



# Medición de la conducta emprendedora internacional de la carrera de comercio y negocios globales ITESO<sup>1</sup>

Olga Leticia Gil Gaytán<sup>2\*</sup>  
Universidad ITESO, México

Paz Cecilia Michael Estrada<sup>3</sup>  
Universidad ITESO, México

Adriana Tiburcio Silver<sup>4</sup>  
Universidad ITESO, México

\*Autor de correspondencia: [ogil@iteso.mx](mailto:ogil@iteso.mx).

## Para citar este artículo / Reference this article / Para citar este artigo

Gil Gaytán, O., Michael Estrada, P. & Tiburcio Silver, A. (2025). Medición de la conducta emprendedora internacional de la carrera de comercio y negocios globales ITESO. *Revista Investigium IRE: Ciencias Sociales y Humanas*, 16(2), 136-157. doi: <https://doi.org/10.15658/INVESTIGIUMIRE.251602.06>

**Recibido:** 23 de enero de 2025 | **Revisado:** 27 de marzo de 2025 | **Aceptado:** 16 de mayo de 2025

<sup>1</sup> Artículo derivado del proyecto de investigación sobre Emprendimiento Internacional, avalado y financiado por la Universidad ITESO.

<sup>2</sup> Doctora en Desarrollo Humano, Universidad UNIVA. Docente Universidad ITESO. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4705-3535> E-mail: [ogil@iteso.mx](mailto:ogil@iteso.mx). Guadalajara, Jalisco MEXICO.

<sup>3</sup> Magíster en Administración, Universidad ITESO.. Docente, Universidad ITESO. ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-3447-963X>. E-mail: [ceci@iteso.mx](mailto:ceci@iteso.mx). Guadalajara, Jalisco MEXICO.

<sup>4</sup> Magíster en Educación y Procesos Cognoscitivos, Universidad ITESO. Vinculación académica, Universidad ITESO. E-mail: [adrianat@iteso.mx](mailto:adrianat@iteso.mx). ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-6711-0925>. Guadalajara, Jalisco MEXICO.



**Resumen:** México es la doceava potencia exportadora a nivel mundial, sin embargo, más del 80% de sus exportaciones van a los EUA y son realizadas por la inversión extranjera directa; son bajos los niveles de emprendimiento internacional de este país. La licenciatura en comercio y negocios internacionales del ITESO, es la segunda más grande en esta Universidad, con tres mil egresados. El objetivo de la investigación es medir los rasgos de personalidad asociados a la conducta emprendedora de los estudiantes de esta carrera a lo largo de una generación. La metodología utilizada fue un estudio longitudinal, descriptivo y analítico. Los resultados de la investigación identifican y miden cuatro características de personalidad asociadas con la conducta emprendedora exitosa: empuje, influencia, constancia y cumplimiento. De acuerdo con los resultados obtenidos, tanto el empuje como la influencia, cumplen satisfactoriamente, relativamente la constancia, más no así el cumplimiento. Éste obtuvo los puntajes más bajos en cada una de las tres tomas o mediciones realizadas a lo largo del periodo estudiado. Destaca el rasgo del Cumplimiento, por estar en relación directa con el seguimiento de acuerdos, normativas, estándares y procedimientos, mismo que se recomienda reforzar en la formación de los estudiantes que cursan esta carrera universitaria.

**Palabras Clave:** Conducta, educación superior, emprendimiento, negocios internacionales, personalidad (Tesauros)

## Measurement of International Entrepreneurial Behavior in the Global Trade and Business Program at ITESO

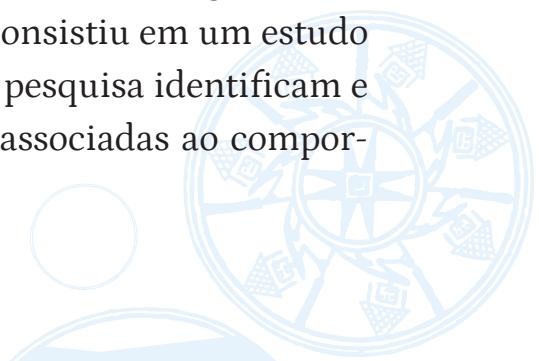
**Abstract:** Mexico is the twelfth-largest exporting country worldwide; however, more than 80% of its exports are directed to the United States and are carried out through foreign direct investment. Consequently, levels of international entrepreneurship in the country remain low. The Bachelor's Degree in Global Trade and International Business at ITESO is the second-largest undergraduate program at the university, with approximately three

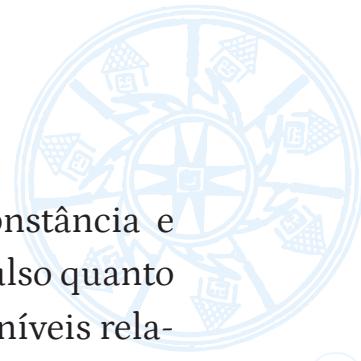
thousand graduates. The objective of this study is to measure personality traits associated with entrepreneurial behavior among students enrolled in this program throughout a single cohort. The methodology employed was a longitudinal, descriptive, and analytical study. The research findings identify and measure four personality characteristics associated with successful entrepreneurial behavior: drive, influence, persistence, and compliance. According to the results obtained, both drive and influence show satisfactory levels, persistence presents relatively moderate levels, while compliance does not. This trait received the lowest scores in each of the three measurement periods conducted throughout the study. The compliance trait stands out due to its direct relationship with adherence to agreements, regulations, standards, and procedures; therefore, it is recommended that this characteristic be strengthened in the academic training of students enrolled in this undergraduate program.

**Keywords:** Behavior, Higher education, entrepreneurship, International business, Personality (Thesaurus).

## **Medição do comportamento empreendedor internacional no curso de Comércio e Negócios Globais do ITESO**

**Resumo:** O México é a décima segunda maior potência exportadora em nível mundial; no entanto, mais de 80% de suas exportações destinam-se aos Estados Unidos e são realizadas por meio do investimento estrangeiro direto. Como consequência, os níveis de empreendedorismo internacional no país são baixos. O curso de Comércio e Negócios Internacionais do ITESO é o segundo maior da universidade, com cerca de três mil egressos. O objetivo desta pesquisa é medir os traços de personalidade associados ao comportamento empreendedor dos estudantes desse curso ao longo de uma mesma geração acadêmica. A metodologia adotada consistiu em um estudo longitudinal, descritivo e analítico. Os resultados da pesquisa identificam e mensuram quatro características de personalidade associadas ao compor-





tamento empreendedor bem-sucedido: impulso, influência, constância e cumprimento. De acordo com os resultados obtidos, tanto o impulso quanto a influência apresentam níveis satisfatórios, a constância revela níveis relativamente moderados, enquanto o cumprimento não apresenta desempenho favorável. Esse traço obteve as pontuações mais baixas em cada uma das três medições realizadas ao longo do período estudado. Destaca-se o traço do cumprimento por sua relação direta com o acompanhamento de acordos, normas, padrões e procedimentos, razão pela qual se recomenda seu fortalecimento na formação acadêmica dos estudantes desse curso universitário.

**Palavras-chave:** Comportamento; Educação superior; Empreendedorismo; Negócios internacionais; Personalidade (Tesauro).

## Introducción

Es un hecho que la educación influye o no, en la actitud emprendedora de los estudiantes y que ésta termina por repercutir en la prosperidad económica y social de un país.

México se suma al fenómeno de la globalización, con su inscripción al Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio (GATT) en 1986, llamado actualmente Organización Mundial del Comercio (OMC). Esta acción dio lugar a un permanente proceso de integración económica con otras naciones, iniciando con el Tratado de Libre Comercio (TLC) firmado en 1994 entre México, Estados Unidos y Canadá en el año 1994, hoy llamado T-MEC. (Moreno, 2023) al tiempo presente, México cuenta con catorce tratados de libre comercio.

México es considerada la décima segunda potencia exportadora, la segunda economía más importante de América Latina, después de Brasil (Statista, 2022). En 2022, sus exportaciones fueron por 578,193 millones de dólares, siendo el sector de manufacturas el responsable del 87,94 %, seguido por el petrolero con un 6,78 %, el agropecuario con un 3,7 % y el extractivo con el 1,58 % (INEGI, 2023). Estos porcentajes en su mayor parte son consecuencia del esfuerzo realizado por el sector empresarial.

El propósito de este artículo es compartir y difundir los resultados del estudio longitudinal y de la metodología utilizada para que pueda ser replicable en otras instituciones con intereses similares sobre el emprendimiento.

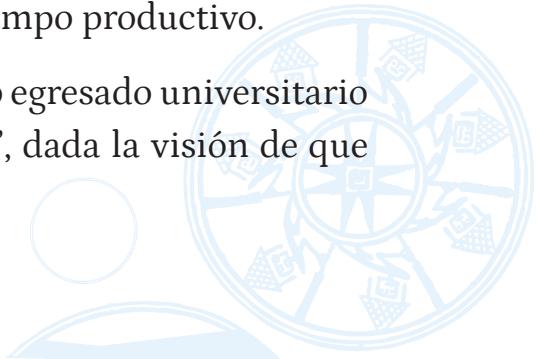
A su vez, el objetivo de la investigación fue identificar y medir los rasgos de personalidad asociados al emprendimiento internacional exitoso, en estudiantes de la licenciatura en comercio y negocios globales durante el trayecto de una generación, y con ello contribuir a la mejora de su programa de estudios reforzando algunos rasgos de personalidad valiosos para incentivar el emprendimiento internacional, las exportaciones y con ello la economía del país.

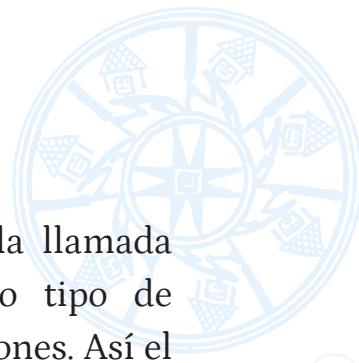
Los rasgos de personalidad para una carrera empresarial exitosa ya han sido estudiados por diversos autores a lo largo del tiempo: Begley y Boyd 1987; Stewart y Roth 2001; Zhao y Seibert 2006; Rauch y Frese 2007, estas investigaciones se basan mayormente en la comparación de puntajes promedio de ciertos rasgos de personalidad de empresarios exitosos con rasgos promedio de otros que no (Kononb y Kritikosc, 2018).

En este artículo se enfatiza la importancia del emprendimiento, desde la formación universitaria a partir de los elementos de personalidad propios de los estudiantes como detonadores de la conducta emprendedora internacional, a través de un estudio longitudinal que tuvo una duración de cuatro años y medio.

La formación universitaria tiene implicaciones y metas, más allá de saberse en términos de conocimientos, abarca elementos de habilidades, actitudes y valores, por eso hoy no puede plantearse un plan de estudios superior sin considerar lo que viene tras egresar de una carrera o licenciatura. Las instituciones de educación superior asumen también el compromiso de velar por proponer una currícula que plantee al futuro profesional, opciones para insertarse de la manera más fluida posible al campo productivo.

Sin duda, en décadas atrás, la visión para un futuro egresado universitario enfatiza la posibilidad de obtener un “buen empleo”, dada la visión de que





la escuela permite generar otro estatus económico y social, la llamada movilidad social; empero, la realidad actual demanda otro tipo de apuestas, no excluyendo la anterior, pero sí, sumando otras opciones. Así el emprendimiento, como una de las capacidades de formación va cobrando relevancia, en la medida que además de ella misma avanzar en sus apuestas, resulta una opción de desarrollo socio profesional para otros egresados con perfiles distintos y, a su vez, impulsar desde otra estrategia, el desarrollo socio económico en diferentes niveles: el personal, familiar, local, regional e internacional.

Formar emprendedores, es un asunto de interés para las instituciones educativas, pero también, por su estrecha relación al ámbito de desarrollo económico, también a otros organismos como el Fondo Monetario Internacional (FMI) y al Banco Mundial (BM), todas las instituciones, públicas, privadas, del gobierno y del sector educativo, tienen interés en la formación emprendedora, a pesar de las discusiones entre que si se nace o se hace al emprendedor, existe énfasis en ir aportando generaciones que se distingan por ese espíritu creador, innovador, retador e impulsores del desarrollo.

Si desde las instituciones (principalmente educativas) se busca intencionar la formación de nuevas generaciones más emprendedoras, implica necesariamente que los planes de estudio la consideren como un eje transversal, ya que es ilusorio imaginar que ello tendrá resultados contundentes con una o pocas asignaturas. Ya que se requiere movilizar los tres componentes: saberes cognitivos, afectivos y comportamentales, mismos que para afianzarse o interiorizarse, requieren de tiempo y un plan definido del proceso, de ahí se derivan o integran a su perfil aspectos de emisiones, conductas y opinión (Robbins y Judge, 2012).

La ruta de formación del perfil emprendedor desde las instituciones educativas, deben considerar las cuatro actitudes presentes que no pueden dejarse de lado, ellas son: la necesidad de logro, es decir, esa posibilidad de concretar los resultados de su propia idea y desarrollo del proyecto

y sus procesos empresariales; la innovación en los negocios, referida a la personalidad que se impregna al proyecto y al negocio derivado de los rasgos del mismo emprendedor o grupo que lo conforma; el control percibido, como la necesidad de obtener resultados y concretar la idea de empresa-negocio; y la autoestima, concerniente a la necesidad de ir teniendo confianza tanto a nivel personal como del proyecto-empresa (Krauss, 2011).

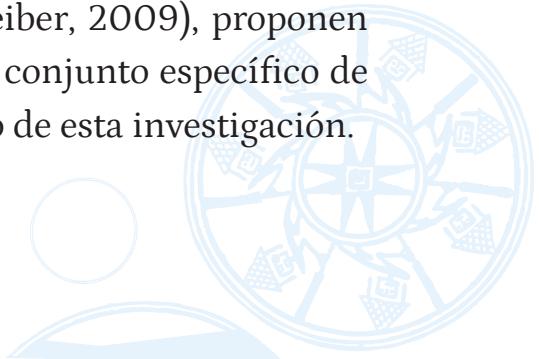
La investigación psicológica a partir de los perfiles de grupo, así mismo, ha sido ampliamente utilizada ya que la evidencia empírica muestra que los rasgos de personalidad son relevantes para el éxito empresarial. Sobre el empresario exitoso hay diversos autores como Zhao y Seibert 2006; Rauch y Frese 2007; Obschonka, Silbereisen y Schmitt-Rodemund 2010, entre otros.

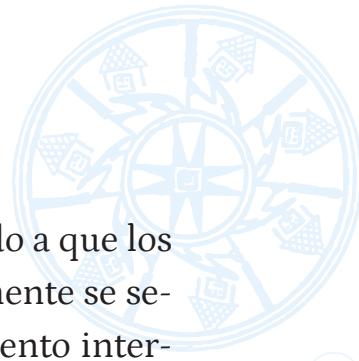
Esta clase de investigaciones buscan beneficiar a la sociedad en general, ya que la mitad de los empresarios incipientes fracasan en los primeros cinco años (Helmers y Rogers, 2010). El costo económico y psicológico por el fracaso empresarial pueden reducirse si las personas que no son aptas para emprender se les recomienda optar por el empleo remunerado. Así mismo las instituciones financieras o de cualquier tipo que ofrecen recursos para el emprendimiento, evitarían incumplimientos crediticios y pérdidas a posibles inversionistas, además del capital propio (Kononb y Kritikosc, 2018).

Varios investigadores sostienen que los empresarios pueden fracasar incluso cuando tienen una idea convincente, acceso a las finanzas y poseen educación superior, pero no los rasgos de personalidad “necesarios” (Kalleberg y Leicht, 1991; Shaver y Scott, 1991), (Kononb y Kritikosc, 2018).

## Metodología

Metodologías para el estudio de los rasgos de personalidad existen diversas, algunas de ellas como The Big Five (Zhao. y Seiber, 2009), proponen un enfoque multidimensional, otras se basan en un conjunto específico de características (Rauch y Frese 2007), como es el caso de esta investigación.





El instrumento utilizado, es el Test Cleaver, seleccionado debido a que los rasgos de personalidad que mide son los mismos que empíricamente se señalan como básicas en estudios anteriores, para un emprendimiento internacional exitoso (Nuñez y Gil, 2017).

El test Cleaver utiliza un formato de selección forzada, es decir, una escala de tipo ipsativa. Este tipo de escala es aquella en la que se tienen opciones, en este caso el instrumento contempla cuatro opciones de respuesta y, la persona está obligada a elegir dos, una con la que más se identifica y otra con la que menos se identifica.

Este estudio se clasifica como longitudinal y descriptivo, considera tres mediciones a lo largo de una generación: primer semestre (2016), quinto semestre (2018) y noveno semestre (2020). La muestra estadística se tomó de un universo definido de acuerdo con el registro de inscripciones dispuesto por la coordinación de la carrera. (Delgado y Llorca, 2004).

Fórmula estadística:

$$n = \frac{Z pq N^2}{e^2 (N-1) + Z^2 pq}$$

N = Tamaño del universo.

Z<sup>2</sup> = Nivel de confianza (95%) del estudio.

pq = Probabilidad de éxito o fracaso.

e<sup>2</sup> = Error en la muestra (5%)

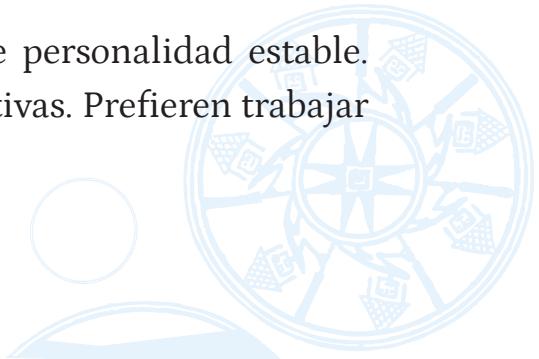
La fórmula anterior se utilizó en las tres tomas realizadas, partiendo del universo finito, conformado por el total de alumnos inscritos en el primer semestre (universo 55 tamaño de la muestra 48), quinto semestre (universo

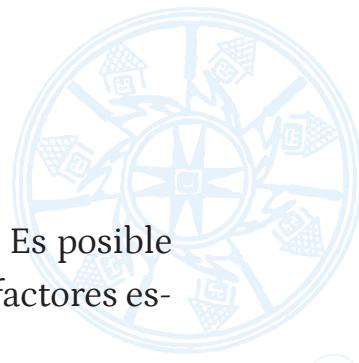
47 tamaño de la muestra 41) y noveno semestre (universo 53 tamaño de la muestra 46), sin embargo en la muestra del noveno semestre, solo participaron 4 por condiciones extraordinarias de la pandemia COVID-19); el universo en cada periodo varía debido a que algunos alumnos se dan de baja temporal o definitiva por razones diversas, sin embargo, todos ellos son parte del mismo estudio en sus diversas tomas.

El test Cleaver nace gracias a las aportaciones de William Moulton (2015) quien desde su trabajo en la Universidad de Harvard en 1928 buscando mejorar su detector de mentiras, desarrolló el método DISC para observar aspectos de personalidad a través del comportamiento de las personas (Sugerman et al, 2012). Más adelante, J.P. Cleaver desarrolló el Test Cleaver, con el propósito de identificar las características de personalidad de una persona a partir de su comportamiento y con ello, cubrir de manera más eficiente los requerimientos de determinadas posiciones laborales.

Los rasgos identificados y medidos conocidos como DISC, son Empuje (Drive), Influencia (Influence), Constancia (Stainess) y Cumplimiento (Compliance):

- D (Drive/Empuje). Dominancia o tipo de personalidad dominante: estas personas suelen ser independientes y orientadas a resultados. Lo que las caracteriza es su voluntad férrea, disfrutan los desafíos, toman decisiones y presentan, como ya se mencionó, resultados. En este aspecto se hace énfasis en el cómo se logran los resultados más que en los resultados en sí mismos.
- I (Influence/Influencia). Personalidad extrovertida. Estas personas se muestran optimistas, tienden a ser sociables, prefieren participar en equipos, compartir pensamientos u opiniones, así como entretenér o energizar a otras personas.
- S (Stainess/Constancia). Estabilidad o tipo de personalidad estable. Estas personas suelen ser empáticas y cooperativas. Prefieren trabajar





detrás de escena mientras trabajan de manera consistente. Es posible también identificar su capacidad de trabajo bajo presión o factores estresantes.

- C (Compliance/Cumplimiento). Personalidad llamada de cumplimiento o apegado. El comportamiento de estas personas se muestra como preocupadas, cautelosas y correctas. Es posible identificar si una persona es detallista, perseverante o analítica. Con frecuencia se centran en los detalles y la calidad. Planifica con anticipación.

La prueba se llama autodescriptiva y consta de 96 palabras agrupadas en bloques de cuatro, de cada bloque, quien la está respondiendo, selecciona la palabra que más la describe y así como, la que menos, todo esto, desde su forma de pensar. Provee información sobre la tendencia del comportamiento de una persona ante diferentes situaciones. Entre las ventajas que tiene su aplicación es su fácil manejo y el poco tiempo que requiere su aplicación.

El puntaje obtenido se traduce a una gráfica, este resultado es indicador de los rasgos de conducta, la interpretación de los resultados se divide en tres perfiles, cada uno con los cuatro factores de conducta descritos anteriormente (DISC).

- El perfil T, representa la conducta observada en condiciones normales.
- El perfil M, representa lo que la persona quiere o necesita tener.
- El perfil L, representa el comportamiento de la persona en situaciones de estrés.

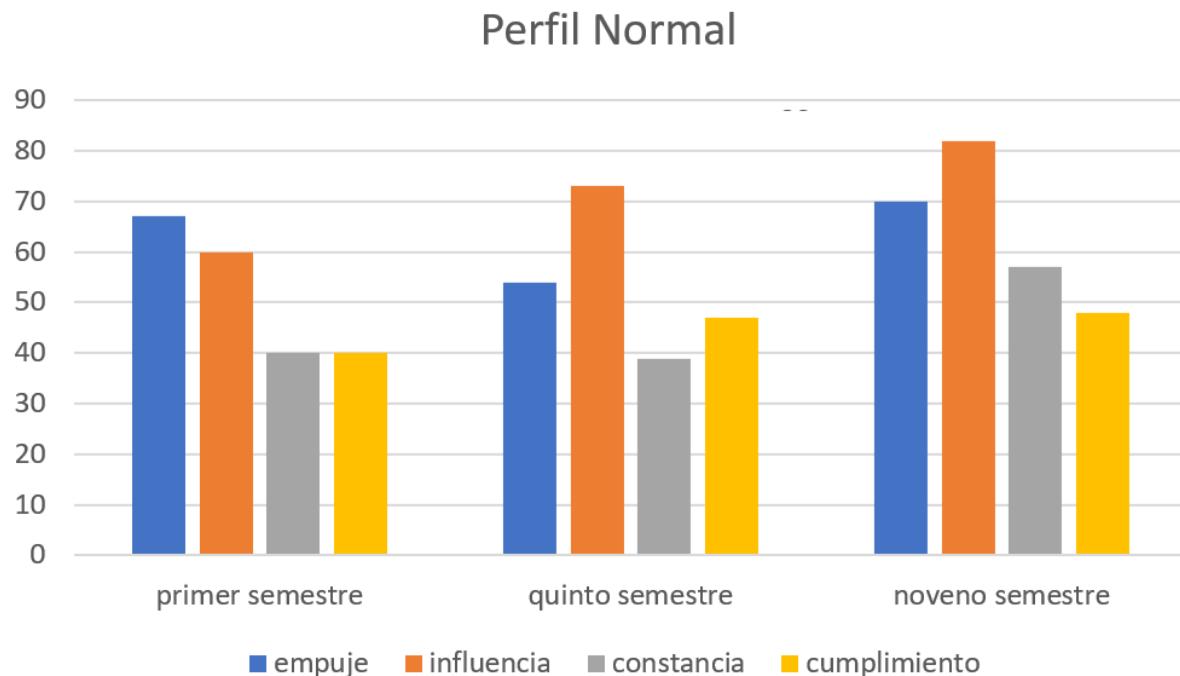
## Resultados

En congruencia con la metodología utilizada de tipo descriptiva y longitudinal, en tres momentos distintos a lo largo de cuatro años, se presentan los siguientes resultados atendiendo al objetivo de la investigación: identificación y medición de los rasgos de personalidad en relación con el perfil ideal del emprendedor internacional exitoso.

El perfil que mide el test Cleaver, instrumento utilizado para esta investigación, considera estudiar los rasgos de personalidad bajo tres condiciones: normales, motivado y bajo presión; por razones prácticas en este estudio se decidió trabajar solamente en las condiciones normales.

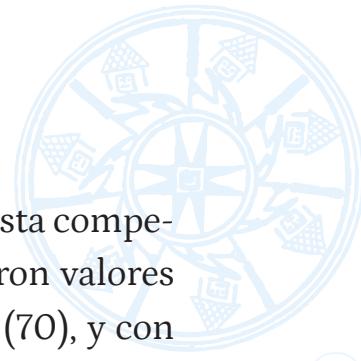
El perfil normal se caracteriza porque la persona presenta ciertas conductas en situaciones normales cuando no se expone a situaciones límite, como el estrés o el entusiasmo. El perfil motivado, indica que la persona presenta este tipo de conductas o comportamiento cuando se siente entusiasmado o desafiado a realizar algo que está fuera de la cotidianidad. Mientras que el perfil bajo presión o de estrés, como su nombre lo dice, sugiere que la persona se encuentra en situaciones de alta presión. A continuación, se muestran los resultados.

**Gráfica 1**



*fuente: elaboración propia*

La gráfica corresponde al comportamiento normal de los tres períodos de aplicación del estudio, cada semestre contiene los resultados del *DISC*. Las barras en azul, Dominio o Empuje (D), presentan rasgos relacionados con el



logro de resultados, con la aceptación de retos, con iniciativa en esta competencia los estudiantes de los tres períodos de aplicación obtuvieron valores por encima de la media, primer semestre (67), noveno semestre (70), y con el puntaje más cercano a la media, quinto semestre (54).

Con relación a la competencia de Persuasión, Influencia o liderazgo (I), representadas por las barras en color naranja, tienen que ver con la habilidad de relacionarse con otras personas, de motivarlas para dirigirlas hacia los fines que se desean alcanzar. Nuevamente los estudiantes de los tres períodos de aplicación presentaron valores por arriba de la media, primer semestre (60), quinto semestre (73), y noveno semestre (82).

En cuanto a las barras en color gris, referentes a la Constancia o Estabilidad (S), esta competencia sugiere la ejecución de tareas rutinarias. Los estudiantes de primero y quinto semestre, presentaron valores por debajo de la media, es decir, primero (40), quinto (39), mientras que noveno semestre presentó valores por arriba de la media, es decir, (57).

Por último, la competencia de Cumplimiento (C), que implica el apego a seguir reglas, normas, procedimientos. En esta competencia, los estudiantes de los tres períodos de aplicación presentaron valores por debajo de la media, es decir, primer semestre (40), quinto semestre (47) y noveno semestre (48).

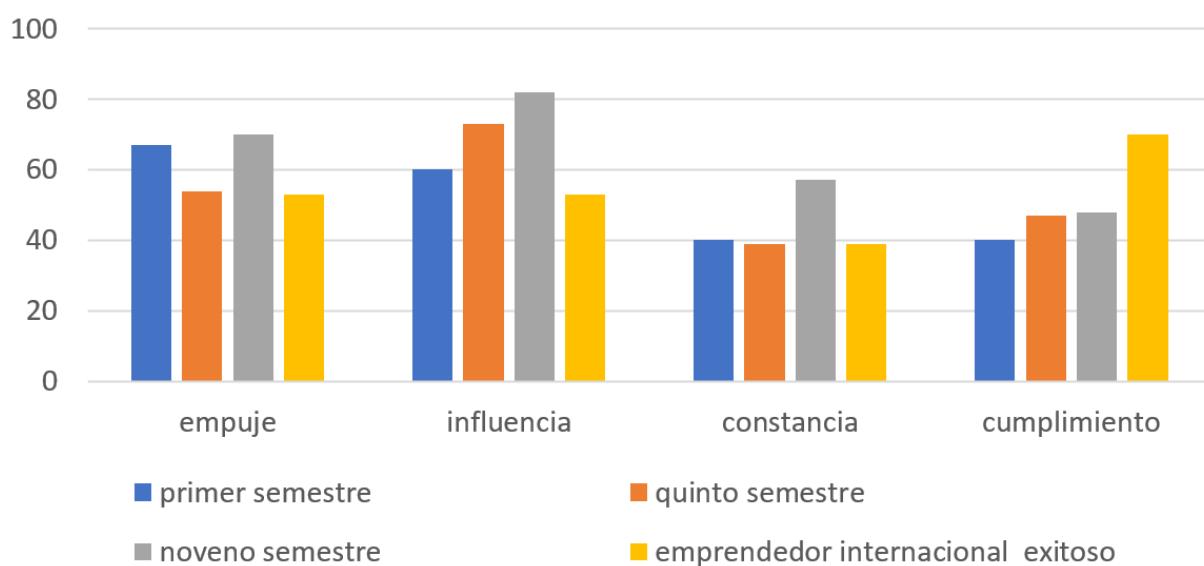
Al comparar los resultados anteriormente descritos con los resultados del perfil del emprendedor exitoso, a partir del cual se genera este estudio (Núñez y Gil, 2017) tenemos que en cuanto al empuje (D), los cuatro grupos tuvieron valores por arriba de la media, el grupo con el valor más bajo fue el emprendedor exitoso (53); sobre influencia (I), también los cuatro grupos tuvieron valores por arriba de la media, el grupo con el valor más bajo y más cercano a la media fue, también, el emprendedor exitoso (53); sobre el rasgo de constancia o estabilidad, tres de los cuatro grupos tuvo valores por debajo de la media, el grupo de noveno, tuvo valores por arriba de la media (57).

Por último, con relación al rasgo cumplimiento (C), tres de los cuatro grupos tuvo valores por debajo de la media; uno de los grupos tuvo valores por

arriba de la media, el emprendedor exitoso (70). Estos resultados sugieren que es importante seguir reglas, normas, estándares, procedimientos, evitar riesgos, atributos importantes en un profesional del comercio internacional, ya que tiene que ver temas de tramitología, logística, por mencionar algunos.

**Gráfica 2**

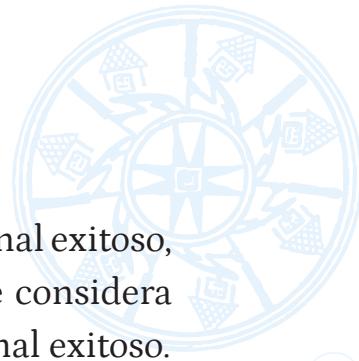
### Perfil normal vs Perfil- Emprendedor Internacional exitoso



*fuente: elaboración propia*

Comparando los resultados de este estudio, con los del perfil del emprendedor internacional exitoso (Núñez y Gil, 2017), se observa lo siguiente: el Empuje (D) logra estar al nivel del requerido acorde al estudio del empresario internacional exitoso, incluso lo superan tanto en la primera como tercera toma. En cuanto a la Influencia (I) la sorpresa es que los estudiantes rebasan en las tres tomas a los resultados de la barra amarilla, la cual constituye el perfil del emprendedor internacional exitoso.

La Constancia (S) por su parte coincide con los niveles del perfil del emprendedor internacional exitoso en la primera y segunda toma, no así en la tercera la cual llega a alcanzar 57 puntos. Cabe aclarar que la Constancia (S)



es una característica baja en el perfil del emprendedor internacional exitoso, por referirse al gusto por las tareas operativas, por lo que no se considera básica para contar con los rasgos de un emprendedor internacional exitoso.

Por último, el Cumplimiento (C) es la característica más alta en el perfil del emprendedor internacional exitoso, sin embargo, en las tres tomas del estudio, resultan muy por debajo, mejorar el rasgo de Cumplimiento (C) es el reto en la formación de la conducta emprendedora para esta carrera, en ese sentido, es importante atender el Cumplimiento, ello significa, seguir reglas, normas, estándares, procedimientos, evitar riesgos, atributos importantes en un emprendedor internacional exitoso, ya que tiene que ver temas de tramitología, logística, por mencionar algunos.

A continuación, la tabla No. 1 donde se presentan los resultados a partir de los participantes en las distintas tomas.

### Tabla 1

*Comparativa de resultados del grupo estudiado VS resultados del emprendedor exitoso*

	D	I	S	C
<b>Emprendedor Exitoso</b>	75%	53%	31%	78%
Primera Aplicación	69%	54%	27%	29%
Segunda Aplicación	63%	83%	32%	46%
Tercera Aplicación	100%	100%	50%	50%

*Fuente: elaboración propia*

Esta tabla resulta interesante analizarla a partir de ver las columnas. La segunda de ellas, identificada con la letra “D” que se refiere a Empuje, advertimos que el emprendedor exitoso en esta cualidad está valorado con un 75% respecto a las tres mediciones que se hacen de los estudiantes, no están tan lejanas de acercarse a esta nota, incluso hacia el final de la formación de su licenciatura, el puntaje sube significativamente, hasta un 100%. En la cualidad de empuje, según los datos de este estudio, los estudiantes no

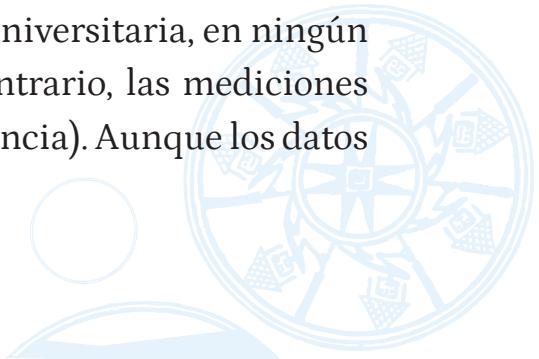
están tan lejanos, según el puntaje requerido por una buena conducta emprendedora internacional.

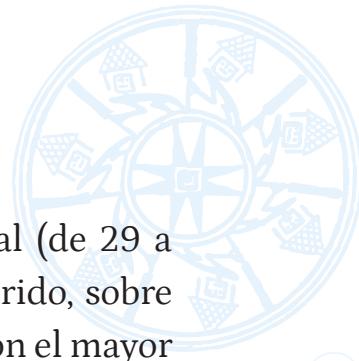
En la siguiente columna, identificada con la letra “I” referida a Influencia, se observa que el puntaje del emprendedor internacional exitoso requiere de un 53% de esta cualidad, y se compara con las tres mediciones que se hacen de los estudiantes, además de notar que la primera medición al inicio de sus estudios de licenciatura, si bien está muy cercana, está por arriba de la referencia;

En las siguientes dos mediciones a lo largo de su formación universitaria, se obtuvieron datos muy por arriba del perfil referido como exitoso, incluso hasta llegar al 100%. Lo cual denota que, en esta cualidad de influencia, los estudiantes tienen bastante desarrollada esa capacidad requerida como parte del ejercicio profesional como emprendedor exitoso.

Siguiendo con la comparativa y análisis, la columna siguiente, identificada con la letra “S” de Constancia, se encontraron datos valiosos de compartir, pues si bien en el perfil del emprendedor exitoso el puntaje señala que se requiere en un 31%, las mediciones indican que tanto al inicio de la licenciatura como hacia la mitad de la misma, esta cualidad es cercana a lo requerido en el ámbito profesional, un poco abajo (4 puntos/100)o arriba (un punto/100); en cambio, hacia la toma de datos en el momento de ir finalizando la licenciatura, aumenta hasta llegar al 50%, lo que se puede interpretar como una cualidad suficiente y hasta un poco más de lo necesario para ponerla en práctica en el ejercicio profesional.

La última columna, identificada con la letra “C”, que corresponde a Cumplimiento, se observa que en el ámbito profesional es la cualidad que un emprendedor internacionalista requiere con más nivel de desarrollo, pues se califica con un 78%, sin embargo, en contraste, en las tres mediciones que se hacen de los estudiantes a lo largo de su formación universitaria, en ningún momento se pudo obtener puntajes cercanos, al contrario, las mediciones son muy bajas y alejadas (49, 32 y 28 puntos de diferencia). Aunque los datos





señalan que esta cualidad aumenta en su formación profesional (de 29 a 50 puntos), hay una gran distancia entre lo obtenido y lo requerido, sobre todo porque en el perfil del emprendedor exitoso es la cualidad con el mayor puntaje asignado y la de mayor relevancia.

## Discusión

El emprendimiento internacional se define como una combinación de conducta innovadora, proactiva y buscadora de riesgo que cruza las fronteras nacionales e intenta crear valor en las organizaciones (Oviatt y McDougall, 2005). Esta definición, coloca el emprendimiento internacional en la persona y su personalidad, lo que determina su conducta, y por lo cual se asume el valor del comercio internacional como resultado de la conducta emprendedora, por parte del sector empresarial.

Ciertamente investigaciones previas sobre el emprendimiento, demuestran que hay diversidad en las habilidades empresariales en los nuevos emprendedores (Astebro y Chen, 2014), sin embargo, en todas ellas se muestra que éstas son un requisito para el éxito empresarial (Holmes y Schmitz, 1990).

A pesar de los diversos estudios, la realidad es que la mayoría de los emprendedores, incluyendo los que emprenden internacionalmente no tienen rasgos de personalidad necesarios para el emprendimiento así como de habilidades necesarias para el éxito (Bernardo y Welch 2001; Koellinger, Minniti y Schade 2007; Kerr, Nanda y Rhodes-Kropf 2014); y que las habilidades empresariales están al mismo tiempo correlacionadas positivamente con los rasgos de personalidad (para los resultados recientes, consulte Caliendo et al. 2014; Levine y Rubinstein 2017; Manso 2016), (Kononb y Kritikosc, 2018).

El desarrollo del pensamiento económico liberal, más los procesos de integración a nivel global, han detonado en gran medida el emprendimiento internacional, base del fenómeno llamado globalización.

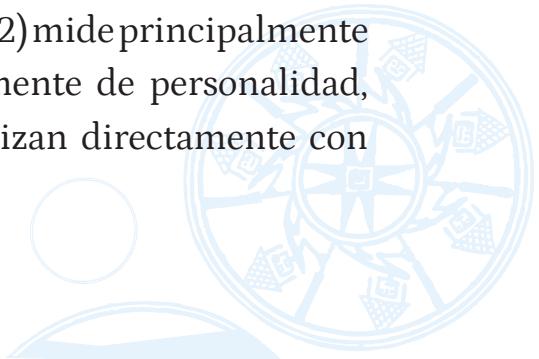
No puede hablarse de globalización sin el concepto de integración global a lo largo de la historia, si bien ya en los años sesenta Mc Luhan hablaba de una “aldea global” pensando en el desarrollo de las telecomunicaciones (Carrero, 2002) y Smith ya imaginaba la riqueza de las naciones en un marco donde el comercio internacional fuera moneda corriente siglos antes.

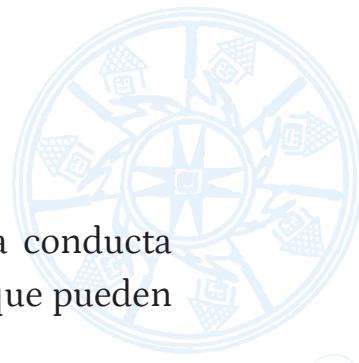
En gran medida detrás del éxito de México como país exportador, está el emprendimiento internacional de diversos países inversores, especialmente USA. México inició el proceso de apertura comercial, con su inserción al GATT (Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio) hoy la OMC (Organización Mundial del Comercio) en 1986. Actualmente cuenta con 14 tratados de libre comercio con cincuenta países (Secretaría de Economía, 2023), todo ello lo ha colocado como potencia exportadora.

La teoría de la personalidad en la discusión con diversos autores es muy amplia, hay tantas definiciones de personalidad como autores que las proponen. Los autores sugieren que, para elegir una definición, es importante atender dos criterios, el primero debe reflejar las conductas que constituyen el objeto de estudio del investigador y, segundo, tener claro que no hay una sola definición de personalidad que sea verdadera o falsa, sino útil para el tema que ocupa al o los investigadores.

Un concepto importante cuando se habla de personalidad es el de rasgos, propuesto por Allport (1974), quien define el concepto como “un sistema neuro psíquico generalizado y focalizado (peculiar al individuo), con la capacidad para hacer muchos estímulos funcionalmente equivalentes y para iniciar y guiar formas consistentes (equivalentes) de conducta adaptativa y expresiva” (p. 204). Robbins (2013) propone que “los rasgos de personalidad son características perdurables que describen el comportamiento de un individuo” (p. 134).

El Cleaver, según el Center for Internal Change (2022) mide principalmente comportamientos, no diagnostica aspectos propiamente de personalidad, puesto que ésta abarca otros rasgos que no se analizan directamente con





esta prueba. Älles (2012) sugiere que el comportamiento es la conducta observable de las personas, de aquello que hacemos, decimos y que pueden ver y oír otras personas.

## Conclusiones

La evidencia empírica muestra que la educación superior puede influir positivamente en el emprendimiento o actitud emprendedora, pero es importante que se tomen en cuenta para ello, los rasgos de personalidad del emprendedor. Las investigaciones sobre este tema llevadas a cabo por diversos autores coinciden en esto.

El objetivo de la investigación para medir los rasgos de personalidad de toda una generación que contribuyera a dar soporte a un replanteamiento educativo de la formación de emprendedores internacionales se cumplió, incluso a pesar de las adversidades y condiciones, sobre todo por haber coincidido temporalmente con los distanciamientos derivados del COVID 19.

La apuesta de México por su crecimiento económico deberá de centrarse en el desarrollo emprendedor internacional de sus empresarios y emprendedores. Basado en la liberación del comercio, deberá de contemplar la formulación de estrategias intencionadas que permitan una mejor distribución de la riqueza a nivel mundial y a la cual no han podido sumarse las naciones menos preparadas para enfrentarse comercialmente de forma competitiva al resto del mundo y que por ende, son actualmente las más empobrecidas, éste es y será el talón de Aquiles a sanar en este irreversible proceso; de aquí la importancia de estudiar la personalidad de los empresarios que en el caso de México, son quienes llevan a cabo la tarea de exportar o emprender internacionalmente.

Este estudio refuerza lo que anteriormente ha sido investigado por Gil y Cárdenas (2021) respecto a la falta de un modelo que favorezca la internacionalización de la pequeña y mediana empresa.

Dado que este estudio se centra en la identificación y medición en la modificación de la conducta hacia el emprendimiento internacional, encontramos que la característica más relevante por atender en la formación de futuros emprendedores y empresarios es el Cumplimiento, que implica el seguimiento de normas, atención oportuna de trámites y regulaciones y de todo aquello que esté definido en el marco normativo y legal correspondiente.

Derivado de lo anterior, se sugiere la creación de espacios curriculares articulados con la realidad, que permitan a los jóvenes poner en juego las habilidades, conocimientos y actitudes, vinculadas con el rasgo de Cumplimiento. Esta característica cobra especial importancia ya que el emprendedor internacional exitoso -según investigaciones previamente citadas-, cumple con los procedimientos legales y requisitos arancelarios y no arancelarios tanto de México como de los distintos mercados de exportación, así como lo dispuesto por los acuerdos internacionales con los distintos países.

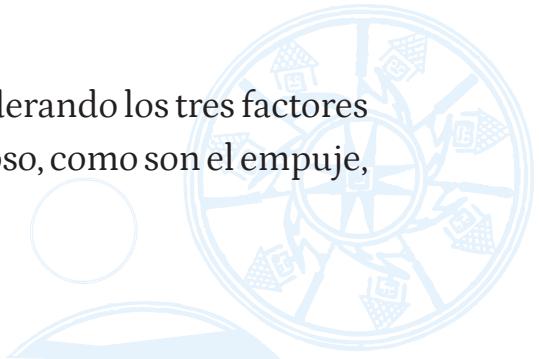
En la medición de la conducta emprendedora internacional de este estudio, se identificaron claramente dos de las tres características predominantes, propias del emprendedor internacional: el empuje y la influencia, no así el cumplimiento.

Estudiar los rasgos de personalidad de cualquier formación, resulta valioso, en la medida de que, a pesar del tiempo implicado por ser un trabajo de tipo longitudinal y descriptivo, proporciona una base sólida para hacer reformulaciones a los planes de estudio de instituciones educativas, no necesariamente del nivel superior.

Esta investigación aporta una propuesta metodológica con posibilidades de replicarse en otros ámbitos educativos que no necesariamente sean referidos al perfil emprendedor.

**154**

La formación de la conducta emprendedora, considerando los tres factores de personalidad del emprendedor internacional exitoso, como son el empuje,





la influencia y el cumplimiento, permitirá a los egresados, la creación de empresas con posibilidades de éxito, este se considera uno de los mayores aportes al conocimiento que la investigación proporciona.

A mayor número de emprendedores y empresarios con rasgos de personalidad exitosos, provocan mayor cantidad de empresas exitosas, y con ello se deriva una mayor cantidad y calidad de fuentes de empleo, y por consiguiente, menor dependencia económica de terceros países, condiciona deseable por toda Nación que apuesta por su desarrollo económico, condición a la cual sin duda está llamado el sector educativo.

## Referencias

Älles, M. (2012). *Nuevo enfoque. Diccionario de comportamientos. La trilogía. 1500 comportamientos relacionados con las competencias más utilizadas*. Granica

Allport, G. W. (1974). *Psicología de la personalidad*. Paidós

Arango-Botero, D., Valencia-Arias, J., Palacios-Moya, L., & Garcés Giraldo, L. F. (septiembre-diciembre 2022). Análisis de perfiles de espíritu emprendedor en jóvenes universitarios. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*, (67), 37-67. <https://www.doi.org/10.35575/rvucn.n67a3>

Begley, T. & Boyd, D. (1987). Psychological Characteristics Associated with Performance in Entrepreneurial Firms and Smaller Businesses. *Journal of Business Venturing*, 22, 147–173.

Carrero, F. R. y Podadera, R. P. (2002). Globalización y Opciones de Desarrollo Regional y Local. *Revista Atlántica de Economía*, 1(09).

Center for internal change. (2022, septiembre). DISC Personality Test Guide. <https://internalchange.com/what-is-disc>

Delgado, M. y Llorca, J. (marzo-abril 2004). Estudios longitudinales: concepto y particularidades. *Revista Española de Salud Pública*, 78 (2), 141-148.

Gil-Gaytán, O. y Cárdenas-Gil, D. Modelo de vinculación universidad-empresa para la internacionalización de la PyME. *Revista Investigium IRE: Ciencias Sociales y Humanas*, XII(2), 27-42. Doi: [https://doi.org/10.15658/INVESTIGIUMIRE.221202.03](https://doi.org/10.15658/10.15658/INVESTIGIUMIRE.221202.03)

Helmers, C. & Rogers, M. (2010). Innovation and the Survival of New Firms in the UK. *Review of Industrial Organization*, 36(3), 227–248.

INEGI (27 enero 2023). *Información oportuna sobre la balanza comercial de mercancías de México diciembre 2022*. [Comunicado de prensa Num 35/23]. [https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2023/balcom\\_o/balcom\\_o2023\\_01.pdf](https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2023/balcom_o/balcom_o2023_01.pdf)

Kalleberg, AL y Leicht, KT (1991). Género y desempeño organizacional: Determinantes de la supervivencia y el éxito de las pequeñas empresas. *Academy of Management Journal*, 34 (1), 136–161. <https://doi.org/10.2307/256305>

Krauss, C. (2011). Las actitudes emprendedoras en los estudiantes de la universidad Católica del Uruguay. *Dimensión empresarial*. 3(1), 28-40.

Kononb, A. y Kritikosc, A. (December de 2018) Prediction based on entrepreneurship-prone personality profiles: Sometimes worse than the toss of a coin. *ECONSTOR Make Your Publications Visible, SOEPPapers on Multidisciplinary Panel Data Research*, No. 1012.

Moreno, M.T. (5 de junio de 2023). *Comercio entre México y el Mundo*. Google Developer Network. EGADE IDEAS

Moulton, M.W. (2015). *Emotions of normal people*. Scholar select.

Núñez, P.A., y Gil, G.O. (2017). Rasgos de personalidad de exportadores mexicanos con éxito. *Revista Academia & Negocios*, 3(1), 23-24.

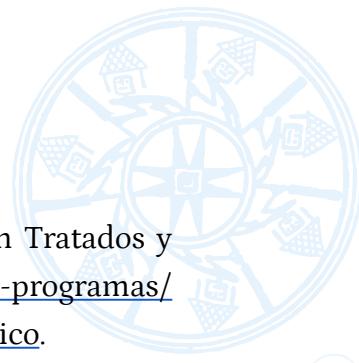
Obschonka, M. & Stuetzer, M. (2017). Integrating Psychological Approaches to Entrepreneurship: The Entrepreneurial Personality System (EPS). *Small Business Economics*, 49, 203–231

Oviatt, R. y McDougal, P. (2005). Defining International Entrepreneurship and Modeling the Speed of Internationalization. *Entrepreneurship Theory & Practice*.29 (5): 537-554.. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2005.00097.x>

Rauch, A. & Frese, M. (2007). Let's Put the Person back into Entrepreneurship Research. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 16(4), 353–385.

Robbins, S. y Judge, T. (2013). *Comportamiento organizacional*. Pearson Educación





Secretaría de Economía (06 octubre 2023). Comercio Exterior, Países con Tratados y Acuerdos firmados con México. <https://www.gob.mx/se/acciones-y-programas/comercio-exterior-paises-con-tratados-y-acuerdos-firmados-con-mexico>.

Shaver, K. y Scott, L. (1991). Person, Process, Choice: The Psychology of New Venture Creation. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 16, 23–45

Schmitt-Rodermund, E. (2004b). Pathways to Successful Entrepreneurship: Parenting, Personality, Entrepreneurial Competence, and Interests. *Journal of Vocational Behavior*, 65, 498–518

Statista. (abril 2022). Los 20 principales exportadores a nivel mundial en 2021, según valor de las exportaciones. Statista. [www.es.statista.com/estadisticas/635356/principales-paises-exportadores-a-nivel-mundial-en/](http://www.es.statista.com/estadisticas/635356/principales-paises-exportadores-a-nivel-mundial-en/)

Sugerman, J., Scullard, M., y Wilhelm, E. (2012). *Las 8 dimensiones del liderazgo: modelo DisC*. Grupo Editorial Patria.

Zhao, H. y Seibert, S. (2006). The Big Five Personality Dimensions and Entrepreneurial Status. *Journal of Applied Psychology*, 91(2), 259–271.

Zhao, H., Seibert, S., y Lumpkin, G. (2010). The Relationship of Personality to Entrepreneurial Intentions and Performance: A Meta-Analytic Study. *Journal of Management*, 36, 381–404