

CARACTERÍSTICAS EMPRENDEDORAS EN UNIVERSITARIOS PRÓXIMOS A EGRESAR DE LA FACULTAD DE COMERCIO Y ADMINISTRACIÓN DE TAMPICO

ENTREPRENEURIAL CHARACTERISTICS IN UNIVERSITY STUDENTS WHO ARE ABOUT TO COMPLETE THEIR DEGREE IN THE FACULTY OF COMMERCE AND ADMINISTRATION OF TAMPICO

Ochoa Hernández, Magda Lizet¹; Azuela Flores, José Ignacio² y Rangel Lyne, Lucirene³

Facultad de Comercio y Administración de Tampico, Universidad Autónoma de Tamaulipas

RESUMEN

El estudio del comportamiento emprendedor ha identificado diferentes atributos o características que lo componen: la tendencia a correr riesgos, creatividad, relaciones con los grupos, efectividad en el manejo del cambio, autodeterminación, sensibilidad social, desarrollo personal y organizacional, entre otros. El presente estudio, de tipo descriptivo, tiene como objetivo analizar la presencia de las mencionadas características emprendedoras en los universitarios próximos a egresar de todas las carreras impartidas en la Facultad de Comercio y Administración de Tampico, de la Universidad Autónoma de Tamaulipas, para posteriormente elaborar un perfil emprendedor universitario. Los datos se recabaron a través de una encuesta que se aplicó a 165 estudiantes universitarios [hombres (36%) y mujeres (64%) de entre 18 y 27 años] seleccionados de manera aleatoria. Para lograr el anterior objetivo, se llevó a cabo un análisis clúster no jerárquico K-medias el cual tomó como variable indicador el nivel de emprendimiento. Los resultados muestran que los emprendedores universitarios se pueden clasificar en dos grandes grupos ($P < .05$ | $P = .000$): un **primer grupo** que se caracteriza por manifestar muy pocas características atribuibles al comportamiento emprendedor y; un **segundo grupo** que muestra todas las características atribuibles a los emprendedores: son personas creativas que generan ideas y realizan actividades innovadoras, tienden a tomar riesgos en su trabajo y, en general, en las actividades que hacen. La importancia del trabajo radica en que, a partir de este diagnóstico se podrán elaborar estrategias en la formación profesional que promuevan el desarrollo de estos atributos del espíritu empresarial.

Palabras clave: emprendimiento, perfil emprendedor, características emprendedoras, análisis clúster.

ABSTRACT

The study of entrepreneurial behavior has identified different attributes or characteristics that make it up: the tendency to take risks and be creative, develop relationships and became effective in handling change as well to show determination, social sensitivity, personal and organizational development, among others. This descriptive study, aims to analyze the presence of entrepreneurial characteristics mentioned to further develop an entrepreneurial profile in the students who are about to complete their bachelor degree. Data

¹ Profesora Investigadora de la Facultad de Comercio y Administración de Tampico, Universidad Autónoma de Tamaulipas. Centro Universitario Tampico-Madero, Apartado Postal 6, colonia Universidad, Tampico, Tamaulipas, C.P. 89600. Correo electrónico: mlochoa@uat.edu.mx

² Profesor Investigador de la Facultad de Comercio y Administración de Tampico, Universidad Autónoma de Tamaulipas. Centro Universitario Tampico-Madero, Apartado Postal 6, colonia Universidad, Tampico, Tamaulipas, C.P. 89600. Correo electrónico: iazuelaf@uat.edu.mx

³ Profesora Investigadora de la Facultad de Comercio y Administración de Tampico, Universidad Autónoma de Tamaulipas. Centro Universitario Tampico-Madero, Apartado Postal 6, colonia Universidad, Tampico, Tamaulipas, C.P. 89600. Correo electrónico: lucirene@live.com.mx

were collected through a survey applied to 165 university students (men (36%) and women (64%) aged between 18 and 27 years old) randomly selected. To achieve the above objective a non-hierarchical K-means cluster analysis was conducted in which the level of entrepreneurship of the subjects was taken as an indicator. The results show that college entrepreneurs can be classified into two groups ($P < .05$ | $P = .000$): the first group was characterized by showing few features attributed to entrepreneurs and the second group shows all characteristics attributed to entrepreneurs: they are creative people who generate ideas and carry out innovative activities tending to take risks in their work and all activities they do. The importance of this study resides in developing strategies that promote these entrepreneurial characteristics in university students.

Keywords: *entrepreneurship, entrepreneurial profile, entrepreneurial characteristics, cluster analysis.*

INTRODUCCIÓN

Los emprendimientos se originan bien sea en la explotación de una oportunidad o en la necesidad (Marulanda, Montoya & Vélez, 2014). El primero, es realizado por las personas que perciben una oportunidad de negocio y crean empresa como una de varias opciones de carrera, mientras que el emprendimiento por necesidad es el que hacen las personas no porque quieran ser independientes, sino porque no encuentran otra forma para subsistir.

Moreno y Espíritu (2010) afirman que en países latinoamericanos se emprende por la necesidad económica de buscar otras opciones para completar las necesidades de consumo. En su estudio, encuentran que más del 70% de sus entrevistados crean sus empresas por necesidad. Para el caso de México el Monitor Global de la Actividad Emprendedora (2013) reporta que la razón que predomina es por oportunidad con un 46% y en menor proporción por necesidad con un 25%.

Según Hisrich, Peters y Dean (2005), el emprendimiento se puede dar desde diferentes puntos de vista: desde la visión del comportamiento, desde la visión economista y desde la visión psicológica. Desde estos puntos de vista, son diversas las teorías que los sustentan.

Las teorías del comportamiento están centradas en la intención del individuo por realizar una conducta determinada. Las intenciones reflejan los factores motivacionales que influyen en el comportamiento. Por parte de las teorías motivacionales, la psicología ha realizado contribuciones buscando una mejor comprensión de las razones que motivan a las personas a convertirse en creadoras de empresas, y desde la teoría económica se contempla la importancia del emprendedor pues es una de las fuerzas que

conduce al desarrollo económico. Del espíritu emprendedor va a depender el grado de prosperidad que pueda alcanzar una sociedad.

Este espíritu se centra en el desarrollo del individuo en los diferentes ambientes en los cuales se desempeña, por lo que requiere de un esfuerzo conjunto de todas las organizaciones que participan en su formación y educación (Borjas, 2003). Tal como señalan Moreno y Espíritu (2010), el desarrollo de las habilidades para lograr emprendimientos que se traduzcan en empresas depende en gran medida de la triple hélice de desarrollo (universidad, gobierno y empresa), es decir, depende de la educación, el soporte económico financiero y la experiencia empresarial.

Entre los atributos que caracterizan el espíritu empresarial según Borjas (2003) se encuentran: la honestidad, la tendencia a correr riesgos, la creatividad, las relaciones con los grupos, la efectividad en el manejo del cambio, la autodeterminación, la sensibilidad social y la participación en eventos para el desarrollo personal y organizacional. De aquí surge nuestra principal interrogante, ¿cuáles de estas características están presentes en los universitarios de la Facultad de Comercio y Administración de Tampico, de la Universidad Autónoma de Tamaulipas? Toda vez que la comunidad emprendedora es la base de mucho del capital invertido en nuevas empresas y esta comunidad se manifiesta en gran medida en la etapa universitaria.

Las características resultantes manifestadas en los universitarios permitirán elaborar un perfil psicográfico que hasta ahora no se había realizado en nuestro Estado, aun cuando el Monitor Global de la Actividad Emprendedora identifica un perfil emprendedor en México de acuerdo a características sociodemográficas (edad, ingreso, nivel educativo y condición de ocupación). Entre sus principales hallazgos destaca que los jóvenes están participando en la actividad emprendedora casi a la misma tasa que los grupos de mayor edad y la educación superior es el segundo grupo con la mayor tasa de emprendimiento, aunado al siguiente perfil: el emprendedor mexicano es cada vez más joven y educado y emprende principalmente por oportunidad.

Por lo tanto, el presente trabajo tiene como objetivo caracterizar al emprendedor universitario incluyendo características sociodemográficas y psicográficas. Con la

finalidad de obtener un perfil del emprendedor que sea de utilidad tanto a investigadores como instituciones, no excluyendo a la comunidad en general. Su importancia radica en que; a partir de este diagnóstico se podrán elaborar estrategias en la formación profesional que promuevan el desarrollo de estos atributos del espíritu empresarial y contribuyan al desarrollo económico de la región.

MÉTODO

Muestra

El estudio se centró en estudiantes universitarios. Específicamente, en los alumnos de las cuatro carreras (*Contaduría Pública, Informática, Negocios Internacionales y Administración*) ofertadas en la Facultad de Comercio y Administración de Tampico (FCAT), Universidad Autónoma de Tamaulipas (UAT). Concretamente, se analizó a aquellos alumnos próximos a culminar sus estudios universitarios, es decir, aquellos que habían completado la formación orientada al emprendimiento (inscritos en séptimo y octavo semestre).

De una población de 429 alumnos inscritos en los últimos semestres (séptimo y octavo), se obtuvo una muestra de 165 estudiantes. La muestra se estimó considerando un 10% de margen de error y un nivel de confianza del 90%. En la tabla 1 se ofrece una serie de estimaciones referentes al tamaño de la muestra. Como se observa, en la tabla 1 se ofrecen tres cálculos con distintos niveles de confianza (99, 95 y 90%), siendo el 99% el mayor nivel de confianza y el 90% el nivel de confianza más bajo aceptable.

Tabla 1. Estimaciones de la Muestra

Nivel de Confianza			
Población	99%	95%	90%
429 alumnos	261 encuestas	203 encuestas	165 encuestas

Los 165 integrantes de la muestra fueron seleccionados a través del muestreo aleatorio simple, empleando como marco muestral la lista de estudiantes inscritos en séptimo y octavo semestre de las carreras de Contaduría Pública, Informática, Negocios Internacionales y Administración. De ellos, 105 fueron mujeres y 60 hombres, todos ellos

con edades comprendidas entre los 18 y 27 años (véase Tabla 2).

Tabla 2.- Distribución de la muestra por sexo, estado civil y edad

SOLTEROS			
EDAD	18-22 AÑOS	EDAD	23-27 AÑOS
<i>HOMBRE</i>	41	<i>HOMBRE</i>	19
<i>MUJER</i>	89	<i>MUJER</i>	16
TOTAL:	130	TOTAL:	35
			165

Fuente: Elaboración Propia

Instrumento y procedimientos

Para recabar la información, se aplicó una adecuación de la encuesta propuesta por Borjas (2003). La encuesta, congruente con la literatura previa sobre los componentes de la cultura emprendedora (véase Galindo y Echavarría 2011; González y Rodríguez 2008; Olivera y Olmedo 2009), midió seis componentes del espíritu emprendedor: 1) participación en eventos de desarrollo personal u organizacional, 2) creatividad, 3) tendencia a correr riesgos, 4) autodeterminación, 5) efectividad en el manejo del cambio, 6) honestidad. Cada una de las seis características mencionadas se evaluó a través de una escala de cinco puntos donde: 1= casi nunca, 2= rara vez, 3= ocasionalmente, 4= frecuentemente y 5 siempre. Adicionalmente, la encuesta incluyó preguntas sobre el perfil sociodemográfico de los participantes. Concretamente, se identificó el sexo, estado civil y la edad.

En total, la encuesta constó de 15 ítems orientados a medir los seis componentes del emprendimiento, más tres preguntas dirigidas a las características sociodemográficas.

El tipo de aplicación de encuesta utilizado fue personal directa. Lo que significa que los participantes fueron encuestados a través de un encuestador que leía preguntas y respuestas y registraba la respuesta indicada por el encuestado. Se eligió este tipo de

aplicación pues, y en comparación con otros métodos de aplicación, este permite obtener mayor cantidad y veracidad de respuesta (Hair, Bush & Ortinau, 2004).

Para evaluar la fiabilidad unidimensional de la encuesta se empleó el Alfa de Cronbach, los resultados obtenidos superan los niveles sugeridos ($\alpha = .871$), lo que indica una buena fiabilidad de la encuesta (véase Tabla 3)

Tabla 3.- Análisis de fiabilidad de la encuesta

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados
.871	.873

El método empleado para realizar el trabajo se dividió en dos etapas. En la primera de ellas se realizó un análisis factorial exploratorio que permitió validar las dimensiones del comportamiento emprendedor y obtener una medida del nivel de emprendimiento útil para la siguiente etapa. En la segunda etapa, se realizó un análisis clúster con el fin de agrupar a los encuestados en base al nivel de emprendimiento que manifiestan.

Etapas 1: Análisis Factorial Exploratorio

Validación de las escalas: Con base en los resultados de las encuestas se realizó un Análisis Factorial Exploratorio que permitió validar las escalas utilizadas. Los resultados muestran que la encuesta en su conjunto es válida. Es decir, que los ítems que en ella se emplean son una medida apropiada de la variable latente (emprendimiento) y sus dimensiones (**Desarrollo Personal y Organizacional, Creatividad, Propensión al riesgo, Autodeterminación, Efectividad en el manejo del cambio y Honestidad**). Así lo indica el test de esfericidad de Bartlett ($p < .05 | p = .000$) que prueba que los ítems están correlacionados entre sí y, por tanto, estos explican el emprendimiento y sus dimensiones.

En la tabla 3, se ofrece el resumen con los resultados para cada componente del emprendimiento. Así pues, se observa que la primera dimensión (**Participación en eventos para Desarrollo Personal y Organizacional**) es la más robusta con un autovalor superior a 10 y una proporción de la varianza del 31%. Mientras que la Honestidad

es la dimensión que menos peso tiene en la explicación del emprendimiento con una varianza del 3.61% y un auto-valor de 1.15. De igual modo, la tabla 4 ofrece los análisis de fiabilidad (Alfa de Cronbach) para cada una de las seis dimensiones del emprendimiento. Los resultados del análisis de fiabilidad muestran que, con excepción de **efectividad en el manejo del cambio**, todos los componentes toman valores superiores a los mínimos aceptados ($\alpha > .5$).

Tabla 4.- Resumen del Análisis Factorial Exploratorio

	Reliability del Item	Alpha de Cronbach	Auto-valores	% de la Varianza explicada
Participación en eventos para Desarrollo Personal y Organizacional		.585	10.08	31.50%
Participo en actividades destinadas a la mejora de situaciones sociales	.400			
Participo en actividades extra-cátedra para mantenerme en contacto con otros grupos profesionales	.745			
Creatividad		.626	1.92	6.00%
Genero ideas que son puestas en práctica en los grupos de trabajo	.518			
Pienso en forma creativa para la realización de las actividades	.423			
Tendencia a correr riesgos		.646	1.52	4.77%
Busco formas de mejorar las actividades que realizo	.667			
Diseño nuevas formas o actividades conducentes a la mejora de las actividades (<i>manejo del cambio</i>)	.594			
Me gusta desarrollar trabajos que conlleven retos	.366			
Autodeterminación		.726	1.38	4.32%

Proveo nuevas visiones u orientaciones para el desarrollo de las actividades	.543			
Me veo a mí mismo iniciando actividades en mi vida diaria	.305			
Selecciono resultados obtenidos de acciones puestas en marcha en el logro de objetivos para determinar acciones futuras	.443			
Analizo desde el punto de vista técnico, la información recibida antes de proceder	.317			
Efectividad en el manejo del cambio		.324	1.26	3.94%
Me planteo nuevas formas para hacer las cosas que son fácilmente aceptadas	.638			
Procuro mejorar cada actividad que realizo	.427			
Honestidad		.589	1.15	3.61%
Asumo responsabilidad por las cosas que hago	.682			
Respeto las ideas y derechos de propiedad intelectual de otros	.527			

Etapas 2: Análisis Clúster

Como ya se mencionó, se empleó el nivel de emprendimiento como variable indicador dentro del análisis clúster. El nivel de emprendimiento se obtuvo a través del análisis factorial exploratorio antes presentado que permitió reflejar las seis dimensiones del espíritu emprendedor en un solo factor.

Posteriormente, se realizó el análisis clúster, es decir, la clasificación o agrupamiento de la población de n individuos en g grupos de acuerdo a una característica

especificada (Sánchez Cuenca, 1990), en este caso de acuerdo al nivel de emprendimiento.

Para crear tipologías de emprendedores, se empleó al análisis clúster no jerárquico de aglomeración K-medias. La solución definitiva elegida para este estudio es de dos conglomerados atendiendo al tamaño de los grupos, a la posibilidad de interpretación de los resultados, al grado de significación de cada factor en cada uno de los análisis (ANOVA) y a la posición de centroides finales. El grado de significación de las variables y factores (análisis ANOVA) corrobora que son suficientemente representativos a un nivel del 95% (véase Tablas 5 y 6).

Tabla 5.- ANOVA

	Conglomerado		Error		F	Sig.
	Media cuadrática	GI	Media cuadrática	gl		
Emprendimiento	29973.611	1	100.684	163	297.699	.000

Tabla 6. Análisis Clúster no jerárquico

Gpo.	Denominación	Tamaño		Distancia entre los centros de gravedad	
		Nº	%	Centros iniciales de los conglomerados	Media cuadrática
1	Grupo 1	88	53.33%	70	100.68
2	Grupo 2	77	46.66%	160	

RESULTADOS

Los resultados del análisis clúster sugieren dos clasificaciones de emprendedores (grupo 1 y grupo 2). En términos generales, ambos grupos son relativamente equitativos en cuanto a integrantes. No obstante, el primero de ellos (grupo 1), es el grupo con más individuos (88 individuos). Por su parte, el segundo (grupo 2) es un poco menor al grupo anterior concentrando 77 individuos.

Teniendo en cuenta estos dos grupos de emprendedores, fue posible definir cada uno de ellos con base en las características socio-demográficas (**género**) y conductuales de sus miembros: **1) Desarrollo Personal y Organizacional, 2) Creatividad, 3) Propensión al riesgo, 4) Autodeterminación, 5) Efectividad en el manejo del cambio y 6) Honestidad**). Así pues, a continuación se presenta el perfil de cada uno de ellos:

- **Grupo 1.** Es el grupo más numeroso (53%), con una composición ligeramente mayor de mujeres (58% frente a un 42% de hombres). Los miembros de este grupo se caracterizan por hacer muy pocas inversiones en su desarrollo personal y organizacional. En general, en este grupo muy poco se participa en actividades destinadas a mejora de situaciones sociales o para mantener contacto con otros grupos profesionales (el 70% no lo hace). Tampoco destacan por ser un grupo creativo que genere ideas que sean puestas en marcha o que realice actividades de forma creativa (tan sólo el 28% de los integrantes demuestra creatividad). Asimismo, en evidente contraste con las teorías del emprendedor, este grupo es averso al riesgo. En general, sus miembros no suelen tomar riesgos buscando alternativas de mejora en sus actividades y tampoco les gusta asumir retos (más del 70% es averso al riesgo). Muestran poca autodeterminación en la forma en que perciben las cosas y en la forma en que se perciben a sí mismos (casi el 80% de sus miembros manifiesta esta conducta). Finalmente, y en congruencia con la aversión al riesgo manifiesta, los miembros de este grupo demuestran serios problemas en el manejo del cambio de sus rutinas y actividades (83% manifiesta esta conducta). Sin embargo, se trata de un grupo que demuestra honestidad, que asume responsabilidad por sus actos y que es respetuoso de las ideas y propiedad intelectual de otros (casi el 50% del grupo así lo manifiesta) (véase Anexo 1).
- **Grupo 2.** Este grupo es ligeramente menor que su antagónico (46.66%), conformado principalmente por mujeres (70%) este grupo, en contraste con el grupo 1, muestra todas las características atribuibles a los emprendedores. Así pues, los miembros de este grupo participan en eventos que promueven su desarrollo personal y profesional (83%). Se trata principalmente de personas creativas que generan ideas y realizan actividades innovadoras (71%). Tienden a

tomar riesgos en su trabajo y, en general, en las actividades que hacen (82%). Muestran autodeterminación y efectividad en el manejo del cambio (88% y 74% respectivamente), y finalmente, son un grupo formado mayoritariamente por personas que asumen responsabilidad por sus actos y respetuoso de las ideas y propiedad intelectual de otros (75%) (véase Anexo 1).

Estos resultados son congruentes con los perfiles de emprendedor universitario identificados en Europa y Latinoamérica. En donde identifican características emprendedoras como la creatividad e innovación, tenacidad, autoconfianza, liderazgo y coordinación, comunicación, negociación, responsabilidad, capacidad para asumir riesgos, altruismo y honestidad (Rusque, Ramírez, Torres, Guzmán & Castillo, 1998). Otros estudios se han centrado en analizar estudiantes de carreras semejantes a las que aquí se han analizado, obteniendo resultados congruentes (véase Olivera y Olmedo, 2009). Estos resultados apuntan a lo que parece un perfil universal del emprendedor universitario de carreras con orientación económico-social.

CONCLUSIONES

De acuerdo con los datos del Monitor Global de la Actividad Emprendedora (2013), la tasa de emprendimiento en México ha venido creciendo desde 2010 pasando del 10.5% al 14.8% en 2013 (el dato más actualizado para el país). La importancia de este crecimiento sostenido en la tasa de emprendimiento radica en la contribución que la actividad emprendedora hace sobre la economía de un país motivando la creación de empleo y la innovación de la empresa (Monitor Global de la Actividad Emprendedora, 2013).

Considerando la importancia del emprendimiento sobre el desarrollo económico, se torna esencial conocer quiénes y cómo son los emprendedores. El presente trabajo se ocupa de esta cuestión analizando las características de los jóvenes emprendedores (concretamente de los universitarios).

Si bien, es posible encontrar perfiles de los emprendedores en México. Sin embargo, éstos sólo caracterizan a los emprendedores en función de sus características

sociodemográficas (edad, ingreso, nivel educativo y condición de ocupación) (Monitor Global de la Actividad Emprendedora, 2013).

Evidencia empírica de otros países ofrece perfiles psicográficos y sociodemográficos de los emprendedores (véase por ejemplo; Olivera & Olmedo 2009; Galindo & Echavarría 2011 y Santander 2010). Sin embargo, esto no ocurre en el contexto mexicano en donde la caracterización de los emprendedores aún es campo fértil. Este trabajo caracteriza a los jóvenes emprendedores desde una perspectiva holística que incluye características sociodemográficas y psicográficas.

Los resultados de este trabajo caracterizan al emprendedor como una persona creativa que genera ideas y realiza actividades innovadoras, propensa a tomar riesgos en su trabajo y, en general, en las actividades que hace y que muestra autodeterminación y efectividad en el manejo del cambio. Estos resultados ofrecen implicaciones útiles para el entorno académico. Así pues, derivado de esta caracterización, las universidades e instituciones de educación en general, podrían diseñar programas y políticas que propicien el desarrollo de estos factores en los estudiantes. Finalmente, gracias a la caracterización de los emprendedores es posible diseñar políticas y programas que los identifiquen y canalicen reduciendo barreras al emprendimiento.

REFERENCIAS

- Borjas, L. (2003). Espíritu empresarial, creatividad empresarial. Un nuevo reto, *Anales*, 3(2), pp. 133-156.
- Galindo, R. & Echavarría, V. (2011). Diagnóstico de la cultura emprendedora en la escuela de ingeniería de Antioquía, *Revista EIA*, 15, 85-94.
- González, J. & Rodríguez, M. (2008). Diagnóstico y valoración de desarrollo del espíritu empresarial de los estudiantes de la Facultad Seccional Sogamoso de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, *Pensamiento & Gestión*, 24, 225-255.
- Hair, J. F., Bush, R. P., & Ortinau, D. J. (2004). *Investigación de mercados*. McGraw Hill: México.
- Hisrich, D.R., Peters, P. M. & Dean, S.A. (2005). *Entrepreneurship* (Emprendedores). Madrid, España: McGraw Hill, Interamericana de España, S.A.U.
- Marulanda, F. A., Montoya, I.A. & Vélez, J.M. (2014). Teorías motivacionales en el estudio del emprendimiento, *Pensamiento & Gestión*, 36, 204-236.
- Monitor Global de la Actividad Emprendedora (2013). *El emprendimiento en México*, disponible en: www.gemconsortium.org
- Moreno, H.M. y Espíritu, R. (2010). Análisis de las características del emprendimiento y liderazgo en los países de Asia y Latinoamérica, Portes, *Revista Mexicana de Estudios sobre la Cuenca del Pacífico*, 4(8), 101-122.
- Olivera, E., & Olmedo, P. L. (2009). Características Emprendedoras de egresados de contador auditor e ingeniería en administración de empresas de la Universidad católica del Maule, *Revista Académica*, 37, 50-72.
- Rusque A., Ramírez C., Torres G., Guzmán S., Castillo C. (1998). Medición de Capacidad Emprendedora de Estudiantes de Escuelas de Administración de Europa y América Latina (Red Alfa.Comunidad Europea) XII Congreso Latinoamericano Sobre Espíritu Empresarial San José, Costa Rica.

ANEXOS

Anexo 1.- Perfiles emprendedores de los estudiantes FCAT (7° y 8° semestre)

	Grupo 1	Grupo 2
Tamaño del clúster	53.33%	46.66%
Genero		
Mujer	58%	70%
Hombre	42%	30%
Participación en eventos para Desarrollo Personal y Organizacional		
-	70%	17%
0	%	%
+	30%	83%
Creatividad		
-	72%	29%
0	%	%
+	28%	71%
Tendencia a correr riesgos		
-	72%	18%
0	%	%
+	28%	82%
Autodeterminación		
-	78%	12%

0	%	%
+	22%	88%
Efectividad en el manejo del cambio		
-	83%	26%
0	%	%
+	17%	74%
Honestidad		
-	55%	25%
0	%	%
+	45%	75%