

PERSONALIDAD Y ACTITUD EMPRENDEDORA EN ESTUDIANTES DE CIENCIAS EMPRESARIALES DE UNA UNIVERSIDAD PÚBLICA PERUANA

PERSONALITY AND ENTREPRENEURIAL ATTITUDE IN BUSINESS SCIENCE STUDENTS FROM A PERUVIAN PUBLIC UNIVERSITY

Edwin Hernán Ramírez Asís¹  Cecilia Bertha Anaya López¹ 

¹Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo, Huaraz, Perú.

Autor de Correspondencia :
Dr, Edwin Hernán Ramírez Asís
ehramireza@unasam.edu.pe

Como citar este artículo: Ramírez, E., & Anaya, C. (2024). Personalidad y actitud emprendedora en estudiantes de ciencias empresariales de una universidad pública peruana. *Revista de Investigación Científica Huamachuco*, 2(1), 103-116. <https://doi.org/10.61709/pw8aav19>

RESUMEN

El estudio que se realiza, propone como objetivo investigar la personalidad y la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios. La apertura, la amabilidad, el neuroticismo, la escrupulosidad y la extraversión son los aspectos de la personalidad que se toman en este estudio. La herramienta principal de recopilación de datos y la información es el método cuantitativo a través de cuestionarios estandarizados, lo cual se aplica a 197 estudiantes de carreras relacionadas con las ciencias empresariales de una universidad pública de Ancash. Mediante el uso de software SMART PLS V4.1, se lograron resultados adecuados y para el análisis SEM los resultados se derivaron mediante análisis estadísticos. Se demuestra que los rasgos de la personalidad se correlacionan positivamente con la actitud emprendedora. A detalle, la extraversión, la responsabilidad, la apertura, influyen positivamente en la actitud emprendedora y contrariamente el neuroticismo y la amabilidad influyen negativamente en la actitud emprendedora.

Palabras clave: *actitud emprendedora, neuroticismo, ciencias empresariales, universidad pública.*

ABSTRACT

The objective of the study being carried out is to investigate the personality and entrepreneurial attitude of university students. Openness, agreeableness, neuroticism, conscientiousness, and extraversion are the aspects of personality taken in this study. The main tool for collecting data and information is the quantitative method through standardized questionnaires, which is applied to 197 students of careers related to business sciences at a public university in Ancash. By using SMART PLS V4.1 software, adequate results were achieved and for SEM analysis the results were derived using statistical analysis. It is shown that personality traits are positively correlated with entrepreneurial attitude. In detail, extraversion, responsibility, and openness positively influence the entrepreneurial attitude and, on the contrary, neuroticism and agreeableness negatively influence the entrepreneurial attitude.

Keywords: *entrepreneurial attitude, neuroticism, business sciences, public university.*



INTRODUCCIÓN

En los últimos años, ha existido una amplia controversia sobre la implementación de la producción y la economía, con el propósito de lograr un nivel de vida futuro sostenible en respuesta a la urbanización y el cambio ambiental, por lo cual, las empresas ahora son capaces de abordar las problemáticas sociales. Calanchez et al. (2024) señalaron que el espíritu empresarial ha recibido sorprendentemente poca atención en evaluaciones anteriores. Por tanto, si los países en desarrollo quieren ver un crecimiento económico a largo plazo, los estudiantes universitarios deben dar un paso adelante.

Aunque varios estudios han demostrado que los factores relacionados con la personalidad y la salud mental desempeñan un papel en la configuración de los objetivos de un emprendedor (Llorente, 2022), muy pocos han examinado las formas específicas en que estos factores influyen en las intenciones de los estudiantes para iniciar sus propios negocios (Valencia et al., 2022). Según Nicolaou et al. (2021) existe una marcada heredabilidad asociada con las prácticas empresariales.

Por otro lado, González et al. (2021) y Vera et al. (2021) coinciden en que los negocios pueden tener éxito y se centran en la personalidad de los empresarios. Además, se han observado una serie de características, incluyendo la edad, el género y la percepción laboral como factores individuales o la familia, los amigos y la educación como elementos naturales, que influyen en el espíritu empresarial (Maca y Rentería, 2020; Yurrebaso et al., 2020).

Con el auge de los estudiantes emprendedores en el Perú y el aporte a la economía local, el tema se ha vuelto más interesante. Gran parte de las investigaciones sobre los estudiantes se ha centrado en los desafíos que enfrentaron, los obstáculos que superaron y las características de las empresas exitosas (Moscoco y Gutiérrez, 2023).

Entre los propietarios de empresas, se destaca la variabilidad que presentan en los diferentes rasgos de la personalidad, lo cual constituye un problema importante; algunos propietarios de empresas pueden manifestar elementos positivos de su personalidad, mientras que otros pueden tener dificultades marcadas.

Los conflictos entre actitudes negativas, como la impaciencia, el cinismo y la arrogancia, a veces pueden generar problemas en lugar de actitudes de la personalidad excelentes o malas. La comunicación puede verse interrumpida por una actitud desfavorable, lo que podría suceder como resultado de esta falta de comunicación. Además, sería impopular colaborar con un pesimista, ya que percibe el mundo a través de un lente negativo (Laouiti et al., 2022). Por esta razón, trabajar juntos se vuelve todo un desafío.

Los conflictos entre mentalidades competitivas y cooperativas son otro problema potencial; esta actitud tiene el potencial de causar estragos en las carreras de las personas, cortar líneas de comunicación dentro de la empresa y, en última instancia, perjudicar los resultados.

Dado que la cooperación es crucial para el éxito de cualquier tarea determinada, todos los miembros del equipo se ven afectados cuando un miembro muestra este tipo de mala actitud y ralentiza el flujo de trabajo (Mat et al., 2020). Teniendo en cuenta la importancia de los negocios en su esencia, hay una notable deficiencia en el proceso de investigación, de manera que examine empíricamente la relación entre los rasgos psicológicos de los estudiantes universitarios y sus intenciones de ser empresarios (Maziriri et al., 2023).

Este estudio tiene el objetivo de investigar la conexión entre los atributos de personalidad y la actitud emprendedora. En segundo lugar, este

estudio analiza cómo la actitud empresarial se ve influenciada por el modelo de cinco componentes que caracterizan la personalidad. La investigación contribuye a la comprensión teórica de los estudiantes universitarios en países en desarrollo, con énfasis en Perú.

En este análisis de los rasgos de carácter se hizo referencia a los cinco factores que influyen en el modelo de personalidad (apertura, neuroticismo, escrupulosidad y amabilidad). Tener ambición empresarial era creer firmemente en la propia capacidad para crear una nueva empresa, fortalecer una existente o planear hacerlo en el futuro.

El crecimiento financiero y la lucha para rescatar a las naciones de la pobreza están incompletos sin un espíritu empresarial (Boubker et al., 2021). La disminución de la pobreza y el incremento del empleo en los países no industrializados está impulsado principalmente por los emprendimientos. Han sido el medio por el cual se ha logrado una rápida industrialización y crecimiento económico. Además, las microempresas han sido vistas como un medio para lograr el desarrollo de una ciudad, región o país (Encina y López, (2021).

Los estudiantes universitarios de todo el mundo no sólo crean empleos, sino que también mejoran las vidas de quienes las rodean al aportar nuevas perspectivas, energía ilimitada y recursos financieros a sus redes. Cada vez es más claro en las economías locales de las regiones en desarrollo que los estudiantes universitarios constituyen uno de los principales actores y patrocinadores del crecimiento económico, como afirman Bastida et al. (2024).

En los últimos 30 años ha habido un marcado aumento en la atención a las formas de empoderar a los estudiantes de la secundaria y de universidades (Moreno et al., 2022). La creación de puestos de trabajo por parte de los emprendedores es la clave

del progreso económico. En consecuencia, los estudiantes consideran que el mercado tiene el potencial de ofrecer más que sus ofertas actuales. Según un creciente conjunto de estudios, las naciones logran un progreso económico crucial cuando apoyan el fortalecimiento de la actitud emprendedora, la disminución de las barreras de género y de recursos para su implementación (Sigüenza et al., 2022).

Esto demuestra que abordar las barreras de género en Perú podría conducir a un crecimiento económico significativo para el país. Al igual que en otros países en desarrollo, los emprendedores en Perú están generando empleos y crecimiento económico; sin embargo, las organizaciones dirigidas por egresados universitarios podrían aportar mucho más. Históricamente, los estudiantes universitarios han tenido un acceso desigual a las oportunidades y los recursos, y el sistema actual no está preparado para manejar los desafíos que afrontan los que estudian y quieren estar en el mundo empresarial (Sánchez et al., 2021).

Los estudiantes están interesados en probar suerte en los negocios. Según Luis et al. (2022), el número de emprendedores digitales se incrementó en los últimos años. No obstante, Juárez et al. (2021) han demostrado que los egresados, en comparación con los estudiantes, tienen más probabilidades de emprender acciones empresariales. En lugar de ser una tendencia más fuerte hacia uno u otro, es más probable que sea una respuesta a las dificultades que enfrentan los estudiantes regularmente en universidades públicas que no tienen muchos recursos económicos para ser parte del mundo empresarial.

Numerosos estudios han demostrado la validez del modelo de la personalidad de cinco factores (Etkin et al., 2022; Trull y Widiger, 2013). Según Del Valle et al. (2020) los investigadores pueden organizar varios rasgos de personalidad en un marco crucial

para identificar relaciones confiables mediante la creación del modelo de personalidad de los Cinco Factores (FFM). Las cinco dimensiones que conforman la estructura de la FFM son amabilidad, apertura, neuroticismo, escrupulosidad y extraversión. Sánchez et al. (2020) encontraron que las mediciones de identificación indican validez en los criterios que se utilizan.

Hay muchas evaluaciones diferentes de la capacidad cognitiva y la personalidad, pero la mayoría de ellas pueden permitir que los juicios sean más corteses. Chavira y Celis (2021) encontraron que las medidas de la personalidad están relacionadas con la ejecución del trabajo. Las cinco medidas de identidad: neuroticismo como rasgo típico de la personalidad que indica una propensión a sentir emociones desagradables, como temor, melancolía, humillación, ira, remordimiento y disgusto, es el neuroticismo; extraversión, los más extrovertidos tienden a ser más extrovertidos, confiados, activos y conversadores. Positivos y llenos de vida, los extrovertidos son descritos por Barrick et al. (1993).

Como elemento tercero se analiza la apertura a la experiencia, una persona abierta a nuevas experiencias es aquella que es creativa, sensible a la belleza, en sintonía con sus propias emociones, interesada en aprender sobre otras cosas y capaz de tomar sus propias decisiones (Trull y Widiger, 2013).

La amabilidad es otro componente a tomar en cuenta, pues una persona agradable tiene una naturaleza desinteresada, comprende las luchas de los demás y está dispuesta a echar una mano cuando se la piden; también tienen fe en que otras personas harían lo mismo por ellos (Barrick et al., 1993). La responsabilidad es otro elemento a considerar, pues una persona consciente es aquella que planifica, organiza y lleva a cabo activamente su trabajo con cuidado y atención al detalle (Salmony y Kanbach, 2022).

La relación entre la personalidad y la intención de los estudiantes por iniciar un negocio, tanto los factores situacionales como los disposicionales, incluidas las cualidades de estudio, la organización y los compañeros de estudio, pueden influir en la intención empresarial (Postigo et al., 2021).

La identidad, las necesidades, el temperamento, las inclinaciones y los procesos mentales de una persona son ejemplos de factores disposicionales que conducen a una predisposición a reaccionar de una manera predeterminada ante situaciones difíciles. Las consideraciones de idoneidad, necesidad de logro, autoestima, estado emocional, locus de control y afiliación desempeñan un papel en la configuración del propósito empresarial (Awwad y Al Aseer, (2021).

El desempeño, la actitud y la capacidad de resolver problemas del trabajador se reflejan en los rasgos de la personalidad de una persona, que son multifacéticos. También muestra cuánto tiempo y energía dedican a los recados, que tan bien utilizan los recursos a su disposición y qué tan rápido completan las tareas.

Un individuo con altos niveles de extraversión es extrovertido, comunicativo, confiado, valiente, enérgico y concentrado en hacer las cosas. Los empresarios exitosos creen firmemente que pueden influir en los resultados de sus acciones en el medio ambiente (Monzón y Torres, 2021). Hay evidencia de investigaciones anteriores que vinculan la apertura con una mejor adaptación al cambio.

También se espera que los visionarios empresariales exploren nuevas ideas, utilicen su imaginación para resolver nuevos problemas y utilicen enfoques innovadores para generar productos, servicios y procesos empresariales en otra empresa (Salmony y Kanbach, 2022). El propósito empresarial de los emprendedores también se ve afectado

positivamente por este rasgo, por ello la capacidad, la solicitud, la lealtad, el esfuerzo por lograr logros, el autocontrol y el pensamiento son los rasgos únicos que conforman la responsabilidad. Estas permutaciones también sugieren que este rasgo anima a los estudiantes a emprender iniciativas empresariales.

Por otro lado, el neuroticismo se identifica por una serie de rasgos, que incluyen ansiedad, ira, tristeza, vacilación, descuido y vulnerabilidad. La actitud emprendedora se ve negativamente afectado por ello, debido a sus recursos limitados, su tendencia hacia el egocentrismo y la seriedad, y su exceso de amabilidad, los empresarios a menudo operan con poco acceso a protección legal y con un pequeño margen de error financiero (González et al., 2021).

Quienes tienen espíritu emprendedor o son ambiciosos en los negocios tienden a ser más

extrovertidos, abiertos y concienzudos, que agradables y neuróticos. Este estudio permite examinar la relación entre los rasgos de personalidad y la intención emprendedora de los estudiantes. En consecuencia, se desarrolló la siguientes hipótesis:

H1: La extraversión influye positivamente en la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios.

H2: La responsabilidad influyen positivamente en la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios.

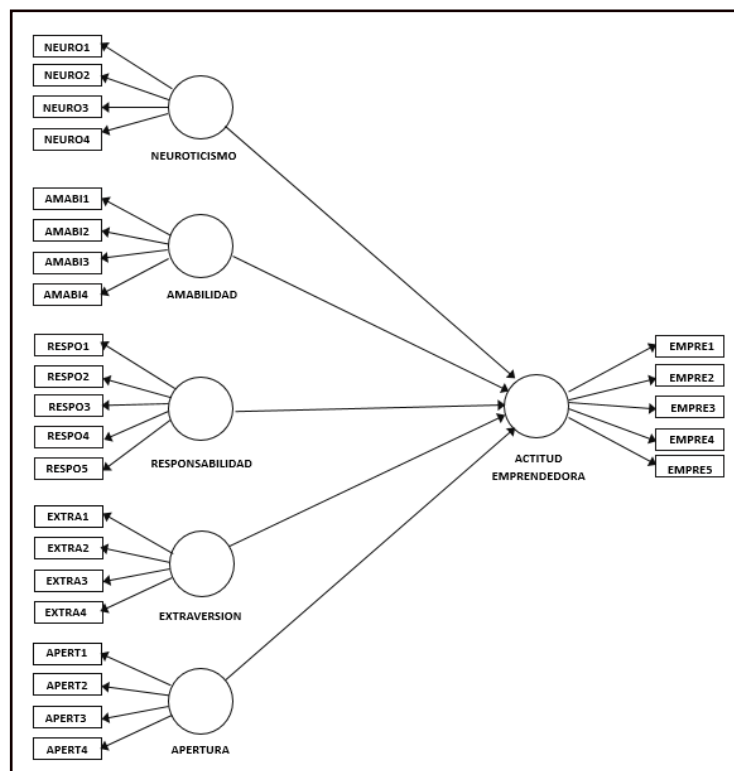
H3: La apertura influyen positivamente en la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios.

H4: El neuroticismo influye negativamente en la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios.

H5: La amabilidad influye negativamente en la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios.

FIGURA 1

Modelo conceptual



MATERIALES Y MÉTODOS

La herramienta de investigación utilizada para medir la relación entre la actitud empresariales y las características de la personalidad es la encuesta. El instrumento de investigación utilizado para recopilar datos para este estudio fue un cuestionario. Se utiliza una escala de los rasgos de la personalidad propuesto por Simkin et al. (2020) la cual consta de 20 ítems y mide los 5 constructos tales como: apertura, amabilidad, neuroticismo, extraversión, responsabilidad, y para medir la actitud emprendedora se utiliza la escala propuesta por Montufar, (2020) que consta de 5 constructos (Tendencia a las actividades emprendedoras, percepción de ineficacia, aversión al riesgo, propensión al riesgo y tendencia al cambio).

Los estudiantes universitarios de las carreras profesionales de Economía, Administración, Turismo, Contabilidad, Ingeniería industrial e Ingeniería de industrias alimentaria de la Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo, Perú, han formado parte de la muestra para este estudio. Se aplicaron 250 cuestionarios, de los cuales 53 estaban incompletos.

Por tanto, en el estudio, se utilizaron 197 cuestionarios. Mediante el método de muestreo aleatorio simple, se recopilaron los datos de los estudiantes, unido a los resultados de la encuesta presencial. En la misma, existen dos tipos de preguntas. Unas se refieren a la demografía; otras se refieren a las actitudes emprendedora, los estilos de automotivación y los atributos de personalidad de los estudiantes.

RESULTADOS

El análisis de datos en Smart PLS se llevó a cabo utilizando modelos de ecuaciones estructurales y mínimos cuadrados parciales en este trabajo (Henseler et al., 2015). Se procesaron un total de 197 cuestionarios.

Los estudiantes más jóvenes (menores de 21 años) representaron el 32,6% del total, seguidos del 25.8% de 22 a 23 años, de 24 a 25 años representan el 24.9% y el 16.7% mayores a 25 años. Un 44.6% son hombres y 55,4% mujeres; 52,9% provienen de escuelas privadas y 47,1% de instituciones educativas públicas.

TABLA 1

Confiabilidad y validez del constructo

	Alfa de Cronbach	rho_A	Fiabilidad Compuesta	Varianza promedio extraída (AVE)
AMABILIDAD	0.920	0.937	0.943	0.805
APERTURA	0.893	0.949	0.924	0.752
EXTRAVERSION	0.763	0.791	0.849	0.586
ACTITUD EMPRENDEDORA	0.916	0.919	0.937	0.748
NEUROTICISMO	0.956	0.958	0.968	0.884
RESPONSABILIDAD	0.940	0.967	0.954	0.808

La validez y confiabilidad de los constructos se muestran en la Tabla 1. La medición de reflejos comienza con la verificación de la consistencia interna de las variables latentes. Se emplearon alfa (α), confiabilidad compuesta (CR) y rho-A de Cronbach para realizar pruebas de consistencia interna, como lo sugieren Hair et al. (2016). Por encima de 0,70 se deben fijar los criterios α , CR y rho. Un mayor nivel de consistencia interna es indicativo de una magnitud mayor.

También se incluye en esta tabla la validez de convergencia (AVE). El valor mayor que 0,50 es el punto de interrupción. El rango aceptable de valores AVE fue de 0,586 a 0,884. Los resultados de esta investigación muestran que el instrumento es internamente consistente y tiene buena validez de convergencia.

TABLA 2

Criterio de Fornell-Larcker

	Amabilidad	Apertura	Extraversión	Actitud Emprendedora	Neuroticismo	Responsabilidad
Amabilidad	0.897					
Apertura	0.813	0.867				
Extraversión	0.581	0.652	0.765			
Actitud Emprendedora	0.609	0.682	0.694	0.865		
Neuroticismo	0.623	0.698	0.620	0.656	0.940	
Responsabilidad	0.757	0.874	0.711	0.377	0.763	0.899

TABLA 3

Relación heterotrait-monotrait (HTMT)

	Amabilidad	Apertura	Extraversión	Actitud Emprendedora	Neuroticismo	Responsabilidad
Amabilidad						
Apertura	0.843					
Extraversión	0.691	0.769				
Actitud Emprendedora	0.727	0.739	0.847			
Neuroticismo	0.661	0.747	0.720	0.723		
Responsabilidad	0.809	0.701	0.838	0.696	0.833	

La validez discriminativa de los constructos se muestra en las Tablas 2 y 3. Para determinar la validez discriminante, se pueden utilizar los criterios del enfoque de Hair et al. (2016). La proporción HTMT que se ha sugerido es un retrato heteromono. El valor de la carga externa se utiliza en consecuencia. Por el contrario, los valores de correlación forman la base del HTMT.

El enfoque HTMT, por el contrario, utiliza metodologías tanto liberales como conservadoras para determinar sus criterios (Henseler et al., 2015). Para determinar qué tan efectiva es la técnica HTMT en la discriminación, este estudio utilizó un enfoque más flexible. Según este enfoque, el valor HTMT debería ser inferior a 0,85. En esta investigación se demostró eficacia discriminatoria.

FIGURA 2

Modelo de ecuaciones estructurales

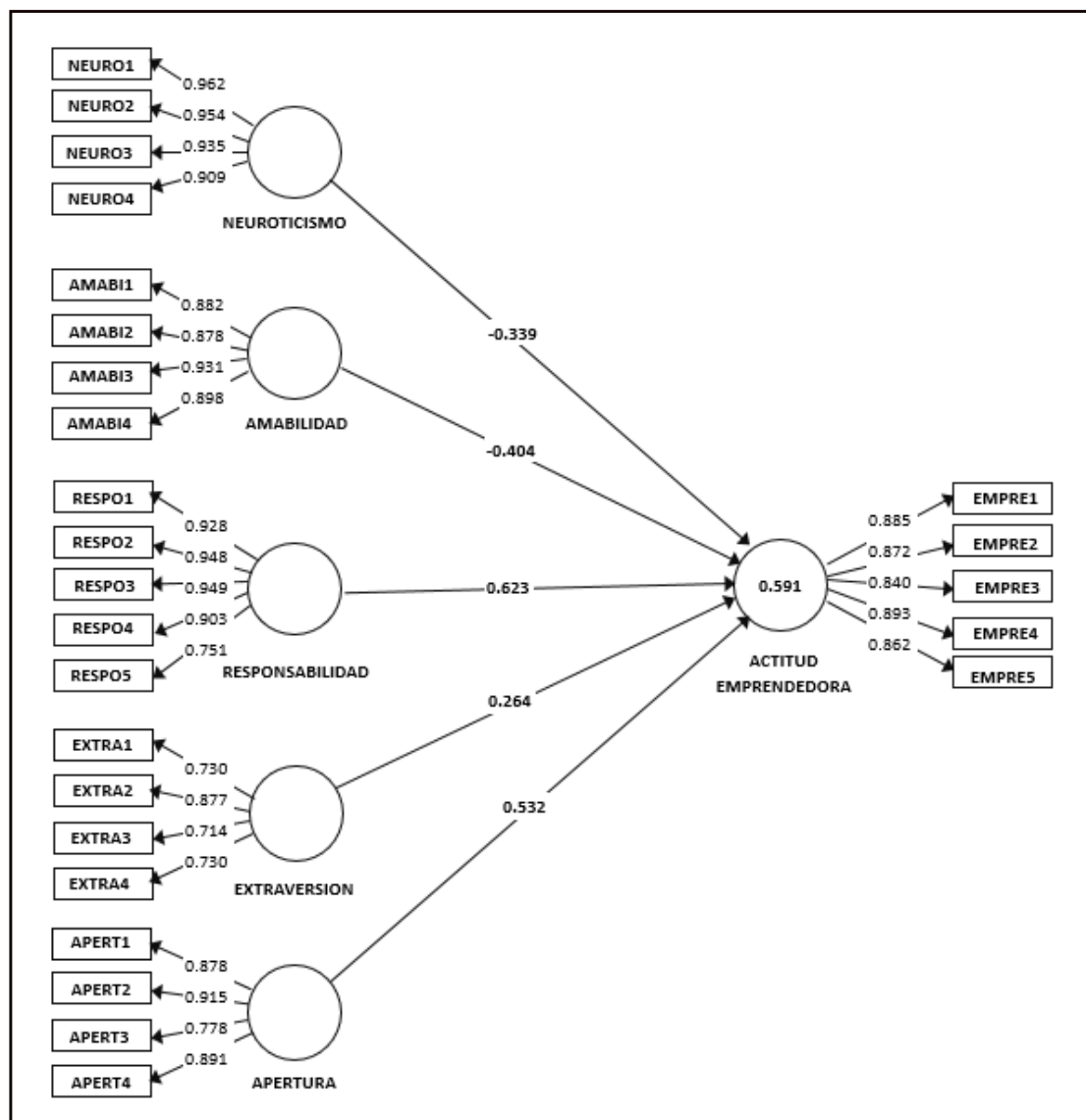


FIGURA 4*Efectos directos y efectos indirectos*

Hipotesis	Coefficiente de Ruta	Valor t	P valor
AMABILIDAD -> ACTITUD EMPRENDEDORA	-0.404	4.437	0.002
APERTURA -> ACTITUD EMPRENDEDORA	0.532	5.392	0.000
EXTRAVERSION -> ACTITUD EMPRENDEDORA	0.264	2.569	0.010
NEUROTICISMO -> ACTITUD EMPRENDEDORA	-0.339	2.774	0.010
RESPONSABILIDAD -> ACTITUD EMPRENDEDORA	0.623	5.706	0.000

DISCUSIÓN

La evaluación de los modelos estructurales se llevó a cabo utilizando el Modelado de Ecuaciones Estructurales (SEM). Las estructuras exógenas pueden afectar las estructuras endógenas tanto de manera directa como indirecta, como se aprecia en la Tabla 4. Según el análisis estadístico, el efecto negativo de la amabilidad sobre la actitud emprendedora de los estudiantes es estadísticamente significativo (ruta = -0,404, $t = 4,437$). Además, el neuroticismo muestra una relación negativa con la actitud emprendedora (ruta = -0,339, $t = 2,774$), donde los valores t superiores a 1,96 indican significancia.

Además, un impacto disminuido del nerviosismo se asocia con patrones de creencias erróneos provocados por la cognición deprimida en aquellos cuyas personalidades tienen una puntuación alta en neuroticismo (Oliver et al., 2022). Es posible que el neuroticismo tenga un impacto perjudicial en alguien que posee habilidades blandas, según el estudio que vincula el neuroticismo con el sistema preventivo o el énfasis en la auto prevención (Cupani et al., 2024) ambos estudios realizados en España y Estados Unidos.

Por otro lado, se identificó que el tipo de personalidad responsable afecta positiva y significativamente

la actitud emprendedora (ruta = 0,623, $t = 5,706$).

Así mismo, la extraversión afecta positiva y significativamente la actitud emprendedora (ruta = 0,264; $t = 2,569$) y por último se demostró que la apertura afecta positiva y significativamente la actitud emprendedora (ruta = 0,532; $t = 5,392$). Los resultados son consistentes con (Yurrebaso et al., 2020; Vera et al., 2021) que muestran que las personalidades similares a la extraversión se relacionan positivamente con la actitud empresarial; también Montufar, (2020) validó un instrumento en México donde la actitud emprendedora contiene las dimensiones tendencia a las acciones emprendedoras, temor al riesgo, la ineficacia, interés por el cambio y propensión al riesgo.

Este estudio proporciona el marco dentro del cual opera la actitud emprendedora, considerando los constructos. La actitud emprendedora contiene las dimensiones acciones de emprendimiento, miedo al riesgo, la ineficacia, interés por el cambio y propensión al riesgo. Además, según Salazar et al. (2023), integra estas teorías para intervenciones conductuales y psicológicas, la suficiencia individual se ve reforzada por los sistemas inteligentes y la conducta explícita de la actitud emprendedora.

Según Guzmán et al. (2022) la actitud emprendedora es una perspectiva totalmente introspectiva que se preocupa por impulsarse hacia la excelencia para impulsar a la empresa. Similar a decirse a uno mismo que debe hacer algo necesario de hacer pero que no es muy persuasivo. Una mentalidad empresarial es aquella que considera no sólo lo que se debe hacer, sino también por qué y cómo se puede hacer de acuerdo con criterios predeterminados (Viveros et al., 2022).

En el contexto de los estudiantes de ciencias empresariales, esta investigación proporciona la comprensión teórica de la literatura. Esto respalda aún más la idea de que ciertas peculiaridades del carácter tienen un impacto sustancial en si los estudiantes quieren o no iniciar sus propios negocios.

Los estudiantes deben priorizar la generación de un trabajo seguro y de apoyo para sus empleados considerando que es un esfuerzo por facilitar a los estudiantes el trato con diferentes tipos de personas en entornos profesionales. Sólo se deben elegir aquellas personas que sean verdaderamente capaces de llevar a cabo la tarea de implementar una empresa. Las universidades pueden tener una reunión de intelectualización, de vez en cuando, para conocerse mejor.

Además, la capacidad de analizarse a uno mismo y cultivar una personalidad que se relacione con el emprendimiento es clave del deseo de iniciar un negocio. Los estudiantes pueden beneficiarse de los hallazgos del estudio al comprender mejor sus cualidades de personalidad desde un punto de vista empresarial y al aprender a autoevaluarse a sí mismas en relación con esos atributos.

Desde el punto de vista profesional, este componente ayudará a los estudiantes a aumentar la seguridad en sí mismas y evaluar su propio desempeño. Las decisiones relativas a

emprendimiento pueden ser mejor manejadas por estudiantes con personalidades más extrovertidas pero responsables.

En el futuro, el estudio debería repetirse con empresarios menos de 1 año en el mercado. Se comprenderá mejor a los empresarios, ya sean hombres o mujeres. La investigación también permitió el análisis de las aspiraciones empresariales de los estudiantes a través de la lente de los atributos de la personalidad. Conviene examinar los otros elementos motivadores asociado con los atributos de la personalidad como las creencias sobre la situación económica de una región o un país. Se emplea un enfoque cuantitativo para cuantificar los elementos de esta investigación.

CONCLUSIONES

La personalidad explica el 59.1% de la actitud emprendedora, apoyando en que se ha demostrado que la personalidad de tipo extraversión influyen positivamente en la actitud emprendedora, con valores de ruta =0,264 y el valor $t=2,569$.

La personalidad de tipo responsabilidad influye positivamente en la actitud emprendedora, con valores de ruta =0,623, valor $t=5,706$. En el mismo sentido se ha demostrado que la personalidad de tipo apertura influyen positivamente en la actitud emprendedora, con valores de ruta =0,532; y $t=5,392$.

Contrariamente, una personalidad de tipo neuroticismo influye negativamente en la actitud emprendedora. También, la personalidad de tipo amabilidad influyen negativamente en la actitud emprendedora. En este escenario las autoridades universitarias deben considerar un plan para mejorar la personalidad en los estudiantes para desarrollar otras aptitudes y fortalecer la actitud emprendedora, relacionada con los contenidos de ciencias empresariales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Awwad, M. & Al-Aseer, R. (2021). Big five personality traits impact on entrepreneurial intention: the mediating role of entrepreneurial alertness. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 15(1), 87-100. <https://doi.org/10.1108/APJIE-09-2020-0136>
- Barrick, M. Mount, M. & Strauss, J. (1993). Conscientiousness and performance of sales representatives: Test of the mediating effects of goal setting. *Journal of applied psychology*, 78(5), 715. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.78.5.715>
- Bastida, M. García, A. & Taín, M. (2024). Construyendo un futuro sostenible: la intención emprendedora de los estudiantes en la Economía Social. *CIRIEC-España, revista de economía pública, social y cooperativa*, (111), 69-95. <https://doi.org/10.7203/CIRIEC-E.111.27894>
- Boubker, O. Douayri, K. Aatar, A. & Rharzouz, J. (2021). Determinantes de la intención emprendedora de los estudiantes marroquíes. *Revista Venezolana de Gerencia*, 26(6), 520-538. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.26.e6.32>
- Calanchez, A. Chávez-Vera, K. Padrón, A. & Sulbarán, D. (2024). Competencias emprendedoras y espíritu empresarial en la nueva era feminista: Una revisión literaria. *Telos: Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 24(3), 643-658. <https://doi.org/10.36390/telos243.12>
- Chavira, G. & Celis, A. (2021). Propiedades Psicométricas del Inventario de los Cinco Factores de Personalidad (BFI) en Población Mexicana. *Acta de investigación psicológica*, 11(2), 83-94. <https://doi.org/10.22201/fpsi.20074719e.2021.2.384>
- Cupani, M. Lorenzo, U. & Morán, V. (2024). Personality Traits in Latin America: A Cross-Cultural Study of the Big Five Factor Structure and its Relationship with Self-Reported Daily Behaviors. *Journal of Personality Assessment*, 1-11. <https://doi.org/10.1080/00223891.2024.2353139>
- Del Valle, M. Zamora, E. Khalil, Y. & Altamirano, M. (2020). Rasgos de personalidad y dificultades de regulación emocional en estudiantes universitarios. *Revista psicodebate: psicología, cultura y sociedad*, 20(1), 56-67. <https://dx.doi.org/10.18682/pd.v20i1.1877>
- Encina, L. & López, G. (2021). Emprendedurismo Femenino: Un estudio multi-caso de factores que influyen en la Intención Emprendedora. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 5(2), 1642-1659. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i2.374
- Etkin, P., Ibáñez, M. Ortet, G. & Mezquita, L. (2022). Longitudinal associations between the five-factor model of personality and the bi-factor model of psychopathology: Continuity, pathoplasty and complication effects in adolescents. *Journal of Psychopathology and Behavioral Assessment*, 44(2), 405-417. <https://doi.org/10.1007/s10862-021-09903-1>
- González, A. , Sánchez, Y. & Sánchez, M. (2021). Diferencias en los rasgos de la personalidad de los emprendedores por necesidad y oportunidad. *Lumina*, 22(2). <https://doi.org/10.30554/lumina.v22.n2.4074.2021>
- Guzmán, E., De la Garza, M. , Herrera, V. & Sánchez, K. (2022). El Automotivación, la autoeficacia emprendedora y las competencias innovadoras de la generación centenal en México. *Investigación y Ciencia de la Universidad Autónoma de Aguascalientes*, 30(87). 1-15.

- <https://doi.org/10.33064/iycuaa2022874080>
- Hair, J. , Sarstedt, M., Matthews, L. & Ringle, C. (2016). Identifying and treating unobserved heterogeneity with FIMIX-PLS: part I—method. *European business review*, 28(1), 63-76. <https://doi.org/10.1108/EBR-09-2015-0094>
- Henseler, J., Ringle, C. , & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the academy of marketing science*, 43, 115-135. <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>
- Juárez M., González M., Tovany R. & Maldonado J. (2021). Análisis de la Actitud Emprendedora de los Estudiantes Varones del Tecnológico Nacional de México Campus Tepeaca. *European Scientific Journal*, ESJ, 17 (32), 112. <https://doi.org/10.19044/esj.2021.v17n32p112>
- Laouiti, R., Haddoud, M. , Nakara, W. & Onjewu, A. (2022). A gender-based approach to the influence of personality traits on entrepreneurial intention. *Journal of Business Research*, 142, 819-829. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.01.018>
- Llorente, C. (2022). Comparativa del comportamiento emprendedor en los modelos Big Five de personalidad y Hexad de gamificación. B. Hernández-Sánchez, M. Cardella, Giuseppina y J. Sánchez García (eds). En *Miradas del emprendimiento ante la crisis del coronavirus*. Pp, 74-81. Editorial Dickinson.
- Luis-Rico, I., De la Torre Cruz, T., Escolar, C., Jiménez, D. & Jiménez, A. (2022). La familia como variable moderadora del interés emprendedor en jóvenes españoles. Familia. *Revista de ciencia y orientación familiar*, (59), 141–157. <https://doi.org/10.36576/summa.143935>
- Maca, D. & Rentería, E. (2020). Una mirada al emprendimiento a partir de una revisión de la literatura. *Psicología desde el Caribe*, 37(1), 107-136. <https://doi.org/10.14482/psdc.37.1.001.42>
- Mat, Z., Yusoff, M., Zainol, F. & Afthanorhan, A. (2020). Risk-taking propensity & personality of women entrepreneurs in Malaysia. *J. Crit. Rev*, 7, 1214-1221.
- Maziriri, E., Nyagadza, B. & Chuchu, T. (2023). Key innovation abilities on capability and the performance of women entrepreneurs: the role of entrepreneurial education and proactive personality. *Business Analyst Journal*, 44(2), 53-83. <https://doi.org/10.1108/BAJ-02-2023-0044>
- Montufar, A. (2020). Diseño y validación de una escala para medir las actitudes hacia el emprendimiento. *Revista de Psicología y ciencias del comportamiento de la Unidad Académica de Ciencias Jurídicas y Sociales*, 11(2), 132-146. <https://doi.org/10.29059/rpcc.20201215-121>
- Monzón, J. & Torres, J. (2021). Emprendimiento social en la formación profesional: el caso del País Vasco. *REVESCO: Revista de estudios cooperativos*, (137), 124-141. <https://dx.doi.org/10.5209/REVE.73862>
- Moreno, K., Medina, D. & Cepeda, D. (2022). Actitudes de decisión de emprendimiento de los estudiantes de la provincia de Tungurahua (Ecuador). *Revista de Economía del Caribe*, (29), 99-116. <https://doi.org/10.14482/ecoca.29.504.662>
- Moscoco, K. & Gutiérrez, E. (2023). Iniciativa empresarial femenina: Una alternativa para el desarrollo sostenible en Perú. *Prometeica-Revista de Filosofía y Ciencias*, 28, 263-271. <https://doi.org/10.34024/prometeica.2023.28.15271>

- Nicolaou, N., Phan, P. & Stephan, U. (2021). The biological perspective in entrepreneurship research. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 45(1), 3-17. <https://doi.org/10.1177/1042258720967314>
- Oliver, A., Schneider, B., Galiana, L., Puricelli, D. A., Schwendemann, M. & Tomás, J. (2022). Actitudes de emprendimiento y los "Cinco Grandes": una comparación intercultural entre España y Estados Unidos. *Anales de Psicología*, 38(1), 119-127. <https://dx.doi.org/10.6018/analesps.459511>
- Postigo, Á., Cuesta, M., García, E., Prieto, F. & Muñiz, J. (2021). General versus specific personality traits for predicting entrepreneurship. *Personality and Individual Differences*, 182, 111094. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2021.111094>
- Salazar, J., Cancharí, M. & Adrianzen, X. (2023). Perfil emprendedor y dominios de la personalidad en los universitarios de la provincia del Santa. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(2), 828-842. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i2.5369
- Salmony, F., & Kanbach, D. (2022). Personality trait differences across types of entrepreneurs: a systematic literature review. *Review of managerial science*, 16(3), 713-749. <https://doi.org/10.1007/s11846-021-00466-9>
- Sánchez, R., Montes, S. & Somerstein, L. (2020). Inventario de Personalidad para el DSM-5: propiedades psicométricas en población argentina. *Estudio preliminar. Interdisciplinaria*, 37(1), 7-8. <https://dx.doi.org/10.16888/interd.2020.37.1.4>
- Sánchez, I., Pérez, M., García, E. & Baena, P. (2021). ¿Cómo influye el género en la Intención Emprendedora? Un análisis del estudiantado universitario. *Revista de Investigación Educativa*, 39(2), 427-444. <https://doi.org/10.6018/rie.428451>
- Sigüenza, S., Álava, N., Pinos, L. & Peralta, X. (2022). Percepción de estudiantes universitarios frente al ecosistema emprendedor y la intención emprendedora social. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 12(24), 248-266. <https://doi.org/10.17163/ret.n24.2022.04>
- Simkin, H., Borchardt, L. & Azzollini, S. (2020). Evidencias de validez del Compendio Internacional de Ítems de Personalidad Abreviado. *LIBERABIT. Revista Peruana De Psicología*, 26(1), e320. <https://doi.org/https://doi.org/10.24265/liberabit.2020.v26n1.02>
- Trull, T. & Widiger, T. (2013). Dimensional models of personality: the five-factor model and the DSM-5. *Dialogues in clinical neuroscience*, 15(2), 135-146. <https://doi.org/10.31887/DCNS.2013.15.2/ttrull>
- Valencia, A., Rodríguez, P. Cárdenas, J. & Gómez, S. (2022). Factores que influyen en la intención emprendedora de estudiantes de psicología de la modalidad virtual. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 12(23), 5-24. <https://doi.org/10.17163/ret.n23.2022.01>
- Vera, A., Espinosa, A. & Prialé Valle, M. (2021). Valores y personalidad como predictores del aprecio por las prácticas sostenibles en emprendedores sociales y comerciales de Lima-Perú. *Psykhé (Santiago)*, 30(1), 1-16. <http://dx.doi.org/10.7764/psykhe.2019.22333>
- Viveros, L., García, V., Solarte, C. & Rivera, G. (2022). *Orientación empresarial y personalidad del emprendedor*. Universidad Politécnica Estatal del Carchi.

Yurrebaso, A., Rodríguez, C., Jañez, Á., Picado, E., Guzmán, R. & Pérez, J. (2020). Personalidad emprendedora y género. *Cuadernos de relaciones laborales*, 38(1), 85-103. <https://doi.org/10.5209/CRLA.68869>