

Estudio exploratorio de los rasgos de la personalidad entre estudiantes emprendedores
subgraduados de administración de empresas y otras disciplinas

Por

Lester Torres Rivera

Universidad Interamericana de Puerto Rico
Recinto de San Germán
Escuela de Estudios Graduados e Investigación
Programa Doctoral en Desarrollo Empresarial y Gerencial

Mayo 2022

Aprobación

Estudio exploratorio de los rasgos de la personalidad entre estudiantes emprendedores subgraduados de administración de empresas y otras disciplinas

Por

Lester Torres Rivera

Nosotros, los miembros del Comité de Disertación Doctoral del estudiante Lester Torres Rivera, certificamos que la investigación sometida por este cumple con los requisitos para las disertaciones doctorales establecidos por el Programa Doctoral en Desarrollo Empresarial y Gerencial del Recinto de San Germán de la Universidad Interamericana de Puerto Rico, y para que así conste firmamos la certificando la aprobación de esta.

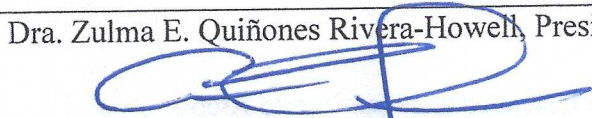


Dra. Zulma E. Quiñones Rivera-Howell, Presidenta

28 de abril de 2022

Fecha

28 de abril de 2022

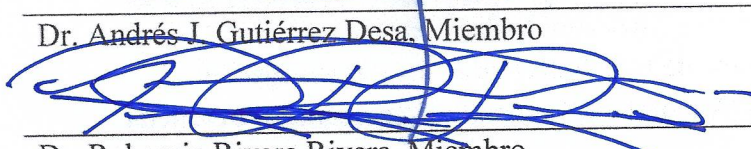


Dr. Andrés J. Gutiérrez Desá, Miembro

Fecha

28 de abril de 2022

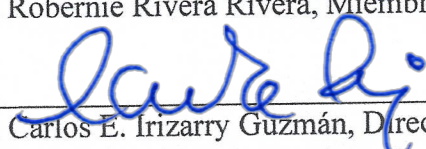
Fecha



Dr. Robernie Rivera Rivera, Miembro

28 de abril de 2022

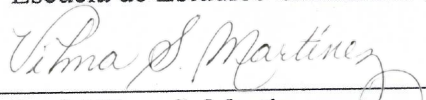
Fecha



Dr. Carlos E. Irizarry Guzmán, Director
Escuela de Estudios Graduados e Investigación

28 de abril de 2022

Fecha



Prof. Vilma S. Martínez
Decana de Asuntos Académicos

Certificado de Autoría

Yo, Lester Torres Rivera, certifié que la disertación doctoral titulada Estudio exploratorio de los rasgos de la personalidad entre estudiantes emprendedores subgraduados de administración de empresas y otras disciplinas, la cual presento como requisito para obtener el grado de Doctor en Filosofía en el Programa Doctoral de Desarrollo Empresarial y Gerencial del Recinto de San Germán de la Universidad Interamericana de Puerto Rico, es el producto de mi labor investigativa. Asimismo, doy fe que el trabajo es uno original e inédito.



Lester Torres Rivera

Resumen

Los rasgos de personalidad se explican por cinco grandes rasgos que agrupan las fuentes de variación de todas las conductas y actos manifiestos de las personas. Los cinco rasgos se definen como: apertura a la experiencia (nuevos cambios), responsabilidad (organizado), extraversión (sociable), amabilidad (agradable) y neuroticismo (estabilidad emocional). Los emprendedores comprenden que el éxito puede estar influenciado por los diferentes rasgos de personalidad.

El Modelo de Cinco Rasgos de Dimensiones de Personalidad (MCFP) se basa en los hallazgos de varios investigadores independientes. Los objetivos son explorar los rasgos de personalidad en relación con las intenciones de los estudiantes emprendedores de administración empresas y estudiantes de otras disciplinas. Dado que el emprendimiento implica tomar decisiones en un entorno incierto, conlleva asumir riesgos y enfrentar contratiempos, así como gestionar las relaciones. El emprendimiento y los rasgos de personalidad están altamente correlacionados.

Esta investigación cuantitativa analiza 356 estudiantes proveniente de data secundaria. Las preguntas de investigación están dirigidas a confirmar o rechazar si los rasgos de personalidad difieren entre los estudiantes de empresas y los estudiantes que no son de administración de empresas. Además, el estudio pretende crear un modelo que pueda predecir el tipo de estudiante (Empresas vs No empresas), según los rasgos de personalidad. Los hallazgos son prometedores para el emprendimiento y el apoyo educativo a nivel universitario.

Palabras claves: Personalidad, Rasgos, Estudiantes, Administración de Empresas, Emprendimiento

Dedicatoria

Antes que nada, dedico este trabajo a Dios todo poderoso, por permitirme estar en salud y por tantas bendiciones inmerecidas que nos regala día a día. A mi esposa y compañera de vida Ivette, gracias por su apoyo en todo este proceso. A mis hijos Andrea Victoria y Lester Adiel, porque el tiempo que no pude estar con ustedes para dedicarle a esta investigación. Gracias por su paciencia y entender el trabajo que estaba realizando. A mi amada Madre, gracias por su apoyo incondicional y siempre han estado para mí en este caminar. A mi familia extendida del Recinto de San Germán muchas gracias. Hermanos de la Iglesia Dios Padre Nuestro gracias por sus oraciones y muestras de cariño.

Gracias Dios, por todos los ángeles que has puesto en mi camino y confiaron en mí. Y gracias por aquellos que cumplieron su misión de vida y ya no están entre nosotros.

“Mas gracias sean dadas a Dios, que nos da la victoria por medio de nuestro Señor Jesucristo. Así que, hermanos míos amados, estad firmes y constantes, creciendo en la obra del Señor siempre, sabiendo que vuestro trabajo en el Señor no es en vano.” (1 Corintios 15:57-58 RV 1960)

Reconocimientos

Este reconocimiento es para todas las personas que el Señor colocó en mi camino y me guiaron en todo el proceso. El arduo trabajo de investigación necesita manos de expertos para guiarnos en el logro de nuestras metas académicas. Agradezco la confianza, ayuda y dedicación del Comité de Disertación, especialmente a su presidenta la Dra. Zulma E. Quiñones Rivera-Howell. Zulma gracias por todo lo que hiciste por mí en los últimos años. Gracias al Dr. Andrés J. Gutiérrez Desa y al Dr. Robernie Rivera Rivera, porque este difícil proceso fue más fácil con sus conocimientos, consejos, profesionalismo e incondicional apoyo. Ustedes aportaron sus tiempo y conocimientos para este logro.

Gracias a la Rectora Agnes Mojica, la Dra. Nyvia Alvarado, la Profa. Vilma S. Martínez, la Sra. Jacqueline Montalvo y la Sra. María Rivera. La carga se hace ligera cuando es compartida y el camino se hace más corto cuando tienes personas que te impulsan a caminar.

La Dra. Ailín Padilla y los colegas del Departamento de Ciencias Empresariales y Gerenciales por el apoyo de siempre. El Dr. Carlos Irizarry, la Sra. Sandra Ayala, el Sr. Alberto Irizarry de la Escuela de Estudios Graduados e Investigación han sido de gran ayuda y apoyo en el logro esta meta. Al Dr. José Gabriel Montañez por su humildad, fe y disposición de ayudar en todo momento. Gracias al editor, el Sr. Christian Valentín, por su ayuda incondicional en la recta final del escrito.

¡Gracias por acompañarme en este recorrido!

Tabla de Contenido

Aprobación.....	ii
Certificado de Autoría.....	iii
Resumen.....	iv
Dedicatoria.....	v
Reconocimientos.....	vi
Capítulo 1 Introducción	1
Objetivos de la investigación	3
Antecedentes	4
Propósito del estudio	8
Justificación del estudio	10
Marco Teórico	11
Modelo Conceptual	13
Preguntas de investigación.....	14
Hipótesis del estudio	15
Definición de términos y variables.....	18
Delimitación del estudio.....	25
Capítulo 2 Revisión de Literatura	27
Teoría del rasgo de la personalidad.....	28
Modelo de los Cinco Rasgos.....	30
Apertura a la experiencia.....	31
Responsabilidad.....	33
Extroversión.....	34
Neuroticismo	35
Desarrollo del Inventario de los Cinco Grandes	36
El Inventario de los Cinco Grandes.....	38
Puntuaciones de los rasgos de personalidad	39
Influencia del emprendimiento.....	40
Rasgo de personalidad de los cinco grandes y actitud hacia el emprendimiento.....	44
Relación entre rasgos de personalidad y emprendimiento	44
Modelo de Cinco Rasgos de Dimensiones de Personalidad y el emprendedor	45
Personalidad entre emprendedores y gerentes	50

Capítulo 3 Metodología	54
Participantes de la investigación	54
Instrumento de investigación	56
Recopilación de datos.....	56
Análisis estadísticos	56
Regresión logística	57
Prueba T – Independiente	58
Análisis de varianza unidireccional (ANOVA).....	59
Capítulo 4 Resultados	61
Perfil demográfico.....	61
Primera pregunta de investigación e hipótesis	63
Segunda pregunta de investigación e hipótesis	65
Tercera pregunta de investigación e hipótesis.....	67
Cuarta pregunta de investigación e hipótesis	69
Quinta pregunta de investigación e hipótesis.....	71
Sexta pregunta de investigación e hipótesis.....	73
Séptima pregunta de investigación e hipótesis.....	76
Capítulo 5 Conclusión.....	82
Interpretación de los resultados.....	82
Apertura a la experiencia	83
Responsabilidad.....	84
Extroversión.....	85
Amabilidad	87
Neuroticismo	88
Estudiantes de empresas.....	89
Limitaciones del estudio.....	91
Recomendaciones para la Academia.....	91
Recomendaciones para futuras investigaciones.	92
Modelo Conceptual Revisado	93
Contribución del estudio	94
Referencias.....	96

Índice de Tablas

Tabla 1.1	Alineamientos objetivos, preguntas, hipótesis y variables de la investigación.....	20
Tabla 2.1	Ítems del Inventario de los Cinco Grandes para calcular los rasgos.....	39
Tabla 2.2	Cinco rasgos y características asociadas de acuerdo con las puntuaciones	40
Tabla 3.1	Preguntas de investigación, hipótesis de investigación y análisis estadísticos	59
Tabla 4.1	Frecuencias y por cientos de estudiantes universitarios (n=356).....	61
Tabla 4.2	Frecuencias y por cientos estudiantes de empresas por concentración (n = 63)	62
Tabla 4.3	Frecuencias y por cientos estudiantes por concentración que no pertenecen al programa de administración de empresas (n = 293)	62
Tabla 4.4	Diferencias en rasgo de apertura a la experiencia entre los estudiantes emprendedores de administración de empresas y los que no pertenecen al programa de administración de empresas (n=354).....	64
Tabla 4.5	Diferencias en rasgo de responsabilidad entre los estudiantes emprendedores de administración de empresas y los que no pertenecen al programa de administración de empresas (n=356).....	66
Tabla 4.6	Diferencias en rasgo de extroversión entre los estudiantes emprendedores de administración de empresas y los que no pertenecen al programa de administración de empresas (n=355).....	68
Tabla 4.7	Diferencias en rasgo de amabilidad entre los estudiantes emprendedores de administración de empresas y los que no pertenecen al programa de administración de empresas (n=354).....	70
Tabla 4.8	Diferencias en rasgo de neuroticismo entre los estudiantes emprendedores de administración de empresas y los que no pertenecen al programa de administración de empresas (n=353).....	72
Tabla 4.9	Media y desviación estándar de los rasgos de personalidad entre los estudiantes de administración de empresas (n = 63)	74
Tabla 4.10	Análisis de varianza (ANOVA) de los rasgos de personalidad entre los estudiantes emprendedores de administración de empresas (n = 63)	76
Tabla 4.11	Factores de inflación de la varianza (VIF) para Apertura a la experiencia, Responsabilidad, Extroversión, Amabilidad y Neuroticismo	77

Tabla 4.12	Regresión Logística Binaria con Apertura a la experiencia, Responsabilidad, Extroversión, Amabilidad y Neuroticismo prediciendo el Tipo de Estudiante.....	78
Tabla 4.13	Resumen del modelo.....	79

Índice de figuras

Figura 1.1 <i>Representación del sistema de personalidad de la Teoría de los Cinco Rasgos. Costa & McCae (1996)</i>	13
Figura 1.2 <i>Representación del Marco Conceptual. Torres (2021)</i>	14
Figura 4.1 <i>Gráfica barras de error del rasgo de apertura a la experiencia obtenido entre los estudiantes emprendedores de administración de empresas y los estudiantes que no pertenecen al programa de administración de empresas</i>	65
Figura 4.2 <i>Gráfica barras de error del rasgo de responsabilidad obtenido entre los estudiantes emprendedores de administración de empresas y los estudiantes que no pertenecen al programa de administración de empresas</i>	67
Figura 4.3 <i>Gráfica barras de error del rasgo de extroversión obtenido entre los estudiantes emprendedores de administración de empresas y los estudiantes que no pertenecen al programa de administración de empresas</i>	69
Figura 4.4 <i>Gráfica barras de error del rasgo de amabilidad obtenido entre los estudiantes emprendedores de administración de empresas y los estudiantes que no pertenecen al programa de administración de empresas</i>	71
Figura 4.5 <i>Gráfica barras de error del rasgo de neuroticismo obtenido entre los estudiantes emprendedores de administración de empresas y los estudiantes que no pertenecen al programa de administración de empresas</i>	73
Figura 4.6 <i>Matriz de gráficos de dispersión en los Rasgos de Personalidad por tipo de estudiante</i>	80
Figura 5.1 <i>Marco Conceptual. Torres (2021)</i>	94

Índice de Apéndices

Anejo A	El Inventario de los Cinco Grandes (BFI)	105
Anejo B	Certificación de Edición	107

Capítulo 1

Introducción

La personalidad se define como la organización dinámica que determina el comportamiento, el pensamiento y la adaptación de los individuos al ambiente (Allport, 1937). Los rasgos de personalidad se explican por cinco grandes rasgos que agrupan las fuentes de variación de todas las conductas y actos manifiestos de las personas. Los rasgos son descritos por la teoría de los cinco factores de (Costa & McCrae, 1992). Los cinco factores son extraversión (sociable), amabilidad (agradable), apertura a la experiencia (nuevos cambios), responsabilidad (organizado) y neuroticismo (estabilidad emocional). Las combinaciones e interacciones entre los rasgos forman una personalidad única para el individuo. Obteniendo un grupo de características y tendencias que determinan los puntos comunes y las diferencias en el comportamiento (pensamientos, sentimientos y acciones) de personas que coinciden en el tiempo, y no sólo el simple resultado de las presiones sociales y biológicas del momento (Maddi, 1989). James Matthew Alston (2021) establece las cualidades necesarias que los estudiantes de empresas tienen que desarrollar en la universidad, para disfrutar de tus estudios y ser exitoso. Estas cualidades son: ser curioso, actitud matemática, conocimiento interdisciplinario, autónomo, organizado, admitir cuando no entiendes, habilidad de lectura, escritura y comunicación, trabajar bajo presión, escuchar y entender. Esta personalidad describe lo que tienen en común las personas y lo que las diferencia (Soto, 2001); y es básica, porque incide en los éxitos, fracasos y conflictos dentro de las empresas (Dubrin, 2003); y en los estados de ánimos, desempeños, motivaciones y actitudes de los usuarios (Barrick & Mount, 1993).

Alcaraz Rodríguez (2011) establece que el estudiante empresarial debe manifestar en su actitud diaria las siguientes características: perseverancia, aceptación de riesgos, confianza en el mismo y sus capacidades, capacidad para manejar problemas, creatividad e innovación y aceptación del emprendimiento empresarial se define como un proceso que implica el descubrimiento, evaluación y explotación de oportunidades para introducir nuevos productos, servicios, procesos y formas de organizar o mercadear (Shane & Venkataraman, 2000; Venkataraman, 1997). Las universidades prepararan a sus estudiantes para sostener una economía más desafiante, productiva e innovadora. Por ende, la educación universitaria juega un papel importante para desarrollar conocimientos y habilidades de los estudiantes y la posibilidad de su empleo, sin tomar en cuenta sus características individuales.

Los rasgos de personalidad entre los estudiantes de empresas y estudiantes de otras disciplinas son un área que debe ser estudiada con mayor detenimiento. Los emprendedores comprenden que el éxito puede estar influenciado por los diferentes rasgos de personalidad (D'Souza & Tay, 2016). El enfoque del rasgo de personalidad asume que el emprendedor tiene una personalidad única con características psicológicas que se pueden distinguir (Lyons, Lynn & Bhaird, 2015). Esta investigación pretende contrastar y aplicar el *Modelo de Cinco Rasgos de Dimensiones de Personalidad* (en sus siglas, MCFP) (Costa & McCrae, 1987) entre estudiantes de administración de empresas y estudiantes de otras disciplinas. Los resultados de este estudio proporcionarán una comprensión más clara sobre cuales rasgos de personalidad juegan un papel en el éxito de los estudiantes emprendedores.

Actualmente los estudiantes universitarios son actores relevantes en la economía del país. Los estudiantes emprendedores son la fuente dominante de innovación, creación de empleo y crecimiento económico. Los jóvenes emprendedores tienen la capacidad de alterar las industrias existentes o crear nuevas industrias. Las contribuciones innovadoras de estas iniciativas empresariales tienen efectos en el empleo y el crecimiento de la economía a nivel social (McGrath, 1999). Los rasgos de personalidad son lo que mayormente influyen en la intención emprendedora (Olmos, 2010). Cualquiera que sea la importancia de una organización empresarial, el joven emprendedor y futuro propietario de la empresa, los rasgos de personalidad son fundamentales para la dirección estratégica de la organización. Los psicólogos y académicos organizacionales han debatido el papel de las características individuales, específicamente rasgos de personalidad definidos por el factor de personalidad del MCFP en la predicción del comportamiento del emprendedor (Costa & McCrae, 1987). ¿Cómo las características individuales como los rasgos de la personalidad influyen en la intención de convertirse en un emprendedor o para actuar de manera emprendedora? Si bien algunos investigadores han relacionado la personalidad de manera significativa con el comportamiento empresarial (McClelland, 1965; Hornaday & Aboud, 1971; Solomon & Winslow, 1988; Zhao & Siebert, 2006; Zhao, Seibert & Lumpkin, 2010), otros no han encontrado relación (Brockhaus et al., 1986; Carsrud et al., 1986).

Objetivos de la investigación

Esta investigación tiene como objetivo específico explorar los rasgos de personalidad en relación con las intenciones de los estudiantes emprendedores de administración empresas y estudiantes de otras disciplinas. Además, la investigación

pretende crear un modelo que pueda predecir el tipo de estudiante (Administración de Empresas vs estudiantes que no están estudiando Administración de Empresas) según las características de personalidad. El estudio puede ser uno de los primeros en analizar y aplicar el MCFP en el área de emprendedores en estudiantes universitarios de administración de empresas y estudiantes de otras disciplinas. Los resultados de este estudio proporcionarán una comprensión más clara de la medida en que los rasgos de personalidad juegan un papel en el éxito de estudiantes emprendedores.

Antecedentes

El Modelo de Cinco Rasgos de Dimensiones de Personalidad (MCFP) se basa en los hallazgos de varios investigadores independientes y definieron los cinco grandes rasgos mediante investigación empírica basada en datos. Pero el modelo tal como lo conocemos ahora comenzó con McCrae y Costa (1980) quienes plantean cinco rasgos para el estudio de la personalidad. Las cinco dimensiones o rasgos de personalidad (Neuroticismo, Extraversión, Apertura a la Experiencia, Amabilidad y Responsabilidad) permiten describir a un individuo en sus diferentes facetas. Lewis Goldberg, investigador del Instituto de Investigación de Oregón, se le atribuye el nombre del modelo "Los Cinco Grandes". Ahora se considera una escala de personalidad precisa y respetada, que utilizan habitualmente las empresas y la investigación psicológica. Previamente (Tupes & Christal, 1961) aportaron el modelo inicial, basado en el trabajo realizado en el Laboratorio de Personal de las Fuerzas Aéreas de los Estados Unidos en la década de 1950. (Digman, 1990) propuso su modelo de los cinco rasgos de personalidad, y Lewis Goldberg lo llevó a los niveles más altos de las organizaciones en 1993.

El Inventario de los Cinco Grandes (BFI) (ver Anejo A) es una prueba que se puede utilizar para medir las características de personalidad más importantes de una persona y ayudarlos a comprender qué roles le convienen más. Las empresas también pueden utilizarlo para el reclutamiento que tengan la personalidad, así como las habilidades, para adaptarse a los roles para los que están contratando. Los profesionales de Recursos Humanos a menudo utilizan los rasgos de la personalidad de los Cinco Grandes para ayudar a colocar a los empleados. Esto se debe a que estas dimensiones se consideran los rasgos subyacentes que conforman la personalidad global de un individuo.

Las empresas han administrado la prueba de los MCFP, porque entienden que su resultado le dará una perspectiva exhaustiva de la personalidad de los nuevos candidatos a un determinado puesto de trabajo. Los rasgos de personalidad y la adaptabilidad son especialmente importantes para el desarrollo profesional y el comportamiento vocacional porque estos dos aspectos de las personas podrían cambiar potencialmente la forma en que las personas interactúan con su lugar de trabajo. Las características de personalidad de un individuo y su capacidad para adaptarse a entornos de trabajo nuevos o cambiantes podrían predecir el desempeño y la satisfacción laborales en su trabajo actual (Rottinghaus & Miller, 2013; Walsh & Eggerth, 2005). Pueden prever también si este candidato en particular se transformará en un activo importante para su negocio.

Esta prueba de personalidad mide los Cinco Grandes Rasgos de Personalidad desarrollados a lo largo de décadas por grupos de investigadores independientes. Es el modelo psicológico más científicamente validado y fiable para examinar la personalidad. Esta teoría es aplicable a esta investigación, ya que los cinco grandes rasgos de personalidad son confiables, medibles y ya se sabe que influyen en la persistencia de

estudiantes (Bowman, 2014; Hazard, 2012; Heikkilä et al., 2012; Karimshah et al., 2013; Laskey & Hetzel, 2011; Tinto, 2003).

Un emprendedor es aquel que monta su empresa desde cero y se enfrenta a los retos que supone transformar una idea en un negocio. Sin embargo, un empresario es aquel que dirige y gestiona una empresa. El emprendedor implica una pasión por lo que haces, motivación, constancia y sacrificio, entre otras cualidades. Los emprendedores se diferencian de los gerentes en términos de personalidad (Shane et al., 2003). Para desarrollar una comprensión de la personalidad en la mentalidad empresarial, se evaluaron la relación entre la personalidad y las intenciones empresariales. En consecuencia, ciertos rasgos de personalidad pueden hacer que las personas encuentren las acciones de emprendimiento como un comportamiento más satisfactorio y posiblemente persistan para establecer el nuevo negocio y convertirse en emprendedores (Major et al., 2006; Stewart & Roth, 2007; Zhao et al., 2010).

El MCFP es un patrón en el estudio de la personalidad a partir de cinco rasgos. Los cinco grandes rasgos de personalidad se definen como extraversión, amabilidad, apertura a la experiencia, responsabilidad y neuroticismo. El MCFP influye en la mentalidad de los individuos para convertirse en un empresario (Simon et al., 2000). Los emprendedores interactúan característicamente con diversas situaciones externas (Zhao & Seibert, 2006). Además, se espera que los emprendedores pasen la mayor parte de su tiempo interpersonalmente en interacción directa con sus socios y empleados debido a la estructura de un nuevo negocio y al recurso humano no desarrollado. En este sentido, la extraversión es un predictor consistente de una relación como la interacción interpersonal (Rothmann & Coetzer, 2003).

Allport (1937) creía que la determinación biológica de la personalidad se produce al nacer y las formas de la experiencia de la persona en el entorno (McLeod, 2014). Los defensores de la teoría del rasgo se concentran en identificar y medir las combinaciones de características de la personalidad individual únicas (Herbison, 2015). Los rasgos influyen en los comportamientos que llevan a los individuos a hacer cosas armonizadas. La Teoría de los Rasgos es la base para determinar la característica básica, el estilo y la evaluación efectiva de los individuos (Zhao, 2009).

La exploración de nuevas ideas que se requieren para la resolución de problemas, el ajuste a un cambio exitoso y la aplicación de nuevos enfoques para desarrollar estrategias, productos y servicios comerciales fueron establecidas en los estudios de (Yap et al., 2012). Los emprendedores con alta confianza en sí mismos tienen creencias sobre su capacidad para controlar los resultados de su entorno (Zhao & Seibert, 2006). Los resultados de estudios anteriores mostraron que los empresarios están muy motivados para lograr sus objetivos; en consecuencia, revelan altos niveles de responsabilidad (Saeed et al., 2013; Singer & Millage, 2013). Otros estudios también han dado como resultado que la apertura y la extraversión tienen una relación con las intenciones emprendedoras entre los estudiantes universitarios Ismail et al. (2010).

Investigadores han sugerido y mostrado el papel significativo de las actitudes para comprender la intención de los futuros emprendedores Geissler et al., (2012); Fini et al., (2012); Liñan, (2004). Especialmente, Do Paço et al. (2011) encontraron que la actitud, de hecho, juega un papel importante para explicar la intención emprendedora (Kautonen et al., 2013). En un estudio realizado (Schwarz et al., 2009), se investigó los efectos de la actitud en las intenciones emprendedoras de los estudiantes. Los resultados del estudio

mostraron que la actitud hacia el emprendimiento es sin duda un buen predictor de la intención emprendedora.

Propósito del estudio

Las investigaciones revelaron que la actitud hacia el emprendimiento medía la relación de la educación empresarial y los rasgos de personalidad de los cinco grandes con la intención empresarial. La educación emprendedora y los Cinco Grandes Rasgos de Personalidad provocan una actitud que, a su vez, incide la intención emprendedora. Los rasgos de personalidad pueden influir directamente en cómo tomamos decisiones y cómo percibimos el mundo que nos rodea (Myers & McCaully, 1985). Los administradores educativos pueden mejorar su capacidad para liderar con eficacia cuando entienden cómo el estilo de liderazgo y los rasgos de personalidad afectan el comportamiento y la toma de decisiones. Se requiere que los líderes educativos creen un entorno educativo que apoye las fortalezas individuales, pero que también desafíe las preferencias personales para brindar oportunidades de crecimiento (Bradley & Hebert, 1997).

El informe del *Global Entrepreneurship Monitor 2020* define *emprendimiento* como “la creación de un nuevo negocio, un trabajo independiente, una nueva organización o la expansión de una empresa existente, por un individuo, un equipo de individuos, o un negocio ya establecido” (Bosma et al., 2020). Klepper (1978); Audretsch & Fritsch (2002) afirman que mientras mayor sea el índice del emprendimiento en una nación, el grado de desarrollo económico aumentará. Por lo que es recomendable identificar aquellas características de la personalidad que propician la motivación emprendedora.

Las actividades empresariales se consideran la columna vertebral de cualquier economía y desempeñan un papel importante para ayudar a crear puestos de trabajo y hacer crecer la economía (Valliere & Peterson, 2009), que son ampliamente predecibles en todo el mundo (Caliendo et al., 2014). Varios investigadores han hecho hincapié en aumentar el interés de los estudiantes en el emprendimiento como una opción laboral (Ashour, 2016; Maalu, 2012).

Por esta razón, es importante involucrar a las instituciones gubernamentales y educativas para apoyar el crecimiento económico y creen mejores oportunidades para todos (Koe et al., 2012; Zainuddin, 2012). Fomentando que más estudiantes consideren el emprendimiento como una opción laboral (Ambad et al., 2016). Sin embargo, estudiantes emprendedores no necesariamente toman cursos de empresas. Por tanto, las instituciones de educación superior deben ofrecer cursos de emprendimiento en su programa general para todos los estudiantes, especialmente en universidades públicas (Rahim et al., 2015; Yusoff et al., 2015).

La *educación emprendedora* se refiere a la suma de actividades de capacitación y motivación en un sistema educativo que ofrece a los estudiantes habilidades emprendedoras, inspiración y conocimiento para iniciar negocios emprendedores (Ekpoh & Edet, 2011). Como se ha mencionado, la educación emprendedora es capaz de crear y aumentar la responsabilidad que puede construir una idea emprendedora entre los individuos y también alentarlos a convertirse en autónomos; así, mejoraría su intención de carrera hacia el emprendimiento (Fayolle et al., 2006). En los últimos años han desarrollado más investigaciones para enfatizando la evaluación de la educación emprendedora y su impacto en el emprendimiento (Martin et al., 2013; Walter et al.,

2013). Investigaciones han demostrado que los rasgos de personalidad se asocian con la creación y el éxito de empresas (Frese & Gielnik, 2014); estos rasgos influyen en las personas para participar en la actividad empresarial (Shane & Nicolaou, 2013). Aunque algunas investigaciones sobre emprendimiento inicialmente asumieron que las investigaciones psicológicas de la personalidad no ofrecían nada útil (Brandstätter, 2011). Esta suposición cambió con nuevos estudios meta analíticos entre emprendimiento y los rasgos de personalidad de los Cinco Grandes relacionados con las intenciones empresariales (Zhao et al., 2010).

Considerando el papel de la educación emprendedora (Ismail et al., 2010), investigó la relación entre los cinco grandes rasgos de personalidad y la educación emprendedora de Turker & Selcuk (2009). Incluyendo la intención emprendedora de los estudiantes (Liñán & Chen, 2009) y cómo la actitud hacia el emprendimiento (Liñán & Chen, 2009) mediante la convergencia entre sus relaciones.

Justificación del estudio

La educación emprendedora juega un papel importante para desarrollar los conocimientos, habilidades y la posibilidad de empleo de los estudiantes. Las universidades aspiran a la formación de profesionales con los conocimientos, las destrezas y las actitudes necesarias para una sociedad y un ambiente laboral diversos y cambiantes en el mundo globalizado del siglo XXI. Estudios han revelado que los rasgos de personalidad son importantes para iniciar un negocio o empresa entre los estudiantes universitarios (Guerrero et al., 2016; Walter & Dohse, 2009; Urbano et., 2017). Los estudiantes emprendedores pueden iniciar una educación empresarial o en otras disciplinas, sin perder las habilidades necesarias para mantener una economía y sociedad

más productiva e innovadora para los próximos años. Es importante que más investigaciones enfaticen la evaluación de la educación emprendedora y su impacto en el emprendimiento y las disciplinas de estudio.

Entre las diferencias individuales, los rasgos de personalidad se han discutido con frecuencia. Pocos estudios han examinado empíricamente cómo estos rasgos, especialmente desde el punto de vista estudiantes de administración de empresas y estudiantes de otras disciplinas. Para llenar este vacío de investigación, se estará considerando la educación emprendedora entre todas las disciplinas de estudio para explorar los cinco rasgos de personalidad de los cinco grandes (John & Srivastava, 1999; Turker & Selcuk, 2009).

Marco Teórico

El Modelo de los Cinco Grandes abarca los cinco rasgos de la personalidad de un individuo: apertura, responsabilidad, extroversión, amabilidad y neuroticismo (Costa & McCrae, 1992). Este estudio de investigación analizará el Modelo de los Cinco Grandes Rasgos de Personalidad, en lugar de un rasgo específico, para identificar las diferencias entre los entre los estudiantes emprendedores de administración de empresas y los estudiantes de otras disciplinas.

El marco teórico en la adopción implícitamente los principios básicos de la Teoría del Rasgo de Costa y McCrae (1996). Establece que los individuos pueden caracterizarse en términos de patrones relativamente duraderos de pensamientos, sentimientos y acciones. Además, determinaron que los rasgos pueden evaluarse cuantitativamente y muestran cierto grado de coherencia entre situaciones. Los cinco rasgos se clasificaron como: neuroticismo, extraversión, apertura, amabilidad y responsabilidad.

Una de las grandes ventajas de utilizar la taxonomía de los Cinco Grandes es que puede capturar en amplios niveles de abstracción los puntos en común entre la mayoría de los sistemas existentes de rasgos de personalidad, proporcionando un modelo descriptivo integrador para la investigación (John et al., 2008). Además, el Modelo los Cinco Grandes tiene una buena compatibilidad cultural y una excelente aplicabilidad (Zhao, 2009), lo que permite varios idiomas e investigaciones.

McCrae y Costa (1996) establecen los componentes centrales del sistema de personalidad, indicados en rectángulos en la Figura 1.1, se designan como tendencias básicas; y se definen los cinco rasgos de personalidad. Las características de adaptaciones y el subcomponente de autoconcepto. Los componentes periféricos, que representan las interfaces de la personalidad con los sistemas contiguos, se denominan bases biológicas, influencias externas y la biografía objetiva. El marco teórico se puede interpretar de forma transversal como un diagrama de cómo opera la personalidad en un momento dado; en ese caso, las influencias externas constituyen la situación o el contexto, y la biografía objetiva es una instancia específica de comportamiento. También se puede interpretar longitudinalmente para indicar el desarrollo de la personalidad (en tendencias básicas y adaptaciones características) y la evolución del curso de la vida (biografía objetiva).

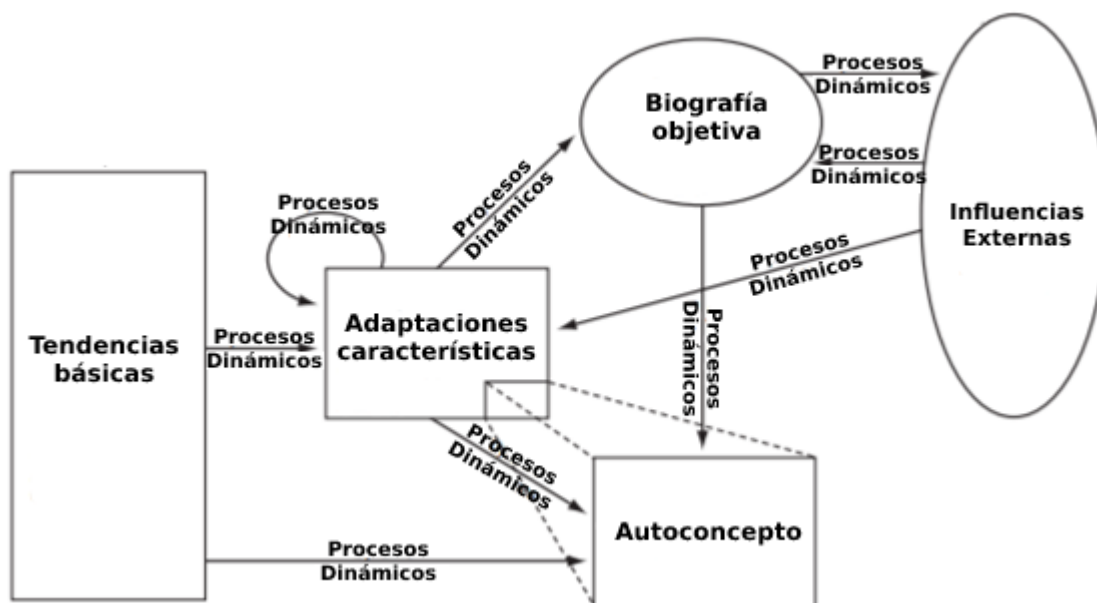


Figura 1.1 Representación del sistema de personalidad de la Teoría de los Cinco Rasgos.
Costa & McCae (1996)

Modelo Conceptual

La educación emprendedora es un proceso continuo que se utiliza para desarrollar actitudes, destrezas y competencias de emprendimiento. Los estudiantes participantes contestaran el instrumento llamado Inventario de los Cinco Grandes “*BFI*” para determinar las puntuaciones obtenidas de los cinco rasgos de personalidad. Los participantes se dividirán en dos grupos de acuerdo con su especialidad de estudio. El primer grupo tendrá los estudiantes de administración de empresas y el segundo grupo a los estudiantes que no pertenecen estudian administración de empresas. Utilizando las puntuaciones de los rasgos se realizará una regresión logística binaria, para conocer si los rasgos de personalidad funcionan como variables predictoras de intención emprendedora.

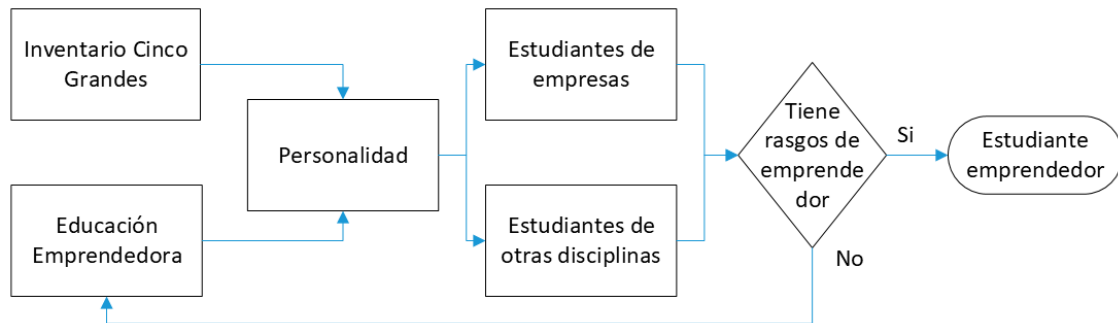


Figura 1.2 Representación del Marco Conceptual.
Torres (2021)

Preguntas de investigación

Las preguntas de investigación para este estudio tienen como objetivo identificar, o no, diferencias en los rasgos personales entre los estudiantes emprendedores del programa de administración de empresas y estudiantes que no pertenecen al programa de administración de empresas. Las preguntas de investigación proporcionan una base para un análisis estadístico entre los dos grupos, en cada uno de los cinco rasgos del MCFP. Cada rasgo tendrá su propio resultado de medición para considerar. Además, determinar si los rasgos personales predicen si el estudiante es de administración de empresas o no pertenece al programa de administración de empresas. Las preguntas de investigación son las siguientes:

1. ¿Cuál es la diferencia en el rasgo de apertura a la experiencia entre los estudiantes emprendedores de administración de empresas y los estudiantes que no pertenecen a administración de empresas, medidos por el Inventario de los Cinco Grandes?
2. ¿Cuál es la diferencia en el rasgo de responsabilidad entre los estudiantes emprendedores de administración de empresas y los estudiantes que no

pertenecen a administración de empresas, medidos por el Inventario de los Cinco Grandes?

3. ¿Cuál es la diferencia en el rasgo de extroversión entre los entre los estudiantes emprendedores de administración de empresas y los estudiantes que no pertenecen a administración de empresas, según la medición del Inventario de los Cinco Grandes?
4. ¿Cuál es la diferencia en el rasgo de amabilidad entre estudiantes emprendedores de administración de empresas y estudiantes que no pertenecen a administración de empresas, según lo medido por el Inventario de los Cinco Grandes?
5. ¿Cuál es la diferencia en el rasgo de neuroticismo entre los estudiantes emprendedores de administración de empresas y los estudiantes que no pertenecen a administración de empresas, según lo medido por el Inventario de los Cinco Grandes?
6. ¿Cuál es la diferencia de los rasgos de personalidad entre los estudiantes emprendedores de administración de empresas?
7. ¿Pueden los rasgos de apertura, responsabilidad, extroversión, amabilidad y neuroticismo predecir el tipo de estudiantes?

Hipótesis del estudio

La hipótesis de esta investigación es la siguiente:

H₁: Los estudiantes emprendedores de administración de empresas obtienen una puntuación significativamente más alta que los estudiantes emprendedores que no pertenecen a administración de empresas en el rasgo de apertura a la experiencia medida por el Inventario de los Cinco Grandes.

H₀₁: Los estudiantes emprendedores de administración de empresas no obtienen una puntuación significativamente más alta que los estudiantes emprendedores que no pertenecen a administración de empresas en el rasgo de apertura a la experiencia medida por el Inventario de los Cinco Grandes.

H₂: Los estudiantes emprendedores de administración de empresas obtienen una puntuación significativamente más alta que los estudiantes que no pertenecen a administración de empresas en el rasgo de responsabilidad según lo medido por el Inventario de los Cinco Grandes.

H₀₂: Los estudiantes emprendedores de administración de empresas no obtienen una puntuación significativamente más alta que los estudiantes que no pertenecen a administración de empresas en el rasgo de responsabilidad según lo medido por el Inventario de los Cinco Grandes.

H₃: Los estudiantes emprendedores de administración de empresas obtienen una puntuación significativamente más alta que los estudiantes que no pertenecen a administración de empresas en el rasgo de extroversión según la medición del Inventario de los Cinco Grandes.

H₀₃: Los estudiantes emprendedores de administración de empresas no obtienen una puntuación significativamente más alta que los estudiantes que no pertenecen en el rasgo de extroversión según la medición del Inventario de los Cinco Grandes.

H₄: Los estudiantes emprendedores de administración de empresas obtienen una puntuación significativamente más baja que los estudiantes que no pertenecen a administración de empresas en el rasgo de amabilidad según lo medido por el Inventario de los Cinco Grandes.

H₀₄: Los estudiantes emprendedores de administración de empresas no obtienen una puntuación significativamente más baja que los estudiantes que no pertenecen a administración de empresas en el rasgo de amabilidad según lo medido por el Inventario de los Cinco Grandes.

H₅: Los estudiantes emprendedores de administración de empresas obtienen una puntuación significativamente más baja que los estudiantes emprendedores que no pertenecen a administración de empresas en el rasgo del neuroticismo según lo medido por el Inventario de los Cinco Grandes.

H₀₅: Los estudiantes emprendedores de administración de empresas no obtienen una puntuación significativamente más baja que los estudiantes emprendedores que no pertenecen a administración de empresas en la dimensión del neuroticismo según lo medido por el Inventario de los Cinco Grandes.

H₆: Los estudiantes emprendedores de administración de empresas difieren significativamente entre sí en las puntuaciones de rasgos de personalidad según lo medido por el Inventario de los Cinco Grandes.

H₀₆: Los estudiantes emprendedores de administración de empresas no difieren significativamente entre sí en las puntuaciones de rasgos de personalidad según lo medido por el Inventario de los Cinco Grandes.

H₇: Los rasgos de apertura, responsabilidad, extroversión, amabilidad y neuroticismo predicen significativamente el tipo de estudiantes.

H₀₇: Los rasgos de apertura, responsabilidad, extroversión, amabilidad y neuroticismo no predicen significativamente el tipo de estudiantes.

Definición de términos y variables

Las siguientes definiciones se refieren a terminología que puede resultar desconocida para el lector y pueden ayudar a reducir la confusión cuando hay varios significados disponibles.

1. *Amabilidad* - una de las cinco dimensiones de los rasgos de personalidad del modelo de personalidad de los cinco rasgos. La amabilidad se refiere a las tendencias interpersonales. Los individuos agradables son fundamentalmente altruistas, comprensivos y serviciales (Costa & McCrae, 1992).
2. *Apertura de experiencia* - es una de las cinco dimensiones incluidas en el modelo de personalidad de los cinco rasgos. La apertura incluye una imaginación activa, atención a los sentimientos, variedad y curiosidad intelectual (Costa & McCrae, 1992).
3. *Educación emprendedora* - proceso educativo que se utiliza para desarrollar actitudes, destrezas y competencias emprendedoras, con el fin de desarrollar las cualidades requeridas para crear nuevos negocios (Fayolle et al., 2006)
4. *Emprendedor* - persona que tiene la capacidad de descubrir e identificar algún tipo de oportunidad de negocios. Así, con base en ello, organiza una serie de recursos con el fin de iniciarle un proyecto empresarial. (Galán, 2021)
5. *Emprendimiento* – acción de comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro. (RAE, 2021)
6. *Empresario* - persona que se encarga de la dirección y gestión de una compañía, negocio o industria. Su finalidad es la obtención de beneficios económicos. (Gil, 2020)

7. *Estudiantes de administración de empresas* – para esta investigación se refiere a estudiantes en concentraciones de Desarrollo Empresarial, Contabilidad, Finanzas, Mercadeo y Tecnología de la Información.
8. *Estudiantes que no pertenecen administración* – Para esta investigación se refiere a estudiantes en concentraciones que no sean de administración de empresas.
9. *Extraversión* - una de las cinco dimensiones incluidas en el modelo de personalidad de los cinco rasgos. La extraversión se refiere al grado en que los individuos son asertivos, enérgicos, activos, dominantes, entusiastas y comunicativos (Costa & McCrae, 1992).
10. *Inventario de los Cinco Grandes (BFI)*- instrumento de 44 ítems que mide los componentes prototípicos del modelo de cinco rasgos basado en la Teoría de los Cinco Rasgos de Personalidad (Costa & McCrae, 1992).
11. *Modelo de Cinco Rasgos de Personalidad* - consta de cinco dimensiones de personalidad que describen algunos aspectos de la personalidad humana. Las cinco dimensiones son apertura, responsabilidad, extroversión, amabilidad y neuroticismo (Costa & McCrae, 1992).
12. *Neuroticismo* - una de las cinco dimensiones incluidas en el modelo de personalidad de los cinco rasgos. El *neuroticismo* se refiere a la estabilidad emocional y las diferencias individuales en la adaptación personal (Costa & McCrae, 1992).
13. *Personalidad* - en este estudio se refiere a “la organización dinámica dentro del individuo de esos sistemas psicofísicos que determinan su comportamiento y pensamiento característicos” (Allport & Odbert, 1936).

14. *Rasgos de personalidad*- se refiere a un concepto individual de las características de personalidad del Modelo de los Cinco Grandes que abarca la apertura, responsabilidad, extroversión, amabilidad y neuroticismo.

15. *Responsabilidad* - es una de las cinco dimensiones incluidas en el modelo de personalidad de los cinco rasgos. Se refiere a la organización, planificación deliberada y ejecución de tareas (Costa & McCrae, 1992).

La Tabla 1.1 presentan los objetivos de la investigación alineados con las preguntas de investigación. Las hipótesis alternas y nulas del estudio y las variables a evaluar.

Tabla 1.1

Alineamientos objetivos, preguntas, hipótesis y variables de la investigación

Objetivos	Preguntas	Hipótesis	Variables
Explorar los rasgos de personalidad en relación con las intenciones de los estudiantes emprendedores de administración empresas y estudiantes de otras disciplinas.	¿Cuál es la diferencia en el rasgo de apertura a la experiencia entre los estudiantes emprendedores de administración de empresas y los estudiantes que no pertenecen a administración de empresas, medidos por el Inventario de los Cinco Grandes?	H ₁ : Los estudiantes emprendedores de administración de empresas obtienen una puntuación significativamente más alta que los estudiantes emprendedores que no pertenecen a administración de empresas en el rasgo de apertura a la experiencia medida por el Inventario de los Cinco Grandes. H ₀₁ : Los estudiantes emprendedores de administración de empresas no	Rasgo de apertura a la experiencia Tipo de estudiante

		obtienen una puntuación significativamente más alta que los estudiantes emprendedores que no pertenecen a administración de empresas en el rasgo de apertura a la experiencia medida por el Inventario de los Cinco Grandes.	
Explorar los rasgos de personalidad en relación con las intenciones de los estudiantes emprendedores de administración de empresas y estudiantes de otras disciplinas.	¿Cuál es la diferencia en el rasgo de responsabilidad entre los estudiantes emprendedores de administración de empresas y los estudiantes que no pertenecen a administración de empresas, medidos por el Inventario de los Cinco Grandes?	H₂: Los estudiantes emprendedores de administración de empresas obtienen una puntuación significativamente más alta que los estudiantes que no pertenecen a administración de empresas en el rasgo de responsabilidad según lo medido por el Inventario de los Cinco Grandes. H₀₂: Los estudiantes emprendedores de administración de empresas no obtienen una puntuación significativamente más alta que los estudiantes que no pertenecen a administración de empresas en el	Rasgo de responsabilidad, Tipo de estudiante

		rasgo de responsabilidad según lo medido por el Inventario de los Cinco Grandes.	
Explorar los rasgos de personalidad en relación con las intenciones de los estudiantes emprendedores de administración empresas y estudiantes de otras disciplinas.	¿Cuál es la diferencia en el rasgo de extroversión entre los entre los estudiantes emprendedores de administración de empresas y los estudiantes que no pertenecen a administración de empresas, según la medición del Inventario de los Cinco Grandes?	H ₃ : Los estudiantes emprendedores de administración de empresas obtienen una puntuación significativamente más alta que los estudiantes que no pertenecen a administración de empresas en el rasgo de extroversión según la medición del Inventario de los Cinco Grandes. H ₀₃ : Los estudiantes emprendedores de administración de empresas no obtienen una puntuación significativamente más alta que los estudiantes que no pertenecen en el rasgo de extroversión según la medición del Inventario de los Cinco Grandes.	Rasgo de extroversión Tipo de estudiantes
Explorar los rasgos de personalidad en relación con las intenciones de los estudiantes emprendedores de administración empresas y	¿Cuál es la diferencia en el rasgo de amabilidad entre estudiantes emprendedores de administración de empresas y estudiantes que no	H ₄ : Los estudiantes emprendedores de administración de empresas obtienen una puntuación significativamente más baja que los estudiantes que no pertenecen a	Rasgo de amabilidad Tipo de estudiante

estudiantes de otras disciplinas.

pertenecen a administración de empresas, según lo medido por el Inventario de los Cinco Grandes?

administración de empresas en el rasgo de amabilidad según lo medido por el Inventario de los Cinco Grandes.

H₀₄: Los estudiantes emprendedores de administración de empresas no obtienen una puntuación significativamente más baja que los estudiantes que no pertenecen a administración de empresas en el rasgo de amabilidad según lo medido por el Inventario de los Cinco Grandes.

Explorar los rasgos de personalidad en relación con las intenciones de los estudiantes emprendedores de administración de empresas y estudiantes de otras disciplinas.	¿Cuál es la diferencia en el rasgo de neuroticismo entre los estudiantes emprendedores de administración de empresas y los estudiantes que no pertenecen a administración de empresas, según lo medido por el Inventario de los Cinco Grande	H ₅ : Los estudiantes emprendedores de administración de empresas obtienen una puntuación significativamente más baja que los estudiantes emprendedores que no pertenecen a administración de empresas en el rasgo del neuroticismo según lo medido por el Inventario de los Cinco Grandes. H ₀₅ : Los estudiantes emprendedores de	Rasgo de neuroticismo Tipo de estudiante
--	--	--	---

		administración de empresas no obtienen una puntuación significativamente más baja que los estudiantes emprendedores que no pertenecen a administración de empresas en la dimensión del neuroticismo según lo medido por el Inventario de los Cinco Grandes.	
--	--	---	--

Explorar los rasgos de personalidad en relación con las intenciones de los estudiantes emprendedores de administración de empresas.

¿Cuál es la diferencia de los rasgos de personalidad entre los estudiantes emprendedores de administración de empresas?

H₆: Los estudiantes emprendedores de administración de empresas difieren significativamente entre sí en las puntuaciones de rasgos de personalidad según lo medido por el Inventario de los Cinco Grandes.

H₀₆: Los estudiantes emprendedores de administración de empresas no difieren significativamente entre sí en las puntuaciones de rasgos de personalidad según lo medido por el Inventario de los Cinco Grandes.

Rasgos de apertura, responsabilidad, extroversión, amabilidad y neuroticismo.

Tipo estudiante de Empresas

Crear un modelo que pueda predecir a los estudiantes de Administración de Empresas o estudiantes que no son de empresas, según los rasgos de personalidad.	¿Pueden los rasgos de apertura, responsabilidad, extroversión, amabilidad y neuroticismo predicen el tipo de estudiantes?	H ₇ : Los rasgos de apertura, responsabilidad, extroversión, amabilidad y neuroticismo predicen significativamente el tipo de estudiantes. H ₀₇ : Los rasgos de apertura, responsabilidad, extroversión, amabilidad y neuroticismo no predicen significativamente el tipo de estudiantes.	Rasgos de apertura, responsabilidad, extroversión, amabilidad y neuroticismo. Tipo de Estudiante
--	---	--	---

Delimitación del estudio

Las delimitaciones de este estudio de investigación fueron las siguientes.

Primeramente, los estudios exploratorios se utilizan para investigar "fenómenos poco estudiados" y anteceden a los estudios descriptivos (Hernández Sampieri et al, 2014). Este estudio no se basa en un experimento y los datos se recolectaron solo una vez. La investigación utilizó datos secundarios, con excepción de la variable concentración de estudio de los participantes, no se provee información adicional sociodemográfica de los participantes. Los estudios transversales recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único (Liu, 2008 y Tucker, 2004) según (Hernández, et al.2014, p. 154). Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento único. Las respuestas pueden verse influenciadas por el entorno del individuo que

participó en el estudio. Un estudio de investigación longitudinal daría una mejor comprensión y análisis de los datos.

Este capítulo presentó los objetivos de la investigación, antecedentes y propósito del estudio. Además, se expuso el Marco Teórico, Modelo Conceptual, Preguntas de investigación, hipótesis del estudio que sientan las guías del estudio. Se definen los conceptos y delimitaciones del estudio.

El capítulo 2 presentará la revisión de literatura que se utiliza para apoyar esta investigación, evaluando investigaciones pasada y actuales sobre este tema.

Capítulo 2

Revisión de Literatura

La revisión de literatura que se presenta a continuación responde a las características de los Cinco Grandes Rasgos de Personalidad y el emprendimiento. La personalidad entre emprendedores y gerentes; y la intención de convertirse en emprendedores. Características que pueden tener los estudiantes con estudios en disciplinas relacionadas administración de empresas o relaciones a otras disciplinas. Cada uno de estos temas se presentará en la revisión de literatura. Ellos estarán sustentados por un resumen o síntesis de los hallazgos de la literatura revisada.

La consolidación de las estrategias de aprendizaje y el aporte de la Psicología a adquieren relevancia y se pueden aplicar para estudiar el emprendimiento. (Rauch & Fresse, 2007) concluye que los aspectos de la Psicología están implicados al estudiar el campo del emprendimiento. La Psicología ha tomado auge dentro de la comunidad científica, en función de su integración interdisciplinaria y han contribuido con sus grupos de teorías prevaletentes al momento de identificar actitudes emprendedoras. Entre estas teorías se encuentra la Teoría de los Rasgos de Personalidad, para conocer si los emprendedores poseen rasgos en la personalidad que difieren de los no emprendedores.

El impacto de las características individuales, establecido en el Modelo de Cinco Rasgos de Dimensiones de Personalidad (MCFP), se ha utilizado con la integración de enfoques metodológicos más rigurosos sobre emprendimiento. Por ejemplo, los metaanálisis han encontrado importantes relaciones entre los rasgos de personalidad y el comportamiento empresarial. Comparar los Cinco Rasgos de Personalidad de los

empresarios y gerentes (Zhao & Siebert, 2006). Los empresarios son un terreno fértil para exploración teórica y empírica. El emprendimiento empresarial está impulsado por individuo que toma la decisión de actuar de manera emprendedora, elige esta carrera, y toma las acciones necesarias para generar y sostener su desempeño emprendedor. (Shaver & Scott, 1991) resumen la perspectiva con el proceso de la nueva empresa.

“...Necesitamos una persona, en cuya mente se unan todas las posibilidades, que crea que la innovación es posible y que tiene la motivación para perseverar hasta que el trabajo esté terminado”.

Las características o rasgos personales del emprendedor tienen implicaciones para los negocios que pueden superar a otras medidas de desempeño de la empresa (por ejemplo, ventas, crecimiento, rentabilidad o supervivencia). La evidencia empírica apoya la tesis de que los empresarios, por cualquier nombre que se les llame, tienen diferentes mentalidades y características individuales que los no emprendedores.

Teoría del rasgo de la personalidad

En 1936, Gordon Allport y Henry Odbert publicaron su estudio psicológico de los nombres de los rasgos. Este trabajo condujo a la publicación “*Pattern and Growth in Personality*” (Allport, 1961), que sirvió como base de la Teoría del Rasgo de la Personalidad. Allport fue uno de los pioneros en el estudio de las características o disposiciones humanas (Rosenzweig & Fisher, 1997).

El enfoque de la Teoría de los Rasgos es estudiar la personalidad humana identificando y midiendo características individuales (Cherry, 2014). El enfoque principal en la medición de rasgos está en los patrones habituales de comportamiento, pensamiento

y emoción (Kassin, 2003). Con esta teoría, los rasgos permanecen estables, pero difieren entre individuos y cómo influyen en el comportamiento.

Las combinaciones e interacciones entre los rasgos forman una personalidad única para el individuo. Siendo la personalidad, fundamental para un individuo y la expresión de cada persona. El concepto permitió a los investigadores discernir entre los individuos y caracterizarlos en función de varios rasgos de personalidad (Allport, 1937).

Un rasgo es una “estructura neuro psíquica que tiene la capacidad de hacer que muchos estímulos sean funcionalmente equivalentes y de iniciar y guiar formas equivalentes (significativamente consistentes) de comportamiento adaptativo y expresivo” (Allport, 1937). Un rasgo también se refiere a una fuerza psíquica directora continua que determina el comportamiento activo y reactivo del individuo (Baumgarten, 1936). Un rasgo es una dimensión de la personalidad que consiste en reacciones consistentes y relacionadas que caracterizan los ajustes típicos de un individuo (Shaffer & Shoben, 1956). Los rasgos no son entidades psicológicas; más bien, son categorías de clasificación dadas al tipo o calidad de una conducta que tiene elementos en común. La evidencia de la existencia de un rasgo comprendía ocurrencias frecuentes de actos de comportamiento observables separados (Allport, 1937).

Se creó el marco del rasgo de personalidad temprano en términos alemanes (Baumgarten, 1936); más tarde, (Allport & Odbert, 1936) llevaron a cabo un estudio léxico fundamental de los términos de personalidad en un diccionario inglés completo. Además, su estudio incluyó todos los términos que podían usar para "distinguir el comportamiento de un ser humano del de otro", que constaba de 4,500 términos de rasgos o descriptores personales. Las cuatro categorías principales de descriptores personales se

definieron de la siguiente manera: rasgos de personalidad (por ejemplo, temeroso, sociable); estados temporales (por ejemplo, regocijo, miedo); juicio altamente evaluado de conducta y reputación personal (por ejemplo, excelente, irritante); y características físicas, capacidades y talentos (John et al., 2008).

Posteriormente se organizaron los 4,500 rasgos identificados en tres categorías jerárquicas de rasgos: rasgos cardinales, rasgos centrales y rasgos secundarios (Allport, 1937). Los rasgos cardinales son rasgos que dominan toda la personalidad de un individuo y son raros, como el narcisismo o la codicia. Los rasgos cardinales tienden a convertirse en la pasión dominante de la vida de un individuo. Los rasgos centrales son los rasgos comunes que forman toda la personalidad de la persona, como la bondad y la simpatía. Estos son los componentes básicos para moldear el comportamiento. Las personas pueden usar rasgos centrales para comparar individuos dentro de una cultura. Estos tienden a ser los términos más probablemente mencionados, por ejemplo, en una carta de recomendación. Los rasgos secundarios son rasgos presentes en determinadas circunstancias o condiciones, como el nerviosismo antes de un discurso. Estos rasgos están en la parte inferior de la jerarquía porque son menos consistentes y son llamados a existir por las circunstancias.

Modelo de los Cinco Rasgos

El Modelo de los Cinco Rasgos no es una teoría de la personalidad; más bien, adopta implícitamente algunos principios básicos de la Teoría del Rasgo (McCrae & John, 1992) y (Allport, 1937). El Modelo de los Cinco Rasgos es una clasificación robusta y es el modelo más utilizado en los estudios de personalidad porque proporciona un marco integral ampliamente aceptado en la investigación y la práctica (Aron &

Pathank, 2017). El Modelo de los Cinco Rasgos se basa en la teoría de que la personalidad consta de cinco dimensiones: extraversión, amabilidad, responsabilidad, neuroticismo y apertura a la experiencia. Estas cinco dimensiones incluyen los rasgos de personalidad más conocidos que representan la estructura básica detrás de todos los rasgos de personalidad (O'Connor, 2002). Todos pueden inventar su propia definición de las tradicionales de los cinco rasgos; y por esta misma razón, (Costa & McCrae, 1992) proporcionaron breves definiciones de las dimensiones del Modelo de los Cinco Rasgos. La extraversión implica un enfoque enérgico hacia el mundo social y material e incluye rasgos como la sociabilidad, la actividad, asertividad y emocionalidad positiva. La amabilidad contrasta una orientación comunitaria prosocial hacia los demás con el antagonismo e incluye rasgos como el altruismo, la ternura, la confianza y la modestia. La responsabilidad describe el control de impulsos prescrito socialmente que facilita la tarea y el comportamiento dirigido a objetivos, como pensar antes de actuar, retrasar la gratificación, seguir normas y reglas, y planificar, organizar y priorizar tareas. El neuroticismo contrasta la estabilidad emocional y la templanza con la emocionalidad negativa, como sentirse ansioso, nervioso, triste y tenso. La apertura a la experiencia describe la amplitud, profundidad, originalidad y complejidad de la vida mental y experiencial de un individuo.

Apertura a la experiencia. Los elementos de la apertura a la experiencia incluyen “imaginación activa, sensibilidad estética, atención a los sentimientos, preferencia por la variedad, curiosidad intelectual e independencia de juicio” (Costa & McCrae, 1992). Explicaron cómo los individuos abiertos a la experiencia sienten curiosidad por los mundos interior y exterior y contribuyen a una vida más rica en

experiencia porque están dispuestos a entretener nuevas ideas y valores alternativos y experimentar emociones positivas y negativas más intensamente que los individuos cerrados a nuevas experiencias. Los individuos que tienen un nivel bajo en este rasgo tienden a ser convencionales y conservadores en su perspectiva, ya que prefieren respuestas emocionales familiares, algo apagadas.

La apertura a la experiencia es el factor más investigado de los Cinco Grandes y ha mostrado una relación empírica constante con la creatividad y la innovación (Sung & Choi, 2009). La curiosidad intelectual, el sentido estético, los liberales, emocionalmente diferenciados, imaginativos, de mente abierta y no tradicionales son los rasgos asociados con la apertura a la experiencia.

Una exploración más profunda de esta dimensión de apertura a la experiencia revela que los individuos cerrados a la experiencia tienen un ámbito de intereses menor. Aunque sean social y políticamente conservadores, los individuos no deberían verlos como autoritarios. Los que tienen un alto nivel en este rasgo no son convencionales; están preparados para desafiar la autoridad; y están dispuestos a explorar nuevas ideas sociales, éticas y políticas (Costa & McCrae, 1992).

La apertura a la experiencia incluye los rasgos característicos de la imaginación y la intuición; los que tienen un alto nivel en este rasgo suelen tener una amplia gama de intereses, ya que estos individuos suelen ser más aventureros y creativos. Las personas con mayores niveles de este rasgo están abiertas a probar cosas nuevas, disfrutan pensando en conceptos abstractos y se enfocan en asumir nuevos desafíos. Los que están en esta área suelen ser más tradicionales, no les gustan los cambios o las cosas nuevas, se

resisten a las nuevas ideas y pueden tener dificultades con el pensamiento abstracto (Cherry, 2017).

Responsabilidad. Organizar, planificar deliberadamente y llevar a cabo tareas caracterizan el rasgo de la personalidad de la responsabilidad. Una persona concienzuda tiene un propósito, una voluntad fuerte y una determinación. Los logros académicos y ocupacionales están asociados con una alta responsabilidad; sin embargo, la responsabilidad puede invocar compulsividad, fastidio molesto o comportamientos adictos al trabajo (Costa & McCrae, 1992).

Describieron a las personas con mucha responsabilidad como escrupulosas, puntuales y confiables; aquellos que son bajos en esta área no necesariamente carecen de moralidad, pero son menos exigentes en su aplicación, permaneciendo indiferentes en el trabajo hacia sus metas. La responsabilidad refleja hasta qué punto un individuo es organizado, deliberado, metódico y confiable (Malik, 2013). La responsabilidad incluye altos niveles de consideración, comportamiento dirigido a objetivos, control de impulsos, organización y atención a los detalles.

Las personas con alto nivel de estos rasgos pasan tiempo preparándose, terminan primero las tareas importantes y disfrutan de tener un horario fijo. Las personas con poca responsabilidad tienden a ser más desorganizados. No se ocupan de las cosas o las vuelven a poner en su lugar, les disgusta la estructura y los horarios, y postergan las tareas (Cherry, 2017). Se ha encontrado que esta dimensión tiene una relación negativa con el emprendimiento. Las personas responsables a menudo tienen un alto rendimiento en la tarea y niveles de satisfacción en el trabajo, lo que las motiva menos para buscar un problema o una nueva oportunidad (Farrukh et al., 2016). Las personas con este rasgo

pueden estar más interesadas en realizar la tarea de manera eficiente y con organización en lugar de permitir interrupciones que podrían introducir nuevas ideas (Farrukh et al., 2016).

Extroversión. Los extrovertidos son sociales, aunque la sociabilidad es solo uno de los rasgos en el dominio de la extraversión. La extraversión es la medida en que los individuos son asertivos, enérgicos, activos, dominantes, entusiastas y comunicativos. Las personas que muestran este rasgo como personas, prefieren grupos grandes y reuniones, y muestran entusiasmo y estimulación mientras tienen una disposición de alegría, optimismo y espíritu (Costa & McCrae, 1992). Encontraron sencillo explicar las características extravertidas, mientras que las características introvertidas eran más difíciles de transmitir. Los introvertidos son reservados y pueden preferir la independencia a ser un seguidor, a menudo dicen que son tímidos cuando prefieren estar solos, pero no son infelices ni pesimistas.

Para un emprendedor, la extraversión es importante debido a la interacción requerida con socios, empleados y clientes. Los empresarios a menudo asumen el papel de vendedores a los clientes o presentan ideas a los inversores. Los emprendedores pueden dedicar una cantidad significativa de tiempo a interacciones sociales, internas y externas, que son esenciales para el éxito del negocio (Malik, 2013).

Amabilidad. La categoría de amabilidad es útil para evaluar las tendencias interpersonales. El individuo agradable es fundamentalmente altruista, comprensivo y servicial, y cree que los demás serán igualmente útiles a cambio. Por el contrario, un individuo desagradable o antagonista es egocéntrico, escéptico de las intenciones de los

demás y más competitivo que cooperativo. Las personas agradables tienden a ser más populares que las antagonistas.

Estar dispuesto a luchar por los propios intereses suele ser ventajoso, y la amabilidad no siempre es beneficiosa en el ámbito empresarial (Costa & McCrae, 1992). Las personas a menudo consideran que aquellos con alta amabilidad son confiados, cariñosos, indulgentes y, a veces, crédulos (Malik, 2013). La amabilidad puede ser perjudicial para los empresarios, ya que las personas agradables tienden a tener un fuerte deseo de armonía interpersonal; pero debido a este rasgo, pueden tener dificultades para expresar o generar sus ideas que pueden ser diferentes de las formas tradicionales de hacer las cosas (Farrukh et al., 2016).

Neuroticismo. El rasgo de neuroticismo representa la estabilidad emocional y las diferencias individuales en la adaptación. Aunque existen diferentes tipos de angustia emocional, depresión, fobias sociales y hostilidad límite, es probable que las personas predispuestas a una de estas condiciones emocionales experimenten otras y estén propensos a experimentar efectos adversos como "miedo, tristeza, vergüenza, ira, culpa y disgusto", que están "en el centro del neuroticismo". Los individuos con alto nivel de neuroticismo tienen menos probabilidades de ser capaces de controlar los impulsos, tienen ideas irracionales y es más probable que afronten mal el estrés.

Los individuos que puntúan bajo en neuroticismo son emocionalmente estables; suelen estar tranquilos, relajados y ecuanímenes; y pueden afrontar situaciones estresantes sin enfadarse (Costa & McCrae, 1992). Se firmó que los emprendedores trabajan en entornos donde todos los aspectos de una empresa son su responsabilidad y, a menudo,

trabajan más horas que otros en la organización (Malik, 2013). El resultado es que uno puede carecer de una separación entre el trabajo y la vida.

El interés personal y financiero en un negocio a menudo resulta en una falta de seguridad. Por tanto, el entorno laboral, los conflictos entre el trabajo y la familia y los riesgos monetarios de iniciar o administrar una empresa pueden producir estrés psicológico y físico. Tener confianza en sí mismo y resiliencia durante el estrés es muy importante para un emprendedor, por lo que se espera que los emprendedores tengan un menor nivel de neuroticismo (Malik, 2013).

Desarrollo del Inventario de los Cinco Grandes

El Inventario de los Cinco Grandes se desarrolló a partir de dos instrumentos anteriores: los dieciséis rasgos de personalidad (16PF; Cattell, 1949) y el Inventario de personalidad de neuroticismo, extraversión y apertura revisado (NEO PI-R; Costa & McCrae, 1985). A continuación, se incluye una descripción de cada uno de estos primeros instrumentos.

El 16PF utilizó los 4,500 términos de rasgos (Allport & Odbert, 1936), que proporcionaron una estructura inicial, Raymond Cattell publicó el instrumento de autoinforme 16PF (Factor de personalidad) en 1949. Cattell utilizó el análisis de rasgos comunes en el léxico de rasgos del idioma inglés para aclarar las principales dimensiones primarias dentro de la esfera ordinaria de la personalidad (Cattell, 1978).

(Cattell, 1978) utilizó la inter correlación entre variables como punto de partida de su matriz para descubrir las fuentes subyacentes de los rasgos de la personalidad humana. Con base en el hallazgo de que la estructura de la personalidad era jerárquica, con rasgos primarios y secundarios a nivel de estrato, el cuestionario 16PF sirve para medir los 16

constructos de rasgos primarios a nivel primario. El cuestionario 16PF mide calidez, razonamiento, estabilidad emocional, dominio, vivacidad, responsabilidad de las reglas, audacia social, sensibilidad, vigilancia, abstracción, privacidad, aprensión, apertura al cambio, autosuficiencia, perfeccionismo y tensión. El primer autoinforme del cuestionario 16PF se publicó en 1949, con ediciones posteriores en 1956, 1962 y 1967/1969 (Cattell et al., 1970). Las 185 preguntas de opción múltiple del cuestionario 16PF tardan entre 30 y 50 minutos en completarse. (Farrukh et al., 2016).

NEO PI-R. Otra medida de rasgo de personalidad, llamada NEO PI-R, aumentó la selección de herramientas disponibles para los investigadores. El NEO PI-R es una medida concisa de las cinco dimensiones principales de la personalidad. Creado en 1978 como el Inventario NEO, tenía tres dominios y 18 escalas de facetas, midiendo el neuroticismo, la extraversión y la apertura a la experiencia. En 1983, se agregó una escala de dominio de 18 ítems que mide la amabilidad y la responsabilidad. En 1985, este instrumento se publicó como NEO Personality Inventory (NEO PI-R).

En 1990, se completaron escalas de facetas tanto de amabilidad como de responsabilidad, junto con algunas modificaciones menores a las escalas originales de neuroticismo, extraversión y apertura a la experiencia. Esta versión es el Inventario revisado de personalidad NEO o NEO PI-R e incluye dos formularios: el formulario S para los autoinformes y el formulario R para las calificaciones de los observadores. El formulario S tiene 240 ítems respondidos en una escala de cinco puntos y es autoadministrado, mientras que el formulario R es un instrumento complementario con 240 ítems paralelos escritos en tercera persona para ser completados por un compañero, cónyuge o evaluador experto (Costa & McCrae, 1992).

El Inventario de los Cinco Grandes

El psicólogo estadounidense Lewis Goldberg puede ser el investigador más destacado en el campo de la psicología de la personalidad. Su trabajo pionero redujo los 16 "rasgos fundamentales" de la personalidad de Raymond Cattell en cinco rasgos primarios. Este modelo de cinco rasgos llamó la atención de otros dos investigadores de personalidad de renombre, Paul Costa y Robert McCrae, quienes confirmaron la validez de este modelo. Este modelo fue denominado los "Cinco Grandes" y lanzó miles de exploraciones de la personalidad dentro de su marco, a través de múltiples continentes y culturas y con una amplia variedad de poblaciones.

El MCFFP se convirtió a finales de la década de los noventa en la propuesta descriptiva de la personalidad más usada en investigación (John et al., 2008). Utilizando el instrumento llamado Inventario de los Cinco Grandes (BFI) para medir la extraversión, la amabilidad, la responsabilidad, el neuroticismo y la apertura a las experiencias y captura los elementos centrales de estudios e instrumentos previos (John et al., 1991). El BFI (Versión 4a) es un instrumento de 44 ítems (John & Srivastava, 1999) que aborda la necesidad de un instrumento corto para medir los componentes prototípicos del Modelo de los Cinco Rasgos comunes a los investigadores. El instrumento es de dominio público en el sitio web del Laboratorio *Berkeley Personality* (Oliver, 2009). Algunos investigadores han etiquetado a los Cinco Grandes como el Modelo de los Cinco Rasgos, que se convirtió en un prototipo del Inventario de los Cinco Grandes. La herramienta permitió una evaluación eficiente y flexible de las dimensiones del Modelo de Cinco Rasgos y, por tanto, ahorró tiempo de prueba y aliviando el aburrimiento de los participantes (John et al., 1991). El instrumento existente traducido a las diferentes

lenguas y ha aplicado en diversos países. Fue traducido al español por Benet-Martínez y John (1998).

Puntuaciones de los rasgos de personalidad

El Inventario de los Cinco Grandes permite obtener una puntuación y porcentaje para cada rasgo. Los participantes responden con base en una escala Likert de 5 puntos que va desde “totalmente en desacuerdo” (1) hasta “totalmente de acuerdo” (5). Estas escalas han mostrado alta consistencia interna, confiabilidad, clara estructura factorial, así como una convergencia fuerte con versiones más extensas usadas para medir los Cinco Grandes, lo que favorece su uso (Soto et al., 2008). Las puntuaciones se obtienen sumando los ítems correspondientes a cada factor del instrumento de investigación y luego calcular el porcentaje del factor. La Tabla 2.1 presenta los ítems utilizados del instrumento para calcular cada factor (John & Srivastava, 1999)

Tabla 2.1

Ítems del Inventario de los Cinco Grandes para calcular los rasgos

Rasgos	Ítems
Apertura a la experiencia	5, 10, 15, 20, 25, 30, 35R, 40, 41R, 44
Extraversión	1, 6R, 11, 16, 21R, 26, 31R, 36
Amabilidad	2R, 7, 12R, 17, 22, 27R, 32, 37R, 42
Responsabilidad	3, 8R, 13, 18R, 23R, 28, 33, 38, 43R
Neuroticismo	4, 9R, 14, 19, 24R, 29, 34R, 39

Fuente: John & Srivastava (1999)

Nota: R = ítem con puntuación inversa

Las puntuaciones calculadas por cada factor nos describen como es la personalidad de los participantes del estudio. Por tanto, las puntuaciones en los rasgos reflejan la personalidad. La Tabla 2.2 presenta las cualidades que son características de una puntuación alta o baja en cada uno de los cinco rasgos de la personalidad (González-Peña, A.; Sánchez-Tovar, Y. & Limón-Sánchez, M., 2021).

Tabla 2.2*Cinco rasgos y características asociadas de acuerdo con las puntuaciones*

Rasgos	Puntuación alta	Puntuación baja
Apertura	• Original	• No creativo
	• Independiente	• Práctico
	• Creativo	• Poco interés
	• Imaginativo	• Convencional
Extroversión	• Sociable	• Callado
	• Activo	• Reservado
	• Afectuoso	• Pasivo
	• Optimista	• Serio
Amabilidad	• Bondadoso	• Irritable
	• Confiado	• Suspica
	• Cortés	• No cooperativo
	• Servicial	• Cínico
Responsabilidad	• Perseverante	• Negligente
	• Confiable	• Perezoso
	• Organizado	• Irresponsable
	• Trabajador	• Poco fiable
Neuroticismo	• Preocupado	• Tranquilo
	• Inseguro	• No emocional
	• Nervioso	• Fuerte
	• Emocional	• Autocontrolado

Fuente: González-Peña, A.; Sánchez-Tovar, Y. & Limón-Sánchez, M. (2021).

Influencia del emprendimiento

(Penn, 2016) examinó los rasgos del Modelo de Cinco Rasgos de Neuroticismo, Extraversión y Responsabilidad, junto con la toma de decisiones profesionales y la autoeficacia como predictores de decisiones profesionales utilizando una muestra de 181 estudiantes universitarios que completaron encuestas en línea. En la toma de decisiones profesionales, la autoeficacia medió la relación entre la extraversión y la toma de decisiones profesionales, mientras que el neuroticismo y la responsabilidad estuvieron parcialmente mediados por la indecisión profesional. La responsabilidad medió la relación entre la toma de decisiones de carrera, la autoeficacia y la indecisión de carrera

en la que las relaciones negativas entre la autoeficacia y la indecisión de carrera fueron más fuertes con la presencia de alta responsabilidad (Penn, 2016).

Penn se basó en esta investigación para poder predecir la indecisión profesional con un examen de las relaciones de rasgos de personalidad potenciales. (Norris, 2016) estudió la adaptabilidad profesional y la personalidad con 196 estudiantes de una universidad del medio oeste de Estados Unidos. Los participantes completaron el Inventario de Futuros de Carrera Revisado (CFI-R; Farrukh et al., 2012) y la medida del Modelo de Cinco Rasgos del conjunto de ítems de personalidad internacional (Norris, 2016). Norris utilizó los resultados para examinar la posible relación entre la adaptabilidad profesional y los rasgos de personalidad individual. El análisis de Norris incluyó correlaciones de Pearson, análisis de regresión lineal y jerárquica y análisis de varianza (ANOVA). Encontró que los rasgos de personalidad del modelo de cinco rasgos representaban el 39.7% de la adaptabilidad profesional. La adaptabilidad profesional y los rasgos del modelo de cinco rasgos se correlacionaron moderadamente con el neuroticismo, la responsabilidad y la extraversión, y estos rasgos podrían predecir la adaptabilidad profesional de los participantes (Norris, 2016).

La expansión de la empresa contribuye al desarrollo económico y las oportunidades de empleo. Utilizando una muestra de 384 propietarios de pequeñas empresas en Uganda, (Baluku et al., 2016) examinaron el capital inicial y los rasgos de personalidad que llevaron al éxito empresarial de estos 384 propietarios. Los investigadores utilizaron los rasgos de personalidad del Modelo de Cinco Rasgos para examinar la relación entre el éxito empresarial y el capital inicial.

(Said & Mohamed, 2016) estudiaron los rasgos que ayudan a impulsar las habilidades emprendedoras y fomentar las intenciones emprendedoras. Encuestaron a 300 estudiantes en Túnez en un método de muestreo por conveniencia para comprender el efecto de los rasgos de personalidad del MCFP en las intenciones emprendedoras. Los resultados del estudio indicaron que las dimensiones de personalidad de la apertura a la experiencia, la responsabilidad y el neuroticismo pueden fomentar las intenciones empresariales, mientras que la amabilidad reduce las intenciones empresariales. El rasgo de amabilidad se relacionó negativamente con las intenciones de inicio de la empresa; Cuantas más personas creyeran que necesitaban expresar amabilidad y simpatía para tener buenas relaciones interpersonales, menos probable era que estas personas decidieran ser emprendedoras.

Se examinó la relación entre varios rasgos de personalidad y características de 174 trabajadores y empresarios empleados temporalmente en los Estados Unidos a través de la lente de los rasgos de personalidad del Modelo de Cinco Rasgos de Dimensiones de Personalidad (MCFP) utilizando el NEO-PI-3, (Herbison, 2015). Los participantes (hombres = 96; mujeres = 78) completaron encuestas en línea. Herbison descubrió que los empresarios temporales que obtuvieron puntajes altos en la apertura a la experiencia contribuyeron más a la efectividad corporativa.

Los empresarios temporales que obtuvieron puntajes altos en extraversión se relacionaron positivamente con las características del rasgo empresarial. Este hallazgo es importante para las organizaciones porque aquellos con alto nivel de extraversión pueden afectar los resultados de una organización. Los empresarios temporales con una puntuación alta en responsabilidad afectaron la rentabilidad y la eficacia empresarial. De

los trabajadores temporales en el estudio de Herbison, el 65% reportó un alto nivel de espíritu empresarial y buscaba continuamente fuera de la organización ideas para proyectos actuales o futuros.

El estudio de Herbison es importante tanto para los empleadores como para quienes tienen un impulso empresarial. Los empresarios pueden alterar las industrias existentes, y las contribuciones innovadoras de las iniciativas empresariales afectan el empleo y el crecimiento económico. Los trabajadores abandonan las empresas, en promedio, cada tres años (Herbinson, 2015). El atraer y retener talento es un imperativo para las organizaciones, al igual que comprender la personalidad emprendedora de los trabajadores temporales. Las empresas pueden colocarlos en las asignaciones que mejor se adapten a las personas con mentalidad emprendedora (Herbison, 2015).

El Modelo de Cinco Rasgos de Dimensiones de Personalidad (MCFP) contribuyó a la literatura al identificar las dimensiones de la personalidad que influyen en las habilidades de toma de decisiones profesionales (Penn, 2016) y ayudar a los orientadores profesionales a predecir qué individuos tienen adaptabilidad profesional (Norris, 2016). Este modelo también ha jugado un papel importante en el examen del capital inicial y los rasgos de personalidad que conducen al éxito empresarial (Baluku et al., 2016). (Herbison, 2015) indicó qué dimensiones de personalidad emprendedora posee un trabajador temporal puede mejorar una organización, al igual que saber qué impulsa las habilidades emprendedoras y fomenta las intenciones emprendedoras (Said & Mohamed, 2016). Las dimensiones de personalidad del Modelo de los Cinco Rasgos también juegan un papel intrincado en el espíritu empresarial y el emprendedor.

Rasgo de personalidad de los cinco grandes y actitud hacia el emprendimiento

La actitud se refiere a objetivos individuales persistentes hacia el emprendimiento; el objetivo puede tener un estado positivo o negativo y verse afectado por el entorno que la intención cognitivo-conductual pueda medir. Basándose en los hallazgos, (Hu, 2008), indicó que existe una relación positiva entre los rasgos de personalidad de los Cinco Grandes y la actitud emprendedora, mientras que el neuroticismo afecta negativamente a esta actitud. Estudios previos concluyeron que la actitud hacia el emprendimiento como uno de los rasgos determinantes más significativos de la intención emprendedora (Autio et al., 2001; Schwarz et al., 2009), puede estar influenciada por rasgos de personalidad (Lüthje & Franke, 2003).

Relación entre rasgos de personalidad y emprendimiento

Dado que el emprendimiento implica tomar decisiones en un entorno incierto, conlleva asumir riesgos y enfrentar contratiempos, así como gestionar las relaciones. El emprendimiento y los rasgos de personalidad están altamente correlacionados. La investigación existente ha estudiado principalmente la voluntad empresarial, la toma de decisiones y el éxito. Zhao et al. (2010) establece una relación entre los rasgos de personalidad y la voluntad emprendedora; y destacan que este último se correlaciona positivamente con los rasgos de responsabilidad, extroversión y apertura, mientras que se correlaciona negativamente con el neuroticismo.

Hamilton (2018) revelan que los rasgos de personalidad tienen diferentes impactos sobre los efectos del emprendimiento y el éxito empresarial. En tercer lugar, los estudios han demostrado que la responsabilidad y la extroversión conducen al éxito

empresarial, mientras que el neuroticismo lo contrarresta. Además, la amabilidad tiene un efecto bidireccional sobre el éxito empresarial (Ciavarella et al. 2004; Zhao et al. 2010).

Los emprendedores deben resolver problemas técnicos, gestionar las relaciones interpersonales y tomar decisiones críticas, deben poseer conocimientos y habilidades sólidas, al mismo tiempo que sean abiertos y trabajadores (Lazear 2004; Von Gelderen et al. 2000). Las investigaciones muestran que el emprendimiento está principalmente influenciado por los rasgos de apertura y extraversión (Caliendo et al. 2014).

Específicamente, la apertura se relaciona positivamente con el emprendimiento; aquellos que obtienen puntuaciones altas en apertura tienden a ser curiosos, creativos e innovadores, cualidades necesarias para la actividad empresarial. La extraversión incluye la capacidad de desarrollar “*networking*” y ser asertivo, ambos rasgos importantes para el autoempleo.

Por otro lado, los rasgos de personalidad son un determinante fundamental de la elección de trabajo (Holland, 1997), y los rasgos de personalidad de los emprendedores son notablemente diferentes de los demás (Zhao & Seibert 2006). Además, los estudios empíricos muestran que los rasgos de personalidad afectan la voluntad empresarial, el éxito y la rentabilidad empresariales (Caliendo et al. 2012, 2014). Finalmente, los rasgos de personalidad influyen en la brecha de género en el emprendimiento (Caliendo et al. 2014; Hamilton et al. 2018).

Modelo de Cinco Rasgos de Dimensiones de Personalidad y el emprendedor

Iniciar un negocio requiere el deseo de explorar ideas novedosas; creatividad para resolver problemas; y una táctica innovadora en métodos, estrategias y productos (Malik, 2013). Los investigadores han utilizado el Modelo de Cinco Rasgos de Dimensiones de

Personalidad como base fundamental para estudiar a los emprendedores (Antoncic et al., 2015; Berglund et al., 2016; Burney, 2016; Herbison, 2015; Kindred, 2016). El enfoque de los estudios del Modelo de Cinco Rasgos sobre los emprendedores ha variado. Los participantes pueden diferir en uno o más rasgos. Los rasgos que influyen en el desarrollo empresarial varían según la edad y la experiencia de vida; los datos demográficos a veces alteran los resultados.

(Subramanian et al., 2012) utilizaron el Inventario de los Cinco Grandes para estudiar a 570 emprendedores según la edad y el género. Los investigadores encontraron diferencias significativas en la responsabilidad, el neuroticismo y la apertura a la experiencia entre las categorías de edad de los empresarios. Los emprendedores de 60 años o más tenían niveles más altos de responsabilidad que los emprendedores más jóvenes, mientras que los de 51 a 60 años mostraron la mayor apertura a la experiencia, y los de 30 años o menos mostraron más neuroticismo que los otros grupos de edad.

Un análisis adicional también identificó una diferencia significativa entre los géneros en las variables de rasgos de personalidad (Subramanian et al., 2012). Encontraron que los hombres emprendedores expresaron actitudes de extraversión, neuroticismo y apertura a la experiencia con más frecuencia que las mujeres emprendedoras, mientras que las mujeres emprendedoras expresaron actitudes de amabilidad y responsabilidad con más frecuencia que los hombres emprendedores. Los hallazgos confirmaron una relación entre los rasgos de personalidad y los emprendedores. (Subramanian et al., 2012) estableció la relación entre los empresarios y los rasgos de personalidad, lo que indicó la necesidad de realizar más investigaciones sobre los rasgos de personalidad y los resultados del espíritu empresarial.

(Kindred, 2016) encontró muchos recursos sobre el agroturismo de Illinois para aquellos que están considerando emprender en la industria del agroturismo. El enfoque de los recursos se centró en los rasgos económicos, ambientales y legales del modelo de negocio, más que en rasgos psicológicos como los rasgos de personalidad que podrían afectar la creación y el éxito de la empresa. En 2016, Kindred utilizó el Inventario de los Cinco Grandes para estudiar a los emprendedores y no emprendedores del agroturismo de Illinois. El propósito del estudio de Kindred era determinar la puntuación media del MCFP de los emprendedores de agroturismo de Illinois y determinar si sus rasgos de personalidad en relación con el modelo de los cinco rasgos diferían de los no emprendedores.

(Kindred, 2016) buscó además determinar si las variables demográficas de los emprendedores de agroturismo (puntuación media del MCFP) influían en los rasgos de personalidad. Todas las empresas de agroturismo de Illinois identificadas por Illinois Agrotourism recibieron una encuesta de tres partes, ya sea por correo postal o por correo electrónico. Kindred determinó la puntuación media de los empresarios de agroturismo de Illinois. Utilizando los datos, descubrió que los emprendedores y no emprendedores de agroturismo de Illinois diferían estadísticamente solo en agradabilidad, y determinadas variables demográficas influían en la puntuación media del Inventario de los Cinco Grandes de determinados rasgos de personalidad.

(Berglund et al., 2016) compararon los rasgos de personalidad del Modelo de Cinco Rasgos en Suecia para el bienestar subjetivo y la satisfacción laboral entre los que trabajaban por cuenta propia ($n = 2483$) y los que tenían un empleo regular ($n = 2642$). Los hallazgos indicaron que la satisfacción laboral era mucho más fuerte para los

trabajadores autónomos. También encontraron que la satisfacción laboral de los autónomos tenía correlaciones significativas con los rasgos de personalidad de extraversión, amabilidad, responsabilidad y neuroticismo.

Además, la extraversión y la satisfacción laboral fueron sustancialmente más débiles entre los empleados regulares, y la satisfacción laboral de los empleados regulares tuvo correlaciones solo con los rasgos de extraversión y neuroticismo. Por tanto, las personas que obtuvieron puntuaciones altas en extraversión, amabilidad y responsabilidad también se vincularon con el autoempleo positivo. Personalidad empresarial como grupo, los empresarios demuestran rasgos de personalidad de dedicación, compromiso inquebrantable y un fuerte deseo de competir; las situaciones desafiantes no los intimidan; y tienden a tener una fuerte fe en sí mismos (Kurato, 2015). El comportamiento emprendedor implica tener la capacidad de asumir riesgos, el ingenio y la ambición, y estos atributos tienen algún tipo de vínculo con la personalidad. La autoconfianza y la resiliencia en momentos de estrés parecen ser importantes para los emprendedores (Malik, 2013). Los emprendedores necesitan no solo conocimientos y competencias profesionales, sino también una variedad de habilidades y destrezas que están influenciadas por la personalidad, como la tolerancia al riesgo, el locus de control interno y la estabilidad emocional (Caliendo et al., 2014).

(Caliendo et al., 2014) realizaron un estudio utilizando el Panel Socioeconómico Alemán (SOEP), una encuesta anual que ofrece información detallada sobre más de 10,000 hogares que viven en Alemania y la condición socioeconómica de estos hogares. En 2009, el SOEP incluyó cuestionarios que midieron MCFP de los encuestados. Usando una Prueba T para comparar emprendedores y no emprendedores, los autores encontraron

que los emprendedores eran más tolerantes al riesgo, tenían puntajes promedio más altos en apertura y extraversión, y tenían puntajes más bajos en amabilidad y neuroticismo. Además, los emprendedores exhibieron un locus de control interno más alto y menos externo, puntuaron más alto en la confianza y fueron menos pacientes y más impulsivos que los no emprendedores.

En un estudio de 2012 de 671 emprendedores emergentes, (Doerr & Rice, 2012) modificaron la prueba de repertorio de roles de construcción (prueba Rep) de Bieri et al. (1966) para medir la complejidad cognitiva. También utilizaron la escala de compañeros de trabajo de Fielder (1985), que observa el comportamiento para medir el liderazgo y el desempeño empresarial (Doerr & Rice, 2012). Encontraron que las personas que eran conscientes y emocionalmente estables tenían más probabilidades de ser líderes orientados a las tareas. Las personas agradables y con una puntuación más alta en la apertura a la experiencia tenían menos probabilidades de ser un líder orientado a las tareas. Al comparar entre líder y emprendedor, aquellos que eran más responsables y extravertidos se desempeñaron mejor en el espíritu empresarial.

(Kemp, 2016) realizó un estudio de teoría cualitativa fundamentada para explorar el proceso de cómo los individuos se convierten en emprendedores. Extrajo datos de las vidas de ocho empresarios exitosos en una ciudad de Nueva Inglaterra. Los datos indicaron dos rasgos que contribuyeron al éxito: la exposición temprana a las actividades empresariales y las características de la personalidad individual. Las características de personalidad identificadas incluyeron altos niveles de locus de control interno, motivación y optimismo, y persistencia. Las características de personalidad de los emprendedores presentaron similitudes en alta motivación, alta tolerancia al riesgo,

independencia, lo que les permitió perseverancia y motivación para seguir trabajando en sus respectivos negocios sin importar el riesgo de fracaso.

El estudio del comportamiento organizacional y el espíritu empresarial (Schein, 1987), liderando la exploración del impacto de las características individuales de la personalidad, especifica los rasgos de personalidad de los MCFP, sobre el comportamiento empresarial. El marco teórico propuesto (Carsrud & Johnson, 1989) indica que el emprendimiento es un proceso social basado en las relaciones e interacciones que producen una variedad de vínculos de red débiles o fuertes (Aldrich & Zimmer, 1986; Aldrich et al., 1989). El emprendedor se ubica el centro de este proceso dinámico a medida que se relaciona con las partes interesadas tales como: proveedores, clientes y comunidad. Las características individuales tales como rasgos de personalidad (que reflejan la disposición de una persona) afectará la capacidad de un emprendedor para actuar con eficacia en las diferentes interacciones requeridas para estudiantes.

Personalidad entre emprendedores y gerentes

(Zhao & Seibert, 2006) utilizaron los MCFP para determinar la relación de los rasgos personalidad, entre emprendedores y gerentes. Los resultados indican diferencias significativas entre emprendedores y gerentes en cuatro dimensiones de personalidad. Los emprendedores obtuvieron una puntuación más alta en Responsabilidad y Apertura a la Experiencia y puntuación más baja en Neuroticismo y Amabilidad. No se encontraron diferencias para la extraversión. Los tamaños del efecto para cada dimensión de personalidad fueron pequeños, aunque la relación multivariante para el conjunto completo de variables de personalidad fue moderada ($R = .37$). Existía una considerable heterogeneidad para todas las variables de personalidad, excepto Agradabilidad.

Existe evidencia dentro de la literatura de psicología vocacional que los rasgos de personalidad difieren entre trabajos, ocupaciones y entornos laborales (One & Viswesvaran, 2003). Por ejemplo, la tipología de elección vocacional (Holland, 1985) se basa en evidencia empírica que las personas toman decisiones ocupacionales sobre la base de diferentes patrones de interés, lo que produce diferentes perfiles de personalidad en las ocupaciones y entornos laborales. La literatura sobre la personalidad y entorno (Kristof, 1996) apoya de manera similar la evidencia, que los individuos en sus entornos laborales coinciden con sus personalidades. Por otro lado, (Schneider et al., 1998), encontraron diferencias medias de personalidad significativas entre los gerentes de las organizaciones.

(Viswesvaran & Ones, 2000) estudiaron el error de medición en los cinco rasgos principales y probó su confiabilidad de generalización entre estudios y las medidas obtenidas. Sus hallazgos indicaron que los cinco rasgos eran confiables con coeficientes de consistencia interna superiores a .70. Los estudios han informado diferencias en: emociones y psicología (Collins & Moore, 1964; Eden, 1975; Shapero, 1975); propensión a la innovación (Stewart, et al., 1998); perspicacia para el riesgo (Stewart & Roth, 2007; Stewart et al., 1998); propensión a las habilidades (Herron, 1990; Herron & Robinson, 1993); mapas mentales, cogniciones y perspectivas (Mitchell et al., 2002); motivaciones de logro (Collins et al., 2004; McClelland, 1965; Stewart et al., 1998); y autoeficacia y exceso de confianza (Busenitz & Barney, 1997; Simon et al., 2000; Chen et al., 1998).

Intensión de convertirse en emprendedores

La educación empresarial puede cambiar la actitud de una persona hacia el emprendimiento (Walter & Dohse, 2009). Existe una relación entre personalidad e

intención de estudio por una disciplina (Holland, 1985). Elegir "convertirse en emprendedor" es similar a elegir una carrera para participar en actividades empresariales. Estudiantes que se sientan atraídos por carreras que coincidan con sus propios rasgos de personalidad. La literatura sobre el espíritu empresarial ha demostrado diferencias en las dimensiones de la personalidad entre emprendedores y no emprendedores (Zhao & Siebert, 2006). Se esperaría que las personas que obtienen una puntuación más alta en los rasgos de personalidad relacionados con los comportamientos asociados con el rol emprendedor tenderán a elegir el emprendimiento como opción en alguna disciplina en administración de empresas.

(Schneider, 1987) explica cómo los procesos individuales y organizacionales producen diferencias medias en la personalidad en los entornos de trabajo organizacionales. (Ones & Viswesvaran, 2003) explica la homogeneidad de las puntuaciones de personalidad dentro de los trabajos. Las personas con ciertos rasgos de personalidad pueden sentirse más atraídas por la forma empresarial de empleo que otras. En segundo lugar, la selección por parte de agentes externos fundamentales para fundar una nueva empresa (banqueros de inversión, capitalistas de riesgo, socios potenciales, proveedores y empleados clave) puede favorecer a los individuos que poseen ciertos rasgos de personalidad sobre otros. Una selección tan favorable facilitará la fundación real de una empresa empresarial. Finalmente, las personas con ciertos rasgos de personalidad pueden encontrar las actividades empresariales más satisfactorias y satisfactorias que otras sin esos rasgos y, por tanto, estas personas pueden persistir el tiempo suficiente para realmente establecer la nueva empresa y convertirse en emprendedores.

La revisión de literatura tiene como propósito conocer las investigaciones realizadas durante los últimos años sobre los rasgos de personalidad, emprendimiento y la educación emprendedora. Este capítulo presentó la revisión de literatura que se utiliza para apoyar esta investigación, evaluando investigaciones sobre el tema. En el próximo capítulo se presenta un detalle del método propuesto para la investigación.

En el capítulo se describe la revisión de literatura se presentó investigaciones sobre el Modelo de Cinco Rasgos de Dimensiones de Personalidad, el desarrollo del Inventario de los Cinco Grandes y como calcular las puntuaciones de los Rasgos de Personalidad. El concepto de los Rasgo de Personalidad de los Cinco Grandes y la actitud hacia el emprendimiento. La relación entre Cinco Rasgos de Personalidad y el emprendimiento, la personalidad entre emprendedores y gerentes; y la intención de convertirse en emprendedores. Se detallan la aportación de las investigaciones realizadas y sus implicaciones desde su origen hasta su aplicación al problema de investigación.

En el próximo capítulo se presenta un detalle del método propuesto para la investigación.

Capítulo 3

Metodología

La metodología empleada en este estudio es tipo exploratorio y descriptivo. De acuerdo con (Hernández Sampieri et al., 2014), la investigación descriptiva consiste en puntualizar características, fenómenos, situaciones, contextos y sucesos. Se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetivos o cualquier otro fenómeno que se someta al análisis.

Diseño

En esta investigación se utilizará un diseño no experimental, exploratorio transversal. Este diseño recolecta datos en un solo momento, en un tiempo único (Sampieri, 2014). Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. El mismo conlleva obtener información básica relacionada con el problema de investigación. Este diseño es un tipo de investigación exploratoria que sirve para incrementar el conocimiento sobre una tema poco conocido o estudiado (Hernández Sampieri et al., 2014). El método de recolección de datos y la elección de los sujetos se llevará a cabo con datos secundarios.

Participantes de la investigación

Los resultados y hallazgos del estudio provienen del uso y análisis de un conjunto de datos secundarios. Un análisis de datos secundarios en el sentido más amplio es un análisis de datos recopilados por otra persona (Boslaugh, 2007). El conjunto de datos utilizado es una muestra de los datos recopilados por el “*Open-Source Psychometrics Project*” (<https://openpsychometrics.org/>, 2021). Todos los datos son anónimos. Se informó a los usuarios al comienzo de la prueba que sus respuestas se utilizarían para la

investigación y se les pidió que confirmaran que sus respuestas eran precisas y adecuadas para la investigación al finalizar. Este sitio web ha estado ofreciendo una amplia selección de evaluaciones psicológicas, en su mayoría pruebas de personalidad, desde finales de 2011 y ha dado millones de resultados desde entonces. El instrumento específico utilizado para recopilar los datos fue el Inventario de los Cinco Grandes (BFI).

Los datos secundarios implican que la información ya ha sido recolectada y registrada por otra persona que es diferente al investigador, para un propósito que no está relacionado con un problema de análisis actual. Estos datos son fácilmente disponibles o recogidos por las diversas fuentes como:

- Periódicos, revistas y portales de noticias
- Empresas y agencias de publicidad
- Institutos de investigación
- Asociaciones profesionales
- Datos y publicaciones gubernamentales
- Trabajos académicos y artículos científicos

Hay que tener en cuenta que no son datos que se hayan creado específicamente para la investigación. El investigador protegió los datos almacenándolos en una ubicación digital segura, encriptada y no los compartió con otros participantes o personas fuera de la investigación (Creswell, 2012). Los datos secundarios de esta investigación representan al menos 350 participantes identificados por su concentración de estudio y los cinco rasgos de personalidad ya calculados. La variable concentración de estudio se utilizó para crear una variable “dummy” e identificar las dos categorías (estudiante de empresas y no estudiantes de empresas).

Instrumento de investigación

El instrumento utilizado será la prueba de personalidad del Modelo de los Cinco Grandes, también conocido como Big Five, es la clasificación de rasgos de personalidad y se compone de cinco dimensiones: Apertura, Responsabilidad, Extroversión, Amabilidad y Neuroticismo. El Inventario de los Cinco Grandes (Versión 4a) es un instrumento de 44 reactivos (John & Srivastava, 1999) tipo Likert del 1 al 5. Donde el número 1 significa desacuerdo y el número 5 significa de acuerdo. Los reactivos abordan la necesidad de un instrumento corto para medir los componentes los rasgos del Modelo de los Cinco Grandes. El instrumento es de dominio público en el sitio web del Laboratorio Berkeley Personality (Oliver, 2009).

Recopilación de datos

El investigador bajó los datos del enlace (<https://openpsychometrics.org/>, 2021) libre de costo. Los participantes son mayores de 21 años y los datos no revelan ninguna información personal de los participantes, quienes completaron los inventarios de evaluación. Los datos ya tienen calculados los Cinco Grandes Rasgos de la Personalidad son la extroversión, la apertura, simpatía, escrupulosidad y neuroticismo. El instrumento de los cinco grandes crea un breve inventario que permitiría una gestión eficiente y flexible evaluación de las cinco dimensiones cuando no hay necesidad de una medición más diferenciada de facetas individuales (Costa & McCrae, 1992).

Análisis estadísticos

Los resultados estadísticos del estudio serán obtenidos por data secundaria que se obtuvo utilizando el Inventario de los Cinco Grandes. Los datos ya tienen calculados las

puntuaciones obtenidas de los Cinco Rasgos de Personalidad. Además, tiene la concentración de estudios esto permitirá compararán entre los estudiantes de administración de empresas y los estudiantes de otras disciplinas. Los análisis estadísticos se llevarán a cabo por utilizando el programa IBM SPSS Statistics 27. Se utilizará la estadística descriptiva y la Prueba T de Student y Regresión Logística. Los resultados de la investigación determinarían un modelo que pueda predecir si los Cinco Rasgos de Personalidad pueden determinar si el estudiante pertenece o no al programa de administración de empresas.

Regresión logística

La *regresión logística* es un tipo de regresión múltiple dónde el resultado es una variable categórica. Si la variable categórica tiene exactamente dos categorías se le conoce como variable dicotómica, porque contiene dos valores. Estos valores, habitualmente son cero, como ausencia, o uno, como presencia. Por tanto, estamos ante una variable que permite conocer la presencia (uno) o ausencia (cero) de un fenómeno o característica. Este análisis se denomina regresión logística binaria, y cuando el resultado tiene tres o más categorías, se denomina regresión logística multinomial. Field (2017) establece que la regresión logística binaria es una regresión múltiple, con una variable de resultado categórica y variables predictoras que son continuas o categóricas. En su forma más simple, esto significa que el resultado (tipo de estudiante) el cual tiene dos categorías (estudiante de empresas y no estudiantes de empresas) se utilizarán con múltiples variables predictoras (los cinco rasgos de personalidad).

La regresión logística producirá los coeficientes de regresión, correlación R (denominado R múltiple) y R^2 . Los coeficientes de regresión determinarán la fórmula de

regresión. El R múltiple será la correlación entre el resultado y las variables predictoras Field (2017). Por tanto, un valor cercano a uno del R múltiple representará una correlación alta entre los valores predictores y la variable de resultado. Por consiguiente, es un indicador de qué tan bien el modelo predice los datos observados. De ello se deduce que el R^2 o coeficiente de determinación, para interpretar la cantidad de variación en la variable de resultado que se explica por el modelo.

Hernández Sampieri, Fernández y Baptista, (2014) define la *regresión* como un modelo estadístico para estimar el efecto de una variable sobre otra. Está asociado con el coeficiente r de Pearson. Ofrece la oportunidad de predecir las puntuaciones de una variable a partir de las puntuaciones de la otra variable. Entre mayor sea la correlación entre las variables (covariación), mayor capacidad de predicción. El análisis de regresión se utilizará para comprender la relación entre variables dependientes e interdependientes. Presentará cómo los cambios en las variables interdependientes pueden afectar los datos dependientes (Levine et al., 2018).

Prueba T – Independiente

La *Prueba Estadística T* independiente se utiliza determinar si dos grupos difieren entre sí de manera significativa respecto a sus medias en una variable (Hernández Sampieri et al., 2014). Según (Field, 2017), se usa para probar dos grupos diferentes, asume: la distribución de los datos en estas poblaciones es aproximadamente iguales (homogeneidad de varianza) y los puntajes de las medias son independientes porque provienen de diferentes personas. La Prueba T nos ayudará a inferir si existe una diferencia significativa de las cinco grandes características de personalidad entre los estudiantes de empresas y los que no son de empresas.

Análisis de varianza unidireccional (ANOVA)

El Análisis de Varianza Unidireccional “*ANOVA One-way*” es una prueba estadística para analizar si dos grupos o más difieren significativamente entre sí en cuanto a sus medias y varianzas. El análisis de varianza unidireccional produce un Valor F, que se basa en una distribución muestral, también conocida como: razón F o Valor “Fisher”. El valor F compara las variaciones en las puntuaciones debidas a dos diferentes fuentes: variaciones entre los grupos que se comparan y variaciones dentro de los grupos. (Hernández Sampieri et al., 2014). Si el Valor F es significativo implica que los grupos difieren entre sí en sus medias. Si el valor no es significativo se rechaza la nula. (Zhang, 2013; The SAGE Glossary of the Social and Behavioral Sciences, 2009, Klugkist, 2008; Field, 2014). La Tabla 3.1 presenta los análisis estadísticos aplicados a las preguntas de investigación y análisis estadísticos.

Tabla 3.1

Preguntas de investigación, hipótesis de investigación y análisis estadísticos

Preguntas	Análisis estadísticos
¿Cuál es la diferencia en el rasgo de apertura a la experiencia entre los estudiantes emprendedores de administración de empresas y los estudiantes que no pertenecen a administración de empresas, medidos por el Inventario de los Cinco Grandes?	Media, Desviación estándar y Prueba T independiente
¿Cuál es la diferencia en el rasgo de responsabilidad entre los estudiantes emprendedores de administración de empresas y los estudiantes que no pertenecen a administración de empresas, medidos por el Inventario de los Cinco Grandes?	Media, Desviación estándar y Prueba T independiente
¿Cuál es la diferencia en el rasgo de extroversión entre los estudiantes emprendedores de administración de empresas y los estudiantes que no pertenecen a administración de empresas, según la medición del Inventario de los Cinco Grandes?	Media, Desviación estándar y Prueba T independiente
¿Cuál es la diferencia en el rasgo de amabilidad entre estudiantes emprendedores de administración de empresas y	Media, Desviación estándar y Prueba T independiente

estudiantes que no pertenecen a administración de empresas, según lo medido por el Inventario de los Cinco Grandes?	
¿Cuál es la diferencia en el rasgo de neuroticismo entre los estudiantes emprendedores de administración de empresas y los estudiantes que no pertenecen a administración de empresas, según lo medido por el Inventario de los Cinco Grandes?	Media, Desviación estándar y Prueba T independiente
¿Cuál es la diferencia de los rasgos de personalidad entre los estudiantes emprendedores de administración de empresas?	Media, Desviación estándar y ANOVA
¿Cómo los rasgos de apertura, responsabilidad, extroversión, amabilidad y neuroticismo predicen el tipo de estudiantes?	Regresión logística binaria

Este capítulo describe el proceso metodológico para la investigación. Se utilizó data secundaria como método de análisis de datos para contestar las preguntas de investigación y aceptar o rechazar las hipótesis de investigación.

El capítulo 4 describirá el análisis de los datos y discusión de hallazgos estadísticos, obtenidos en la investigación realizada.

Capítulo 4

Resultados

Introducción

En este capítulo, se presentan los resultados empíricos obtenidos de una fuente secundaria para el análisis de datos y comprobación de hipótesis. En las preguntas de investigación e hipótesis se determinarán las diferencias en los rasgos de personalidad entre los tipos de estudiantes utilizando la Prueba T independiente. Se aplicará la regresión logística binomial en los rasgos de personalidad como variables independientes (IV) y una variable dependiente dicotómica (DV) para determinar el tipo de estudiante.

Perfil demográfico

La muestra del estudio está constituida de trescientos cincuenta y seis estudiantes universitarios. La Tabla 4.1 presenta la descripción demográfica de los participantes del estudio. El 17.7% (n = 63), de los estudiantes pertenecen al programa de Administración de Empresas y un 82.3% (n = 293) son estudiantes que no pertenecen al programa de Administración de Empresas.

Tabla 4.1

Frecuencias y por cientos de estudiantes universitarios (n=356)

Estudiantes	n	%
Administración de empresas	63	17.7
No pertenecen a Administración de Empresas (Otras disciplinas)	293	82.3

La Tabla 4.2 muestra las frecuencias y porcentajes de los sesenta y tres estudiantes del programa de administración de empresas. El 42.9% (n = 27) son estudiantes de Administración de Empresas. Los estudiantes de Contabilidad y Finanzas presentan el 22.2% (n = 14). El 15.9% (n= 10) de los estudiantes son de Recursos

Humanos, el 7.9% (n = 5) Sistemas de Oficina, el 6.3% (n = 4) Sistemas de Información Gerencial y el 4.8% (n = 3) de Mercadeo.

Tabla 4.2

Frecuencias y por cientos estudiantes de empresas por concentración (n = 63)

Estudiantes	n	%
Administración de Empresas	27	42.9
Contabilidad y Finanzas	14	22.2
Recursos Humanos	10	15.9
Sistemas de Oficina	5	7.9
Sistemas de Información Gerencial	4	6.3
Mercadeo	3	4.8

Los estudiantes que no pertenecen al programa de administración de empresas de los datos secundarios del estudio fueron doscientos noventa y tres. La Tabla 4.3 presenta que la mayoría de los estudiantes son de Biología y Química con un 47.1% (n=138), el 19.1% (n = 56) son estudiantes de Ciencias de Enfermería y el 9.9% (n = 29) son de Educación. Estas tres disciplinas representan el 76.1% de los estudiantes que no son de administración de empresas.

Tabla 4.3

Frecuencias y por cientos estudiantes por concentración que no pertenecen al programa de administración de empresas (n = 293)

Estudiantes	n	%
Biología y Química	138	47.1
Ciencias de Enfermería	56	19.1
Educación	29	9.9
Psicología	16	5.5
Criminología	15	5.1
Bellas Artes	11	3.8
Redes de computación	10	3.4
Ingeniería	10	3.4
Música	8	2.7

El restante 23.9% de los estudiantes pertenecen a las disciplinas de Psicología con un 5.5% (n = 16). Los estudiantes de Criminología representan el 5.1% (n = 15). La participación de los estudiantes del programa de Bellas Artes fue un 3.8% (n = 11). Los estudiantes de Redes de Comunicación e Ingeniería con un 3.4% (n = 10) cada uno. Apenas un 2.7% (n = 8) son estudiantes de Música. Los datos cumplen con las muestras mínimas requeridas en estudios cuantitativas, según (Hernández et al., 2014).

Primera pregunta de investigación e hipótesis

La primera pregunta de investigación se formuló de la siguiente forma: *¿Cuál es la diferencia en el rasgo de apertura a la experiencia entre los estudiantes emprendedores de administración de empresas y los estudiantes que no pertenecen a administración de empresas, medidos por el Inventario de los Cinco Grandes?* Para contestar esta pregunta se utilizaron las puntuaciones obtenidas en el rasgo de apertura a la experiencia para los dos grupos de estudiantes. La Prueba T independiente evalúa si dos grupos difieren entre sí de manera significativa respecto a sus medias en una variable (Hernández et al., 2014). Los dos grupos son los estudiantes de administración de empresas y los estudiantes que no pertenecen al programa de administración de empresas. La primera hipótesis de investigación es: Los estudiantes emprendedores de administración de empresas obtienen una puntuación significativamente más alta que los estudiantes emprendedores que no pertenecen a administración de empresas en el rasgo de apertura a la experiencia medida por el Inventario de los Cinco Grandes.

En la Tabla 4.4 se presenta la media, desviación estándar, grado de libertad, valor estadístico t y el valor de probabilidad p. El rasgo de apertura a la experiencia en los estudiantes de empresas obtuvo una media de 52.31 y desviación estándar 26.120,

mientras los estudiantes que no pertenecen al programa de administración de empresas presentaron una media de 50.85 y desviación estándar 28.893. El resultado del valor estadístico fue $t(352) = .367$, $p = .714$. Por consiguiente, se rechaza la hipótesis alterna y se acepta la hipótesis nula. Esto indica que los estudiantes emprendedores de administración de empresas no obtienen una puntuación significativamente más alta que los estudiantes emprendedores que no pertenecen a administración de empresas en el rasgo de apertura a la experiencia medida por el Inventario de los Cinco Grandes.

Tabla 4.4

Diferencias en rasgo de apertura a la experiencia entre los estudiantes emprendedores de administración de empresas y los que no pertenecen al programa de administración de empresas (n=354)

Rasgo	Estudiantes	N	Media	DE	gl	t	P
Apertura a la experiencia	Empresas	62	52.31	26.120	352	.367	.714
	No Empresas	292	50.85	28.893			

Nota: gl = Grados de libertad, t = Valor estadístico de la prueba t

p = Probabilidad que mide si la diferencia en las medias es estadísticamente significativa

La Figura 4.1 ilustra la visualización del resultado utilizando la gráfica de barras de error. Las gráficas de barras de error se emplean en variables cuantitativas con distribución normal. Representa el promedio y la medida de dispersión a 95% de intervalos de confianza para la variable seleccionada. La gráfica de barras de error sustenta la determinación que no existe diferencia significativa en el rasgo de apertura a la experiencia entre los estudiantes emprendedores de administración de empresas y los estudiantes que no pertenecen al programa de administración de empresas.



Figura 4.1

Gráfica barras de error del rasgo de apertura a la experiencia obtenido entre los estudiantes emprendedores de administración de empresas y los estudiantes que no pertenecen al programa de administración de empresas

Segunda pregunta de investigación e hipótesis

La segunda pregunta de investigación es: *¿Cuál es la diferencia en el rasgo de responsabilidad entre los estudiantes emprendedores de administración de empresas y los estudiantes que no pertenecen a administración de empresas, medidos por el Inventario de los Cinco Grandes?* Para contestar esta pregunta se utilizaron las puntuaciones obtenidas en el rasgo de responsabilidad en los dos grupos de estudiantes y se calculó la media, desviación y Prueba T independiente. La segunda hipótesis de investigación es: Los estudiantes emprendedores de administración de empresas obtienen una puntuación significativamente más alta que los estudiantes que no pertenecen a

administración de empresas en el rasgo de responsabilidad según lo medido por el Inventario de los Cinco Grandes.

En la Tabla 4.5 se presenta la media, desviación estándar, grado de libertad, valor estadístico t y el valor de probabilidad p. El rasgo de responsabilidad en los estudiantes de empresas obtuvo una media de 66.14 y desviación estándar 23.389, mientras los estudiantes que no pertenecen al programa de administración de empresas presentaron una media de 61.51 y desviación estándar 24.571. El resultado del valor estadístico fue $t(354) = 1.370$, $p = .171$. Por ello se rechaza la hipótesis alterna y se acepta la hipótesis nula. Esto indica que los estudiantes emprendedores de administración de empresas no obtienen una puntuación significativamente más alta que los estudiantes que no pertenecen a administración de empresas en el rasgo de responsabilidad según lo medido por el Inventario de los Cinco Grandes.

Tabla 4.5

Diferencias en rasgo de responsabilidad entre los estudiantes emprendedores de administración de empresas y los que no pertenecen al programa de administración de empresas (n=356)

Rasgo	Estudiantes	N	Media	DE	gl	t	P
Responsabilidad	Empresas	63	66.14	23.389	354	1.370	.171
	No Empresas	293	61.51	24.571			

Nota: gl = Grados de libertad, t = Valor estadístico de la prueba t

p = Probabilidad que mide si la diferencia en las medias es estadísticamente significativa

La Figura 4.2 expone la visualización del resultado utilizando la gráfica de barras de error. Representa el promedio obtenido en el rasgo de responsabilidad y la medida de dispersión a 95% de los intervalos de confianza. La gráfica de barras de error sustenta la determinación que no existe diferencia significativa en el rasgo de responsabilidad entre

los estudiantes emprendedores de administración de empresas y los estudiantes que no pertenecen al programa de administración de empresas.

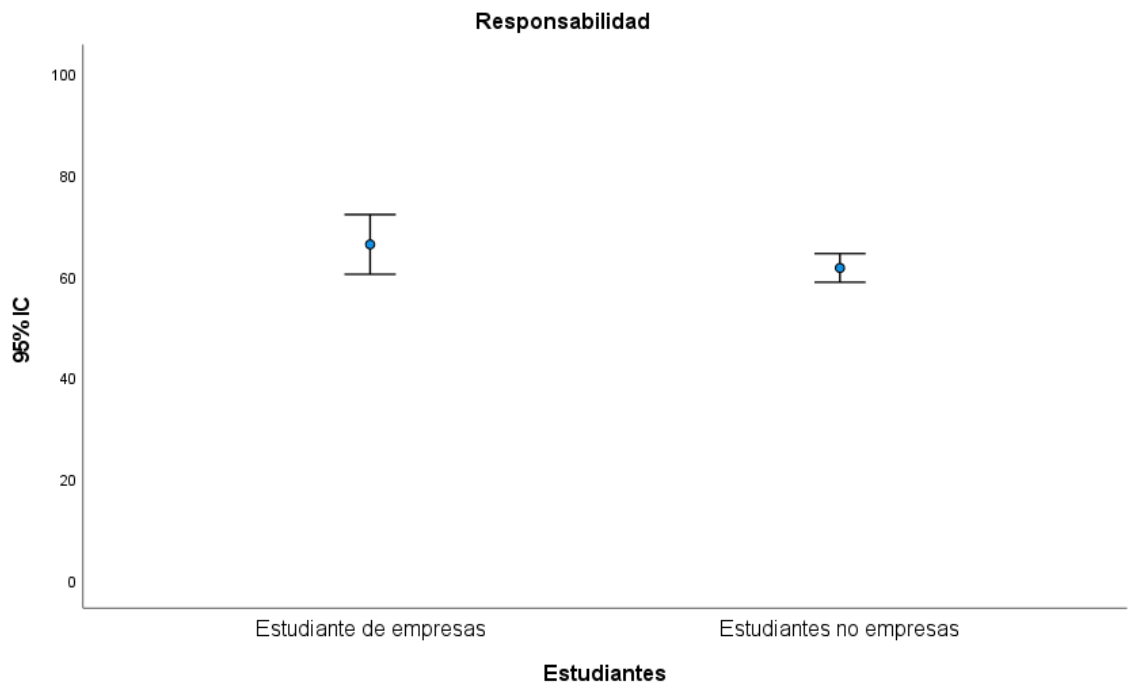


Figura 4.2

Gráfica barras de error del rasgo de responsabilidad obtenido entre los estudiantes emprendedores de administración de empresas y los estudiantes que no pertenecen al programa de administración de empresas.

Tercera pregunta de investigación e hipótesis

La tercera pregunta de investigación es: *¿Cuál es la diferencia en el rasgo de extroversión entre los estudiantes emprendedores de administración de empresas y los estudiantes que no pertenecen a administración de empresas, medidos por el Inventario de los Cinco Grandes?* Para contestar esta pregunta se utilizaron las puntuaciones obtenidas en el rasgo de extroversión en los dos grupos de estudiantes y se calculó la media, desviación y Prueba T independiente. La tercera hipótesis de investigación es: Los

estudiantes emprendedores de administración de empresas obtienen una puntuación significativamente más alta que los estudiantes que no pertenecen a administración de empresas en el rasgo de extroversión según la medición del Inventario de los Cinco Grandes.

En la Tabla 4.6 se presenta la media, desviación estándar, grado de libertad, valor estadístico t y el valor de probabilidad p. El rasgo de extroversión en los estudiantes de empresas obtuvo una media de 44.89 y desviación estándar 24.966, mientras los estudiantes que no pertenecen al programa de administración de empresas presentaron una media de 43.37 y desviación estándar 27.333. El valor estadístico fue $t(353) = .405$, $p = .686$. Por tanto, se rechaza la hipótesis alterna y se acepta la hipótesis nula. Esto indica que los estudiantes emprendedores de administración de empresas no obtienen una puntuación significativamente más alta que los estudiantes que no pertenecen en el rasgo de extroversión según la medición del Inventario de los Cinco Grandes.

Tabla 4.6

Diferencias en rasgo de extroversión entre los estudiantes emprendedores de administración de empresas y los que no pertenecen al programa de administración de empresas (n=355)

Rasgo	Estudiantes	n	Media	DE	gl	t	P
Extroversión	Empresas	63	44.89	24.966	353	.405	.686
	No Empresas	292	43.37	27.333			

Nota: gl = Grados de libertad, t = Valor estadístico de la prueba t

p = Probabilidad que mide si la diferencia en las medias es estadísticamente significativa

La Figura 4.3 muestra el resultado utilizando la gráfica de barras de error. Representa el promedio obtenido en el rasgo de extroversión y la medida de dispersión a 95% en los intervalos de confianza. La gráfica de barras de error confirma la determinación que no existe diferencia significativa en el rasgo de extroversión entre los

estudiantes emprendedores de administración de empresas y los estudiantes que no pertenecen al programa de administración de empresas.

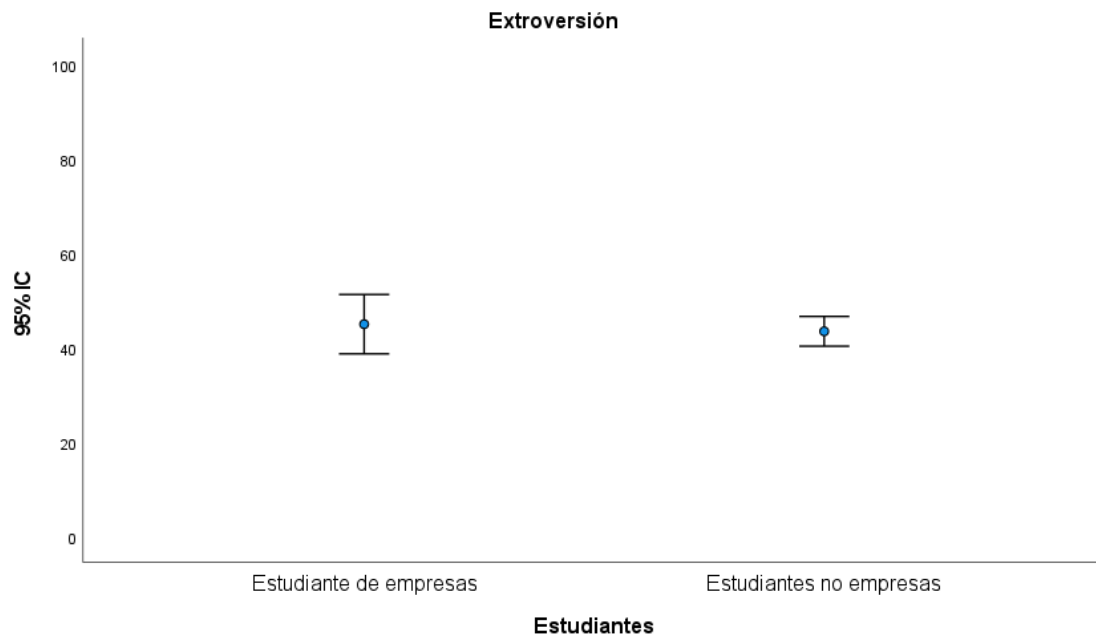


Figura 4.3

Gráfica barras de error del rasgo de extroversión obtenido entre los estudiantes emprendedores de administración de empresas y los estudiantes que no pertenecen al programa de administración de empresas.

Cuarta pregunta de investigación e hipótesis

La cuarta pregunta de investigación es: *¿Cuál es la diferencia en el rasgo de amabilidad entre los estudiantes emprendedores de administración de empresas y los estudiantes que no pertenecen a administración de empresas, medidos por el Inventario de los Cinco Grandes?* Para contestar esta pregunta se utilizaron las puntuaciones obtenidas en el rasgo de amabilidad en los dos grupos de estudiantes y se calculó la media, desviación y Prueba T independiente. La cuarta hipótesis de investigación es: Los estudiantes emprendedores de administración de empresas obtienen una puntuación significativamente más baja que los estudiantes que no pertenecen a administración de

empresas en el rasgo de amabilidad según lo medido por el Inventario de los Cinco Grandes.

En la Tabla 4.7 se presenta la media, desviación estándar, grado de libertad, valor estadístico t y el valor de probabilidad p. El rasgo de amabilidad en los estudiantes de empresas obtuvo una media de 60.24 y desviación estándar 23.165, mientras los estudiantes que no pertenecen al programa de administración de empresas presentaron una media de 60.12 y desviación estándar 23.739. El valor estadístico fue $t(352) = .036$, $p = .971$. Nuevamente, se rechaza la hipótesis alterna y se acepta la hipótesis nula. Esto indica que los estudiantes emprendedores de administración de empresas no obtienen una puntuación significativamente más baja que los estudiantes que no pertenecen a administración de empresas en el rasgo de amabilidad según lo medido por el Inventario de los Cinco Grandes.

Tabla 4.7

Diferencias en rasgo de amabilidad entre los estudiantes emprendedores de administración de empresas y los que no pertenecen al programa de administración de empresas (n=354)

Rasgo	Estudiantes	n	Media	DE	gl	t	P
Amabilidad	Empresas	62	60.24	23.165	352	.036	.971
	No Empresas	292	60.12	23.739			

Nota: gl = Grados de libertad, t = Valor estadístico de la prueba t

p = Probabilidad que mide si la diferencia en las medias es estadísticamente significativa

La Figura 4.4 presenta el resultado utilizando la gráfica de barras de error. Representa el promedio obtenido en el rasgo de amabilidad y la medida de dispersión a 95% en los intervalos de confianza. La gráfica de barras de error confirma la determinación que no existe diferencia significativa en el rasgo de amabilidad entre los

estudiantes emprendedores de administración de empresas y los estudiantes que no pertenecen al programa de administración de empresas.

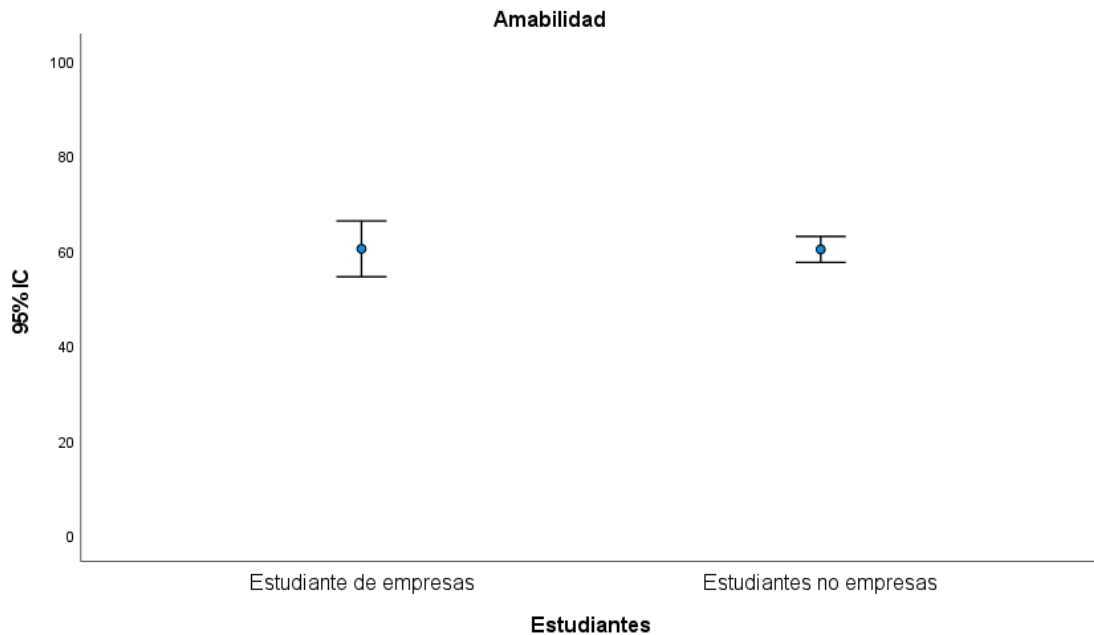


Figura 4.4

Gráfica barras de error del rasgo de amabilidad obtenido entre los estudiantes emprendedores de administración de empresas y los estudiantes que no pertenecen al programa de administración de empresas

Quinta pregunta de investigación e hipótesis

La quinta pregunta de investigación es: *¿Cuál es la diferencia en el rasgo de neuroticismo entre los estudiantes emprendedores de administración de empresas y los estudiantes que no pertenecen a administración de empresas, medidos por el Inventario de los Cinco Grandes?* Para contestar esta pregunta se utilizaron las puntuaciones obtenidas en el rasgo de amabilidad en los dos grupos de estudiantes y se calculó la media, desviación y Prueba T independiente. La quinta hipótesis de investigación es: Los estudiantes emprendedores de administración de empresas obtienen una puntuación significativamente más baja que los estudiantes emprendedores que no pertenecen a

administración de empresas en el rasgo del neuroticismo según lo medido por el Inventario de los Cinco Grandes.

En la Tabla 4.8 se presenta la media, desviación estándar, grado de libertad, valor estadístico t y el valor de probabilidad p. El rasgo de neuroticismo en los estudiantes de empresas obtuvo una media de 40.94 y desviación estándar 26.254, mientras los estudiantes que no pertenecen al programa de administración de empresas presentaron una media de 48.65 y desviación estándar 28.194. Se obtuvo el valor estadístico de $t(351) = 1.991$, $p = .047$. Dónde se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula. Esto indica que los estudiantes emprendedores de administración de empresas obtienen una puntuación significativamente más baja que los estudiantes emprendedores que no pertenecen a administración de empresas en el rasgo del neuroticismo.

Tabla 4.8

Diferencias en rasgo de neuroticismo entre los estudiantes emprendedores de administración de empresas y los que no pertenecen al programa de administración de empresas (n=353)

Rasgo	Estudiantes	n	Media	DE	gl	t	p
Neuroticismo	Empresas	63	40.94	26.254	351	1.991	.047
	No Empresas	290	48.65	28.194			

Nota: gl = Grados de libertad, t = Valor estadístico de la prueba t

p = Probabilidad que mide si la diferencia en las medias es estadísticamente significativa

La Figura 4.4 presenta el resultado utilizando la gráfica de barras de error. Representa el promedio obtenido en el rasgo de amabilidad y la medida de dispersión a 95% en los intervalos de confianza. La gráfica de barras de error confirma la determinación que existe diferencia significativa en el rasgo de neuroticismo entre los estudiantes emprendedores de administración de empresas y los estudiantes que no pertenecen al programa de administración de empresas.

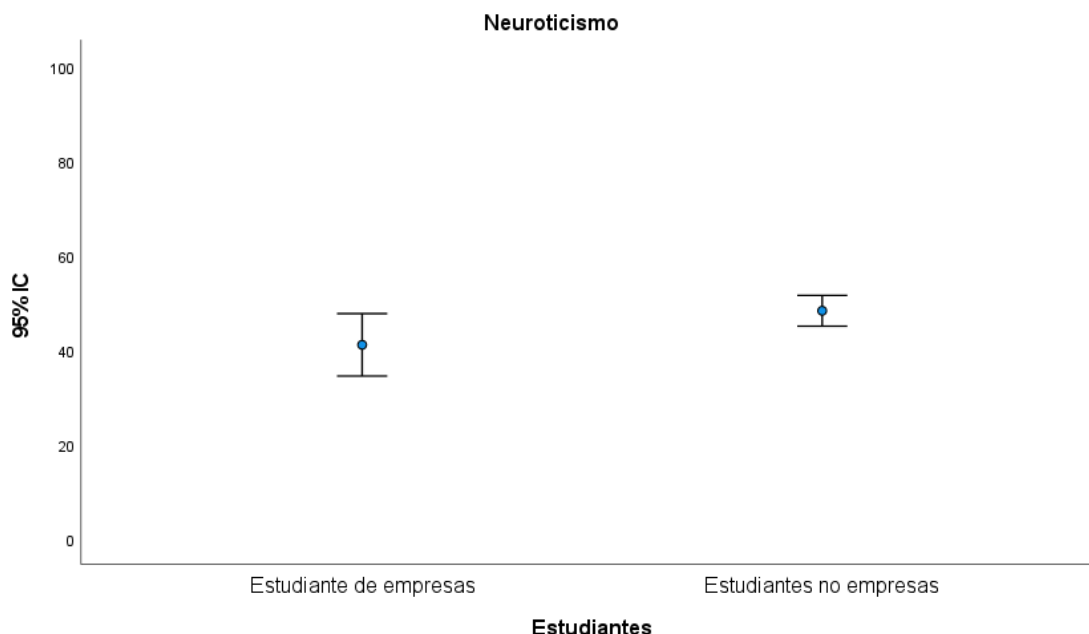


Figura 4.5

Gráfica barras de error del rasgo de neuroticismo obtenido entre los estudiantes emprendedores de administración de empresas y los estudiantes que no pertenecen al programa de administración de empresas

Sexta pregunta de investigación e hipótesis

La sexta pregunta de investigación es: *¿Cuál es la diferencia de los rasgos de personalidad entre los estudiantes emprendedores de administración de empresas?* Para contestar esta pregunta se utilizará el Análisis de Varianza (ANOVA). El Análisis de Varianza es una prueba estadística inferencial que se utiliza para analizar más de dos grupos y si difieren significativamente entre sí en sus medias y varianzas. Para esta pregunta los grupos son las diferentes concentraciones que pertenecen al programa de administración de empresas. La sexta hipótesis de investigación es: los estudiantes emprendedores de administración de empresas difieren significativamente entre sí en las puntuaciones de rasgos de personalidad según lo medido por el Inventario de los Cinco

Grandes. En la Tabla 4.9 se presentan la media y desviación estándar de los rasgos de personalidad entre los estudiantes de administración de empresas.

Tabla 4.9

Media y desviación estándar de los rasgos de personalidad entre los estudiantes de administración de empresas (n = 63)

Rasgos	Estudiantes de empresas	n	Media	D.E.
Apertura	Contabilidad y Finanzas	14	59.36	26.986
	Administración de Empresas	26	44.15	25.444
	Recursos Humanos	10	54.40	30.995
	Sistemas de Información	4	50.25	19.276
	Mercadeo	3	71.67	21.362
	Sistemas de Oficina	5	60.80	18.171
Responsabilidad	Contabilidad y Finanzas	14	73.07	18.706
	Administración de Empresas	27	61.70	25.490
	Recursos Humanos	10	68.10	18.598
	Sistemas de Información	4	42.25	30.913
	Mercadeo	3	90.00	9.644
	Sistemas de Oficina	5	71.60	15.225
Extroversión	Contabilidad y Finanzas	14	35.64	23.080
	Administración de Empresas	27	47.19	26.396
	Recursos Humanos	10	48.10	24.232
	Sistemas de Información	4	44.25	14.773
	Mercadeo	3	52.33	40.415
	Sistemas de Oficina	5	48.00	26.163
Amabilidad	Contabilidad y Finanzas	14	59.00	21.458
	Administración de Empresas	27	62.44	23.336
	Recursos Humanos	10	53.70	28.390
	Sistemas de Información	3	63.33	17.388
	Mercadeo	3	78.67	4.509
	Sistemas de Oficina	5	52.00	26.086
Neuroticismo	Contabilidad y Finanzas	14	56.93	30.429
	Administración de Empresas	27	38.44	25.258
	Recursos Humanos	10	36.70	25.452
	Sistemas de Información	4	23.50	13.478
	Mercadeo	3	31.67	30.665
	Sistemas de Oficina	5	37.60	9.965

El Análisis de Varianza calcula el valor F, para comparar las variaciones entre los grupos y se comparan con las variaciones dentro de los grupos. Los resultados presentados en la Tabla 4.10 demuestran que no existe diferencia significativa en el rasgo de apertura a la experiencia entre los entre los estudiantes emprendedores de administración de empresas obtenido Valor de $F(5,56) = 1.181$ y la significancia $p = .330$. El rasgo de responsabilidad presenta el Valor de $F(5,57) = 2.150$, $p = .072$, indica que no existe diferencia significativa en el rasgo responsabilidad entre los estudiantes de administración de empresas. En el rasgo de extroversión se obtuvo el Valor de $F(5,57) = .511$, $p = .767$, esto demuestra que no existe diferencia significativa en el rasgo de extroversión entre los estudiantes de administración de empresas. El rasgo de amabilidad muestra un Valor $F(5,57) = .716$, $p = .614$. Tampoco existe diferencia significativa en la amabilidad entre los estudiantes de administración de empresas. Finalmente, el rasgo de neuroticismo presenta el Valor $F(5,57) = 1.669$, $p = .157$, por consiguiente, no existe diferencia significativa en el neuroticismo entre los estudiantes de empresas.

Según (Hernández et. al., 2014), si el Valor F es significativo implica que los grupos difieren entre sí. Por tanto, se rechaza la hipótesis alterna y se acepta la hipótesis nula. Esto indica que los estudiantes emprendedores de administración de empresas no difieren significativamente entre sí en las puntuaciones de rasgos de personalidad según lo medido por el Inventario de los Cinco Grandes.

Tabla 4.10

Análisis de varianza (ANOVA) de los rasgos de personalidad entre los estudiantes emprendedores de administración de empresas (n = 63)

		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	p
Apertura	Entre grupos	3969.962	5	793.992	1.181	.330
	Dentro de grupos	37647.216	56	672.272		
	Total	41617.177	61			
Responsabilidad	Entre grupos	5382.306	5	1076.461	2.150	.072
	Dentro de grupos	28535.408	57	500.621		
	Total	33917.714	62			
Extroversión	Entre grupos	1658.617	5	331.723	.511	.767
	Dentro de grupos	36985.605	57	648.870		
	Total	38644.222	62			
Amabilidad	Entre grupos	1967.271	5	393.454	.716	.614
	Dentro de grupos	30766.100	56	549.395		
	Total	32733.371	61			
Neuroticismo	Entre grupos	5457.184	5	1091.437	1.669	.157
	Dentro de grupos	37276.562	57	653.975		
	Total	42733.746	62			

Séptima pregunta de investigación e hipótesis

La séptima pregunta de investigación es: *¿Pueden los rasgos de apertura, responsabilidad, extroversión, amabilidad y neuroticismo predicen el tipo de estudiantes?* Para contestar esta pregunta se utilizará la regresión logística binaria es un tipo de regresión múltiple dónde el resultado es una variable dicotómica. La regresión logística binaria es la técnica estadística que tiene como objetivo comprobar hipótesis o relaciones causales cuando la variable dependiente es una variable binaria (dicotómica o dummy). El resultado dicotómico (tipo de estudiante) el cual tiene dos categorías (estudiante de empresas y no estudiantes de empresas) se utilizarán con múltiples variables predictoras (los cinco rasgos de personalidad).

Se realizó una regresión logística binaria para examinar si los rasgos de personalidad: Apertura a la experiencia, Responsabilidad, Extroversión, Amabilidad y Neuroticismo tenían un efecto significativo en las probabilidades de observar la categoría de los estudiantes que no pertenecen al programa de Administración de Empresas y los estudiantes de Administración de empresas. La séptima hipótesis de investigación es: los rasgos de apertura, responsabilidad, extroversión, amabilidad y neuroticismo predicen significativamente el tipo de estudiantes.

Se calcularon los Factores de Inflación de la Varianza (VIF) para detectar la presencia de multicolinealidad entre los predictores. La multicolinealidad en la regresión es una condición que ocurre cuando algunas variables predictoras incluidas en el modelo están correlacionadas con otras variables predictoras. La Tabla 4.12 presenta el VIF para cada predictor en el modelo.

Tabla 4.11

Factores de inflación de la varianza (VIF) para Apertura a la experiencia, Responsabilidad, Extroversión, Amabilidad y Neuroticismo

Variable	VIF
Apertura a la experiencia	1.06
Responsabilidad	1.13
Extroversión	1.11
Amabilidad	1.10
Neuroticismo	1.08

Los VIF altos indican mayores efectos de multicolinealidad en el modelo. Los VIF superiores a 5 son motivo de preocupación, mientras que los VIF de 10 deben considerarse el límite superior máximo (Menard, 2009). La multicolinealidad severa es problemática, porque puede incrementar la varianza de los coeficientes de regresión,

haciéndolos inestables. Todos los predictores en nuestro modelo de regresión tienen VIF son cercanos a uno, por tanto, no hay multicolinealidad entre los rasgos de personalidad.

El modelo general no fue significativo basado en un nivel de significancia de .05, $\chi^2(5) = 7.84$, $p = .116$, lo que sugiere que los rasgos de personalidad: Apertura, Responsabilidad, Extroversión y Amabilidad no tuvieron un efecto significativo en las probabilidades de observar los tipos de estudiantes. Es decir, estos cuatro rasgos (VI) no explican el tipo de estudiante (VD). El rasgo Neuroticismo fue la única variable predictora del modelo, $\chi^2 = 5.75$, $p = .016$. Esto demuestra que el modelo no ayuda a explicar el evento de investigación. Además, se calculó el R^2 de McFadden para examinar el ajuste del modelo, donde los valores superiores a .2 son indicativos de modelos con un ajuste excelente (Louviere et al., 2000). El valor R^2 de McFadden calculado para este modelo fue 0.02. Confirmado que el conjunto de los cinco rasgos de personalidad no predice significativamente el tipo de estudiantes. La Tabla 4.12 resume los resultados del modelo de regresión logística binaria.

Tabla 4.12

Regresión Logística Binaria con Apertura a la experiencia, Responsabilidad, Extroversión, Amabilidad y Neuroticismo prediciendo el Tipo de Estudiante

Variables	B	SE	χ^2	p	OR	95.00% IC
Constante	2.24	0.40	31.25	< .001	-	-
Apertura	0.10	0.29	0.11	.739	1.10	[0.62, 1.94]
Responsabilidad	-0.27	0.34	0.63	.428	0.76	[0.39, 1.50]
Extroversión	-0.03	0.30	0.01	.923	0.97	[0.54, 1.75]
Amabilidad	-0.15	0.31	0.25	.618	0.86	[0.47, 1.57]
Neuroticismo	-0.77	0.32	5.75	.016	0.47	[0.25, 0.87]

Nota. $\chi^2(5) = 7.84$, $p = .166$, McFadden $R^2 = 0.02$.

Para sustentar la no significancia del modelo. La tabla 4.13 indica la parte de la varianza de la variable dependiente (tipo de estudiante) explicada por el modelo. La tabla contiene los valores R^2 de Cox es igual a .022 y Snell y R^2 de Nagelkerke es igual a .036. Por tanto, la variación explicada en la variable tipo de estudiante (dependiente) basada en el modelo obtenido oscila entre el 2.2% y 3.6%. Por tanto, se rechaza la hipótesis alterna y se acepta la hipótesis nula. Los rasgos de apertura, responsabilidad, extroversión, y amabilidad no predicen significativamente el tipo de estudiantes. Por el contrario, el rasgo de neuroticismo fue único que logró predecir el tipo de estudiante en el modelo del estudio.

Tabla 4.13

Resumen del modelo

Paso	Logaritmo de la verosimilitud -2	R^2 de Cox y Snell	R^2 de Nagelkerke
1	324.499	.022	.036

La Figura 4.6 presenta la Matriz de gráficos de dispersión en los Rasgos de Personalidad: Apertura a la experiencia, Responsabilidad, Extroversión, Amabilidad y Neuroticismo por el tipo de estudiante. La dispersión es cada cuadrícula (matriz) de gráficos se utilizan para visualizar asociaciones bivariantes entre combinaciones de variables. Cada gráfico de dispersión de la matriz presenta las líneas de tendencia asociadas a los Rasgos de Personalidad.

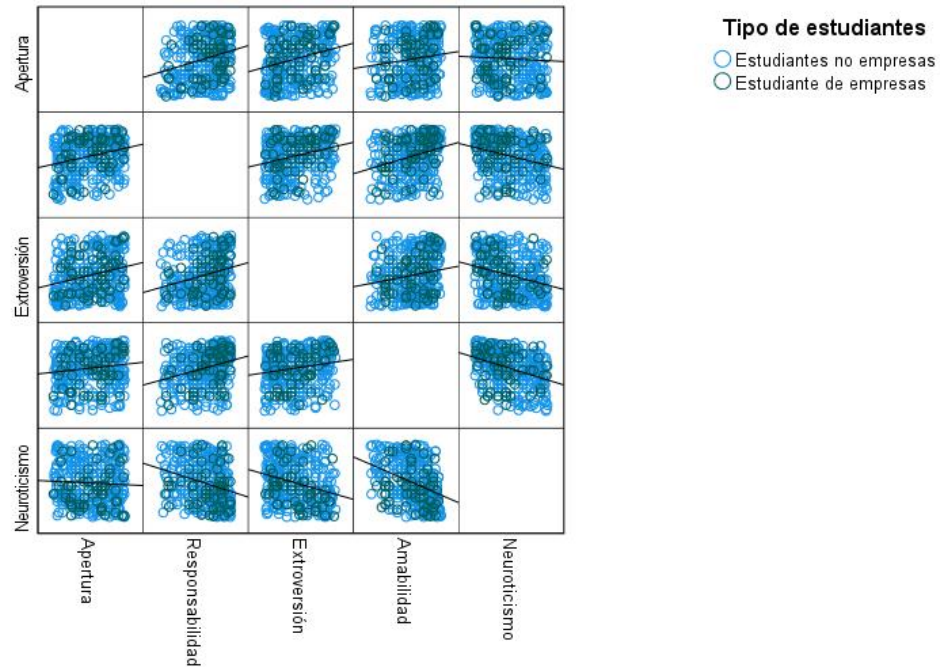


Figura 4.6

Matriz de gráficos de dispersión en los Rasgos de Personalidad por tipo de estudiante

En este capítulo se discutió los resultados, hallazgos y análisis de las preguntas de investigación. Las pruebas estadísticas realizadas y la aceptación o rechazo de cada hipótesis del estudio. En general, los resultados del análisis estadístico indicaron que había una diferencia significativa en el rasgo de personalidad de *Neuroticismo*. Este estudio encontró que los estudiantes de empresas obtuvieron puntuaciones significativamente más bajas en comparación con los estudiantes que no pertenecen al programa de administración de empresas. No hubo diferencia entre los dos grupos de estudiantes en *Apertura a la experiencia*, *Responsabilidad*, *Extroversión* y *Amabilidad*. Los estudiantes emprendedores de administración de empresas no difieren significativamente entre sí en las puntuaciones de rasgos de personalidad. Confirmando el modelo obtenido del estudio no predice significativamente el tipo de estudiante, según los

Rasgos de Personalidad: Apertura de experiencia, Responsabilidad, Extroversión y Amabilidad.

Las implicaciones de los hallazgos se analizan con más detalle en el Capítulo V. En el próximo capítulo se establece la discusión de la investigación realizada. Las limitaciones, conclusiones, recomendaciones y aportación del estudio.

Capítulo 5

Conclusión

Introducción

Este capítulo tiene el propósito de interpretar la importancia de los hallazgos de este estudio. El capítulo también incluye una discusión en profundidad de los resultados, aumentando el conocimiento de los rasgos de la personalidad entre estudiantes. Además, la interpretación de los hallazgos, contribución del estudio, limitaciones del estudio, recomendaciones para futuras investigaciones y la diferencia del modelo conceptual.

Este estudio analizó datos secundarios y se clasificó en dos grupos de estudiantes según su área de estudio: estudiante de empresas y estudiantes que no pertenecen a administración de empresas. Se determinó las diferencias en los rasgos de personalidad entre los dos grupos a través del Inventario de los Cinco Grandes basado en el *Modelo de Cinco Rasgos de Dimensiones de Personalidad* (MCFP). Esta investigación tiene como objetivo específico explorar los rasgos de personalidad en relación con las concentraciones de estudio en los estudiantes emprendedores de administración empresas y estudiantes de otras disciplinas. Además, la investigación pretende crear un modelo que pueda predecir las características de personalidad en los estudiantes de las concentraciones en Administración de Empresas en contraste con los estudiantes que no están estudiando Administración de Empresas.

Interpretación de los resultados

Los resultados de la investigación cuantitativa revelaron diferencias estadísticas en el rasgo de personalidad de neuroticismo entre los dos grupos. El grupo de estudiantes de empresas obtuvo una puntuación más baja en el rasgo neuroticismo en comparación a

los estudiantes que no son de empresas. Hubo una diferencia en los rasgos de Apertura a la Experiencia, Responsabilidad, Extroversión y Amabilidad, ya que los estudiantes de empresas obtuvieron una puntuación más alta, aunque no a un nivel estadísticamente significativo.

Apertura a la experiencia

La primera pregunta de investigación se centró en si había una diferencia significativa en el rasgo de la personalidad de la apertura a la experiencia. Este estudio no encontró diferencias significativas entre los dos grupos ($p = .714$) en la apertura a la experiencia. La investigación pregunta formulada ¿Cuál es la diferencia en el rasgo de apertura a la experiencia entre los estudiantes emprendedores de administración de empresas y los estudiantes que no pertenecen a administración de empresas, medidos por el Inventario de los Cinco Grandes?

El factor de personalidad de la apertura a la experiencia incluye “imaginación activa, sensibilidad estética, atención a los sentimientos, preferencia por la variedad, curiosidad intelectual e independencia de juicio” (Costa & McCrae, 1992). Las personas abiertas a la experiencia sienten curiosidad por los mundos interior y exterior y contribuyen a una vida más rica experiencias.

Están dispuestos a considerar nuevas ideas y valores alternativos y experimentan emociones positivas y negativas más intensamente que las personas cerradas a nuevas experiencias. Los que tienen este rasgo alto no son convencionales; están preparados para desafiar la autoridad; y están dispuestos a explorar nuevas ideas sociales, éticas y políticas (Costa & McCrae, 1992). Los empresarios deben tener la apertura a la

experiencia para considerar nuevas oportunidades, formas de lograr las cosas, ya que no existe una fórmula preestablecida para el desarrollo y mantenimiento de un negocio.

La Apertura a la Experiencia es una dimensión de la personalidad que caracteriza a alguien que es intelectualmente curioso y tiende a buscar nuevas experiencias y explorar ideas novedosas. Alguien con un alto nivel de Apertura puede describirse como creativo, innovador, imaginativo, reflexivo y poco tradicional. Por el contrario, un rasgo de Apertura bajo puede ser caracterizado como convencional, de intereses estrechos y poco analítico.

Los resultados contradicen a la investigación de Zhao & Seibert (2006) y Schumpeter (1976) donde estipulan que la característica definitoria del emprendedor es su énfasis en la innovación. Es probable que fundar una nueva empresa requiera que el emprendedor explore ideas nuevas o novedosas, use su creatividad para resolver problemas novedosos y adopte un enfoque innovador para productos, métodos comerciales o estrategias.

Los resultados también contradicen a (Farrukh et al., 2016) donde los emprendedores tienen un alto nivel de apertura. Los individuos que portan este rasgo son imaginativos, de mente amplia, curiosos y no tradicionales. La innovación y la asunción de riesgos se consideran un desafío. Las personas con una gran apertura a la experiencia no son tradicionales y continúan buscando ideas novedosas para la solución de problemas.

Responsabilidad

Este estudio identificó una diferencia no significativa en las puntuaciones que miden el rasgo de responsabilidad en la personalidad ($p = .171$) entre los dos grupos: se

encontró que los estudiantes de empresas tenían niveles más altos de responsabilidad que los estudiantes que no son de empresas. La pregunta específica que se hizo fue ¿Cuál es la diferencia en el rasgo de responsabilidad entre los estudiantes emprendedores de administración de empresas y los estudiantes que no pertenecen a administración de empresas, medidos por el Inventario de los Cinco Grandes? En ambos grupos de estudiantes se presentaron puntuaciones altas en responsabilidad.

Un alto rasgo de responsabilidad indica que la persona es concienzuda, diligente, decidida, organizada, deliberada y determinada (Malik, 2013); y como tal, los logros académicos y ocupacionales están asociados con este rasgo. La responsabilidad puede invocar comportamientos compulsivos, molestos fastidiosos o adictos al trabajo. Este rasgo describe el control de los impulsos prescrito socialmente, que facilita la tarea y el comportamiento dirigido a objetivos, como pensar antes de actuar, retrasar la gratificación, seguir normas y reglas, y planificar, organizar y priorizar tareas (Costa & McCrae, 1992).

Los resultados coinciden con (Zhao & Seibert, 2006) y (Farrukh et al., 2016), ya que sus hallazgos mostraron que los individuos con rasgos de responsabilidad alto tienen un alto desempeño en tareas y niveles de satisfacción laboral. Además, las personas responsables pueden orientarse principalmente hacia la realización de la tarea dada de manera eficiente y organizada en lugar de introducir interrupciones en el flujo de la tarea dada al generar nuevas ideas (George & Zhou, 2001).

Extroversión

De acuerdo con el análisis de las puntuaciones de extroversión tanto del grupo de estudiantes de empresas como del grupo de estudiantes que no estudian empresas, aunque

hubo una diferencia, la diferencia en las puntuaciones de extroversión no fue significativa. La pregunta de investigación fue ¿Cuál es la diferencia en el rasgo de extroversión entre los estudiantes emprendedores de administración de empresas y los estudiantes que no pertenecen a administración de empresas, medidos por el Inventario de los Cinco Grandes? En ambos grupos de estudiantes se presentaron puntuaciones bajas en este rasgo.

La puntuación de extraversión indica tener un valor $p = 0.686$, que es superior a nuestro nivel alfa de 0.05 necesario para indicar una diferencia significativa. La extroversión puede ser muy importante para el entorno empresarial debido a la cantidad significativa de interacción requerida con socios, empleados, clientes y quizás capitalistas de riesgo. La extroversión es el grado en que los individuos son asertivos, enérgicos, activos, dominantes, entusiastas y comunicativos (Costa & McCrae, 1992). Individuos que muestran este rasgo como personas, prefieren grupos grandes y reuniones, y muestran entusiasmo y estimulación mientras tienen una disposición de alegría, optimismo y vivacidad.

Las personas que obtienen una puntuación alta en Extroversión tienden a ser alegres, les gustan las personas y los grupos grandes, y buscan emoción y estimulación. Las personas que obtienen una puntuación baja en Extroversión prefieren pasar más tiempo solas y se caracterizan por ser reservadas, tranquilas e independientes. La extraversión se relaciona positivamente con el interés en ocupaciones emprendedoras (Costa et al., 1984).

Los hallazgos contradicen varias investigaciones de (Zhao & Seibert, 2006) y (Farrukh et al., 2016) revelan el impacto positivo y significativo de extroversión en los

emprendedores. Las personas con una alta extroversión están llenas de energía y entusiasmo, fomentando comportamientos como buscar estimulación y abordar los problemas de manera proactiva, lo que debería mejorar el pensamiento creativo y el rendimiento (Zhao & Seibert, 2006).

Amabilidad

Los resultados de este estudio encontraron que los estudiantes de empresas no difieren estadísticamente ($p = 0.971$) en contraste a los estudiantes que no son de empresas. La pregunta de investigación específica que se planteó fue ¿Cuál es la diferencia en el rasgo de amabilidad entre los estudiantes emprendedores de administración de empresas y los estudiantes que no pertenecen a administración de empresas, medidos por el Inventario de los Cinco Grandes? En ambos grupos obtuvieron puntuaciones altas en el rasgo de amabilidad.

El individuo amigable es fundamentalmente altruista, comprensivo y servicial; mientras que, por el contrario, el individuo desagradable es egocéntrico, escéptico de los demás y competitivo (Costa & McCrae, 1992). En este rasgo se espera que un emprendedor obtenga una puntuación baja. Según (Farrukh et al., 2016), la amabilidad puede ser perjudicial para los empresarios. Los individuos con un alto nivel de Amabilidad pueden caracterizarse como confiados, generosos, cariñosos y altruistas. El extremo superior de Amabilidad representa a alguien que tiene valores cooperativos y una preferencia por las relaciones interpersonales positivas. Aunque la Amabilidad puede hacer que uno sea visto como digno de confianza y puede ayudar a formar relaciones de trabajo positivas y cooperativas.

Los resultados contradicen a la investigación por (Zhao & Seibert, 2006) y (McClelland & Boyatzis, 1982), donde los altos niveles de Amabilidad pueden inhibir la disposición de uno para impulsar negociaciones difíciles, velar por el propio interés e influir o manipular a otros para el beneficio propio. Igualmente, los hallazgos (Farrukh et al., 2016) revelaron una asociación negativa entre dichas variables. La razón de una puntuación baja en el rasgo de amabilidad podría ser las características del individuo agradable, ya que las personas agradables tienden a dar su fuerte deseo de armonía interpersonal, por lo que pueden tener dificultad para generar y expresar ideas diferentes a los demás.

Neuroticismo

La quinta pregunta de investigación se centró en si había una diferencia significativa en el rasgo de personalidad del Neuroticismo. Los estudiantes de empresas demostraron un bajo de nivel de neuroticismo y los estudiantes que no son de administración de empresas obtuvieron una puntuación mayor. El análisis de Prueba T identificó que existe una diferencia estadística significativa en la dimensión de neuroticismo entre los estudiantes de empresas y los estudiantes que no son de administración de empresas ($p = .047$). La pregunta planteada ¿Cuál es la diferencia en el rasgo de neuroticismo entre los estudiantes emprendedores de administración de empresas y los estudiantes que no pertenecen a administración de empresas, medidos por el Inventario de los Cinco Grandes? En ambos grupos obtuvieron puntuaciones bajas en el rasgo de neuroticismo.

El rasgo de neuroticismo representa la estabilidad emocional. Las personas con alto nivel de neuroticismo tienden a experimentar una serie de emociones negativas,

como ansiedad, hostilidad, depresión, timidez, impulsividad y vulnerabilidad (Costa & McCrae, 1992). Las personas que obtienen una puntuación baja en neuroticismo tienden a caracterizarse como seguras de sí mismas, tranquilas, moderadas y relajadas.

Los resultados coinciden con (Zhao & Seibert, 2006) donde estos son rasgos que definen niveles bajos de Neuroticismo. Al mismo tiempo, los empresarios han sido descritos como muy seguros de sí mismos con una fuerte creencia en su capacidad para controlar los resultados en el entorno. Por tanto, la confianza en sí mismo y la resiliencia notable frente al estrés es relevante para los emprendedores.

Este hallazgo es similar a (Sinha & Srivastava, 2013) donde establece que es razonable esperar que el individuo que es tranquilo, menos temperamental, menor ansiedad y menos propenso al estrés probablemente se incline positivamente hacia el comportamiento empresarial. Según (García-Cabrera & García-Soto, 2009) la estabilidad emocional/menos neuroticismo es un rasgo de personalidad envidiable para los emprendedores.

Estudiantes de empresas

En el estudio, los estudiantes de empresas presentaron las siguientes características según los rasgos de personalidad:

- Rasgo de Apertura a las Experiencia bajo. Esto estudiantes se caracterizan por ser personas convencionales, no son creativos ni innovadores, pocos analíticos y tradicionales.
- Rasgo de Responsabilidad alto. Estos estudiantes se caracterizan por ser concienzuda, diligente, decidida, organizada, deliberada y determinada.

- Rasgo de Extroversión bajo. Los estudiantes prefieren pasar más tiempo a solas y se caracterizan por ser reservadas. Prefieren trabajar en grupos pequeños, son más tranquilos e independientes.
- Rasgo de amabilidad alto. Los estudiantes con puntuaciones altas son confiados, comprensivos, generosos, cariñosos y altruistas.
- Rasgo de Neuroticismo bajo. Los estudiantes que obtienen una puntuación baja en neuroticismo pueden caracterizarse como seguras de sí mismas, tranquilas, moderadas y relajadas.

Las variaciones entre las disciplinas de estudio en cada uno de los Rasgos de Personalidad. Sin embargo, el Análisis de Varianza (ANOVA) estableció que las diferencias no fueron estadísticamente significativas entre sí.

Modelo de regresión

La variación explicada entre los tipos de estudiante basada en el modelo de regresión apenas logra determinar entre el 2.2% y 3.6% de la variable dependiente. Los rasgos de apertura, responsabilidad, extroversión, y amabilidad no predicen significativamente el tipo de estudiantes. El rasgo de neuroticismo fue único que logró predecir significativamente el tipo de estudiante, en el modelo del estudio.

Estos resultados contradicen el estudio de del estudio (Said & Mohamed, 2016), que indicaron que las dimensiones de personalidad de la apertura a la experiencia, la responsabilidad y el neuroticismo pueden fomentar las intenciones empresariales, mientras que la amabilidad reduce las intenciones empresariales. El modelo contradice (Hu, 2008), que indicó que existe una asociación entre los rasgos de personalidad de los Cinco Grandes y la actitud emprendedora. También, el modelo contradice el estudio

(Lüthje & Franke, 2003) que concluyeron que la actitud hacia el emprendimiento puede estar influenciada por rasgos de personalidad.

Limitaciones del estudio

Este estudio se basó en los datos secundarios, con excepción de la variable concentración de estudio de los participantes, no se provee información adicional sociodemográfica de los participantes. Las respuestas pueden verse influenciadas por el entorno del individuo que participó en el estudio. El estudio analizó su incidencia de las variables e interrelación en un momento único. Los resultados de este estudio deben interpretarse después de considerar las siguientes limitaciones.

1. Los resultados no se pueden generalizar a los programas de administración de Empresas de las instituciones de Educación Superior de Puerto Rico.
2. Los resultados no se pueden generalizar a los programas que no son de administración de Empresas de las instituciones de Educación Superior de Puerto Rico.
3. Los resultados no se pueden generalizar a programas de otros niveles académicos.

Recomendaciones para la Academia

Las instituciones de educación superior pueden desempeñar un rol considerable en fomentar el espíritu emprendedor centrándose más en aumentar el pensamiento empresarial. Enriquecer los contenidos de cursos de administración de empresas con proceso de gamificación y del uso de simuladores de negocios en entornos docentes. Estos juegos y simuladores de negocios reproducen el funcionamiento de una situación “real,” principalmente basado en una o diversas partes de una empresa. Los estudiantes

deben conocer programas de apoyo como el Centro de Desarrollo de Pequeñas Empresas (SBTDC) e Inter Emprende. Estos programas ofrecen diferentes talleres de formación profesional, brindando oportunidades para elaborar estrategias de planes de negocios; para que los estudiantes tengan la conveniencia de obtener experiencia práctica en el trabajo y puedan responder a un entorno de su futura carrera profesional. Las instituciones de educación superior y la empresa privada deben apoyar la educación empresarial para ser capaz de proporcionar a los estudiantes una comprensión del propósito, la estructura, los permisos y la forma en que la empresa se interrelaciona con la sociedad y la economía.

Recomendaciones para futuras investigaciones.

Al realizar el análisis de resultados y hallazgos del estudio, se presentan las recomendaciones del investigador. A continuación, se exponen las mismas.

1. Administrar el Instrumento de los Cinco Grandes a los estudiantes de nivel subgraduado y graduado.
2. Realizar un estudio de investigación longitudinal para una mejor comprensión y análisis de los datos.
3. Realizar un estudio experimental para conocer si hay variación de los rasgos de los estudiantes después de varias intervenciones (cursos o talleres).
4. Replicar el estudio a otros contextos con un tamaño de muestra más grande, de modo que los resultados sean más generalizables.

Modelo Conceptual Revisado

Basado en los hallazgos de la investigación y la revisión de literatura, el investigador no presentaría un Modelo Conceptual revisado y se mantiene con el Modelo Conceptual original, según ilustra la Figura 5.1. El Modelo Conceptual toma como premisa la Teoría de los Cinco Rasgos (Costa & McCrae, 1996). Esta teoría permite explicar el funcionamiento de la personalidad como un sistema en el cual estos cinco factores interactúan con influencias externas en la formación y adaptabilidad de las características de los individuos. Otra Teoría de Rasgo de Herbison, utiliza el instrumento NEO Personality Inventory-3 (NEO-PI-3). El NEO-PI-3 es una versión actualizada del Inventario de Personalidad NEO Revisado (NEO PI-R), el cuestionario estándar del Modelo de Cinco Rasgos. (Herbison, 2015) establece que Teoría del Rasgo se concentran en identificar y medir las combinaciones de características de la personalidad individual únicas.

El Modelo Conceptual también es apoyado por la Teoría de los Rasgos (Cattel, 1965). Según la Teoría Clásica de Raymond Cattell, la personalidad es un patrón de rasgos y eso ayuda a comprender su personalidad y predecir su comportamiento. Los rasgos son permanentes y construyen la personalidad de un individuo.

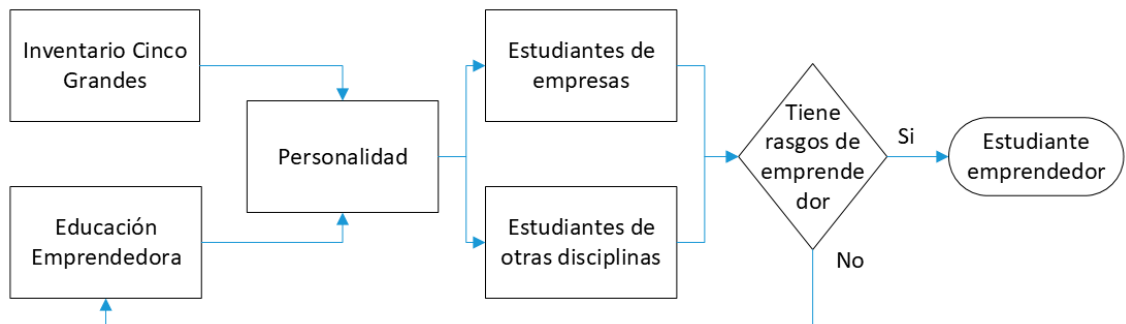


Figura 5.1: Marco Conceptual.
Torres (2021)

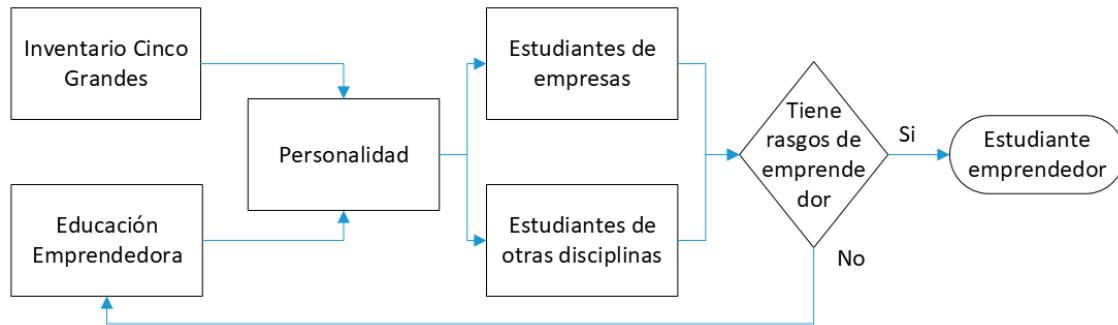


Figura 5.1

Marco Conceptual. Torres (2021)

Contribución del estudio

La principal contribución del estudio según su alcance de investigación exploratoria. Los estudios exploratorios se realizan cuando el objetivo consiste en examinar un tema poco estudiado. Existen múltiples investigaciones sobre los rasgos de personalidad en emprendedores, pero al momento del presente estudio, se han publicado pocas investigaciones con estudiantes que serán futuros emprendedores. El tener un mejor entendimiento de los rasgos de personalidad en estudiantes nos permitirá tener una comprensión cuando hacemos compresiones: descriptivas, correlacionales o explicativas.

La investigación demostró que cuatro de los cinco rasgos de personalidad entre los grupos de estudiantes no difieren entre sí. Los estudiantes de empresas son convencionales, no son creativos ni innovadores, pocos analíticos y tradicionales. Su responsabilidad los ayuda a ser diligente, decidida, organizada, deliberada y determinada. Prefieren trabajar en grupos pequeños, son más tranquilos e independientes. Por su amabilidad son personas confiadas, comprensivas, generosas y cariñosas. Se consideran seguros de sí mismos, tranquilos, moderados y relajados. Algunas de estos rasgos no coinciden los rasgos de un emprendedor. Esto puede causar dificultad al estudiante cuando desee emprender su propio negocio.

La educación empresarial puede cambiar la actitud de una persona hacia el emprendimiento. Si las personalidades y actitudes de los estudiantes están alineadas puede mejorar el clima empresarial en el país y puede beneficiar a la economía. A su vez, este estudio pudiera ayudar a crear un futuro modelo de regresión para predecir significativamente el tipo de estudiante.

Referencias

- Aldrich, H.E., Zimmer, C., 1986. Entrepreneurship through social networks in D.L. Sexton, D.L. & Smilor, R.W. (Eds.) *The Art and Science of Entrepreneurship*. Ballinger, Cambridge, MA, pp. 3-23. Alcaraz Rodriguez, R. (2011). El emprendedor de éxito. Mc Graw-Hill.
- Aldrich, H, Zimmer & Catherine. (1989). Entrepreneurship Through Social networks. In *The Art and Science of Entrepreneurship*, Cambridge. Ballinger.
- Allport, G. W. (1937). *Personality: A Psychological Interpretation*. Holt, Rinehart & Winston.
- Alston, J. M. (2021, April 29). 12 Characteristics of Successful Economics Students. INOMICS. <https://inomics.com/advice/12-characteristics-of-successful-economics-students-602112>
- Ambad, S., Azwa, N., & Damit, D. H. D. A. (2016). Determinants of entrepreneurial intention among undergraduate students in Malaysia. *Procedia Economics and Finance*, 37, 108–114. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(16\)30100-9](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(16)30100-9)
- Antonicic, B., Kregar, T. B., Singh, G., & DeNoble, A. F. (2015). The big five personality entrepreneurship relationship: Evidence from Slovenia. *Journal of Small Business Management*, 53(3), 819–841.
- Ashour, S. (2016). Social and business entrepreneurship as career options for university students in the United Arab Emirates: The drive–preparedness gap. *Cogent Education*, 3(1), 1234425.
- Audretsch, D. B., & Fritsch, M. (2002). Growth regimes over time and space. *Regional Studies*, 36(2), 113–124. <https://doi.org/10.1080/00343400220121909>
- Autio, E., Keeley, R., Klofsten, M., GC Parker, G., & Hay, M. (2001). Entrepreneurial intent among students in Scandinavia and in the USA. *Enterprise and Innovation Management Studies*, 2(2), 145–160. <https://doi.org/10.1080/14632440110094632>
- Baluku, M. M., Kikooma, J. F., & Kibanja, G. M. (2016). Does personality of owners of micro enterprises matter for the relationship between startup capital and entrepreneurial success? *African Journal of Business Management*, 10, 13–23. doi:10.5897/AJBM2015.7738
- Barrick, M.R. & Mount, M.K. (1993). Autonomy as a moderator of the relationship between the big personality dimension and job performance, *Journal of Applied Psychology*.
- Benet-Martínez, V. & John, O. P. (1998). Los Cinco Grandes across cultures and ethnic groups: Multitrait multimethod analyses of the Big Five in Spanish and English. *Journal of Personality and Social Psychology*, 75(3), 729-750. <http://doi.org/10.1037/0022-3514.75.3.729>
- Berglund, V., Sevä, I. J., & Strandh, M. (2016). Subjective well-being and job satisfaction among self-employed and regular employees: Does personality matter differently? *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 28, 55–73.
- Boslaugh, S. (2007). Secondary analysis for public health: A practical guide. Cambridge. <http://dx.doi.org/10.1017/CBO9780511618802>
- Bosma, N., Hill, S., Ionescu-Somers, A., Kelley, D., Levie, J. & Tarnawa, A. (2020). GEM Global Report 2019/2020. 232.

- Bowuman, M. U Journal of Graduate Studies in Education, Volume 6, Issue 1, 2014 47
- Bradley, H.J., & Hebert, J.F. (1997). The effect of personality type on team performance. *Journal of Management Development*, 16(5), 337-353.
- Brandstätter, H. (2011). Personality aspects of entrepreneurship: A look at five meta-analyses. *Personality and Individual Differences*, 51(3), 222–230. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2010.07.007>
- Brockhaus, R.H., Horwitz, P.S., Sexton, D.L. (1986). *The Art and Science of Entrepreneurship*. Ballinger Publishing.
- Burney, S. L. (2016). Personality, well-being, and military service (Unpublished doctoral dissertation). The University of the Rockies.
- Busenitz, L.W., & Barney, J.B. (1997). Differences between Entrepreneurs and Managers in Large Organizations: Biases and Heuristics in Strategic Decision-Making. *Journal of Business Venturing*, 12, 9-30.
- Caliendo M, Fossen F, Kritikos A (2012) Trust, positive reciprocity, and negative reciprocity: Do these traits impact entrepreneurial dynamics? *J Econ Psychol* 33(2):394–409. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2011.01.005>
- Caliendo, M., Fossen, F. M., & Kritikos, A. S. (2014). Personality characteristics and the decision to become and stay self-employed. *Small Business Economics*, 42(4), 787–814.
- Carsrud, A.L., Johnson, R.W., 1989. Entrepreneurship: a social psychological perspective. *Entrepreneurship and Regional Development*. 1, 21-31.
- Carsrud, A., Olm, K., Eddy, G. (1986). Entrepreneurship: Research in quest of a paradigm in Sexton, D., Smilor, R. (Eds.). *The Art and Science of Entrepreneurship*. Ballinger.
- Chen, C. C., P. G. Greene and A. Crick (1998). Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? *Journal of Business Venturing*(13): 295-316.
- Ciavarella MA, Buchholtz AK, Riordan CM, Gatewood RD, Stokes GS. (2004). The Big Five and venture survival: Is there a linkage? *J Bus Ventur* 19(4):465–483.
- Collins, D.F., Moore, D.G., 1964. *The Enterprising Man*. Michigan State University Press.
- Collins, Christopher & Hanges, Paul & Locke, Edwin. (2004). The Relationship of Achievement Motivation to Entrepreneurial Behavior: A Meta-Analysis. *Human Performance - HUM PERFORM*. 17. 95-117. 10.1207/S15327043HUP1701_5.
- Costa, P. T., Jr & McCrae, R. R. (1987). Validation of the five-factor model of personality across instruments and observers. *Journal of personality and social psychology*, 52(1), 81–90. <https://doi.org/10.1037//0022-3514.52.1.81>
- Costa, Paul & McCrae, Robert. (1996). *The five-factor model of personality: Theoretical Perspective*.
- Creswell. J.W. and Creswell, J.D. (2017) *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. 4th Edition, Sage.
- Digman, J. M. (1990). Personality structure: Emergence of the five-factor model. *Annual Review of Psychology*, 41, 417–440. <https://doi.org/10.1146/annurev.ps.41.020190.002221>

- Doerr, A., & Rice, A. (2012). The big five and entrepreneurship. Academy of Educational Leadership, *Proceedings of the Allied Academies International Conference*, 17, 17–20.
- Do Paço, A. M. F., Ferreira, J. M., Raposo, M., Rodríguez, R. G., & Dinis, A. (2011). Behaviours and entrepreneurial intention: Empirical findings about secondary students. *Journal of International Entrepreneurship*, 9 (1), 20–38.
<https://doi.org/10.1007/s10843-010-0071-9>
- Dubrin, A. (2003). Fundamentos de Comportamiento Organizacional. Thomson.
- D’Souza, C., & Tay, R. (2016). Advertising implications and design of messages. *Marketing Intelligence & Planning*, 34(4), 504–522. doi:10.1108/MIP-03-2015-0069
- Eden, D., 1975. Organizational membership of the vs self-employment: Another blow to the American dream. *Organizational Behavior and Human Performance*. 13, 79–94.
- Ekpoh, Uduak & Edet, Aniefiok. (2011). Entrepreneurship Education and Career Intentions of Tertiary Education Students in Akwa Ibom and Cross River States, Nigeria. *International Education Studies*. 4. 10.5539/ies.v4n1p172.
- Farrukh, M., Ying, C. W., & Mansori, S. (2016). Intrapreneurial behavior: An empirical investigation of personality traits. *Management & Marketing*, 11, 597–609. doi:10.1515/mmcks-20160018
- Fayolle, A., Gailly, B., & Lassa-Clerc, N. (2006). Assessing the impact of entrepreneurship education programmes: a new methodology, *Journal of European Industrial Training*, 30(9), 701–720.
<https://doi.org/10.1108/03090590610715022>
- Frese, M., & Gielnik, M. M. (2014). The psychology of entrepreneurship. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 1(1), 413–438.
<https://doi.org/10.1146/annurev-orgpsych-031413-091326>
- Field, Andy (2017) *Discovering statistics using IBM SPSS statistics*, 5th edition. SAGE Publications.
- Fielder. F. (1985). Least preferred coworker scale. Retrieved from
https://cyfar.org/sites/default/files/Least_PreferedCoworkerScale.pdf
- Fini, R., Grimaldi, R., Marzocchi, G. L., & Sobrero, M. (2012). The determinants of corporate entrepreneurial intention within small and newly established firms. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(2), 387–414.
<https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2010.00411.x>
- Galán, J. S. (2021). Emprendedor. Economipedia.
<https://economipedia.com/definiciones/emprendedor.html>
- García-Cabrera, A.M. & García-Soto, M.G., (2009), A Dynamic Model of Technologybased Opportunity Recognition, *Journal of Entrepreneurship*, Vol. 18, No. 2, pp. 167-190.
- Geissler, M., Schacht, M., & Zanger, C. (2012). the concept of university entrepreneurial climate and its impact on students ‘view on business creation. In ICSB World Conference Proceedings (Vol. 2, No. 1, p. 1). International Council for Small Business (ICSB).

- George, J.M. & Zhou, J. (2001), When openness to experience and conscientiousness are related to creative behavior: an interactional approach, *The Journal of applied psychology*, Vol. 86, No. 3, pp. 513-524.
- Gil, S. (2020). Empresario. Economipedia.
<https://economipedia.com/definiciones/empresario.html>
- González-Peña, A.; Sánchez-Tovar, Y. & Limón-Sánchez, M. (2021). Diferencias en los rasgos de la personalidad de los emprendedores por necesidad y oportunidad. *Lúmina*, 22(2), E0012. <https://doi.org/10.30554/lumina.v22.n2.4074.2021>
- Guerrero, M., Urbano, D., & Fayolle, A. (2016). Entrepreneurial activity and regional competitiveness: Evidence from European entrepreneurial universities. *The Journal of Technology Transfer*, 41(1), 105–131.
<https://doi.org/10.1007/s10961-014-9377-4>
- Hamilton BH, Papageorge NW, Pande N (2018) The right stuff? *Personality and entrepreneurship*. Working Paper No. 25006, National Bureau of Economic Research
- Hazard, L. (2013). Cultivating the Habits of Mind for Student Success and Achievement. *Research and Teaching in Developmental Education*, 29(2), 45–48.
<http://www.jstor.org/stable/42802413>
- Heikkilä, Annamari & Lonka, Kirsti & Nieminen, Juha & Niemivirta, Markku. (2012). Relations between teacher students' approaches to learning, cognitive and attributional strategies, well-being, and study success. *Higher Education*. 64. 455-471. 10.1007/s10734-012-9504-9.
- Hellriegel,D., Slocum,J. W. & Woodman,R. W. (1998). Comportamiento Organizacional. Thomson.
- Herbison, R. R. (2015). Contingent worker and the entrepreneurial orientation. Benedictine University.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6^{ta} Edición). McGraw-Hill.
- Herron, L., 1990. The Effects of Characteristics of the Entrepreneur on New Venture Performance. University of South Carolina Press.
- Herron, L., Robinson, R. Jr., 1993. A structural model of the effects of entrepreneurial characteristics on venture performance. *Journal of Business Venturing*. 8, 281-294
- Holland, J. L. (1985). Making vocational choices: A theory of vocational personalities and work environments. Englewood Cliffs, Prentice-Hall.
- Holland J.L. (1997) Making vocational choices. A theory of vocational personalities and work environments, 3rd edn. Psychological Assessment Resources, Odessa.
- Hornaday, J.A., Aboud, J., 1971. Characteristics of successful entrepreneurs. *Personnel Psychology*. 24, 141-153.
- Hu, M. L. (2008). A study of the personality traits, environment, and entrepreneurial attitude of technical institute's hospitality management students. *J. Hosp. Home Econ*, 5(4), 349–375.
- Ismail, A., Abdullah, A. G. K., & Othman, A. T. (2010). Acceptance of entrepreneurship culture module at the Malaysian institutes of higher learning: A gender perspective. *Research Journal of International Studies*, 15, 46–54.
- John, O. P., Naumann, L. P., & Soto, C. J. (2008). Paradigm shift to the integrative Big Five trait taxonomy: History, measurement, and conceptual issues. En O. P. John,

- R. W. Robins, & L. A. Pervin (Eds.), *Handbook of personality: theory and research* (3rd ed., pp. 114-158). Guilford Press.
- John, O. P., & Srivastava, S. (1999). The Big-Five trait taxonomy: History, measurement, and theoretical perspectives. In L. A. Pervin & O. P. John (Eds.), *Handbook of personality: Theory and research* (Vol. 2, pp. 102–138). New York: Guilford Press.
- Karimshah, A., Wyder, M., Henman, P., Tay, D., Capelin, E. & Short, P. (2013). Overcoming adversity among low SES students: *A study of strategies for retention. Australian Universities Review*, 55(2), 5-14
- Kautonen, T., Van Gelderen, M., & Tornikoski, E. T. (2013). Predicting entrepreneurial behaviour: A test of the theory of planned behavior. *Applied Economics*, 45 (6), 697–707. <https://doi.org/10.1080/00036846.2011.610750>
- Kemp, M. D. (2016). The process of becoming an entrepreneur: A grounded theory study (Unpublished doctoral dissertation). Capella University, Minneapolis, MN.
- Kindred, A. L. (2016). Personality traits of Illinois agritourism entrepreneurs (Unpublished doctoral dissertation). Illinois State University, Normal.
- Klepper, S. (1978). Entry, Exit, Growth, and Innovation over the Product Life Cycle. *American Economic Review*, 86(3), 562–583.
- Klugkist, I., & Mulder, J. (2008). Bayesian estimation for inequality constrained analysis of variance. In H. Hoijtink, I. Klugkist, & P. A. Boelen (Eds.), *Bayesian Evaluation of Informative Hypotheses* (pp. 27-52). Springer.
- Koe, W.-L., Rizal Sa'ari, J., Abdul Majid, I., & Ismail, K. (2012). Determinants of entrepreneurial intention among millennial generation. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 40, 197–208.
- Kristof, A. L. (1996). Person-organization fit: An integrative review of its conceptualizations, measurement, and implications. *Personnel Psychology*, 49(1), 1–49. <https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.1996.tb01790.x>
- Kurato, D. (2015). *Entrepreneurship: Theory, process, and practice*. Cengage Learning.
- Laskey, M.L., & Hetzel, C.J. (2011). Investigating Factors Related to Retention of At-Risk College Students. *The Learning Assistance Review*, 16, 31-43.
- Lazear EP (2004) Balanced skills and entrepreneurship. *Am Econ Rev, Papers and Proceedings* 94(2):208–211.
- Levine, M. E., Lu, A. T., Quach, A., Chen, B. H., Assimes, T. L., Bandinelli, S., Hou, L., Baccarelli, A. A., Stewart, J. D., Li, Y., Whitsel, E. A., Wilson, J. G., Reiner, A. P., Aviv, A., Lohman, K., Liu, Y., Ferrucci, L., & Horvath, S. (2018). An epigenetic biomarker of aging for lifespan and healthspan. *Aging*, 10(4), 573–591. <https://doi.org/10.18632/aging.101414>
- Liñán, F. (2004). Intention-based models of entrepreneurship education. *Piccola Impresa/Small Business*, 3(1), 11–35. <https://www.researchgate.net/publication/235937886>
- Liñán, F., & Chen, Y. W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593–617. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00318.x>

- Lüthje, C., & Franke, N. (2003). the 'making' of an entrepreneur: testing a model of entrepreneurial intent among engineering students at MIT. *R&d Management*, 33(1), 135–147. <https://doi.org/10.1111/1467-9310.00288>
- Lyons, R., Lynn, T., & Bhaird, C. (2015). Individual level assessment in entrepreneurship education: An investigation of theories and techniques. *Journal of Entrepreneurship Education*, 18(1), 136–156.
- Maalu, E. W. K. J. K. (2012). Perception of entrepreneurship as a career by students from selected public secondary schools in Nairobi. *Perception*, 2(3), 101–120. <http://erepository.uonbi.ac.ke:8080/xmlui/handle/123456789/9772>
- Maddi, S. R. (1989): *Personality Theories. A Comparative Analysis*, 5th ed. Homewood Dorsey, p.10.
- Malik, W. (2013). Entrepreneurial orientation and personality characteristics. *International Journal of Education and Management Studies*, 3, 272–275.
- Martin, B. C., McNally, J. J., & Kay, M. J. (2013). Examining the formation of human capital in entrepreneurship: A meta-analysis of entrepreneurship education outcomes. *Journal of Business Venturing*, 28(2), 211–224. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2012.03.002>
- McLeod, S. A. (2014). Theories of personality. *Simple Psychology*. <http://www.simplypsychology.org/personality-theories.html>
- McClelland, D.C., 1965. Need achievement and entrepreneurship: a longitudinal study. *Journal of Personality and Social Psychology*. 1, 389-392.
- McGrath, R.G. (1999). Falling Forward: Real Options Reasoning and Entrepreneurial Failure. *Academy of Management Review*, 24, 13-30.
- Mitchell, R.K., Busenitz, L., Lant, T., McDougall, P., Morse, E., Smith, J.B., 2002. Toward a theory of entrepreneurial cognition: rethinking the people side of entrepreneurship research. *Entrepreneur Theory and Practice*. 27(2), 93-104.
- Myers, I., & McCaulley, M. (1985). *Manual: A Guide to the Development and Use of the Myers-Briggs Type Indicator*. Consulting Psychologists.
- Norris, C. F. (2016). The relationship between personality traits and career adaptability. Southern Illinois University at Carbondale.
- Oliver, John. (2009). Berkeley personality lab.
- Olmos, R. E. (2010). Actitud emprendedora en los estudiantes universitarios: un análisis de factores explicativos en la comunidad de Madrid. <http://eprints.ucm.es/12803>
- Ones, D. S., & Viswesvaran, C. (2003). Job-specific applicant pools and national norms for personality scales: Implications for range-restriction corrections in validation research. *Journal of Applied Psychology*, 88(3), 570–577. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.88.3.570>
- Penn, L. T. (2016). Testing the joint roles of career decision self-efficacy and personality traits in the prediction of career indecision. University of Maryland, College Park.
- RAE – Real Academia Española (2021.). *Emprender: Diccionario de la Lengua Española*. Diccionario de la lengua española - Edición del Tricentenario. <https://dle.rae.es/emprender>.
- Rahim, H. L., Abdul Kadir, M. A. B., Zainal Abidin, Z., Junid, J., Kamaruddin, L. M., Mohd Lajin, N. F., Buyong, S. Z., & Bakri, A. A. (2015). Entrepreneurship education in Malaysia: A critical review. *Journal of Technology Management and*

- Business*, 2(2), 1-11.
<https://publisher.uthm.edu.my/ojs/index.php/jtmb/article/view/1162>
- Rauch, A., & Frese, M. (2007). Let's put the person back into entrepreneurship research: A metaanalysis on the relationship between bussiness owem's personality traits, bussiness creation, and success. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 16(4), 353-385. <https://doi.org/10.1080/13594320701595438>
- Rottinghaus, P. J., Buelow, K. L., Matyja, A., & Schneider, M. R. (2012). The career futures inventory–revised: Measuring dimensions of career adaptability. *Journal of Career Assessment*, 20(2), 123–139. doi:10.1177/1069072711420849
- Rottinghaus, P. I., & Miller, A. D. (2013). Convergence of personality frameworks within vocational psychology. In W. B. Walsh, M. L. Savickas, & P. J. Hartung (Eds.), *Handbook of vocational psychology: Theory, research, and practice* (4th ed., pp. 105–131). <https://doi.org/10/b847>
- Rothmann, S., & Coetzer, E.P. (2003). The Big Five Personality Dimensions and Job Performance. *Journal of Industrial Psychology*, 29, 68-74.
<https://doi.org/10.4102/sajip.v29i1.88>
- Saeed, R., Mussawar, S., Lodhi, R.N., Iqbal, A., Nayab, H.H., and Yaseen, S. (2013). Factors Affecting the Performance of Employees at work Place in the Banking Sector of Pakistan. *Middle-East Journal of Scientific Research*. Vol. 17 (9):1200-1208. DOI: 10.5829/idosi.mejsr.2013.17.09.12256.
- Said, A. E., & Mohamed, K. K. (2016). Entrepreneurial intentions amongst Tunisian students: An empirical investigation applying the Big-Five personality traits theory. *International Journal of Higher Education Management*, 3(1) 49–64.
- Schein, E.H. (1987). Individuals and careers. In Lorsch, J.W. (Ed.), *Handbook of organizational behavior* (pp. 155–171). Englewood Cliffs, Prentice Hall.
- Schneider, B. (1987). The people make the place. *Personnel Psychology*, 40(3), 437–453. <https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.1987.tb00609.x>
- Schneider, R.J., Hough, L.M. & Dunnette, M.D. (1998). Broad-sided by broad traits: How to sink science in five dimensions or less. *Journal of Organizational Behavior*, 17(6), 639-655.
- Schneider, B. (2012). Using the Big-Five personality factors in the Minnesota Multiphasic Personality Inventory, California Psychological Inventory, and Inwald Personality Inventory to predict police performance (Unpublished doctoral dissertation). Florida International University, Miami.
- Schwarz, E. J., Wdowiak, M. A., Almer-Jarz, D. A., & Breitenacker, R. J. (2009). The effects of attitudes and perceived environment conditions on students' entrepreneurial intent. *Education+ Training*.
- Shapero, A., 1975. The displaced, uncomfortable entrepreneur. *Psychology Today*. 9(6), p. 83-88.
- Shane, S., & Nicolaou, N. (2013). The genetics of entrepreneurial performance. *International Small Business Journal*, 31(5), 473–495.
<https://doi.org/10.1177/0266242613485767>
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. *The Academy of Management Review*, 25(1), 217–226.
<https://doi.org/10.2307/259271>
- Silva Duarte, J. (2013). *Hacia un emprendimiento sostenible*. Ediciones Alfaomega.

- Simon, M., Houghton, S.M. and Aquino, K. (2000), Cognitive biases, risk perception, and venture formation: how individuals decide to start companies, *Journal of Business Venturing*, Vol. 15 No. 2, pp. 113-134
- Singer, L. and P. Millage. (2013). The interaction of leadership and personality among Chinese and American nascent entrepreneurs, *Journal of Technology Management in China*, 8, 0.1 pp. 44 -54.
- Sinha, N. & Srivastava, K.B.L. (2013). Association of Personality, Work Values and Socio-cultural Factors with Intrapreneurial Orientation. *Journal of Entrepreneurship*, Vol. 22, No. 1, pp. 97–113
- Soloman, G., Winslow, E. (1988). Toward a descriptive profile of the entrepreneur. *Journal of Creative Behavior*. 22, 162-171.
- Soto, C. J., John, O. P., Gosling, S. D., & Potter, J. (2008). The developmental psychometrics of Big Five self-reports: Acquiescence, factor structure, coherence, and differentiation from ages 10 to 20. *Journal of Personality and Social Psychology*, 94(4), 718-737. <http://doi.org/10.1037/0022-3514.94.4.718>
- Soto, E. (2001). *Comportamiento Organizacional*. Thomson
- Stewart, W.H., Watson, W.E., Carland, J.C., Carland, J.W. (1999). A proclivity for entrepreneurship: A comparison of entrepreneurs, small business owners, and corporate managers. *Journal of Business Venturing*. Volume 14, Issue 2. 189-214.
- Stewart, Wayne & Roth, Philip. (2007). A Meta-Analysis of Achievement Motivation Differences between Entrepreneurs and Managers. *Journal of Small Business Management*. 45. 10.1111/j.1540-627X.2007.00220.x.
- Subramanian, S; Gopalakrishnan, V; Thayammal, I Prem Rose. (2012). International Journal of Management Research and Reviews; Meerut Tomo 2, N.º 6, (Jun 2012): 913-919.
- Sung, S.Y. and Choi, J.N. (2009). Do Big Five personality factors affect individual creativity? The moderating role of extrinsic motivation. *Social Behavior and Personality*, Vol. 37, No. 7, pp. 941-956.
- Tinto, Vincent. (2003). Promoting Student Retention Through Classroom Practice.
- Turker, D., & Selcuk, S. S. (2009). Which factors affect entrepreneurial intention of university students? *Journal of European Industrial Training*, 33(2), 142–159. <https://doi.org/10.1108/03090590910939049>
- Tupes, E.C. & Christal, R.E. (1961). Recurrent Personality Factors based on Trait Ratings. USAF ASD Tech. Rep. No. 61-97, Lackland Airforce Base, TX: US Air Force.
- Walter, Sascha G. & Dohse, Dirk (2009). The interplay between entrepreneurship education and regional knowledge potential in forming entrepreneurial intentions, Kiel Working Paper, No. 1549, Kiel Institute for the World Economy (IfW), Kiel
- Walter, S. G., Praveen Parboteeah, K., & Walter, A. (2013). University departments and self-employment intentions of business students: A cross-level analysis. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 37(2), 175–200. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2011.00460.x>
- Walsh, W. B., & Eggerth, D. E. (2005). Vocational Psychology and Personality: The Relationship of the Five-Factor Model to Job Performance and Job Satisfaction. In W. B. Walsh & M. L. Savickas (Eds.), *Handbook of vocational psychology*:

- Theory, research, and practice (pp. 267–295). Lawrence Erlbaum Associates Publishers
- Urbano, D., Aparicio, S., Guerrero, M., Noguera, M., & TorrentSellens, J. (2017). Institutional determinants of student employer entrepreneurs at Catalan universities. *Technological Forecasting and Social Change*, 123(10), 271–282. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2016.06.021>
- Valliere, D., & Peterson, R. (2009). Entrepreneurship and economic growth: Evidence from emerging and developed countries. *Entrepreneurship & Regional Development*, 21(5–6), 459–480. <https://doi.org/10.1080/08985620802332723>
- Viswesvaran, C., Ones, D.S., 2000. Measurement error in “Big Five Factors” personality assessment: reliability generalization across studies and measures. *Educational and Psychological Measurement*. 60(2), 224-235.
- Von Gelderen M, Frese M, Thurik R (2000) Strategies, uncertainty and performance of small business startups. *Small Bus Econ* 15(3),165–181.
- Yusoff, B., Hakim, M. N., Zainol, F. A., & Bin Ibrahim, M. D. (2015). Entrepreneurship education in Malaysia’s public institutions of higher learning—A review of the current practices. *International Education Studies*, 8 (1), 17–28. <http://www.ccsenet.org/journal/index.php/ies/article/view/40380>
- Zainuddin, M. N. (2012). University’s entrepreneurship education: Creating meaningful impression for New Generation. Edited by Thierry Burger-Helmchen. 175.
- Zhao H, Seibert SE (2006) The Big Five personality dimensions and entrepreneurial status: A meta-analytical review. *J Appl Psychol* 91(2), 259–271
- Zhao, H., Seibert, S.E., Lumpkin, G.T., 2010. The relationship of personality to entrepreneurial intentions and performance: a meta-analytic review. *Journal of Management*. 36 (2), 381-404.

Anejo A

El Inventario de los Cinco Grandes (BFI)

Aquí hay una serie de características que pueden o no aplicarse a usted. Por ejemplo, ¿estás de acuerdo que eres alguien a quien le gusta pasar tiempo con los demás? Por favor escriba un número al lado de cada declaración para indicar hasta qué punto está de acuerdo o en desacuerdo con esa declaración.

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

Me veo como alguien que...

- | | |
|--|--|
| ☐ 1. Es conversador/a. | ☐ 23. Tiende a ser vaga. |
| ☐ 2. Tiene a encontrar fallas en los demás. | ☐ 24. Es emocionalmente estable, difícil de alterar. |
| ☐ 3. Hace un buen trabajo. | ☐ 25. Es inventivo/a. |
| ☐ 4. Es depresivo/a. Melancólico/a. | ☐ 26. No teme expresar lo que siente. |
| ☐ 5. Es original, se le ocurren nuevas ideas. | ☐ 27. Tiende a ser cálido/a. |
| ☐ 6. Es reservado/a. | ☐ 28. Persevera hasta hacer el trabajo. |
| ☐ 7. Ayuda desinteresadamente a los demás. | ☐ 29. Tiene un humor cambiante. |
| ☐ 8. Es algo descuidado/a. | ☐ 30. Valora lo artístico, lo estético. |
| ☐ 9. Calmado/a, controla bien el estrés. | ☐ 31. Es a veces tímido/a, inhibido/a. |
| ☐ 10. Siente curiosidad por muchas cosas diferentes. | ☐ 32. Es considerado/a y amable con casi todo el mundo. |
| ☐ 11. Está lleno/a de alegría. | ☐ 33. Hace las cosas de manera eficiente. |
| ☐ 12. Inicia enfrentamientos o discusiones con los demás. | ☐ 34. Mantiene la calma en situaciones tensas. |
| ☐ 13. Es trabajador/a cumplidor/a. Digno/a de confianza. | ☐ 35. Prefiere trabajos que son rutinarios. |
| ☐ 14. Con frecuencia se pone tenso/a. | ☐ 36. Es extrovertido/a. Sociable |
| ☐ 15. Es ingenioso/a. Profundo/a. | ☐ 37. Es a veces grosero/a con los demás. |
| ☐ 16. No le molesta ser el centro de atención. | ☐ 38. Hace planes y los sigue cuidadosamente. |
| ☐ 17. No le cuesta perdonar. | ☐ 39. Se pone nervioso/a con facilidad. |

- | | |
|---|---|
| ___ 18. Tiende a ser desorganizado/a. | ___ 40. Le gusta reflexionar. Juega con las ideas. |
| ___ 19. Se preocupa mucho. | ___ 41. Tienes pocos intereses artísticos. |
| ___ 20. Tiene mucha imaginación. | ___ 42. Le gusta cooperar con los demás. |
| ___ 21. Tiende a ser callado/a. | ___ 43. Se distrae fácilmente. |
| ___ 22. Tiende a pensar lo mejor de la gente. | ___ 44. Tiene gustos sofisticados en arte, música y literatura. |

Anejo B

Certificación de Edición

Por medio de este documento se certifica la disertación doctoral del doctorando Lester Torres Rivera, estudiante del Departamento de Ciencias Empresariales y Gerenciales y la coordinación del Programa Graduado en Desarrollo Empresarial y Gerencial de la Universidad Interamericana, Recinto de San Germán. La investigación titulada: **Estudio exploratorio de los rasgos de la personalidad entre estudiantes emprendedores subgraduados de administración de empresas y otras disciplinas**, cumple con las normas de redacción y estilo del Manual de la American Psychological Association, Séptima Edición.

Expido esta Certificación hoy martes, 24 de mayo de 2022.

Christian Valentin

Christian Valentín Báez, M. Ed.
Editor