



Grupo de Estudios Sociales sobre  
Paraguay  
IEALC-FSOC  
Universidad de Buenos Aires, Argentina



Universidad Nacional de Pilar  
Ñeembucú  
Paraguay

---

Ponencia/línea de investigación presentada en el

**XI Taller: “Paraguay desde las Ciencias Sociales”**

Pilar. 7, 8 y 9 de junio de 2018

Universidad Nacional de Pilar

Evolución del comportamiento emprendedor en las carreras de administración y ciencias contables de la UNP de acuerdo con la escuela del comportamiento de David McClelland

Éver Federico Villalba Benítez, Ms. UNP. [evervill@gmail.com](mailto:evervill@gmail.com)  
James Luiz Venturi, Dr. UNILAS. [james.venturi@unilas.com.br](mailto:james.venturi@unilas.com.br)

# **Evolución del comportamiento emprendedor en las carreras de administración y ciencias contables de la UNP de acuerdo con la escuela del comportamiento de David McClelland**

**Palabras Clave:** Administración. Ciencias contables. Emprendedurismo. Perfil emprendedor. Comportamiento emprendedor.

## **Resumen**

¿La universidad ayuda el desarrollo emprendedor de sus estudiantes? Con base en esta pregunta los investigadores intentaron evaluar si había o no, influencia en el perfil o comportamiento emprendedor de los estudiantes durante su permanencia en la universidad. Investigación de tipo descriptiva a través de un cuestionario aplicado a ciento y ochenta y uno estudiantes de las carreras de administración y ciencias contables. El estudio apuntó variaciones que demuestran que durante el período de vida universitario, el estudiante presentó un reducido comportamiento emprendedor, no mucho, pero debería incluso tener ampliado las características emprendedoras. Al empezar en la universidad, los estudiantes básicamente presentan comportamientos positivos en relación a búsqueda de oportunidades y de cierta forma en la exigencia de calidad. Sin embargo, presentan mínimamente características emprendedoras relacionadas al establecimiento de metas y de correr riesgos calculados.

## **Introducción**

Se ha hablado mucho en los últimos años del emprendedurismo en el ámbito universitario, pero, nadie puede afirmar si existe o no una influencia positiva.

Segundo Castellani (2015), la realidad de los emprendedores en América Latina no se parece en nada a la de otras regiones: empezando por el tamaño de las empresas y terminando por la motivación de los emprendedores.

Además de estos rasgos, los emprendedores tienen escaso apetito por el riesgo y la innovación, lo cual, sumado a la disponibilidad limitada de capital humano, produce empresas menos complejas e innovadoras que sus contrapartes europeas o asiáticas.

Para la autora, los procesos para desarrollar capacidades empresariales deben ser promovidos en todos los niveles del sistema educativo (desde la escuela primaria y secundaria, y posteriormente) como una manera de superar las desventajas asociadas con el origen social al comienzo de la carrera de un emprendedor. En la universidad, esto significa promover el espíritu empresarial entre los estudiantes de las instituciones públicas, a las que la clase media (o baja) suele recurrir con más frecuencia.

Así, la pregunta de investigación es ¿La universidad cumple su papel de desarrollo emprendedor de los estudiantes?

Nuestra hipótesis es que no. Y podremos averiguar que en realidad la universidad no consigue desarrollar de manera eficiente los comportamientos emprendedores.

## **Marco referencial**

Segundo Jiménez-Saéz y Arroyo-Vázquez (2000), Actualmente prácticamente nadie discute que el papel de las universidades no se restringe sólo a las actividades de enseñanza e investigación.

Es más, la sociedad demanda una mayor implicación de las universidades en el desarrollo económico y social del territorio. Este proceso ha originado la aparición y consolidación de un nuevo tipo de universidad: la universidad emprendedora.

La consolidación de la “tercera misión” como mecanismo de reorientación de las universidades y el interés de los diferentes niveles de gobierno en cada territorio en la participación activa de las universidades en el desarrollo económico y social, promueve la concreción de un nuevo entorno favorable a la implantación y desarrollo del emprendedurismo y la colaboración universidad-empresa.

En este nuevo entorno debe dar cabida a nuevos agentes entre los ya existentes que, de forma conjunta, van a desempeñar papeles distintos con el fin de propiciar la implicación de las universidades en esa tercera misión.

Para Guzmán (2008), La puesta en marcha de nuevas iniciativas empresariales cabe esperar que tenga una incidencia favorable sobre la innovación, la competitividad y el empleo. Por ello, a lo largo de los últimos años, la consideración y el apoyo dados desde los ámbitos sociales, políticos y académicos a la creación de empresas han sido muy reseñables.

La sociedad demanda cada vez más una mayor implicación de la universidad en el proceso de desarrollo económico y social de las regiones. Ello ha dado lugar a la denominada universidad emprendedora, la cual combina e integra las tradicionales actividades de

educación e investigación con la contribución al desarrollo económico y social (Etzkowitz, 1998; Goddard, 1998).

Esta transformación de la universidad tradicional hacia una emprendedora ha sido estudiada en universidades tanto europeas como del resto del mundo (Clark, 2004), identificando elementos comunes que favorecen dicha transformación, entre los que cabe destacar la existencia de una cultura emprendedora integrada tanto en la institución como en la actitud y la forma en que sus agentes desempeñan sus actividades.

En este contexto, y partiendo de la base de la existencia de un cierto nivel de cultura emprendedora integrado en las universidades, encontramos que una de las principales actividades que deben llevarse a cabo dentro de su nuevo papel como emprendedoras es el fomento del emprendedurismo y el apoyo al desarrollo de empresas.

Atendiendo a una consideración personal del sujeto emprendedor, podemos aceptar que éste es un individuo dotado de la capacidad para crear nuevas oportunidades económicas (nuevos productos, nuevos métodos de producción, nuevos esquemas organizativos y nuevas combinaciones de mercado-producto), por su cuenta, en equipo y fuera de las organizaciones existentes, y de introducir sus ideas en el mercado, haciendo frente a la incertidumbre y otros obstáculos, tomando decisiones sobre localización y utilización de los recursos y de las instituciones (Wennekers y Thurik, 1999).

Poseer esta capacidad sería lo que marca la diferencia entre aquellos individuos dispuestos, interesados y que finalmente dan el paso de emprender un nuevo proyecto empresarial, no exento de incertidumbre y riesgo, y quienes optan por desarrollar su carrera profesional vinculados laboralmente a una organización (Guzmán, 2008).

La consideración de estas diferencias interindividuales ha llevado a los investigadores al estudio de tres grupos de factores personales: a) los factores sociodemográficos, b) los factores psicológicos y c) los factores situacionales.

Los rasgos sociodemográficos del emprendedor: la edad, el género, la procedencia cultural, la ocupación de los padres, el nivel de educación, la experiencia profesional previa, o la formación en creación de empresas, entre otros muchos, son factores estudiados en numerosas investigaciones, dada su supuesta vinculación con la acción emprendedora. (Veciana, Aponte y Urbano, 2005; Díaz, Hernández y Barata, 2007).

Factores psicológicos: su origen está en la obra de Mc Clelland (1968), para quien la motivación de logro es la característica principal de este tipo de personas. Junto a ello, la perseverancia, la actitud competitiva, la independencia y la confianza en uno mismo, son rasgos de carácter facilitadores del éxito y, por tanto, de la motivación hacia el aprendizaje.

Factores situacionales: dentro de ellos, la situación personal de desempleo es uno de los considerados con más frecuencia. El análisis teórico de esta relación podría hacerse desde la Teoría de la marginación (Veciana, 1999). Desde este marco, cabe plantear que las personas en una situación de desempleo de larga duración, o con escasas oportunidades para lograr un empleo asalariado son más propensas a convertirse en empresarios.

Entiende North (1993) que las instituciones son “las reglas de juego en una sociedad o, más formalmente, son las limitaciones ideadas por el hombre que dan forma a la interacción humana”. Su función principal es reducir la incertidumbre, marcando una estructura o rutina que sirve de guía a la vida diaria.

Por ello, la existencia de normas y reglas directivas del comportamiento y las relaciones humanas ha de condicionar la realidad social y económica.

Esto permite a Krueger y Brazeal (1994) elaborar un concepto del potencial emprendedor, de acuerdo con el cual, la intención emprendedora depende de los siguientes factores: a) La deseabilidad percibida, es decir, lo más o menos atractivo que resulte para la persona el hecho de poner en marcha un negocio. b) La viabilidad percibida, correspondiente al grado en que la persona se siente capaz de llevar a cabo la iniciativa empresarial.

O sea, es factible la importancia de la universidad emprendedora, pero, aún no se puede decir con claridad, cuales acciones deberían ser desarrolladas para que de hecho hubiera un cambio en el comportamiento emprendedor de los estudiantes.

## **Metodología**

Este estudio investigativo está basado en un abordaje cuantitativo, con una investigación de tipo descriptiva a través de la aplicación en campo de un cuestionario estructurado, aplicado a ciento y ochenta y uno estudiantes a través de un censo con todos los estudiantes de las carreras de administración y ciencias contables, así distribuidos: Administración – 1° Ciclo – 85 alumnos. Administración – 5° Ciclo – 21 alumnos. Ciencias Contables – 1° Ciclo – 59 alumnos. Ciencias Contables – 5° Ciclo – 16 alumnos. El estudio fue realizado en el segundo semestre de 2014 en la Universidad Nacional de Pilar.

El cuestionario es compuesto por una secuencia de 55 afirmaciones estructuradas de forma a identificar los diez comportamientos apuntados. Cada afirmación propone una autorreflexión al entrevistado, a través de una escala cualitativa y numérica, que, a su vez, se fundamenta en el raciocinio cualitativo de evaluaciones intangibles de Likert, citados por Aaker y otros. (2001).

La puntuación de la escala para cada afirmación expresa el comportamiento del entrevistado considerando la puntuación 1, cuando equivale a “nunca” tener tal comportamiento, hasta el número 5 que equivale a “siempre” tener este comportamiento.

La puntuación final que identifica la intensidad de cada uno de los diez comportamientos emprendedores fue hecha a través de una tabla que comprende una secuencia estructurada de sumas y sustracciones, impidiendo un raciocinio tendencioso del entrevistado.

Las diez características del comportamiento emprendedor son:

1) Búsqueda de oportunidad e iniciativa: capacidad de anticiparse a los hechos y crear nuevas oportunidades de negocios, desarrollar nuevos productos y servicios, proponer soluciones innovadoras.

2) Persistencia: Enfrentar los obstáculos con decisión, buscando el éxito a toda costa, manteniendo o cambiando estrategias, de acuerdo con las situaciones.

3) Correr riesgos calculados: Disposición para asumir desafíos o riesgos moderados y responder personalmente por ellos.

4) Exigencia de calidad y eficiencia: Decisión de hacer siempre más y mejor, buscando satisfacer o superar las expectativas de plazos y patrones de calidad.

5) Involucrarse: Hacer sacrificio personal o esfuerzo extraordinario para completar una tarea; colaborar con los subordinados e incluso asumir el lugar de ellos para terminar un trabajo, esmerarse para mantener los clientes.

6) Búsqueda de informaciones: Buscar personalmente obtener informaciones sobre clientes, proveedores o competidores; investigar personalmente cómo fabricar un producto o prestar un servicio; consultar con especialistas para obtener asesoría técnica o comercial.

7) Establecimiento de metas: Asumir metas y objetivos que representan desafíos y tengan significado personal; definir con claridad y objetividad las metas de largo plazo; establecer metas de corto plazo mensurables.

8) Planeamiento y monitoreo sistemáticos: Planear, dividir tareas de gran porte en sub-tareas con plazos definidos; revisar constantemente sus planes, considerando resultados obtenidos y cambios circunstanciales; mantener registros financieros y utilízalos para la toma de decisiones.

9) Persuasión y red de contactos: Utilizar estrategias para influenciar o persuadir a los otros, utilizar personas-clave como agentes para lograr los objetivos; actuar para desarrollar y mantener relaciones comerciales.

10) Independencia y auto confianza: Buscar autonomía en relación a las normas y procedimientos; mantener sus puntos de vista aún delante de la oposición o de resultados bajos; expresar confianza en su propia capacidad de complementar una tarea difícil o de enfrentar desafíos.

## **Resultados**

Los resultados obtenidos son presentados en las tablas siguientes, y los análisis estadísticos se componen por conceptos, tales como:

**Moda:** En estadística la moda es el valor con una mayor frecuencia en una distribución de datos.

**Mediana:** representa al valor de la variable de posición central dentro de un conjunto de datos organizados. Esto quiere decir que el conjunto de datos iguales o menores que la mediana supondrán el 50% de los datos, mientras que los datos mayores representarán el 50% restante.

**Media:** resultado de dividir la suma de diversas cantidades por el número de ellas. En este caso, media es sinónimo de promedio (un número finito que se puede obtener al dividir la suma de varios valores entre el número de sumandos).

**Rango:** es el intervalo entre el valor máximo y el valor mínimo; por ello, comparte unidades con los datos. Permite obtener una idea de la dispersión de los datos, cuanto mayor es el rango, más dispersos están los datos de un conjunto.

**Desviación estándar:** representa la magnitud de la dispersión de variables de intervalo y de razón. Estos datos resultan muy útiles y necesarios para analizar y describir información, dado que nos ofrecen distintos puntos de vista, así como diferentes tendencias de los datos que caracterizan el objeto en cuestión y permiten establecer parámetros de comparación más complejos y dinámicos que los meros valores aislados o simplemente sometidos a su promedio aritmético.

**Varianza:** sirve para identificar a la media de las desviaciones cuadráticas de una variable de carácter aleatorio, considerando el valor medio de ésta. Consiste en una medida vinculada a su dispersión. Se trata de la esperanza del cuadrado de la desviación de esa variable considerada frente su media y se mide en una unidad diferente. Lo que hace la varianza es establecer la variabilidad de la variable aleatoria.

El primer análisis es de la carrera de Administración.

	MODA ADM		MEDIANA ADM	
	1° ciclo	5° ciclo	1° ciclo	5° ciclo
Busca Oportunidad e Iniciativa	20	19	19	19
Persistencia	17	17	18	18
Compromiso	18	20	18	20
Exigencia de la Calidad y Eficiencia	24	25	22	25
Corre Riesgos Calculados	13	10	13	12
Establecimiento de Metas	22	21	21	21
Busca Informaciones	19	19	18	19
Planea y Monitorea	20	17	18	17
Persuade y Tiene Red de Contactos	18	18	17	18
Independencia y Autoconfianza	21	21	19	21

**Tabla 1:** Perfil emprendedor de la carrera de administración.

**Fuente:** Los autores.

Considerando la Moda y la Mediana para la carrera de administración, tenemos:

Moda – 1° Ciclo	Mejor puntaje: 20 puntos Oportunidad e Iniciativa Planea y Monitorea	Peor puntaje: 18 puntos Establecimiento de Metas Independencia y Autoconfianza
Moda – 5° Ciclo	Mejor puntaje: 21 puntos Compromiso Persuade y Red	Peor puntaje: 17 puntos Persistencia Planea y Monitorea
Mediana	18 puntos – 1° Ciclo	19 puntos – 5° Ciclo

**Tabla 2:** Comparación entre los ciclos.

**Fuente:** Los autores.

	MEDIA ADM		RANGO ADM	
	1° ciclo	5° ciclo	1° ciclo	5° ciclo
Busca Oportunidad e Iniciativa	18,34	18,33	7	6
Persistencia	17,52	17,76	8	6
Compromiso	18,27	18,71	12	9
Exigencia de la Calidad y Eficiencia	21,86	24,29	19	8
Corre Riesgos Calculados	12,74	11,52	16	7
Establecimiento de Metas	19,92	20,43	19	8
Busca Informaciones	18,15	19,29	10	6
Planea y Monitorea	17,64	17,33	10	4
Persuade y Tiene Red de Contactos	16,24	17,86	15	7
Independencia y Autoconfianza	18,94	20,24	17	5

**Tabla 3:** Perfil emprendedor de la carrera de administración por ciclo.

**Fuente:** Los autores.

Para análisis de la media, puntajes superiores a 20 puntos son considerados comportamientos emprendedores desarrollados y puntajes inferiores a 15 puntos, considerado comportamientos emprendedores débiles. Para puntajes de 15 al 20, se entiende que son comportamientos aún a deberán ser tratados.



Media – 1° Ciclo	Medias > 20 Exigencia de calidad	Media < 15 Corre riesgos
Media – 5° Ciclo	Medias > 20 Exigencia de calidad Establecimiento de metas Independencia y autoconfianza	Media < 15 Corre riesgos
Promedio	17,96 puntos – 1° Ciclo	18,68 – 5° Ciclo
Rango – 1° Ciclo	Mayores rangos Exigencia de calidad Establecimiento de metas	Menores rangos Oportunidad e iniciativa Persistencia
Rango – 5° Ciclo	Mayores rangos Compromiso	Menores rangos Planea y monitorea Independencia y autoconfianza
Promedio de rango	13,3 puntos – 1° Ciclo	6,6 puntos – 5° Ciclo

**Tabla 4:** Análisis estadístico de la carrera de administración.

**Fuente:** Los autores.

	DESVIACIÓN ADM		VARIANZA ADM	
	1° ciclo	5° ciclo	1° ciclo	5° ciclo
Busca Oportunidad e iniciativa	2,40	1,46	5,78	2,13
Persistencia	2,14	1,73	4,56	2,99
Compromiso	2,59	2,53	6,72	6,41
Exigencia de la Calidad y Eficiencia	4,54	1,95	20,60	3,81
Corre Riesgos Calculados	3,36	2,18	11,31	4,76
Establecimiento de Metas	3,86	2,38	14,93	5,66
Busca Informaciones	2,58	1,90	6,68	3,61
Planea y monitorea	2,62	1,20	6,88	1,43
Persuade y Tiene Red de Contactos	2,95	1,77	8,68	3,13
Independencia y Autoconfianza	3,18	1,64	10,10	2,69

**Tabla 5:** Análisis estadístico de la carrera de administración por ciclo.

**Fuente:** Los autores.

Para la análisis de la desviación estándar y varianza, lo mejor es que sea un valor menor, fíjate lo cuadro.

Desviación – 1° Ciclo	Mayores desviaciones Exigencia de calidad Establecimiento de metas	Menores desviaciones Persistencia Oportunidad e iniciativa
Desviación – 5° Ciclo	Mayores desviaciones Compromiso Establecimiento de metas	Menores desviaciones Planea y monitorea Oportunidad e iniciativa
Promedio de la desviación	3,02 puntos – 1° Ciclo	1,87 puntos – 5° Ciclo
Varianza – 1° Ciclo	Mayor varianza Exigencia de calidad Establecimiento de metas	Menor varianza Persistencia Oportunidad e iniciativa
Varianza – 5° Ciclo	Mayor varianza Compromiso Establecimiento de metas	Menor varianza Planea y monitorea Oportunidad e iniciativa
Promedio de la varianza	9,62 puntos – 1° Ciclo	3,66 puntos – 5° Ciclo

**Tabla 6:** Análisis estadístico comparativo de la carrera de administración.

**Fuente:** Los autores.

La segunda análisis es de la carrera de Ciencias Contables.

	MODA CCO		MEDIANA CCO	
	1° ciclo	5° ciclo	1° ciclo	5° ciclo
Busca Oportunidad e Iniciativa	19	18	19	18
Persistencia	17	18	17	18
Compromiso	19	20	19	19
Exigencia de la Calidad y Eficiencia	23	23	25	23
Corre Riesgos Calculados	13	10	12	10
Establecimiento de Metas	23	20	22	20
Busca Informaciones	19	17	19	17
Planea y Monitorea	18	17	17	17
Persuade y Tiene Red de Contactos	19	16	18	17
Independencia y Autoconfianza	19	18	19	19

**Tabla 7:** Perfil emprendedor de la carrera de ciencias contables.

**Fuente:** Los autores.

Considerando la Moda y la Mediana para la carrera de ciencias contables, tenemos:

Medida	Mejor Puntaje	Peor Puntaje
Moda – 1° Ciclo	23 puntos Exigencia de calidad Establecimiento de metas	18 puntos Oportunidad e iniciativa Compromiso Busca de informaciones Persuade y red Independencia y autoconfianza
Moda – 5° Ciclo	20 puntos Compromiso Establecimiento de metas	18 puntos Oportunidad e iniciativa Persistencia Independencia y autoconfianza
Mediana	19 puntos - 1° Ciclo	18 puntos – 5° Ciclo

**Tabla 8:** Perfil emprendedor de la carrera de ciencias contables por ciclo (moda).

**Fuente:** Los autores.

	MEDIA CCO		RANGO CCO	
	1° ciclo	5° ciclo	1° ciclo	5° ciclo
Busca Oportunidad e Iniciativa	18,49	17,94	8	6
Persistencia	17,36	17,44	7	6
Compromiso	18,46	18,19	12	9
Exigencia de la Calidad y Eficiencia	24,83	23,13	9	7
Corre Riesgos Calculados	11,25	10,94	10	7
Establecimiento de Metas	21,05	20,19	12	10
Busca Informaciones	18,51	17,25	15	8
Planea y Monitorea	17,02	17,44	10	10
Persuade y Tiene Red de Contactos	17,75	16,88	9	7
Independencia y Autoconfianza	19,34	19,63	9	10

**Tabla 9:** Perfil emprendedor de la carrera de ciencias contables por ciclo.

**Fuente:** Los autores.

Para análisis de la media, puntajes superiores a 20 puntos son considerados comportamientos emprendedores desarrollados y puntajes inferiores a 15 puntos, considerado comportamientos emprendedores débiles. Para puntajes de 15 al 20, se entiende que son comportamientos aún a deberán ser tratados.

Media – 1° Ciclo	Medias > 20 Exigencia de calidad Establecimiento de metas	Media < 15 Corre riesgos
Media – 5° Ciclo	Medias > 20 Exigencia de calidad Establecimiento de metas	Media < 15 Corre riesgos
Promedio	18,41 puntos – 1° Ciclo	17,90 – 5° Ciclo
Rango – 1° Ciclo	Mayores rangos Busca de informaciones	Menores rangos Persistencia
Rango – 5° Ciclo	Mayores rangos Establecimiento de metas Planea y monitorea Independencia y autoconfianza	Menores rangos Oportunidad e iniciativa Persistencia
Promedio de rango	10,1 puntos – 1° Ciclo	8 puntos – 5° Ciclo

**Tabla 10:** Análisis estadístico de la carrera de ciencias contables.

**Fuente:** Los autores.

	DESVIACIÓN CCO		VARIANZA CCO	
	1° ciclo	5° ciclo	1° ciclo	5° ciclo
Busca Oportunidad e Iniciativa	2,34	1,69	5,50	2,86
Persistencia	1,99	1,82	3,96	3,33
Compromiso	2,69	2,56	7,25	6,56
Exigencia de la Calidad y Eficiencia	2,13	2,16	4,52	4,65
Corre Riesgos Calculados	2,52	2,38	6,33	5,66
Establecimiento de Metas	3,11	3,49	9,67	12,16
Busca Informaciones	2,94	2,24	8,63	5,00
Planea y Monitorea	2,13	2,56	4,53	6,53
Persuade y Tiene Red de Contactos	2,43	2,03	5,88	4,12
Independencia y Autoconfianza	2,38	2,75	5,68	7,58

**Tabla 11:** Comportamiento emprendedor de la carrera de ciencias contables por ciclo.

**Fuente:** Los autores.

Para la análisis de la desviación estándar y varianza, lo mejor es que sea un valor menor, fíjate lo cuadro.

Desviación – 1° Ciclo	Mayores desviaciones Establecimiento de metas	Menores desviaciones Persistencia
Desviación – 5° Ciclo	Mayores desviaciones Establecimiento de metas	Menores desviaciones Oportunidad e iniciativa
Promedio de la desviación	2,47 puntos – 1° Ciclo	1,87 puntos – 5° Ciclo
Varianza – 1° Ciclo	Mayor varianza Establecimiento de metas	Menor varianza Persistencia
Varianza – 5° Ciclo	Mayor varianza Establecimiento de metas	Menor varianza Oportunidad e iniciativa
Promedio de la varianza	6,20 puntos – 1° Ciclo	5,85 puntos – 5° Ciclo

**Tabla 12:** Análisis estadístico de la carrera de ciencias contables por ciclo.

**Fuente:** Los autores.

## Consideraciones

La variación del comportamiento es muy sensible en casi todos los aspectos, pero es posible identificar características cambiantes entre los estudiantes de primer y de quinto ciclo en ambas las carreras.

Empezamos por comparar la carrera de administración, a través de la tabla siguiente:

Medición	1° Ciclo	Variación	Variación	5° - Ciclo
Moda	Oportunidad	+	+	Compromiso
	Planificación	+	+	Persuasión
	Metas	-	-	Persistencia
	Independencia	-	-	Planificación
Mediana	18	-	+	19
Media	Calidad	+	+	Calidad
			+	Metas
			+	Independencia
	Riesgos	-	-	Riesgos
Promedio	17,96	-	+	18,68
Rango	Calidad	-	-	Compromiso
	Metas	-		
	Oportunidad	+	+	Planificación
	Persistencia	+	+	Independencia
Promedio	13,3	-	+	6,6
Desviación	Calidad	-	-	Compromiso
	Metas	-	-	Metas
	Persistencia	+	+	Planificación
	Oportunidad	+	+	Oportunidad
Promedio	3,02	-	+	1,87
Varianza	Calidad	-	-	Compromiso
	Metas	-	-	Metas
	Persistencia	+	+	Planificación
	Oportunidad	+	+	Oportunidad
Promedio	9,62	-	+	3,66

**Tabla 13:** Comparaciones de la carrera de administración.

**Fuente:** Los autores.

Se considerar la evolución de los datos estadísticos, si percibe un aumento en general del puntaje que mide los comportamientos emprendedores de primer ciclo hasta el quinto ciclo.

Al empezar en la universidad, los estudiantes básicamente presentan comportamientos positivos en relación a búsqueda de oportunidades y de cierta forma en la exigencia de calidad. Sin embargo, presentan mínimamente características emprendedoras relacionadas al establecimiento de metas y de correr riesgos calculados.

O sea, podremos decir que ellos quieren o desean algo, como una oportunidad de crecimiento, pero no se establece metas y tampoco se está con ganas de irse adelante, quizás no tengan aún muchas informaciones.

Ya en el quinto ciclo, al salir de la universidad, los comportamientos emprendedores positivos cambian para tener más independencia, pero, negativamente no tienen compromisos y tampoco corren riesgos calculados, lo que apunta negativamente.

En realidad, fueron pocas las variaciones para el crecimiento o refinamiento de las características emprendedoras de los estudiantes de administración durante el periodo entre el primer y quinto ciclo.

Nuestra segunda análisis procurar comparar los comportamientos emprendedores de los estudiantes de ciencias contables, del primer y quinto ciclo, a través de la tabla siguiente:

Medición	1º Ciclo	Variación	Variación	5º - Ciclo
Moda	Calidad	+	+	Compromiso
	Metas	+	+	Metas
	Oportunidad	-	-	Oportunidad
	Compromiso	-	-	Persistencia
	Informaciones	-	-	Independencia
	Persuasión	-		
	Independencia	-		
Mediana	19	+	-	18
Media	Calidad	+	+	Calidad
	Metas	+	+	Metas
	Riesgos	-	-	Riesgos
Promedio	18,41	+	-	17,90
Rango	Información	-	-	Metas
			-	Planificación
			-	Independencia
	Persistencia	+	+	Oportunidad
			+	Persistencia
Promedio	10,1	-	+	8
Desviación	Metas	-	-	Metas
	Persistencia	+	+	Oportunidad
Promedio	2,47	-	+	1,87
Varianza	Metas	-	-	Metas
	Persistencia	+	+	Oportunidad
Promedio	6,20	-	+	5,85

**Tabla 14:** Comparaciones de la carrera de ciencias contables.

**Fuente:** Los autores.

Se considerará la evolución de los datos estadísticos ahora para la carrera de ciencias contables, si percibe que los alumnos del primer ciclo presentan un mayor desarrollo emprendedor que aquellos del quinto ciclo, o sea, la investigación apunta para una tendencia emprendedora mayor al empezar que al terminar la universidad.

Al empezar en la universidad, los estudiantes básicamente presentan comportamientos positivos en relación a establecimiento de metas y exigencia de calidad. Sin embargo, presentan mínimamente características emprendedoras relacionadas a la búsqueda de informaciones y de también correr riesgos calculados.

O sea, podremos decir que ellos tienen sus metas, pero aún no se buscó información y tampoco se tiene ganas de irse adelante.

Ya en el quinto ciclo, al salir de la universidad, los comportamientos emprendedores positivos se mantienen como de inicio (metas y calidad), pero ahora se incluye la oportunidad e iniciativa. Sin embargo, negativamente no poseen independencia y autoconfianza e ellos continúan a no correr riesgos calculados.

En realidad, para la carrera de ciencias contables, el desarrollo de las características emprendedoras fueron menos se comparados a la carrera de administración, también, no hubo muchos cambios de los comportamientos emprendedores iniciales y finales.

Este estudio puso una luz roja en la cabeza de los profesores, coordinadores y directores de la Universidad Nacional de Pilar, para que miren hacia adelante lo que buscan para los egresados de la universidad.

Mientras enseñan contenidos técnicos, se olvidó de también preparar a los estudiantes para emprender sus propios negocios, y generar cambios socio económicos para el departamento.

¿Cómo hacer esto? Esta es una pregunta que deberá hacerse tema en las discusiones docentes y directivas, quizás, introducir una asignatura de emprendedurismo en las carreras con fuerte connotación comportamental y práctica; ampliar los estudios de investigación y oportunidades de mercado para la región y cambiar o mejorar la práctica metodológica y didáctica de enseñar.

Ni todos los estudiantes se tornaran emprendedores, pero es función de la universidad identificar y seleccionar aquellos con perfil para promover condiciones mínimas de desarrollo a través, por ejemplo, de incubadoras de negocios o empresas junior de consultoría y servicios.

Otra buena alternativa son las acciones fuera de la universidad, involucrando docentes, estudiantes, empresarios y la comunidad.

Nuevas investigaciones pueden ser hechas con grupos específicos, a través de focus group, para verificar tendencias, estrategias y herramientas para el desarrollo emprendedor en la universidad.

## Referencia

- Aaker, D. A. et al. (2001). *Pesquisa em marketing*. São Paulo: Atlas, 2001.
- Castellani, Francesca (2015). Una desventaja comparativa para los emprendedores en America Latina. *BID*. 16 de enero.
- Clark, B. (2004). Delineating the Character of the Entrepreneurial University. *Higher Education Policy*, Vol.17; pp.355-370.
- Díaz, J.C.; Hernández, R.M. Y Barata, M.L. (2007). Estudiantes universitarios y creación de empresas: Un análisis comparativo entre España y Portugal. En Ayala, J.C. (coord.) *Conocimiento, innovación y emprendedores: camino al futuro*. Grupo FEDRA, Madrid.
- Etzkowitz, H. (1998). The norms of entrepreneurial science: cognitive effects of the new university-industry linkages. *Research Policy*, Vol.27, no.8; pp.823-833.
- Goddard, J. (1998). The role of universities in regional development. Working paper for CRE-Columbus. Paris, 1 de agosto de 1998.
- GUZMÁN, M<sup>a</sup>. T. E. (2008). Perfil emprendedor del alumnado universitario del campus de Gipuzkoa de la UPV/EHU. *Revista de Dirección y Administración de Empresas*, n<sup>o</sup> 14, diciembre, pp-83-110.
- Jiménez-Saéz, F. y Arroyo-Vázquez, M (2000). El Fomento del Emprendedurismo Universitario a Través de un Modelo Integrador. [http://digital.csic.es/bitstream/10261/20580/1/AC265\\_1\\_E--archivos-185.pdf](http://digital.csic.es/bitstream/10261/20580/1/AC265_1_E--archivos-185.pdf). Universidad del País Vasco.
- Krueger, N.F. Y. Brazeal. D. (1994). Entrepreneurial Potential and Potential Entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18 (3), pp. 91-104.
- Mc. Clelland, D.C. (1998). *La sociedad ambiciosa, Factores psicológicos en el desarrollo económico*. Ed. Guadarrama. Madrid.
- North, D. (1993): *Instituciones, cambio institucional y desempeño económico*. Fondo de cultura económica. Mexico.
- Veciana, J.M., Aponte, M. Y. Urbano, D. (2005). University Students' Attitudes Towards Entrepreneurship: A Two Countries Comparison. *The International Entrepreneurship and Management*, vol. 1, n<sup>o</sup> 2, pp. 165-182.
- Veciana, J.M. (1999). Creación de empresas como programa de investigación científica. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, vol. 8, n<sup>o</sup> 3, pp. 11-36.
- Wennekers, S. Y. Thurik, R. (1998). Linking Entrepreneurship and Economic Growth. *Small Business Economics*, n<sup>o</sup> 13.