



XVIII Congreso Latinoamericano sobre Espíritu Empresarial
6, 7 y 8 de Noviembre – Perú – 2007

ACTITUDES EMPRESARIALES EN
JÓVENES UNIVERSITARIOS VENEZOLANOS

Autor: Leslie Borjas Parra
lborjasp@cantv.net/ lborjas@unimet.edu.ve
UNESR/Dirección de Postgrado
Universidad Metropolitana/ Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Investigador PPI
Universidad Metropolitana/ Terrazas de Ávila, Caracas Venezuela
(58) (414) 3349951

Actitudes empresariales en jóvenes universitarios venezolanos

Autor: Leslie Borjas Parra

lborjasp@cantv.net/ lborjas@unimet.edu.ve

UNESR/Dirección de Postgrado

Universidad Metropolitana/ Facultad de Ciencias Económicas y Sociales

Profesor/Investigador PPI

Universidad Metropolitana/ Terrazas de Ávila, Caracas Venezuela

(58) (414) 3349951

Resumen

La creación de empresas es un proceso multidimensional. Autores como Krueger, Reylli y Carsrud (2002), consideran que es un acto voluntario; mientras que Shapero y Sokol (1984) señalan que es el resultado de un suceso externo que influye sobre el sistema de valores del individuo. El objetivo de este trabajo es establecer la vinculación entre espíritu empresarial y las actitudes empresariales presentes en jóvenes universitarios venezolanos. La muestra estuvo conformada por 100 estudiantes de los últimos de la Carrera de Administración de tres universidades venezolanas. Los instrumentos utilizados en el trabajo son la escala de Espíritu Empresarial (Borjas 2001) y el de Actitudes e intenciones empresariales (Liñán y Rodríguez (2004). Los resultados determinan la presencia de la intención de los estudiantes a desarrollarse en un futuro como empresarios. Los resultados, coinciden con estudios previos realizados en el contexto venezolano y con los hallazgos de los trabajos de Liñán en cuanto a la intención de ser empresarios. En cuanto al EE, se encontraron resultados consistentes con los realizados por Mendoza (2006) sobre el tema. Se recomienda nuevas investigaciones que permitan determinar las razones por las cuales se ejecuta la acción de emprender en el contexto venezolano.

Palabras Clave: Espíritu Empresarial, Actitudes e Intenciones Empresariales, Jóvenes universitarios

The creation of enterprises is a multidimensional process. On this respect, some authors like Krueger y Carsrud (2002) consider that it is a voluntary act, while Shapero and Sokol (1984) state that it is the result of an external event that influence individual´ values system. The objective of this research is to establish the existing relationship between Managerial Spirit and the managerial attitudes existing in Venezuelan undergraduate students. The instruments used in the research are the scale of Managerial spirit (EE) (Borjas 2001) and the one on attitudes and managerial intention (Liñán y Rodríguez, 2004). The sample was made of 100 students on senior years of management from 3 Venezuelan colleges. The results determine the presence of the intention of the students of been future entrepreneurs, which match with previous researches done in the Venezuelan context and with the findings made by Liñán researches on the intention of been entrepreneurs. On the matters of EE, there were found consistent results that equal Mendoza (2006) on the subject. It is recommended the production of new researches that make possible to determine the reasons for starting the action of undertaking in the Venezuelan context.

Key words: Managerial spirit, enterprises attitudes and intension, undergraduate students.

Introducción

La decisión de generar empresas, así como la conceptualización acerca de “que significa ser un empresario”, ha sido profusamente discutido en la literatura desde la creación del término por Cantillon (1755), sin embargo, para Hisrich, Peters y Shepherd (2005) “todavía no se ha alcanzado una definición concisa y universalmente aceptada” (p.5). En Europa se ha generado una línea de investigación sobre “Intención Empresarial” originada en los trabajos de Veciana (1991, 2004), Liñán y Rodríguez (2004). En América Latina: Varela, Bedoya, Uribe (2004), realizaron un estudio cualitativo sobre Espíritu Empresarial en 51 egresados universitarios de las carreras de Administración de Empresas, Ingeniería de Sistemas e Ingeniería Industrial de tres universidades colombianas ubicadas en la ciudad de Cali. Los resultados de esta investigación señalan que el desarrollo de carrera está influenciado por los procesos de socialización, orientación de carrera y por el desarrollo de un proceso individual, social y organizacional que pueden favorecer o no el logro de los objetivos propuestos por cada persona. Estos investigadores destacan los factores situacionales definidos como eventos significativos que marcan hitos específicos en las personas.

Borjas y Marvez (2006), en Venezuela, sostienen que se han desarrollado iniciativas por parte de algunas universidades para desarrollar una cultura dirigida al emprendimiento en sus egresados, sin embargo este esfuerzo no se ve reflejado en los distintos procesos socioeconómicos del país, que pudieran ser causados por el significado del término o por la asistematización del proceso en las organizaciones educativas y por ende en los procesos de investigación (p-2) .

Para efectos de este trabajo se asume la definición de Iniciativa Empresarial, como “el proceso de crear algo nuevo con valor, dedicando el tiempo y el esfuerzo necesario, asumiendo los correspondientes riesgos financieros, psicológicos y sociales y obteniendo las recompensas resultantes de satisfacción e independencia económica y personal” (Hisrich, Peters y Shepherd, ob.cit. p. 7).

La Intención Emprendedora debe ser considerada como voluntaria y consciente para Krueger, Reilly y Casrtud(2000) y es un elemento fundamental para explicar el comportamiento de una

persona. En este sentido, la presencia de actitudes favorables hacia la Intención de Emprender una actividad empresarial deberá ser preferible a los supuestos que se esbozan en los enfoques demográficos (Robinson, Stimpson, Huefner y Hunt: 1991). Las actitudes tienen un componente cognitivo, socioafectivo y son cambiantes con el tiempo y con el contexto, por cuanto están presentes en la acción del individuo con su entorno. Para Liñán y Rodríguez (2004), el enfoque actitudinal debe ser superior a los que se han venido tradicionalmente usados en el análisis de la intención empresarial, en la fig. 1 se presenta el modelo de Intención empresarial.

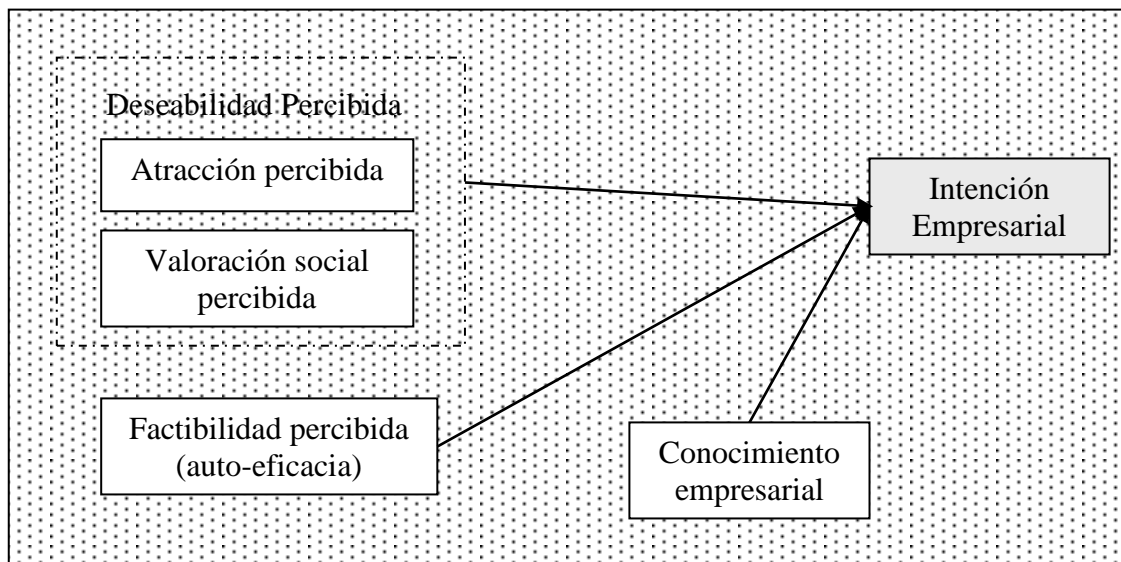


Figura 1: Modelo de Intenciones Empresariales de Liñán A. y J. Rodríguez (2004)
Fuente: Actitudes empresariales de los estudiantes universitarios andaluces
Universidad de Jaén, Departamento de Economía.
Disponible en: <http://www.ujaen.es/dep/economia/wp0501.pdf>

Liñán y Rodríguez (2004), han desarrollado un modelo que interpreta la teoría del “evento emprendedor” (Shapero y Sokal: 1982) y la teoría de “conducta planificada de Ajzen” (1991), teoría que puede ser aplicada a casi todas las conductas voluntarias en diferentes campos, incluyendo la escogencia de carrera, en el modelo se establece que debe existir una estrecha influencia entre la intención de ser emprendedor y su desarrollo efectivo.

De acuerdo con este modelo, el control percibido se define por la percepción de una persona sobre la facilidad o dificultad de manifestar un comportamiento de interés. Para Shapero y Sokal

(ob.cit.), el concepto de deseabilidad está influenciado por la familia, los grupos de amigos, el entorno y los modelos que están presentes en la cultura, estos autores sostienen que la creación de empresas es el resultado de la interacción entre diferentes factores contextuales, que influyen las percepciones de las personas, en consecuencia, la decisión de ser “empresario” es producto de las percepciones del individuo y el análisis sobre el deseo y escogencia de las posibles alternativas presentes.

La *deseabilidad* se refiere al grado en que una persona siente atracción positiva o negativa por este comportamiento e intención, es una forma de abordar la manera como el entorno social afecta la elección de la carrera empresarial, producto de las percepciones de deseabilidad y viabilidad. Sin embargo, Krueger y Brazeal (1994) sostienen que existen diferencias entre la percepción acerca de la intención y la acción que conduce el hecho que favorezca la creación de empresas.

La decisión de crear una empresa no depende exclusivamente de conocer el cómo llevarla a cabo y sentirse capaz. Existen otros elementos importantes que también deben ser tomados en consideración. De acuerdo con la literatura, la intención de ser un emprendedor será el mejor indicador de comportamiento real de la creación de una empresa (Fayolle el Gailly, 2004). En este sentido, el modelo de Intención Emprendedora (Liñán y Rodríguez, 2004) sostiene que los individuos toman la decisión de la creación de la empresa basada en los tres elementos: su preferencia personal o atracción hacia la emprendeduría, las normas sociales percibidas acerca de la opción de carrera y su factibilidad percibida (percepciones de autoeficacia).

La *factibilidad percibida* mide la percepción del individuo para ejercer el comportamiento como empresario; los factores culturales y sociales son los que determinan y ejercen influencia sobre el sistema de valores del individuo Por esto, la educación debe ocuparse no sólo de incrementar este último elemento, sino también de desarrollar los otros dos: la auto percepción y el conocimiento de los valores culturales y sociales como una forma de incrementar la autoeficacia emprendedora y la intención de ser emprendedor.

El Espíritu Empresarial, otro constructo a ser abordado en esta investigación, ha sido definido por Borjas (2001) como “el conjunto de actitudes y competencias que le permiten a un profesional desempeñarse eficientemente en las organizaciones, ya sean públicas o privadas, permitiendo su desarrollo”. El desarrollo del EE, es considerado como un proceso multinivel, por la intervención de un conjunto de actores en diferentes escenarios: el Estado, el sector educativo en todos los niveles, los medios de comunicación y los empresarios, sin olvidar el papel modelador de las actitudes y los valores que debe desarrollar el sector universitario como formador de individuos para el desempeño en organizaciones productivas.

De acuerdo con las consideraciones previas, para efectos de este trabajo, la perspectiva ontoepistemológica que orienta esta disertación es la constructiva, humanista. La realidad es entendida desde nuestra historia personal y social y es construida por el sujeto a través de sus esquemas y su relación con el medio, lo que significa que el conocimiento es ontológico, en este sentido prevalece una concepción crítica a estudiar una realidad, que se esfuerza en modificar los patrones presentes en una dirección determinada por los actores involucrados en su comprensión. Este enfoque responde a la idea que el ser humano, actúa como agente sobre la realidad social, integrando activamente la experiencia en lugar de reflejar en forma pasiva los factores socio culturales.

Objetivos de la investigación:

1. Describir el perfil sociodemográfico de los estudiantes universitarios de tres universidades venezolanas y sus posibles relaciones en cuanto a intención empresarial y espíritu empresarial
2. Describir las intenciones empresariales de los estudiantes universitarios en tres universidades de la ciudad de Caracas (Venezuela) en el primer semestre del 2007.
3. Describir la presencia del Espíritu Empresarial en estudiantes universitarios de tres universidades venezolanas.

Metodología utilizada en la investigación

En este apartado se describen los aspectos metodológicos seguidos en la investigación en cuanto a instrumentos de recolección de datos, sujetos de la investigación y procesos de análisis de datos. La tabla 1 presenta las características de la investigación.

Los sujetos que participaron en la investigación fueron 100 estudiantes de octavo y noveno semestre en la Licenciatura en Administración de tres universidades venezolanas: dos públicas y una privada.

Tabla 1. Ficha técnica de la investigación

Universidades	- UCV - UNESR - UNIMET
Sujetos	- 100 estudiantes de las carreras de Administración
Instrumentos de recolección de datos	- Actitudes e intenciones empresariales - Espíritu empresarial
Fecha de recolección de datos	- Junio y julio de 2007
Técnicas utilizadas	- Instrumentos recogidos en forma personal, individual y grupal

Los instrumentos utilizados en la recolección de la data fueron: 1) el cuestionario de Actitudes e Intenciones Empresariales (Liñán Alcalde y Rodríguez, 2004), este instrumento fue desarrollado para un proyecto del gobierno andaluz (España) y está basado principalmente en escalas de diferencial semánticas ítems dicotómicos La Intención Empresarial es medida como el esfuerzo que hace la gente para ejecutar la conducta emprendedora. La confiabilidad de la escala con el α de Crombach fue de: 0.890 para conocimiento empresarial, 0,913 para el atributo atracción personal, 0,762 para normas sociales, 0,89 para autoeficacia, 0,944 para intención empresarial ⁽¹⁾. La confiabilidad del instrumento fue de 0, 8731 (Borjas, 2001) y replicada en México por Mendoza (2006) con una α de Crombach de 0, 92.

Los ítems se evalúan con base a una escala de Likert de siete puntos. El instrumento presenta una sección con datos personales y los referentes a valoración personal, entorno empresarial y atracción personal. La escala fue adaptada para ser usada en el contexto venezolano, en algunos ítems, dos de ellos una vez que se hiciera la revisión de los giros idiomáticos fueron modificados y se sustituyó “titulación” por carrera y se le hicieron cambios en los signos monetarios de euros a bolívares.

⁽¹⁾ Instrumento utilizado con permiso del autor

2) El instrumento de Espiritu Empresarial (Borjas, 2001) presenta una escala de treinta y dos preguntas dirigidas a medir las conductas de honestidad, tendencia a correr riesgo, efectividad en el manejo del cambio, autodeterminación, sensibilidad social, participación en eventos para desarrollo personal y organizacional. La escala usada es de tipo Likert de cinco puntos que se califica: (1) total desacuerdo a total acuerdo (5).

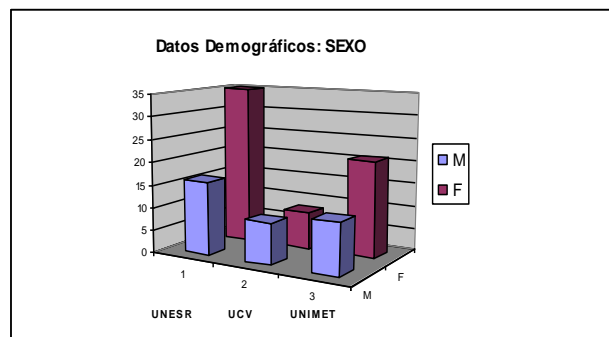
Los datos se procesaron de acuerdo al nivel ordinal de la investigación y fueron procesados a través del programa Excel.

Resultados de la investigación

El perfil socio demográfico de los estudiantes en cuanto al género (Tabla 2, Figura 2), la participación de las mujeres fue de un 64%, tendencia que se ha manifestado en forma permanente en los trabajos previos realizados por Vilorio (2004) en estudiantes venezolanos.

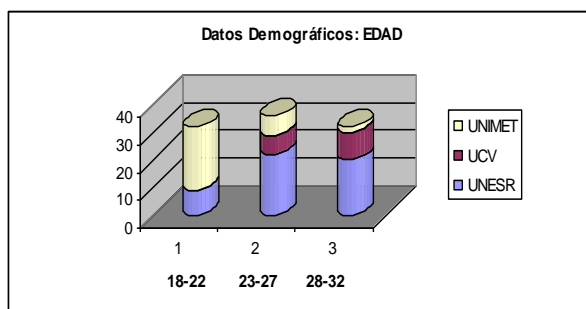
Tabla 2, Figura 2: Datos demográficos - Género

	Género (%)	
	M	F
UNESR	16	35
UCV	9	8
UNIMET	11	21
Total:	36	64



En cuanto a la edad, se presenta la siguiente composición, como se muestra en la Tabla 3, Figura 3, los mayores porcentajes se observan en los rangos de edad entre 23 a 27 años (36%), entre 18 y 22 años el 32% al igual que entre 28 y 32.

Tabla 3, Figura 3: Datos demográficos - Edad



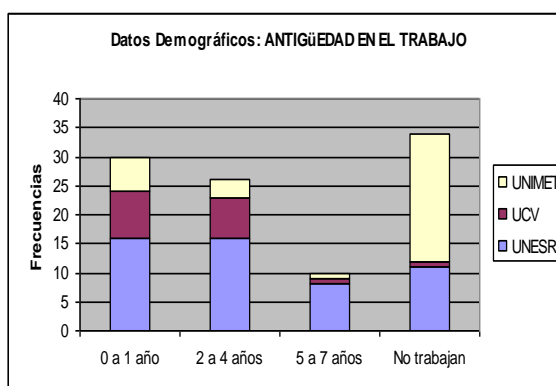
	EDAD (%)		
	18-22	23-27	28-32
UCV	0	7	10
UNESR	9	22	20
UNIMET	23	7	2

Total:	32	36	32
---------------	----	----	----

En relación a la variable antigüedad en el trabajo, (Tabla 4, Figura 4), los encuestados manifestaron tener antigüedad laboral que reveló: el 30 % entre cero y un año, el 26% entre 2 a 4 años, el 10 % de entre 5 y 7 años, mientras que el 34% manifestó “No trabajar”.

Tabla 4, Figura 4: Datos demográficos – Antigüedad en el trabajo

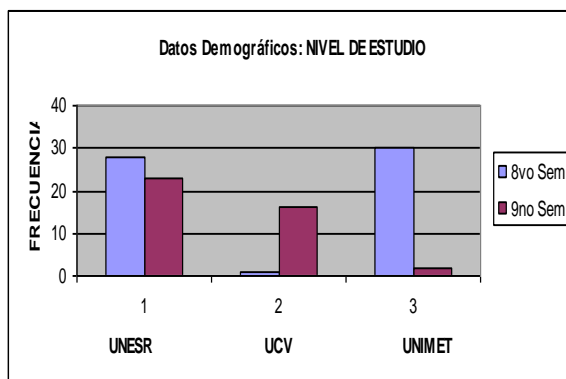
	ANTIGÜEDAD EN EL TRABAJO			
	0 a 1 año	2 a 4 años	5 a 7 años	No trabajan
UCV	8	7	1	1
UNESR	16	16	8	11
UNIMET	6	3	1	22
Total	30	26	10	34
%	30	26	10	34



El nivel de estudios (Tabla 5, Figura 5), de la muestra fue el 59% estudia el 8vo semestre, mientras que el 41% estudia el noveno semestre.

Tabla 5, Figura 5: Datos demográficos – Nivel de estudios

	NIVEL DE ESTUDIO	
	8vo Sem.	9no Sem.
UNESR	28	23
UCV	1	16
UNIMET	30	2



Total (%):	59	41
-------------------	----	----

En cuanto al desempeño a nivel funcional (Tabla 6), el 44% de los encuestados se desempeñan en áreas administrativas, un 7% manifestaron desarrollar actividades a nivel gerencial, un 10% en funciones supervisoras y un 39% manifestaron desempeñarse en otras actividades.

Tabla 6: Datos demográficos – Nivel funcional

	NIVEL FUNCIONAL			
	Gerencial	Supervisor	Área Adm.	Otros
UNESR	2	7	27	15
UCV	5	1	10	1
UNIMET	0	2	7	23
Total (%)	7	10	44	39

La tabla 7, muestra los resultados del análisis de la opinión de los estudiantes entrevistados referidas a:

- *Conocimiento personal de empresarios:* En promedio, el 84,8% manifestó conocer personalmente a empresarios. El conocimiento de la figura de empresarios, es un valor a destacar en las apreciaciones del estudio, como una variable que puede influir la decisión empresarial.

La valoración de los siguientes aspectos fue hecha en una escala Likert dónde 1 representa “mínima preferencia” y 7 “máxima preferencia”

- *Atracción personal al finalizar los estudios.* La intención para:

- *Seguir preparándome,* obtuvo un promedio de aceptación de 6,2
- *Crear una empresa,* obtuvo un promedio de aceptación de 5,8
- *Trabajar como asalariado,* obtuvo un promedio de aceptación de 4,1

- *Actividad preferida a mediano y largo plazo.* La intención para:

- *Empresario,* obtuvo un promedio de aceptación de 6,6
- *Profesional independiente,* obtuvo un promedio de aceptación de 5,3

- *Valoración de la actividad empresarial.* La intención para:

- *En su familia directa*, obtuvo un promedio de aceptación de 5,6
- *Entre sus amigos*, obtuvo un promedio de aceptación de 5,5

Tabla 7: Actitudes empresariales en estudiantes venezolanos

	UCV	UNESR	UNIMET	
Conocimiento empresarial				
	%	%	%	
SÍ	88,2	72,5	93,7	$\bar{x} = 84,8\%$
NO	11,8	27,5	6,3	$\bar{x} = 15,2\%$
	100%	100%	100%	
Atracción profesional al finalizar estudios				
	\bar{x}	\bar{x}	\bar{x}	
- Trabajar asalariado	3,9	4,2	4,2	$\bar{x} = 4,1$
- Crear una empresa	6,3	5,3	5,7	$\bar{x} = 5,8$
- Seguir preparándome	6,6	6,2	5,9	$\bar{x} = 6,2$
Actividad preferida a mediano y largo plazo				
	\bar{x}	\bar{x}	\bar{x}	
- Trabajo asalariado	3,1	4,6	4,3	$\bar{x} = 4,0$
- Profesional independiente	5,9	4,4	5,7	$\bar{x} = 5,3$
- Empresario	7,0	6,5	6,3	$\bar{x} = 6,6$
Valoración de la actividad empresarial				
	\bar{x}	\bar{x}	\bar{x}	
- En su familia directa	5,3	5,4	6,0	$\bar{x} = 5,6$
- Entre sus amigos	5,3	5,6	5,6	$\bar{x} = 5,5$
- Entre sus compañeros	5,1	5,5	5,2	$\bar{x} = 5,3$
Aprobación para ser empresario				
	\bar{x}	\bar{x}	\bar{x}	
- Su familia directa	6,3	6,2	6,0	$\bar{x} = 6,2$
- Sus amigos	5,9	5,9	5,8	$\bar{x} = 5,9$
- Sus compañeros	5,8	6,0	5,7	$\bar{x} = 5,8$

- *Entre sus compañeros*, obtuvo un promedio de aceptación de 5,3

- *Aprobación de ser empresario*. La intención para:

- *En su familia directa*, obtuvo un promedio de aceptación de 6,2
- *Entre sus amigos*, obtuvo un promedio de aceptación de 5,9
- *Entre sus compañeros*, obtuvo un promedio de aceptación de 5,8

Cabe destacar que estos resultados para la valoración de las actitudes empresariales sugieren que los estudiantes venezolanos perciben la actividad empresarial como una forma de éxito, la cual es valorada y aprobada en el entorno familiar, entre sus amigos y compañeros, destacan los valores obtenidos en la necesidad de seguir preparándose después de terminar la carrera además de la intención de ser profesionales independientes o empresarios.

El análisis de los resultados sobre la “intención de ser empresario” arrojó los siguientes resultados (ver tabla 8). Los estudiantes entrevistados manifiestan (el 72 %) *querer ser empresarios*, sólo un 28% manifestaron *no querer ser empresarios*. Al relacionar esta variable con el género, se encontró que de los estudiantes encuestados pertenecientes al género masculino el 76,3% manifestaron querer ser empresarios contra un 69,4% de los estudiantes encuestados pertenecientes al género femenino. Estos resultados son diferentes a los obtenidos estudios previos realizados en España, los trabajos pioneros en este área realizados por Génesca y Veciana (1984) y por Martín Cruz, Hernán Gómez Barahona y Rodríguez Escudero (2005) quienes sostienen que en las mujeres se da una tendencia significativamente menor a la creación de una empresa. Esta diferencia podría ser explicada por la incidencia de diferentes factores socioculturales que favorecen la inserción de la mujer en el mercado laboral venezolano.

Tabla 8: Intención de ser empresario según el género

Intención de ser Empresario					
TOTAL		Género: M		Género: F	
f	%	f	%	f	%

SI	72	72	29	76,3	43	69,4
NO	28	28	9	23,7	19	30,6
Total	100	100	38	38	62	62

El análisis de los datos referidos a la valoración social del empresario (ver tabla 9) sugieren que la figura del empresario y la actividad empresarial tiene un nivel bastante significativo de aceptación, sin embargo los mismos obligan a realizar otras investigaciones con el propósito de explorar el significado del concepto de empresario, en este sentido creemos que estos resultados tienen un alto contenido cultural, porque consideremos que el hombre es producto de los significados culturales que les toca compartir en su proceso socio histórico. La conceptualización de la figura del empresario está expresada en la cultura a través del lenguaje, las creencias, las costumbres y el modelaje de los líderes que actúan en el entorno.

Tabla 9: Valoración social de la actividad empresarial

Valoración social de la actividad empresarial	UCV	UNESR	UNIMET	
	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}
- La actividad empresarial choca con la cultura de mi país	3,4	3,0	3,4	3,3
- El papel del empresario en la economía está bastante reconocido	4,1	4,8	3,5	4,1
- Muchas personas consideran poco aceptable ser empresario	2,4	3,2	2,8	2,8
- La actividad empresarial se considera muy arriesgada para merecer la pena	3,2	3,5	3,5	3,4
- Se tiende a pensar que los empresarios se aprovechan de los demás	3,7	4,4	4,0	3,9

NOTA: Escala valorada entre 1 (desacuerdo total) y 7 (acuerdo total)

El análisis de los datos referidos a la experiencia laboral de los estudiantes encuestados como empleado autónomo o auto empresario se obtuvo una media porcentual del 33,7% de estudiantes en la condición de empleados autónomos o auto empresarios, sin embargo, es de hacer notar la alta dispersión de la data generada por las características demográficas de los entrevistados, edad y nivel de estudio: en los estudiantes de la UCV (100% mayores de 23 años y 94% estudiantes del 9º semestre) y en la UNIMET (72% menores de 23 años y 94% estudiantes del 8º semestre).

Tabla 10: Experiencia como empleado autónomo o autoempresario

Empleado autónomo o autoempresario	UCV	UNESR	UNIMET	\bar{x}
	%	%	%	%
SÍ	52,9	29,4	18,8	33,7
NO	47,1	70,6	81,2	66,3

El análisis de los datos referidos a las Fortalezas percibidas por los estudiantes para ser empresario (ver tabla 11) muestra un cierto predominio en las capacidades de “liderazgo y capacidad de comunicación” (6,1) y la de “resolución de problemas” (5,8) siendo el promedio de todas las capacidades de 5,6 (sobre un máximo de 7) lo cual puede interpretarse como una fortaleza alta.

Tabla 11: Fortalezas percibidas por los estudiantes para ser empresario

Capacidad para ser empresario	UCV	UNESR	UNIMET	\bar{x}
	\bar{x}	\bar{x}	\bar{x}	\bar{x}
- Detección de oportunidades	5,5	4,6	5,2	5,1
- Creatividad	5,6	5,5	5,5	5,5
- Resolución de problemas	6,3	5,4	5,7	5,8
- Liderazgo y capacidad de comunicación	6,5	5,5	6,3	6,1
- Desarrollo de nuevos productos y servicios	5,5	5,3	5,7	5,5
- Establecimiento de relaciones y contactos profesionales	6,4	5,5	5,0	5,6
				5,6

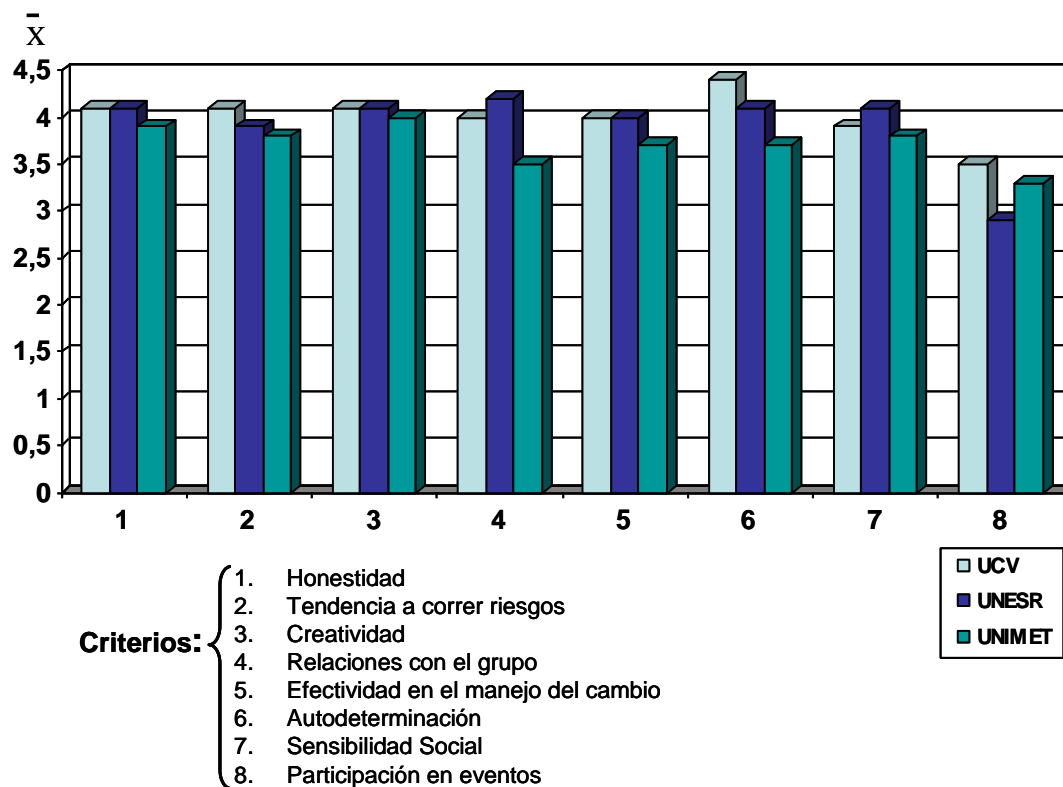
NOTA: Escala valorada entre 1 (desacuerdo total) y 7 (acuerdo total)

Del análisis de la tabla 11 puede hacerse notar la concordancia con los aspectos que se perciben como competencias para ser empresario en cuanto a *creatividad* y *el establecimiento de relaciones y contactos profesionales*, atributos que son consistentes con los resultados obtenidos

con la aplicación de la escala sobre EE (ver fig. 6: Resultados de los atributos de EE por universidades).

El objetivo 3 consiste en describir la presencia del Espíritu Empresarial en los estudiantes de administración de tres universidades venezolanas. Los atributos que obtuvieron un mayor promedio (ver Figura 6) fueron los de *autodeterminación* caracterizado por la selección de resultados para la consecución de logros y el de *creatividad*, el proveer nuevas visiones para el desarrollo de actividades, verse como iniciador de actividades en su vida diaria y el ser capaz de analizar la información recibida antes de proceder, mientras que el atributo que obtuvo menor valor fue la participación de eventos dirigido a evaluar la participación de los estudiantes en charlas, el conformar grupos para la mejora de la organizacional y la participación en actividades extracátedra,

Figura 6: Espíritu Empresarial en tres universidades venezolanas



NOTA: Escala valorada entre 1 y 5.

Estos resultados coinciden con los obtenidos por Mendoza (2006) en estudiantes mexicanos en los valores del atributo participación en eventos (3,29), el cual resultó ser el de menor valor, lo que conllevaría revisar el papel de las universidades en el desarrollo de actividades extracátedras para completar la formación de los estudiantes.

Posibles relaciones entre Espíritu Empresarial e Intención Empresarial

Un aspecto de interés que pudiera marcar diferencias entre las universidades es la posible relación entre Intención empresarial y el Espíritu Empresarial (EE). aspecto que no fue objetivo de esta investigación, sin embargo el hecho de que exista una correlación entre estas dos variables no significa estadísticamente que necesariamente exista una relación causal entre ella, debido a la complejidad de los eventos estudiados.

Conclusiones:

La *intención de ser empresario*, representa la percepción en el momento actual, la valoración de los estudiantes entrevistados la colocan en un alto porcentaje, 72%, lo cual manifiesta su intención de ser empresarios. Estos resultados confirman las relaciones propuestas en el modelo de Liñán y Rodríguez (2004) en la interrelación de las variables *deseabilidad, valoración social, factibilidad y conocimiento empresarial*. En este caso cabe destacar la valoración social percibida hacia la actividad empresarial por encima del deseo de trabajar como asalariado.

En cuanto a las variables *Intención Empresarial* y *Género* los resultados en el grupo estudiado parecen favorecer la Intención Empresarial en el género femenino con relación a estudios realizados en otras colectividades.

La percepción que tienen los estudiantes entrevistados respecto a la *figura del empresario*, los resultados sugieren a que en el entorno existe una valoración positiva de la opción empresarial aspecto que no coincide con los resultados obtenidos por Liñán y Rodríguez (2004) en su investigación en estudiantes españoles por lo cual se refuerza el significado cultural de la figura del empresario.

En el grupo encuestado, en la información aportada sobre el EE, se hizo manifiesto la percepción de competencias: autodeterminación, creatividad, honestidad, sensibilidad social, capacidad de asumir riesgos, manejarse efectivamente en procesos de cambio, relacionarse en grupo y en menor grado la participación en eventos.

Recomendaciones

Los resultados obtenidos sobre la intencionalidad de los estudiantes universitarios parecen confirmar el evento como una característica multivariable, que está influido no sólo por las características intrínsecas que presentan los estudiantes, sino por las variables socioculturales presentes en el entorno, cabe destacar la influencia que el grupo estudiado dio al hecho de conocer empresarios, por lo que puede inferirse que la actividad empresarial es reconocida en los estudiantes como una forma de lograr el éxito a través de la puesta en marcha de su propia empresa, por encima del grupo que expresó el querer ser asalariado.

La expresión del espíritu emprendedor, en términos empresariales u organizacionales, se manifiesta mediante la creación de empresas o el desarrollo de una idea de negocios, en Venezuela entre los casos más representativos están en el área de comercio y servicios relacionados a los alimentos, tales como: bodegas, expendio de alimentos, víveres y chucherías⁽¹⁾ y los restaurantes, comida rápida, panadería y heladería; seguidos por el comercio de ropa y textiles y las telecomunicaciones “ciber cafés” (Vainrub, 2004, p.66) y en los estudios realizados por Borjas (2004) sobre el significado del EE, que tiene un alto significado cultural por lo que en otras investigaciones debe explorarse los significados de emprendedor, empresario.

⁽¹⁾ Golosinas, caramelos, galletas, chocolates.

A manera de reflexión

La investigación alrededor del tema de la creación de empresas vincula un conjunto de imágenes y de ideas recibidas alrededor de un emprendedor visionario que posee una intuición fuera de lo común, con una visión que le permite objetivar los mercados oportunamente, convirtiéndose en tema de investigación de pujante actualidad en el medio académico. El emprendedor parece retener, de nuevo hoy, la atención de los investigadores en ciencias gerenciales, educativas y ciencias económicas, considerando los orígenes del término con los aportes de Cantillon en el siglo XVIII, al parecer, por el florecimiento de ciclos de formación al emprendedor y por la necesidad imperiosa de fortalecer el desarrollo de las organizaciones independientes de su función, tamaño y compromiso social.

El EE. está conformado y presente en la cultura, como determinante de las actitudes y comportamientos, identidad de los individuos, consideramos que la identidad del grupo, como construcción que se elabora en una relación que opone a un grupo a los otros con los cuales entra en contacto, (Barth,1969), la identidad es un modo de categorización utilizado por los grupos para organizar sus intercambios, que se construye y se reconstruye constantemente en los intercambios sociales, hay identidad si hay alteridad, así la identidad participa de la complejidades de los hechos sociales, por lo que es cambiante por lo cual enfatizamos sobre la responsabilidad de la Universidades en determinar las demandas presentes en el medio ambiente y en el entorno del mercado sólo así podrán satisfacer las brechas existentes entre la relación individuo, sociedad, y los aprendizajes significativos en materia de desarrollo de la intención emprendedora y EE.

Respecto a la baja valoración en cuanto a la participación en eventos de desarrollo organizacional y por la importancia del mismo es conveniente desarrollar actividades extracurriculares, en cada una de las universidades, que propicien el intercambio de información sobre el tema, y que permitan enriquecer las vivencias y experiencias de los estudiantes a través de la asistencia y participación en eventos de desarrollo personal u organizacional.

Se recomienda el seguimiento de este estudio, en cuanto a los estudiantes que participaron en el mismo y manifestaron su intención de ser empresarios para evaluar su desempeño funcional una vez que se incorporen al mercado laboral. así como la incorporación de estudios que permitan medir la intención empresarial en el inicio de la educación universitaria para contrastar con la obtenida una vez que el estudiante se haya desempeñado en el mercado laboral,

Referencias Bibliohemerográficas

- Ajzen, I. (1985). From intentions to actions: A theory of planned behavior. In J. Kuhl and J. Beckman (Eds.), *Action-control: From cognition to behavior* (pp. 11-39). New York: Springer
- Ajzen, I. (2001). Nature and operation of attitudes. *Annual Review of Psychology* (52), 27-58.
- Barth, F.(1969) . Les groupes ethniques et leurs frontières. (trad francesa. 1ra. .ed en inglés, 1969) , en POUTIGNAT, ph y TTREIF- Fenart, J Theories d l`ethncicté. PUF.col”le sociologue, París, 1995, pp 203-249.
- Borjas, L. (2001). Diseño de una escala para medir espíritu empresarial. Trabajo presentado en la LII Convención anual de Asovac, Maracaibo, Venezuela.
- Borjas, L. (2004), Espíritu empresarial, creatividad empresarial. Un nuevo reto. *Anales de la Universidad Metropolitana*. Vol. 3, N 2, 2003 (Nueva Serie) Caracas. Universidad Metropolitana
- Borjas L y G. Marvez (2006). Percepciones de los estudiantes y creencias de los docentes sobre el espíritu emprendedor y su enseñanza: caso Universidad Metropolitana- Venezuela, XVII Congreso de Espíritu Empresarial, Panamá
- Cantillón, R. (1755). Ensayo sobre la naturaleza del comercio en general. Disponible en: <http://www.eumed.net/cursecon/>. (Consultado: 01/06/2007)
- Fayolle , J & P. Gailly (2004) Effect and Counter-effect of Entrepreneurship Education and Social Context on Student’s Intentions/Efectos de la formación y el contexto social sobre las intenciones empresariales de los estudiantes, 2006, vol. 24,. 509-523
- Génesca, E. y Veciana ,J. y. (1984). Actitudes hacia la creación de empresas. *Información comercial española*. Nº 661, pp. 147 1 55
- Hisrich, R. M. Peters y D. Shepherd (2005), sexta edición, *Entrepreneurship*, Madrid, Mc Graw Hill. Krueger , N. f. y F. Brazear. (1994). Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. *Entrpreneurship Theory and Practice*, 18(1) 91-104.

- Krueger, N.F.; Reilly, M.D. y Carsrud, A.L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, vol. 15 (5/6), pp. 411-432.
- Lasio, V., G. Caicedo y M Arteaga (2004). Ecuador 2004, Global Entrepreneurship Monitor, Guayaquil, ESPAE- ESPOL,
- Liñán, F. (2004). *Intention-based models of entrepreneurship education. Piccola impresa/Small Business, Iss 3, pp. 11-35.*
- Liñán, F. (2005). *Development and validation of an entrepreneurial intention questionnaire (EIQ) University of Seville.* Disponible en: <http://www.personal.us.es./flinan>
- Liñán, F. y Rodríguez, J.C. (2004). *Entrepreneurial attitudes of Andalusian university students.* 44th ERSA Conference, Porto (Portugal), 21-25 august.
- Martín Cruz N., Hernángomez J. y A. Rodríguez (2005). Análisis de la formación y la experiencia laboral como determinante del espíritu emprendedor de los estudiantes universitarios. *Revista Asturias de Economía*, Universidad de Valladolid, RAE, N° 34 pp. 131-143.
- Mendoza, F. (2006). *Validación de un instrumento para medir el espíritu empresarial en un grupo de jóvenes universitarios.* México: Universidad de la Salle. Tesis para obtener el Grado de Maestría en Educación Formación Docente.
- Robinson, P.B.; Stimpson, D.V.; Huefner, J.C. y Hunt, H.K. (1991). An attitude approach to the prediction of entrepreneurship. *Theory and Practice*, vol. 15, num. 4, pp. 13-30.
- Shapero, A. & P. Sokol (1982). Social dimensions of Entrepreneurship . In Kent, Ca. Sexton, DL, *Encyclopedia de entrepreneurship*
- Valera, R., Bedoya, O. y Uribe, A. (2004). *Estudio cualitativo sobre espíritu empresarial en egresados universitarios.* Disponible en: <http://aplicaciones.icesi.edu.co/ciela/antiores/edem.html>. III Cipeal, Conferencia Internacional de Pesquisa em Empreendedorismo na América Latina (Brasil). (Consultado en enero de 2007)
- Veciana J. y Urbano D. (2004). Actitudes de los estudiantes universitarios hacia la creación de empresas. Un estudio comparativo entre Cataluña y Puerto Rico. Disponible en: <http://www.uv.es/motiva/libromotiva/02VecianaUrbano.pdf>. (Consultado el 05/06/ 2007)
- Viloria, I. (2004). Motivación al logro y espíritu empresarial en los participantes del programa profesionalización en servicio de la Universidad Metropolitana, estudio comparativo. Caracas: Universidad Metropolitana, para optar al título de Licenciada en Educación.