas con las que se trabaja.

Tabla 7. Componente afectivo de la actitud emprendedora en los estudiantes de la carrera Gestión Empresarial de la UMET. Período P-39

Componente Afectivo											
Semestre	Item 1	Item 3	Item 8	Item 11	Item 13	Item 14	Item 18	Item 24	Item 25	Item 29	Promedio
Quinto	5,18	4,32	3,14	2,10	2,08	3,96	4,66	5,48	5,48	5,16	4,16
Sexto	5,06	4,19	2,91	2,23	1,98	4,02	4,85	5,53	5,45	4,83	4,11
Séptimo	4,65	4,15	2,45	2,35	2,15	4,30	4,75	5,45	5,40	4,70	4,04
Octavo	5,28	3,44	2,50	1,67	1,50	4,56	4,67	5,61	5,17	4,94	3,93
Noveno	5,00	4,00	2,60	3,80	2,00	3,60	4,20	6,00	5,80	5,00	4,20
Titulación	4,89	4,26	2,84	2,26	1,79	4,26	4,58	5,47	5,26	4,95	4,06
Promedio	5,01	4,06	2,74	2,40	1,92	4,12	4,62	5,59	5,43	4,93	4,08

Fuente: elaborada por los autores.

**Actitud emprendedora en los estudiantes de la carrera Gestión Empresarial de la UMET según su edad, sexo, antecedentes de emprendimiento y experiencia laboral**

Con relación la edad de los estudiantes, en la tabla 8 se refleja el resultado de la actitud emprendedora, encontrándose que en el rango de 18 a 22 años el 8% de los estudiantes poseen una muy alta actitud emprendedora y

el 80% posee una alta actitud emprendedora. En el rango de edad de 23 a 27 años el 87% de los estudiantes tiene una alta actitud emprendedora. En el rango de 28 a 32 años el 83% de los estudiantes posee una alta actitud emprendedora y el 17% una mediana actitud emprendedora. En el rango de edad de 33 a 37 años predomina la alta actitud emprendedora (50%) y la mediana actitud emprendedora (50%), mientras que de 38 a 42 años predomina la alta actitud emprendedora (100%).

En este sentido, Espíritu & Sastre (2007), resaltan que los estudios realizados respecto a la edad indican que la persona que toma la decisión de convertirse en empresario suele tener entre 25 y 40 años. Los autores destacan que se ha argumentado que los individuos de mayor edad se ven mermados en sus capacidades físicas y mentales o pueden estar menos capacitados para generar nuevas ideas y aprender nuevos comportamientos, y que son los jóvenes que carecen de cargas familiares y compromisos los que mayormente tienen la tendencia a crear su propia empresa.

Tabla 8. Actitud emprendedora según la edad de los estudiantes en la carrera Gestión Empresarial de la UMET. Período P-39

Categoría de actitud emprendedora	Edad									
	18-22		23-27		28-32		33-37		38-42	
Muy baja actitud emprendedora	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Baja actitud emprendedora	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Mediana actitud emprendedora	10	12%	7	12%	2	17%	1	50%	0	0%
Alta actitud emprendedora	66	80%	52	87%	10	83%	1	50%	2	100%
Muy alta actitud emprendedora	7	8%	1	1%	0	0%	0	0%	0	0%
	83	100%	60	100%	12	100%	2	100%	2	100%

Fuente: elaborada por los autores.

Con relación la actitud emprendedora y el sexo de los estudiantes, en la tabla 9 se puede evidenciar que el sexo femenino obtuvo el mayor porcentaje en las categorías alta actitud emprendedora (84%) y muy alta actitud emprendedora (6%). El sexo masculino obtuvo el mayor porcentaje en la categoría mediana actitud emprendedora (17%).

Este resultado contrasta con lo señalado por Espíritu & Sastre (2007), quienes expresan que los hombres manifiestan una mayor propensión a la creación de empresas en comparación con la población femenina. Asimismo,

Oliver, Galiana & Gutiérrez-Benet (2016), señalan que los hombres tienen mayor tendencia que las mujeres a decantarse por el autoempleo, así como los más jóvenes frente a los adultos de mayor edad. Por su parte Oliver, et al. (2016), en su investigación encontraron mayores puntuaciones en todas las actitudes emprendedoras en las mujeres, lo que significaría que se podría estar ante un cambio de rumbo en la forma de abordar el emprendimiento, en el que las mujeres reivindicarían su papel dinamizador en la sociedad.

Tabla 9. Actitud emprendedora según el sexo de los estudiantes en la carrera Gestión Empresarial de la UMET. Período P-39

Categoría de actitud emprendedora	Sexo			
	Femenino		Masculino	
	Nº mujeres	%	Nº hombres	%
Muy baja actitud emprendedora	0	0	0	0
Baja actitud emprendedora	0	0	0	0
Mediana actitud emprendedora	10	10	10	17
Alta actitud emprendedora	84	84	47	80
Muy alta actitud emprendedora	6	6	2	3
	100	100	59	100

Fuente: elaborada por los autores.

Con respecto a la actitud emprendedora y los antecedentes familiares de emprendimiento se puede observar en la tabla 10 que el mayor porcentaje en la categoría muy alta actitud emprendedora (6%) lo presentan los estudiantes que si poseen antecedentes de emprendimiento y el mayor porcentaje (89%) de la categoría alta actitud emprendedora la obtuvieron los estudiantes que no poseen antecedentes de emprendimiento. Con relación a la categoría mediana actitud emprendedora el mayor porcentaje (16%) lo alcanzó el grupo de estudiantes que si posee antecedentes familiares de emprendimiento.

Este resultado coincide con Krauss (2011), quien encontró que la actitud emprendedora es mayor en estudiantes cuyos padres son emprendedores.

Sin embargo, puede observarse que un elevado porcentaje de estudiantes presentan una alta actitud emprendedora y no poseen antecedentes familiares de emprendimiento. Este resultado puede estar relacionado con los conocimientos adquiridos durante sus estudios universitarios, los cuales pueden haber contribuido con el componente cognitivo de la actitud emprendedora. Es de destacar que los estudiantes de la carrera gestión empresarial cursan la asignatura emprendimiento.

**Tabla 10. Actitud emprendedora y antecedentes familiares de emprendimiento en los estudiantes de la carrera Gestión Empresarial de la UMET. Período P-39**

Categoría de actitud emprendedora	Antecedentes de Emprendimiento			
	Si	%	No	%
Muy baja actitud emprendedora	0	0	0	0
Baja actitud emprendedora	0	0	0	0
Mediana actitud emprendedora	15	16	5	8
Alta actitud emprendedora	74	78	57	89
Muy alta actitud emprendedora	6	6	2	3
	95	100	64	100

Fuente: elaborada por los autores.

Es importante resaltar que el 60% de los estudiantes encuestados posee un familiar con negocio o empresa, siendo esos antecedentes muy importantes en la formación de su actitud emprendedora, de allí que los estudiantes con antecedentes de emprendimiento hayan alcanzado porcentajes elevados. El 98% de esos negocios son formales y entre los que obtuvieron los mayores porcentajes se encuentran: bananeras (23%), camaroneras (22%), comercio (10%) y restaurantes (8%). El 70% de esos negocios es propiedad del padre, el 11% pertenece a un tío, el 8% a la madre, el 5% a un hermano, el 3% a un primo, el 2% a los abuelos y el 1% es propio.

En este aspecto, como lo señala Durán, et al. (2015), el elevado porcentaje de negocios familiares entre los estudiantes encuestados, denota que desde sus hogares van proyectando ciertas habilidades y competencias para el desarrollo de negocios. Asimismo, al contar con un negocio formal, incentivan a los jóvenes a desarrollar sus propios negocios y adquirir hábitos de comportamiento autónomo en relación con el trabajo, orientándolos a las relaciones sociales y a desarrollar hábitos de conciencia emprendedora referidos a la empresa u otro tipo de asociación.

Espíritu & Sastre (2007), destacan que cuando los padres son propietarios de pequeñas empresas a las que le dedican tiempo completo, los encuestados muestran más altas preferencias por el autoempleo y están más inclinados a desarrollar una idea empresarial. Esto quiere decir que buena parte de los empresarios suelen descender de familias en la que algunos de sus miembros son autoempleados o empresarios.

La tabla 11 presenta la relación entre la actitud emprendedora y la experiencia laboral de los estudiantes. Se evidencia que los estudiantes con experiencia laboral poseen un mayor porcentaje (86%) en la categoría alta actitud emprendedora, por su parte, los estudiantes que no poseen experiencia laboral obtuvieron un mayor porcentaje (16%) en la categoría mediana actitud emprendedora. En la categoría muy alta actitud emprendedora los porcentajes obtenidos fueron iguales (5%) para los estudiantes con experiencia y para los estudiantes sin experiencia laboral.

Este resultado es similar al presentado por Krauss (2011), en su investigación con estudiantes universitarios, quien reporta que la actitud emprendedora es mayor en estudiantes que trabajan. Igualmente Espíritu & Sastre (2007), expresan que investigaciones realizadas reportan que aquellos estudiantes que tienen experiencias laborales previas tienen mayor preferencia a crear su propia empresa. Esto significa que la experiencia previa de los emprendedores juega un papel importante a la hora de tomar una decisión al respecto, ya que cualquier trabajo realizado puede servir como antecedente al futuro emprendedor y constituye una motivación hacia el emprendimiento.

**Tabla 11. Actitud emprendedora y experiencia laboral en los estudiantes de la carrera Gestión Empresarial de la UMET. Período P-39**

Categoría de actitud emprendedora	Experiencia laboral			
	Si	%	No	%
Muy baja actitud emprendedora	0	0	0	0
Baja actitud emprendedora	0	0	0	0

Mediana actitud emprendedora	7	9	13	16
Alta actitud emprendedora	66	86	65	79
Muy alta actitud emprendedora	4	5	4	5
	77	100	82	100

Fuente: elaborada por los autores.

## CONCLUSIONES

La categoría de actitud emprendedora de los estudiantes se ubica en una alta actitud emprendedora, lo que significa que los estudiantes tienen elevadas actitudes hacia el emprendimiento, por lo tanto a un elevado porcentaje de ellos les gustaría crear un negocio propio y tener su propia empresa. Asimismo, indica un alto grado para identificar y aprovechar nuevas oportunidades de crecimiento y para iniciar un negocio.

Con relación a los factores que componen la actitud emprendedora en los estudiantes, el factor que más se expresa es la necesidad de logro, que es el deseo que tienen ciertas personas para mejorar el resultado de sus acciones y sentirse responsables de las mismas, lo que evidencia que el esfuerzo, trabajo y dedicación al trabajo predomina en la actitud emprendedora de los estudiantes, siendo esta una característica básica de los emprendedores.

Con respecto a los componentes de las actitudes emprendedoras en los estudiantes, el componente que predomina es el componente conductual, seguido del componente cognitivo y en tercer lugar el componente afectivo. Predomina la conducta hacia el emprendimiento (trabajo duro para alcanzar las cosas y tiempo de dedicación para que las cosas funcionen mejor), seguido de las ideas y creencias hacia el emprendimiento (pensar en nuevas ideas que estimulen un negocio y efectividad de una organización al emplear personal competente) y en último lugar el aspecto emocional o afectivo hacia el emprendimiento (sentirse bien y satisfecho cuando se ha trabajado duro y cuando se hace algo que permite que las cosas funcionen mejor en la organización).

Se evidenció una actitud emprendedora muy alta en los estudiantes más jóvenes (18-22 años) y la actitud emprendedora alta desde los 18 años hasta los 42 años, encontrándose en los más jóvenes una mayor tendencia hacia el emprendimiento.

Con relación al sexo de los estudiantes predomina el sexo femenino en las categorías muy alta actitud emprendedora, lo que denota un cambio en relación a la forma de abordar el emprendimiento, en el cual la mujer empieza a reivindicar su papel dinamizador en la sociedad.

Se evidencia que los antecedentes familiares contribuyen a la actitud emprendedora de los estudiantes, encontrándose un mayor porcentaje en la categoría muy alta actitud emprendedora, lo que denota que desde sus hogares van proyectando ciertas habilidades y competencias para el desarrollo de negocios.

Con respecto a la actitud emprendedora y la experiencia laboral de los estudiantes, el mayor porcentaje en la categoría alta actitud emprendedora lo obtuvieron los estudiantes con experiencia laboral, lo que indica que la experiencia laboral juega un papel determinante en la toma de decisión para crear su propia empresa.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Durán S., Parra, M., & Márceles, V. (2015). Potenciación de habilidades para el desarrollo de emprendedores exitosos en el contexto universitario. *Revista Opción*, 31 (77), 200-215. Recuperado de <http://produccioncientificaluz.org/index.php/opcion/article/view/20052>
- Espíritu Olmos, R., & Sastre Castillo, M. A. (2007). La actitud emprendedora durante la vida académica de los estudiantes universitarios. *Cuadernos de Estudios Empresariales*, 17, 95-116. Recuperado de <https://revistas.ucm.es/index.php/CESE/article/viewFile/CESE0707110095A/9419>
- Garza Sáenz, A. (2013). Habilidad emprendedora y expectativa laboral en estudiantes universitarios. Tesis de Grado para obtener el grado de Maestría en Psicología con Orientación Laboral y Organización. Monterrey: Universidad Autónoma de Nuevo León. México.
- Jordán Aguirre, J., Serrano Orellana, B., Pacheco Molina, A., & Brito Gaona, L. (2016). Capacidad emprendedora desde la perspectiva de género. *Revista Opción*, 32 (81), 238-261. Recuperado de <http://produccioncientificaluz.org/index.php/opcion/article/view/21912/21657>
- Krauss, K. (2011). Actitudes emprendedores de los estudiantes universitarios: El caso de la Universidad Católica del Uruguay. *Revista Dimensión Empresarial*, 9(1), 28-40. Recuperado de [https://cedeav.uac.edu.co/images/stories/publicaciones/revistas\\_cientificas/dimension-empresarial/volumen-9-no-1/articulo3.pdf](https://cedeav.uac.edu.co/images/stories/publicaciones/revistas_cientificas/dimension-empresarial/volumen-9-no-1/articulo3.pdf)
- Mora Pabón, R. (2011). Estudio de actitudes emprendedoras con profesionales que crearon empresa. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (71), 70-83. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/206/20623157006.pdf>

- Oliver, A., Galiana, L., & Gutiérrez-Benet, M. (2016). Diagnóstico y políticas de promoción del emprendimiento en estudiantes. *Revista Anales de Psicología*, 32 (1), 183-189. Recuperado de <http://www.redalyc.org/html/167/16743391021/>
- Oliver, A.; Galiana, L.; Calatayud, P. & Piacentini-Genovart, D. (2016). Medida del emprendizaje: adaptación y validación de la escala de actitudes emprendedoras EASS en profesores españoles. *Revista Búsqueda*, (16), 41-52. Recuperado de <http://revistas.cecar.edu.co/busqueda/article/view/167>
- Rojó Ortiz, Y., Macedo Avilés, D., & Sánchez Benítez, L. (2016). Factores psicológicos condicionantes de la actitud emprendedora en estudiantes de la Licenciatura en Psicología. Tesis para optar al título de Licenciatura en Psicología. México: Universidad Autónoma del Estado de México.
- Santamaría López, M. T., & Bravo Villagómez, F. (2017). Impacto de las actitudes emprendedoras en los estudiantes de la Universidad de Guayaquil carrera Comunicación Social. *INNOVA Research Journal*, 2 (2), 45-54. Recuperado de <http://www.journaluidegye.com/magazine/index.php/innova/article/view/119/222>
- Tinoco Gómez, O. (2008). Medición de la capacidad emprendedora de ingresantes a la Facultad de Ingeniería Industrial de la UNMSM. *Revista de la Facultad de Ingeniería Industrial*, 11 (2), 18-23. Recuperado de <http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/idata/article/view/6046/5237>
- Toro Ocampo, J. A. (2012). Actitud emprendedora en estudiantes de programas tecnológicos de la institución. *Revista Ingenio*, 4 (2), 45-53. Recuperado de <http://revistas.ufpso.edu.co/index.php/ingenio/article/view/55/36>