

## **Modelo de identificación y medición de las características de personalidad hacia el emprendimiento internacional**

### **Identification and measurement model of personality characteristics towards international entrepreneurship**

Olga Leticia, Gil-Gaytán<sup>1</sup>

#### **Resumen**

México cuenta con doce tratados comerciales firmados con el resto del mundo, sin embargo, las exportaciones realizadas por empresas mexicanas son relativamente pocas comparadas con el 75% llevadas a cabo por la inversión extranjera directa. La globalización ha traído consigo una alta competencia y una mayor dependencia del exterior, especialmente de EUA. Las exportaciones son motor del desarrollo económico, equivalen al 39% del PIB. Los fundamentos del comercio internacional apuntalan el marco teórico, Adam Smith s. XVIII y actualmente diversos autores como Gereffi entre otros. Este artículo insta a las instituciones de educación superior a considerar en la formación de sus estudiantes, las competencias relacionadas con las características de la personalidad asociadas al emprendimiento internacional. El objetivo de este estudio identificar y medir las características de personalidad hacia el emprendimiento internacional de los estudiantes de primer semestre de la licenciatura de comercio y negocios globales, para posteriormente compararlas con los resultados del perfil de empresario mexicano exportador exitoso y con así, identificar las áreas de oportunidad y cuidado, de esta generación, a lo largo de su permanencia en el ITESO. El estudio arrojó que esta generación cuenta con alto empuje, alta influencia, baja constancia y bajo cumplimiento. La teoría de la personalidad que respalda esta propuesta es la teoría Adleleriana, ésta considera al ser humano como una persona en permanente búsqueda de metas y superación, susceptible al cambio. En cuanto al diseño metodológico se considera investigación descriptiva al dar cuenta de un determinado hecho o fenómeno, con universo definido.

**Palabras Clave:** Globalización; Exportaciones; Desarrollo; Emprendimiento Internacional.

#### **Abstract**

Mexico has twelve trade agreements signed with the rest of the world, however, exports made by Mexican companies are relatively few compared to the 75% made by foreign direct investment. Globalization has brought with it high competition and greater dependence on the outside, especially the US. Exports are the engine of economic development, equivalent to 39% of GDP. The fundamentals of international trade underpin the theoretical framework, Adam Smith s. XVIII and currently various authors such as Gereffi among others. This article urges higher education institutions to consider in the training of their students, the competencies related to the personality characteristics associated with international entrepreneurship. The objective of this study is to identify and measure the personality characteristics of the international entrepreneurship of the first semester

---

<sup>1</sup> Doctora en Desarrollo Humano orientado a las organizaciones, Coordinadora de la Unidad Académica Básica en Negocios Internacionales, Departamento de Economía, Administración y Mercadología, Instituto Tecnológico y de Estudios superiores de Occidente; México. Emprendimiento Internacional. Correo electrónico: [ogil@iteso.mx](mailto:ogil@iteso.mx), ORCID: [0000-0002-4705-3535](https://orcid.org/0000-0002-4705-3535)

students of the global business and trade degree, to later compare them with the results of the profile of a successful Mexican exporter entrepreneur and thus identify the areas of opportunity and care, of this generation, throughout their tenure at ITESO. The study found that this generation has high drive, high influence, low consistency and low compliance. The personality theory that supports this proposal is the Adlerian theory, it considers the human being as a person in permanent search of goals and improvement, susceptible to change. Regarding the methodological design, it is considered descriptive research when it accounts for a certain fact or phenomenon, with a defined universe.

### **Key Words**

*Globalization; exports; development; International Entrepreneurship.*

**Códigos JEL:** L/80, M/16, I/20

### **Introducción**

En México, en el estado de Jalisco, actualmente existen 185 instituciones de educación superior, atendiendo una matrícula de más de 237,399 alumnos, el 75% son privadas y atienden el 40% de la matrícula universitaria (Larios, R. 2017). Para dimensionar esta cifra, de los 8 millones 530 mil 830 habitantes en Jalisco, el 25.6% (2'181,350) son jóvenes de 15 a 29 años, correspondientes a edad universitaria (Instituto de Información y Estadística, 2022).

Entre las distintas instituciones de nivel superior en Jalisco, existe una gran diversidad de programas de licenciatura ofertados. Uno de esos programas con mayor éxito en términos de su matrícula, es la Licenciatura en Comercio o Negocios (El Universal, 2018). La licenciatura en negocios internacionales, lleva más de 30 años de haberse ofertado en las principales universidades, surgen a partir de 1986, año en que México abre formalmente sus puertas al mundo, al inscribirse al GATT (Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio) hoy OMC (Organización Mundial del Comercio), organismo cuyo principal objetivo es la promoción del comercio exterior como medio de incrementar el desarrollo económico de las naciones.

En los primeros años de la instalación de la licenciatura en comercio y negocios internacionales, los objetivos de sus programas se centraban en la preparación de estudiantes cuyo perfil de egreso era el de ejecutivos del comercio exterior, como capital humano listos para integrarse a la nueva fuerza laboral que la apertura comercial implicaba especialmente para las grandes empresas venidas de fuera a través de la inversión extranjera directa.

Lo que en su oportunidad fue atinado bajo la única perspectiva de que estos jóvenes encontrarán un trabajo.

La esperanza de estos programas actualmente se ha modificado, ahora en muchas instituciones el perfil de egreso, está en la conformación de nuevos cuadros de emprendedores internacionales que logren exportar productos mexicanos con cada vez mayor valor agregado y a mercados internacionales diversos, no solo EUA. La apuesta con este nuevo perfil, no es solo que sean ellos mismos quienes logren generar sus propios empleos, que ellos mismos lo generen para otros y con ello conseguir un mayor crecimiento empresarial que redundara en el beneficio de estas nuevas empresas exportadoras que apoyen el desarrollo del país y una mejor distribución de la riqueza e ir dejando atrás al ejército de egresados que únicamente eran formados para ser empleados de una empresa extranjera o maquiladora con el alto riesgo de ser despedido en el momento que ésta, decida irse del país.

La razón del propósito de estos programas de licenciatura, especialmente los internacionalistas, estaba totalmente justificada en los años en que fueron creados a finales de los años ochenta del

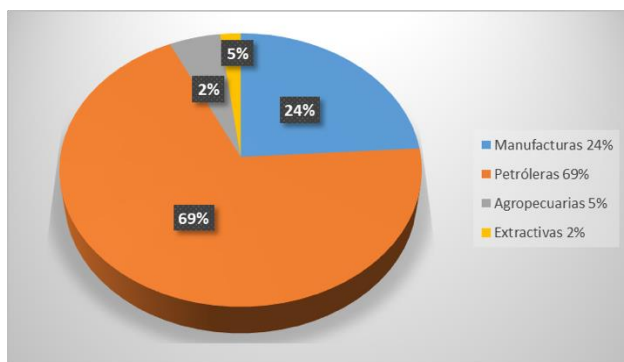
siglo pasado. Por aquellos años, México tenía un promedio de exportaciones de 23 mil millones de dólares, casi el 70% correspondiente a la exportación de petróleo, en otras palabras, México era un país mono exportador, esta situación volvía al país, una economía dependiente del petróleo, por era tan importante el cambio del modelo económico de una economía cerrada a una economía abierta. (Banco de México, 1983)

Entre las primeras universidades situadas en Guadalajara en identificar la necesidad de nuevos cuadros de profesionistas con competencias para afrontar estos nuevos desafíos, se encuentran la UNIVA (Universidad del Valle de Atemajac) con la oferta de diplomados en el año de 1988 y la Universidad de Guadalajara con la primera licenciatura en Comercio Internacional en el año de 1992, el ITESO (Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente) se suma a esta importante tarea en el año de 1993.

En la Figura 1 se muestra la composición de las exportaciones en los años ochenta:

**Figura 1**

*Composición Exportaciones Mexicanas 1982*



Fuente: Elaboración propia

Como se observa en el gráfico, prácticamente a principios de los años ochenta, México era un país, mono exportador, el 69% de sus exportaciones era por concepto de petróleo, seguido por un 24% de manufacturas, principalmente llevadas a cabo por el sector automotriz, sector conformado por la inversión extranjera asentada en México desde entonces, cuya actividad principal era el ensamblaje. Un 5% realizado por el sector agropecuario y un 2% por la industria extractiva. La conclusión es, un país dependiente totalmente del petróleo.

Esta dependencia de un solo sector y un estancamiento en el crecimiento del país seguido de continuas devaluaciones, es lo que lleva a México a replantearse su política comercial con el exterior, ya para entonces ciertas regiones del mundo en plena apertura, como lo era el caso de Europa.

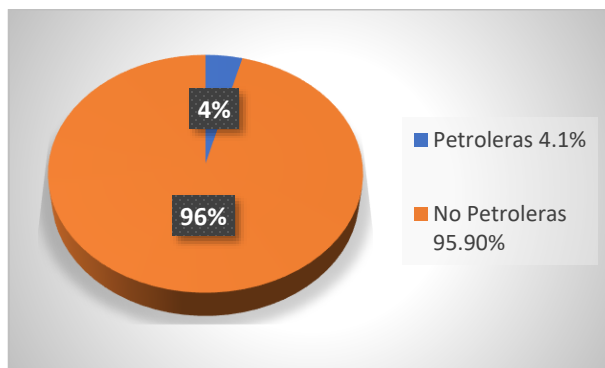
México decide entonces en 1986 abrirse al mundo con su ingreso al GATT (Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio) hoy OMC (Organización Mundial del Comercio) máximo órgano rector del comercio a nivel global. La Organización Mundial del Comercio (OMC) es la organización internacional que rigen el comercio entre los países. Los pilares sobre los que descansa son los tratados acuerdos y convenios comerciales que han sido negociados y firmados por la mayoría de los países que participan en el comercio mundial y ratificados por sus respectivos parlamentos. El objetivo es garantizar que los intercambios comerciales se realicen de la forma más fluida, previsible y libre posible. (Organización Mundial del Comercio, 2020).

Posterior a su inscripción al GATT en 1986, México firma el TLCAN (Tratado Comercial con América del Norte y Canadá) en 1994, dando un impulso definitivo al comercio exterior, mismo que continúa hasta el día de hoy, con un crecimiento del 2,192% en el periodo de los últimos treinta y cuatro años. Ya para 1986 México exportaba 24, 000 millones de dólares. Las cifras en exportaciones continuaron subiendo durante las siguientes dos décadas, ya para el año 2019 se exportaron, 461,115.60 millones de dólares, convirtiendo a México en potencia exportadora (Aguilar, R. 2020), calificativo que se le ha venido atribuyendo durante las últimas dos décadas al situarse entre los octavos y décimos sextos lugares a lo largo de ese tiempo.

Como se puede ver en la Figura 2, no es el petróleo lo que más exporta el país, lo son las manufacturas, esto significa que, en el término de treinta tres años, el modelo económico cambió. Este cambio es realmente sorprendente para otros países observadores. De acuerdo a INEGI la composición de las exportaciones mexicanas en el 2019 recayó mayormente en la industria manufacturera con un 89.10% del total exportador, seguido de productos petroleros con un 5.6%, el sector agropecuario con un 3.9% y la industria extractiva con un 1.4%. (INEGI, 2020)

**Figura 2**

*Composición de las Exportaciones de México 2020.*

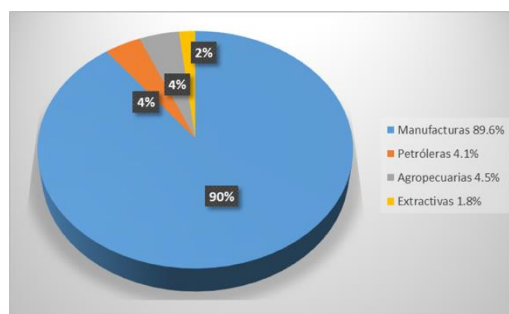


Fuente: Elaboración propia

Durante el pasado año 2020, se exportaron 417,670.3 millones de dólares, el 95.90% correspondientes a exportaciones no petroleras. En cuanto al total de lo exportador, hubo una disminución superior a los 40,000 millones de dólares con respecto al año 2019, en el cual se exportaron alrededor de los 461,000 millones de dólares (INEGI, 2021).

**Figura 3**

*Composición de las Exportaciones Mexicanas por Sectores 2020.*



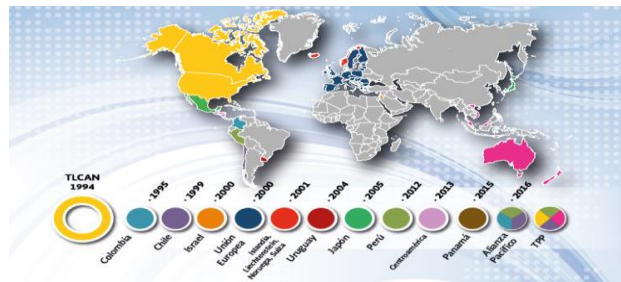
Fuente: Elaboración propia

La composición de las exportaciones mexicanas durante el 2020, estuvo dominada por las manufacturas con un 89.6%, las petroleras apenas un 4.1%, agropecuarias 4.5% y extractivas 1.8%. (INEGI, 2021). Como se puede observar, en otra hora el sector petrolero principal sector de exportaciones, en la actualidad se encuentra incluso por debajo del agropecuario convirtiendo el modelo económico de México centrada en un solo sector y bajo una economía cerrada a una economía de puertas abiertas, transformándose en un periodo de 40 años, en un país altamente exportador de manufacturas.

Se presume que este resultado es debido a la gran cantidad de tratados, acuerdos y convenios comerciales que México ha firmado con el mundo, después del TLCAN en 1994, lo que no es verdad porque realmente la mayor parte de nuestras exportaciones, el 80% van a un solo país, EUA y son realizadas estas exportaciones por la inversión extranjera directa (Estrategia Aduanera, 2021).

**Figura 4**

*Tratados Comerciales de México con el Mundo*



Fuente: Secretaría de Economía.

México en la actualidad, cuenta con una red de doce Tratados de Libre Comercio con cuarenta seis países (TLC), treinta y dos APPRI (Acuerdos para la Promoción y Protección Recíproca de las Inversiones) con treinta y tres países y nueve acuerdos de alcance limitado (Acuerdos de Complementación Económica y Acuerdos de Alcance Parcial) en el marco de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI). (Secretaría de Economía, 2018).

La realidad sin embargo es que México pese a la cantidad de tratados, acuerdos y convenios comerciales que México tiene con el resto del mundo, la mayor parte de sus exportaciones van a un solo mercado, los Estados Unidos de América, tan solo en el año 2020, fueron del orden del 82.23% lo que hace a México altamente dependiente de este país (INEGI, 2021). El resto de las exportaciones mexicanas van al resto del mundo, en cantidades menores a un dígito, razón por la cual la diversificación de los mercados de exportación son una prioridad debido a la gran dependencia económica que esta situación genera para México en relación de un solo país, de ahí que cualquier situación que los EUA vive le repercute a nuestro país, de ahí la necesidad de generar emprendedores internacionales que busquen la exportación de productos diversos a otros países, no solamente a un solo mercado.

**Figura 5**

*Exportaciones Mexicanas al Mundo 2020*

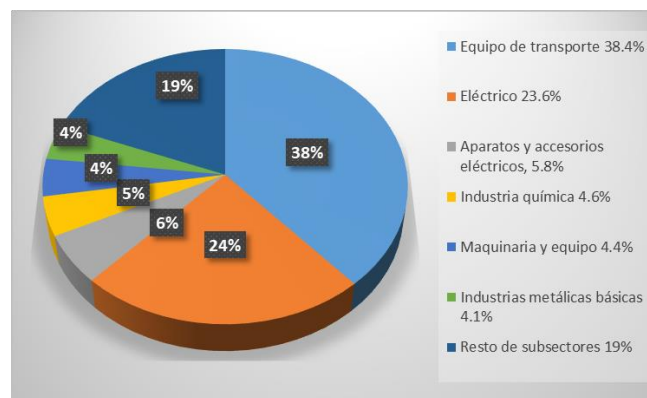


Fuente: Elaboración propia

Otro aspecto a considerar son los productos exportados por México, conforme la gráfica abajo, está conformado por equipo de transporte (industria automotriz) con un 38.4%, eléctrico (industria electrónica) un 23.6%, aparatos y accesorios electrónicos (maquinaria y equipo) con el 5.8%, las sumas de estos tres sectores conforman el 67.8% del total (INEGI, 2021), siendo por tanto la mayor parte de estas exportaciones, producto de la IED (Inversión Extranjera de México).

**Figura 6**

*Composición de las Exportaciones Mexicanas de Sector de Manufacturas 2020*



Fuente: Elaboración propia

Esta realidad nos lleva a plantear otra necesidad para el país, la necesidad de incrementar las exportaciones de productos mexicanos, ya que como se puede observar, la mayor parte de las exportaciones realizadas por México, son exportaciones llevadas a cabo por empresas extranjeras ubicadas en este país y no por empresas mexicanas, lo que igualmente nos hace dependientes de ellas.

Es necesario por tanto para fortalecer la economía mexicana, diversificar mercados de exportación y diversificar los productos de exportación, impulsando especialmente los productos mexicanos las

pequeñas y medianas empresas mexicanas, las cuales conforman el 99.8% del sector empresarial de este país (Arana, 2018).

33 años después de la apertura comercial de México en el año de 1986 con su ingreso al GATT, no todas las universidades tienen claridad en la visión de futuro respecto de la necesidad de preparar a sus egresados en esta dirección, el beneficio que el emprendimiento internacional puede tener frente a estas ventanas de oportunidad comercial y comenzar generar emprendedores internacionales, que impulsen especialmente a la PyME (pequeña y mediana empresa) y dejar atrás la visión de México solo como el mayor país maquilador dependiente de inversión extranjera directa. (Garriga, A. 2017).

Por otro lado, analizando el currículo de las principales universidades de la región, es posible ver que la mayoría de éstas se centra en el desarrollo de habilidades duras, vinculadas al conocimiento no existe en ellas atención a las habilidades blandas las cuales están más relacionadas con las características de personalidad asociadas al emprendimiento internacional.

Actualmente, el emprendimiento se está estudiando desde diferentes visiones, el enfoque psicológico es cada vez más frecuente y aceptado partiendo de una concepción innegable, bajo la cual el hombre es un ser comparativo y creador, por lo que la pregunta respecto del por qué solo algunos logran el éxito, es una constante al paso del tiempo. (Marulanda, J., Correa, G. & Mejía, L. 2009).

Lo anterior es positivo bajo la premisa de este estudio y la importancia de generar un mayor número de emprendedores internacionales desde la universidad sin embargo no en todos los casos es así, la mayor parte de los programas de estudio se divide en tres vertientes o propuestas:

1. *La formación de Ejecutivos del Comercio Internacional. Programas que buscan la formación de un perfil ejecutivo u operativo. Es decir, orientado a la mecánica operativa; considerando que esto es el núcleo sustentable de esta actividad y dirigido a integrarse a alguna organización al finalizar sus estudios.*
2. *La formación de Emprendedores Internacionales. Buscan que sus egresados al finalizar sus estudios apoyen a empresas mexicanas a exportar o bien sean ellos mismos los que generen empresas de comercio exterior. Muchos de ellos incluso se integran a la cadena de valor como consultores, incluso.*
3. *La formación Mixta. Programas que contienen de ambos, normalmente los de este tipo se recargan más en el ejecutivo que el emprendedor.*

La apuesta en la transformación del país desde las universidades está en los segundos, por supuesto que el primer perfil es igualmente necesario, lo que toca es conciliar ya que ambos se necesitan. Sin embargo, es un hecho que los primeros dependen de los segundos, no hay mecánica operativa del comercio exterior sin empresas exportadoras o importadoras, eso es lo que de alguna forma u otra busca la tercera opción.

Este artículo marca así mismo, la necesidad de formar cuadros de emprendedores internacionales con un perfil que, en lo posible, garantice la generación de empresas exportadoras mexicanas exitosas, con capacidad de diversificar mercados y productos a otros mercados, gracias a sus niveles de empuje, influencia y cumplimiento, recordando que las características de personalidad se pueden moldear, según marca la teoría adleriana de la personalidad.

Este artículo marca así mismo, la necesidad de formar cuadros de emprendedores internacionales con un perfil que, en lo posible, garantice la generación de empresas exportadoras mexicanas exitosas, con capacidad de diversificar mercados y productos a otros mercados, gracias a sus niveles

de empuje, influencia y cumplimiento, recordando que las características de personalidad se pueden moldear, según marca la teoría adleriana de la personalidad.

Como resultado de esta necesidad, se ha investigado sobre el perfil de los emprendedores internacionales, a partir de las características previamente mencionadas y sobre las cuales se parte en este artículo.

La relevancia y originalidad de esta investigación, está en que no hay estudios anteriores sobre este tema. A través de lo arrojado por estas investigaciones, es posible identificar con claridad cuales son los elementos o características de personalidad importantes de formar o afirmar en los estudiantes interesados en el emprendimiento internacional, mismas que deberían de ser consideradas de manera intencionada en las de negocios por parte de las instituciones de educación superior.

Otro punto es que con la cantidad de egresados en la Z.M.G. de todas las Universidades en la actualidad los sueldos para quienes optan por una formación u orientación operativa, como empleado o ejecutivo en una empresa u organización, éstos van disminuyendo cada vez más; por lo que en el largo plazo ya no será “redituable” estudiar esta carrera si estos números continúan en ascenso. Los niveles de competencia son altamente elevados y, es un hecho que, el mejor lugar para hacerse competente en las áreas operativas no es dentro de las Universidades; lo es en la práctica, en las organizaciones y es precisamente a estas generaciones a quienes les toca la creación de empresas exportadoras.

### **Fundamentos teóricos**

El Emprendimiento Internacional se define como “el descubrimiento, aplicación, evaluación y explotación de oportunidades – fuera de las naciones – para crear futuros bienes y servicios” (Oviatt y McDougall, 2005 p. 540).

Entre las primeras menciones localizadas sobre el emprendimiento internacional, se encuentra Schumpeter (1944) poco antes de la mitad del siglo pasado, quién no solamente hace mención al hecho de introducir productos a nuevos mercados, menciona otros aspectos claramente novedosos para ese momento, como lo son la creación conjunta de nuevos métodos productivos y acceso a diversas fuentes de generación de materias primas.

La revisión de los trabajos e investigaciones con respecto al emprendimiento internacional en América Latina, llevó a la identificación, de un estudio exploratorio realizado entre los años 2008 y 2009 en 13 países de la región. Este estudio arrojó que, entre los emprendedores latinoamericanos, apenas un 10.8% presenta una alta propensión a la internacionalización o tienden al emprendimiento internacional, siendo éstos además, no muy competitivos, especialmente en relación a su modelo de negocios e innovación tecnológica. (Amorós, J., Etchebarne, S. & Felzesztein, Ch., 2012)

El emprendimiento internacional puede considerarse como un resultado natural de la globalización actual. El fenómeno de la globalización, a lo largo del tiempo y desde el acuñamiento de la palabra por el economista y profesor de la Escuela de Negocios de Harvard, Theodore Levitt (1925-2006) ha tenido diversas definiciones o formas de interpretación, para el caso de este artículo nos referiremos a la globalización como la integración económica de las naciones en su búsqueda por un mayor crecimiento y desarrollo. Bajo esta premisa, podemos entonces comprender porque la globalización ha constituido, desde sus inicios, una clara invitación para el emprendimiento internacional a nivel global, suscitado a partir de la segunda mitad del s. XX con la formación de la llamada entonces comunidad europea, resultado de la firma del tratado de Roma en 1957. A partir de ese tratado, se



dio inicio a la conformación de bloques económicos mayormente regidos por su situación geográfica en un primer momento.

Algunos respecto de lo que la globalización ha provocado en el comercio internacional, es realmente, impresionante: en el 2018, 19.09 billones de dólares fueron producto de las exportaciones de mercancías de los miembros de la Organización Mundial del Comercio (OMC), “es la única organización internacional que se ocupa de las normas que rigen el comercio entre los países. Los pilares sobre los que descansa son los Acuerdos de la OMC, que han sido negociados y firmados por la mayoría de los países que participan en el comercio mundial y ratificados por sus respectivos Parlamentos. El objetivo es garantizar que los intercambios comerciales se realicen de la forma más fluida, previsible y libre posible” (Organización Mundial del Comercio, 2020).

La misma OMC, en el examen estadístico del comercio mundial del 2019, informa que el 52% del comercio mundial es llevado a cabo por las 10 principales economías comerciantes de mercancías y finalmente, el 44% del comercio mundial es llevado por las economías en desarrollo (OMC, 2019).

La integración económica a partir de la conformación de bloques económicos continuará acrecentándose, como ha ocurrido durante las últimas dos décadas del presente siglo. Diversos factores han favorecido ese crecimiento, los desarrollos tecnológicos, el transporte, la comunicación, entre otros. Sin embargo, un factor que igualmente ha favorecido este crecimiento, es la confluencia en dos vertientes: los negocios internacionales y el emprendimiento, que como bien afirman algunos autores, anteriormente se estudiaban por separado.

Así mismo, investigadores como Amorós et al. (2012) mencionan que actualmente, incluso en los negocios internacionales se estudian teorías de la de la personalidad, a partir de la conducta evolutiva.

Si la globalización es entendida como la integración económica de las naciones para el desarrollo de las mismas y fundamentada en la economía, a partir del planteamiento hecho por la teoría liberal planteada a finales del s. XVIII y cuyo principal representante, lo fue el llamado padre del comercio internacional, Adam Smith (1723-1790), a través especialmente de su teoría sobre las ventajas comparativas propone el comercio internacional como el detonador del crecimiento para las naciones, su base principal está en la especialización de los países en aquello para lo que de manera natural están preparados, de tal forma que podrán satisfacer sus propias necesidades y tener remanente que podrán intercambiar con otros países, por productos que les resultan más caros producir que comprar. Estas teorías han ido evolucionando con diversas aportaciones a lo largo de tiempo por otras económicas como David Ricardo, Stuart Mill, John Keynes entre otros, hasta los más actuales como Gereffi quien opina que los países en desarrollo han terminado siendo los abastecedores de las principales economías por lo que éstos se han quedado atrás con respecto a los beneficios del comercio internacional, generando una dispersión global de las cadenas productivas, los países en desarrollo deberán por tanto, apropiarse del conocimiento e incrementar sus niveles de especialización a fin de revertir esto. (Gereffi, 2001).

Por lo anterior, no es posible desvincular el emprendimiento exportador mexicano del proceso globalizador que viven la mayor parte de las economías actuales, incluso el mismo es un efecto abiertamente buscado y esperado por parte de las naciones que han implementado una política comercial de puertas abiertas. Como previamente se mencionó, México inició el proceso de apertura con su inserción al GATT en 1986 (Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio) llamado ahora OMC (Organización Mundial del Comercio). El reflejo de esta apertura queda evidenciado a través del alto alcance de mercados internacionales que se tiene gracias a los convenios, tratados y acuerdos comerciales que México ha suscrito con el resto del mundo. Sin embargo, es un hecho

que tanto las alianzas comerciales como las políticas estipuladas no tendrían ningún sentido si el sector empresarial no las hace una realidad. Son, por tanto, los emprendedores internacionales los verdaderos héroes, cuando esta tarea es bien realizada, quienes toman esta oportunidad y asumen este compromiso, de ahí la necesidad de adentrarnos en el estudio de su conducta y personalidad a efecto de identificar aquellos que cuentan con los elementos o características asociadas al éxito en el emprendimiento internacional que logren asegurar aún más, este importante reto.

A partir de lo anterior y considerando que los negocios internacionales son el resultado de un conjunto de acciones por quienes participan en ellos, desde la perspectiva del emprendimiento internacional éste, tiene por tanto un claro componente: la conducta humana. Los estudiosos de la personalidad afirman que la gente es similar de muchas maneras, pero que es la personalidad propia de cada individuo lo que lo lleva a actuar de distintas maneras y, por tanto, con resultados diferentes, por ello los investigadores de la personalidad se interesan por el modo en que difiere una persona de otra.

La personalidad representa aquellas características del individuo que explican los patrones permanentes en su manera de sentir, pensar y actuar. Lawrence A. Pervin, indica que los estudios de la personalidad se iniciaron a mediados del s. XIX con los trabajos de un médico francés, Jean Charcot, de ese tiempo a la fecha se ha avanzado mucho al respecto. (Pervin, L. 1998).

Existen diversas investigaciones sobre el tema de la personalidad en empresarios y directivos de éxito, enmarcadas sobre las habilidades y acciones que llevan a cabo los directivos para desarrollar un trabajo efectivo o exitoso a nivel de su gestión, no realmente sobre aspectos de personalidad asociados al éxito en sus exportaciones, así como tampoco en la medición de las mismas a través de un instrumento como el utilizado en esta investigación.

La teoría de la personalidad sobre la cual se respalda la investigación, es la planteada y desarrollada por Alfred Adler (1870-1937) llamada "Psicología individual". Para este estudioso de la conducta humana, los seres humanos, son organismos orientados hacia una meta y toda la conducta humana puede ser entendida en términos de su contribución adhesión a un objetivo. Las dificultades en la vida resultan de una filosofía y estilo de vida inapropiados. Al reconocer y cultivar la necesidad de justicia social, una persona cumple con su potencial último.

Aunque Adler enfatizó los factores en la sociedad que contribuyen a la formación de la personalidad, no adoptó una perspectiva ambientalista radical ni sugirió que la personalidad sea moldeada por completo por la sociedad. Hay fuerzas dentro del yo, tales como el impulso de superioridad y el yo creativo, que ayudan a moldear la personalidad. Por tanto, el individuo desempeña un papel responsable importante. Enfatizó la aplicación de la teoría de la personalidad por medio del arte de la psicoterapia, creyendo que a través del auto entendimiento y la educación podemos construir un mundo mejor.

El concepto de Adler de interés social es en extremo significativo desde el punto de vista transcultural igualmente buscado en la teoría de fundamentación del comercio internacional, ambas teorías, son la base de este estudio.

Adler creía que los seres humanos tienen un impulso innato para adaptarse a las condiciones del ambiente. Llamó a este interés social, pero enfatizó que no es automático y debe ser cultivado.

El objetivo primario de la psique es el objetivo de superioridad, el deseo de ser competente y efectivo en lo que uno hace. Si no es dirigida de manera apropiada, esta lucha puede tomar la forma de un anhelo exagerado de poder. Cuando somos niños pequeños, por lo general nos sentimos inferiores,

estos sentimientos de inferioridad nos llevan a buscar formas en las que podemos compensar nuestras debilidades.

Cada individuo desarrolla una forma única de luchar por la superioridad, esto es llamado estilo de vida. Los cuatro principales estilos son: dominante, obtenedor, evitativo y útil socialmente. El estilo de vida es influido por factores tales como la constelación familiar y la atmósfera familiar. Adler consideró que el concepto del yo creativo era el clímax de su teoría. El yo creativo interpreta las experiencias del individuo y establece el estilo de vida de una persona. La perspectiva de Adler fue que el yo creativo es en esencia consciente; restituyó a la conciencia al centro de la personalidad. (Engler, B., 2006).

La teoría adleriana pretende restaurar el sentido de la realidad de la realidad del paciente, examinando y revelando los errores en los objetivos y el estilo de vida y cultivando el interés social. Adler creía que el estudio del orden del nacimiento, los recuerdos tempranos y los sueños eran las mejores herramientas para evaluar la personalidad.

Esta teoría parte del supuesto de que los seres humanos tienen una orientación natural al logro y a través de lo cual llegan a lograr su autodefinición. Adler consideró esta tendencia, como el resultado del efecto de las fuerzas sociales.

Con todo, es importante mencionar que es difícil hablar de una sola teoría de respaldo debido a la complejidad del comportamiento humano. La principal razón del porque optar por esta teoría está en los supuestos con respecto a los elementos de personalidad asociados al éxito exportador como lo son el "logro, retos, metas, perseverancia, compromiso y cumplimiento", entre otros. Debido a esto, encuadramos la teoría de personalidad que fundamenta el presente estudio, en la teoría adleriana.

Por su parte, todo estudio científico utiliza una determinada herramienta de investigación, En el terreno de la psicología organizacional o laboral, las herramientas utilizadas en investigación, son mayormente evaluaciones psicológicas, las cuales permiten una visión ampliada del comportamiento humano, estas evaluaciones son utilizadas frecuentemente, para la selección de personal a determinados puestos.

Las evaluaciones de este tipo, como lo es el caso del Test Cleaver, entran dentro de la rama de la psicometría, por estar orientadas a la medición del comportamiento humano ante determinadas situaciones o escenarios.

Las bases teóricas del test cleaver se ubican en 1928 con William Moulton Marston, quien postula que toda conducta humana se concibe en términos de tres aspectos: favorable o desfavorable, activa o pasiva y de autoafirmación o acomodamiento. Marston dice: "Para entender a las personas normales es necesario entender cómo se sienten en su ambiente" mayormente utilizado para responder a las necesidades de la selección de personal. Su objetivo principal es medir la conducta en el trabajo. Cuando un individuo percibe una situación puede parecerle antagónica (negativa) o favorable (positiva), ya partir de esto su reacción será activa o pasiva, con distintos grados de intensidad. Si su reacción es activa llevará a la autoafirmación ante una situación dada, y si es pasiva, buscará adaptarse o acomodarse a la misma. Así el ambiente puede ser categorizado como Antagónico o Favorable y la conducta como Activa o Pasiva. (Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, 2020):

En el caso de los estudios del comportamiento humano, como lo es el caso de la presente investigación, éstos se centran en las acciones y en los procesos mentales de los individuos

estudiados, ya que éstos, no pueden ser observados directamente, de ahí que se basan en la interacción resultante entre pensamientos, emociones y sentimientos ante determinadas situaciones.

Estas evaluaciones, pruebas o test, parten de situaciones experimentales estandarizadas que sirven de estímulo a un cierto comportamiento individual. Tal comportamiento se evalúa por una comparación estadística con otros individuos colocados en el mismo grupo de estudio y con situaciones hipotéticas a las cuales las personas tienen una determinada reacción.

## **Metodología**

En cuanto al diseño metodológico del presente estudio, se considera una investigación descriptiva al dar cuenta de un determinado hecho o fenómeno, con universo definido, dados los resultados de la formula estadística dispuesta para estos casos. Contiene tanto información obtenida a través de investigación de campo como de escritorio. Esta última soporta el marco referencial y teórico del estudio, tanto para su fundamentación como para su contexto.

Investigación de campo al tomar la información directamente del grupo o segmento estudiado, los estudiantes de primer semestre de la licenciatura en comercio y negocios globales del ITESO descriptiva al dar cuenta de un determinado hecho o fenómeno, con universo definido y limitado. El instrumento utilizado, el test cleaver.

Por sus condiciones y formato, se encuadra dentro de la escala de Likert, la cual es una escala de calificación que se utiliza para cuestionar a una persona sobre su nivel de acuerdo o desacuerdo con una declaración.

Las características identificadas y medidas en esa investigación fueron (Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, 2020):

- Empuje (Drive): para obtener resultados en situaciones de oposición o en circunstancias antagónicas, iniciativa, liderazgo y aceptación de retos.
- Influencia (Influence): Influencia sobre la gente para actuar positiva y favorablemente, habilidad de relaciones personales y motivación para que las personas realicen actividades específicas, equiparada a liderazgo.
- Constancia (Stainess): Constancia al desarrollar trabajo con consistencia y en forma predecible, capacidad para realizar labores de manera continua o rutinaria, deseo de mantenerse de la misma manera no buscando cambios.
- Cumplimiento (Compliance): Cumplimiento a normas, estándares o procedimientos estrictos evitando así posibilidades de error, problemas o riesgos, también se le reconoce bajo el nombre de Apego.

## **Desarrollo**

La psicología es la disciplina que se encarga del estudio del comportamiento humano y cuenta con distintos instrumentos para ello. Entre estos instrumentos se encuentran la observación del comportamiento, la descripción de éstos y la propia investigación experimental. la presente

investigación de orden descriptivo, utilizó como herramienta o instrumento de estudio, el Test Cleaver.

El Test Cleaver es una prueba psicométrica a través de la cual se miden las características de la persona en términos de su empuje, influencia, constancia y cumplimiento (DISC por sus siglas en inglés), es ampliamente utilizado en sector empresarial para la selección de personal, se le describe como una técnica de evaluación de la conducta en el ámbito laboral a través de un cuestionario doble: descripción del trabajo y la autodescripción.

Este instrumento, se concibe como la herramienta que proporciona una descripción completa de la personalidad del individuo, haciendo énfasis en sus aptitudes para realizar diferentes labores sociales, su capacidad para desenvolverse con otras personas y relacionarse con ellas. elementos señalados en la tradición cultural exportadora como necesarios para la obtención del éxito exportador por parte del empresariado mexicano.

La técnica del cleaver ha sido sometida a estudios de validación en México (Test de Cleaver:2007), apoyándose en otras técnicas que permiten correlacionar los resultados y verificar la confiabilidad; estos apoyos son test psicológicos y psicométricos generalizando con ello un 90% de precisión de los resultados.

Para la medición se utilizó, el mismo instrumento que el estudio pasado con el que se llevará el comparativo, el Test Cleaver, también conocido como **DISC** por sus siglas en inglés: Drive que significa empuje, influencia equiparada a liderazgo, Stainness, constancia o rutina y Compliance o cumplimiento (DISC Profile, 2917).

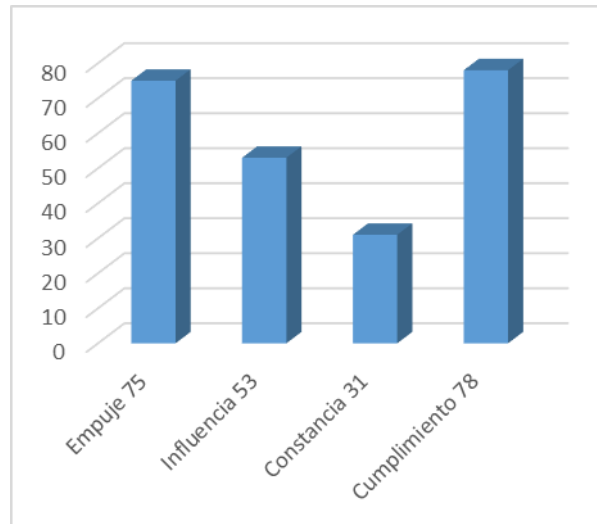
El alto nivel de confiabilidad que ha logrado obtener el test cleaver hace que los técnicos afirmen que la evaluación de personal no requiera pruebas o currículum; únicamente la aplicación de los cuestionarios diseñados para estos propósitos, es de alto reconocimiento y utilización en el ámbito de los test psicométricos.

Debido a lo anterior, el Cleaver resultó ser el instrumento más indicado en el ámbito empresarial para la medición de ciertos elementos de personalidad como lo son el logro, el liderazgo, la perseverancia, y el cumplimiento. En la Figura 7, se presentan los resultados del estudio anterior, mismo que posteriormente nos servirán de base para el comparativo con el estudio de los estudiantes (Nuñez, A. & Gil, O., 2017).

En ese estudio, las principales características asociadas al éxito por parte del grupo de empresarios mexicanos exportadores exitosos fueron, en primer lugar, el cumplimiento (32.91%), seguida del empuje (31.64%) y, por último, la influencia o liderazgo (22.36%). La constancia solo con un 13.08%, lo que es comprensible dado el significado de esta característica.

**Figura 7**

*Resultados Empresarios Exportadores Exitosos.*



Fuente: Elaboración propia

En el caso del presente estudio, por ello se midieron las mismas características en los estudiantes de primer semestre de la Licenciatura en Comercio y Negocios Globales del ITESO, primer semestre, generación Primavera 2016 – Otoño 2020.

Una generación en el ITESO tiene una duración en el tiempo de nueve semestres, ésta en concreto se refiere a la generación primavera 2016 a otoño 2020. La presentada en este artículo hace referencia a la primera toma, es decir primavera 2016.

**Perfil a investigar en este estudio:**

- Edad: 18 y 23 años.
- Actividad principal: Estudiantes de licenciatura del ITESO.
- Situación civil: Solteros.
- Nivel educativo: Primer semestre Primer semestre de la LCNG generación primavera 2016 a otoño 2020.
- Lugar de residencia: ZMG.
- Característica Básicas: Inclinación hacía el emprendimiento internacional.
- Visión futura: Ser emprendedores internacionales o ejecutivos del comercio exterior.

**Determinación del Tamaño de la Muestra.** La fórmula estadística utilizada es la que se conoce como “universo conocido” es decir que parte de contar el dato preciso del universo o grupo de

personas que en total lo conforman, como fue el caso de este estudio ya que el dato otorgado por el coordinador de la carrera en turno fue de: 55 estudiante en la generación de primer semestre.

Formula Estadística:

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

N = Tamaño del Universo.

$Z^2$  = Nivel de Confianza (95%) del Estudio.

$pq$  = Probabilidad de Éxito o Fracaso.

$e^2$  = Error en la muestra (5%)

Sustituyendo los valores tenemos:

$$n = \frac{(1.96)^2 (.5) (.5) (55)^2}{(.0025) (54) + (1.96)^2 (.5) (.5)}$$

$$n = 52.822/1.0954$$

$$n = 48.22$$

\* Valor en Tablas Zeta.

Tamaño de la muestra: 48 estudiantes.

Conforme el tamaño de la muestra, se aplicó el instrumento a los 48 estudiantes de primer semestre de la carrera de comercio y negocios globales (LCNG).

En el ITESO se cursa por créditos por lo que resultaba difícil conjuntar a los 48 estudiantes de esta licenciatura en un mismo curso, excepto en la materia de proyecto universitario personal (PRUP) materia en la cual se conjuntan los estudiantes de una misma carrera a efecto de generar un proyecto personal a lo largo de los nueve semestres que cursarán en el ITESO, esto facilitó, el acceso a los estudiantes en esta materia y facilitar de esta forma la aplicación del instrumento. Gracias al apoyo obtenido por los profesores de esta materia, quienes aceptaron ceder parte de su tiempo de clase, se pudo tener acceso a los estudiantes y aplicarles el test cleaver al total de la muestra previamente determinada.

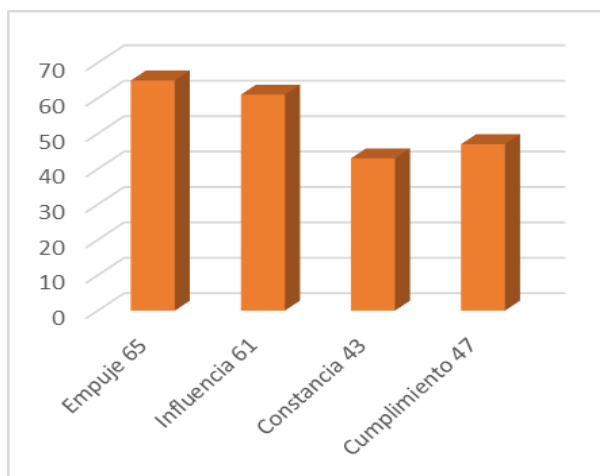
En su oportunidad se les explicó el objetivo de la investigación y se les preguntó en primera instancia, quienes estaban interesados en emprender internacionalmente al finalizar sus estudios, explicándoseles lo que significaba emprender internacionalmente y aclarando sus dudas.

Prácticamente la gran mayoría levantaba la mano. No se contabilizó esto dado que este dato se consideró en el perfil solo como una tendencia, lo que se validó por ser en todos los casos una mayoría aspiracional hasta ese momento.

En la Figura 8, se presentan los resultados de la identificación y medición de las características de personalidad hacia el emprendimiento internacional de los estudiantes de primer semestre de la carrera de comercio y negocios globales del ITESO:

**Figura 8**

*Resultados Estudiantes.*



Fuente: Elaboración propia

Estos resultados son realmente interesantes, encontramos un nivel de 65 en el empuje, por arriba de los 50 puntos, siendo esta característica la más alta, esto significa que este grupo de estudiantes tiene un buen nivel de empuje, el necesario para emprender internacionalmente.

La influencia obtuvo 61 puntos, igualmente por arriba de los 50 puntos, siendo esta la segunda característica importante para el emprendimiento.

La constancia sin embargo está por debajo los 50 puntos, este grupo tiene 43 puntos, por debajo de la media. Esto contrario a lo que se podría pensar, es positivo. La constancia en este instrumento significa "rutina" gusto y tendencia por los procesos rutinarios, es normal en el caso del perfil del emprendedor internacional tener una puntuación baja.

La cuarta característica de personalidad medida en este grupo, es el cumplimiento, como podemos ver obtuvo un puntaje de 47, por debajo de los 50 puntos. Esta característica sí rompe el perfil emprendedor puro, ya que como vimos en el caso del perfil del empresario exportador exitoso, esta es la característica de mayor puntaje de todas, el cumplimiento. La explicación de ello es que el cumplimiento no es lo habitual en la cultura empresarial mexicana, sin embargo, en el caso de los empresarios exportadores exitosos, ésta se vuelve clave para triunfar.

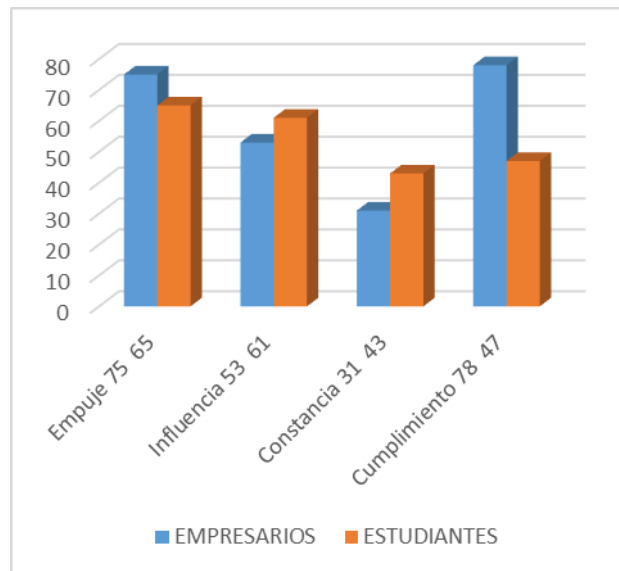
Los resultados en este sentido, indican la necesidad de atender el cumplimiento a efecto de cumplir enteramente con el perfil, esto es algo a que la universidad puede considerar llevar a cabo, reforzar el cumplimiento del grupo a lo largo de la carrera, a la par del cuidado de no descuidar o desalentar, las otras dos características, el empuje y la influencia.



La tabla que viene a continuación, lo que muestra es la comparación de los de los empresarios exportadores mexicanos exitosos vs los resultados de los estudiantes de primer semestre de la licenciatura en comercio y negocios globales (LCNG).

**Figura 9**

*Resultados Estudiantes Vs Empresarios Exportadores Exitosos.*



Fuente: Elaboración propia

El resultado del comparativo del perfil de los estudiantes de primer semestre de la carrera de comercio y negocios globales del ITESO vs el perfil del empresario exportador exitoso, muestra que los estudiantes de esta generación y este período, cuenta con dos de los tres elementos de personalidad asociados al éxito en el emprendimiento internacional por parte de los empresarios mexicanos exportadores exitosos del estudio previo. Los estudiantes participantes de este estudio, cuentan con empuje e influencia, más no con los niveles de cumplimiento, mismo que están por debajo de la media, siendo esta característica en el caso de los empresarios, la más alta. Resalta especialmente el nivel de influencia, el cual es incluso superior al del mostrado por los empresarios.

Otro dato interesante es que la constancia no aparece como característica determinante, lo que es positivo hablando de emprendimiento internacional, la constancia se refiere a la tendencia a la operación lo que, permite deducir en este punto, que esta generación tiene tendencia a un perfil emprendedor, hay sin duda, que reforzar el tema del cumplimiento.

Definitivamente este grupo tiene una alta tendencia al emprendimiento por lo que debería de ser tarea de la universidad reforzar la que se encuentra más ausente, el cumplimiento.

### **Resultados y discusión**

El objetivo planteado al inicio de la investigación se consiguió, se logró identificar y medir las características de personalidad hacia el emprendimiento internacional de los estudiantes de primer semestre de la licenciatura en Comercio y Negocios Globales.

En cuanto a los resultados obtenidos, se concreta que esta generación tiene una clara disposición hacia el emprendimiento internacional en dos de los tres factores de mayor relevancia, siendo únicamente el referente al cumplimiento el cual habrá de reforzarse a lo largo del paso por la carrera a efecto de incrementarlo y llevarlo a los niveles esperados.

Con estos resultados se prueba la validez del instrumento, al identificar las características de personalidad hacia el emprendimiento internacional de los estudiantes del ITESO de esta carrera o programa de estudios.

La personalidad humana predice una amplia gama de actividades y elecciones ocupacionales. En la investigación psicológica, los perfiles de grupo son ampliamente empleados. (Konon, A. & Kritikos, A., 2018).

En este sentido existen diversos estudios al respecto, entre ellos está el estudio realizado por. Acs, Z. y Amorós, J. (2008) respecto al emprendimiento y la competitividad en América Latina, a partir de los rasgos de personalidad, concluyen que son múltiples las dimensiones de la habilidad no cognitiva por lo que, la identificación de los rasgos de la personalidad, son útiles para medir que tanto los rasgos de la personalidad afectan la selección en el espíritu empresarial. (Acs., Z. & Amorós, J., 2008).

Aunque los estudios de la personalidad en relación al emprendimiento continúan, es necesario sin embargo considerar que la conducta humana es compleja y que la misma por lo tanto no es totalmente predecible.

Entre los diversos resultados que, esta investigación tuvo además del cumplimiento del objetivo principal está:

- La participación de toda una generación por lo que se espera, que la misma permita un estudio longitudinal a lo largo de su permanencia en el ITESO.

Otras subsecciones derivadas de la presente investigación igualmente tuvieron como resultado:

- La generación de conocimientos tanto para el alumno como para el investigador dentro del marco de una institución educativa superior.
- Que esta investigación invite a otras instituciones interesadas en la formación del perfil emprendedor en sus estudiantes a replicar este estudio.
- Mostrar cómo es posible conectar nuestro propio proyecto o línea de investigación con los estudiantes actuales.
- Es posible generar conocimiento desde el marco de la propia institución educativa en la cual colaboramos los investigadores.
- Probar que es posible generar los frutos buscados a pesar de las dificultades, considerando aquello con lo que sí se cuenta y a lo cual, sí se tiene alcance.

En cuanto a la carrera en cuestión estudiada, podrá con los los resultados obtenidos tomar decisiones mejor soportadas en cuanto al diseño de sus planes de estudio conociendo el perfil emprendedor de sus estudiantes con miras a una mayor generación de emprendedores internacionales lo que indudablemente favorecerá la economía de México.

## **Conclusiones**

El objetivo planteado en este estudio y artículo, se cumplió al identificar y medir las características de personalidad de los estudiantes de primer semestre de la licenciatura de comercio y negocios

globales del ITESO. Las características identificadas y su medición fueron: el empuje con un resultado de 65 puntos, la influencia con 61, la constancia 43 y el cumplimiento 47 puntos.

En el comparativo con las características de personalidad asociadas al éxito en el emprendimiento internacional de empresarios exportadores mexicanos exitosos, tenemos que los estudiantes están en el empuje por debajo de los empresarios en 10 puntos (75/65), pero por arriba de ellos en la influencia en ocho puntos (53/61), ambos grupos bajos en la constancia, por debajo de los 50 puntos, aun así, superados los empresarios en esta característica por los estudiantes por cuatro puntos (31/43) y por último, el cumplimiento, los empresarios tienen esta característica como la más alta en tanto que en los estudiantes es la más baja después de la constancia (78/47).

El significado de estos resultados, deja ver un grupo o generación con tendencia al emprendimiento internacional, al cumplir tres características de cuatro, dos altas y una baja. La baja es la constancia lo que es normal tenerla baja en el perfil emprendedor internacional ya que hay que recordar que esta significa gusto por el trabajo operativo, sistemático y constante.

La que hace la diferencia entre unos y otros es el cumplimiento, los empresarios la tienen alta (78), incluso como se mencionó, es la característica más alta, se entiende partiendo de las condiciones en las que normalmente opera nuestro país y la exigencia que hay al trabajar con otros países en materia de comercio exterior.

Esta característica aparece como baja en el caso del grupo de los estudiantes estudiados, lo que significa que será necesario reforzar en el trayecto de los siguientes cuatro y medio años, a efecto de que al egresar de la universidad salgan además de la preparación propia para ser capaces de emprender internacionalmente, cuenten con las características de personalidad asociadas al éxito en el emprendimiento internacional.

Por otro lado a través de la investigación de escritorio realizada, se dejó clara la importancia que tiene el emprendimiento internacional para un país como México, incrustado en la globalización desde el siglo pasado como una apuesta para el crecimiento y desarrollo del país, lo que no se ha conseguido ya que la mayor parte de ese crecimiento es realizado por las empresas extranjeras situadas en México a través de la inversión extranjera venida sobre todo de los Estados Unidos de América y que así mismo la mayor parte de la producción de exportación va este país, lo que explica la alta dependencia económica que hay con este país, lo que es necesario, una forma de cambiar esto, es generando más exportaciones de empresas mexicanas, para lo cual es necesario formar empresarios emprendedores internacionales.

La formación de emprendedores internacionales desde las universidades no solo han de considerar las habilidades duras, como lo son el manejo del conocimiento y el herramienta práctica, es necesario la integración a los programas de las habilidades blandas, especialmente aquellas vinculadas con las que impacten en las características de personalidad asociadas al éxito en el emprendimiento internacional: empuje, influencia y cumplimiento.

De acuerdo a la teoría de personalidad adleriana, estas características se pueden formar gracias a la tendencia del ser humano por actualizarse y buscar alcanzar metas. El emprendimiento internacional, las exportaciones y ser mejor persona, empresario y emprendedor son metas, así como lo es el convertir a México verdaderamente en una potencia exportadora gracias a sus propias exportaciones, a medida que los productos mexicanos crucen mayor número de fronteras, tendremos mayor ingreso de divisas y nuestra economía se fortalecerá, crecerán los empleos y mejorarán los salarios.

Al ingresar mayor número de divisas como producto de las exportaciones, se incidirá en el valor de la moneda fortaleciéndose entre otros factores. México cuenta gracias a los tratados, acuerdos y convenios comerciales firmados con un gran alcance en mercados de exportación, es hora de que tanto las universidades como los futuros emprendedores egresados de ellas, tomen conciencia de esta oportunidad y logremos llevar al país a ocupar el lugar que actualmente tenemos como potencia exportadora, pero no gracias a la inversión extranjera directa, gracias a las exportaciones de emprendedores internacionales mexicanos.

Por otro lado, contar con esta información en carreras o programas desde el inicio de las generaciones, favorece a las instituciones educativas a guiar con sentido emprendedor a sus estudiantes, diseñando programas con materias y contenidos específicos que busquen un resultado basado en información, como se busca sea el caso de esta generación específica.

En cuanto al estudio aquí planteado, no se contó con limitación alguna, por el contrario, hubo todo el apoyo por parte de la institución, la licenciatura, su coordinador y los estudiantes participantes a quienes se les ofreció a quien así lo quisiera entregarse el estudio personal reflejado por el test cleaver así como guardar total confidencialidad con su información.

## Referencias

Acs, Z. y Amorós, J. (2008, septiembre 13). Entrepreneurship and Competitiveness dynamics in Latin

America. *Small Business Economics*, 31, 305-322.

Aguilar, R. (marzo 05, 2020). México, en el top diez de los países exportadores de manufacturas. Marzo

05, 2020, de Animal Político Sitio web: <https://www.animalpolitico.com/lo-que-quiso-decir/mexico-en-el-top-diez-de-los-paises-exportadores-de-manufacturas/>

Arana, D. (2018). Pymes mexicanas, un panorama para 2018. Recuperado el 19 de enero de 2019, de Forbes Sitio web: <https://www.forbes.com.mx/pymes-mexicanas-un-panorama-para-2018/>

Amorós, J., Etchebarne, S. & Felzesztein, Ch. (2012, Septiembre-Diciembre). Emprendimiento Internacional en Latinoamérica: Desafíos para el Desarrollo. *Esic Market Economic and Business Journal*, 43, 515.

Banco de México. (1983). Informe Anual 1982. Marzo 25, 2021 Sitio web:

<https://www.banxico.org.mx/publicaciones-y-prensa/informes-anales/%7B367D6249-2AEB-AABA-DD9F-B815A3ADE636%7D.pdf>

DISC Profile. (2017). Everything DISC. September 28, 2017, de DISC Sitio web: DISC Profile (2016). Everything DiSC Workplace® Recuperado de: <https://www.discprofile.com/what-is-disc/overview/>

Estrategia Aduanera. (2022). Estados Unidos, destino 80% de las exportaciones mexicanas. marzo 26,

2021, de Estrategia Aduanera Sitio

web: <https://www.estrategiaaduanera.mx/estados-unidos-destino-del-80-de-las-exportaciones-mexicanas/>

El Universal. (2018). Las carreras con más egresados en Jalisco. mayo 10, 2022, de Unión Jalisco Sitio web: <https://www.unionjalisco.mx/2018/06/04/las-carreras-con-mas-egresados-en-jalisco/>

Engler Barbara, (1996). Introducción a las Teorías de la Personalidad. México: Mc. Graw Hill

Garriga, A. (abril - junio 2017). INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA EN MÉXICO COMPARACIÓN DE LOS ESTADOS UNIDOS Y RESTO DEL MUNDO. Foro Internacional, LVII (2) 228, 317-355.

Gereffi, G. (2001). *Las cadenas productivas como marco analítico para la globalización. Problemas del Desarrollo*, Vol. 32, Núm. 125, p. 12.

INEGI. (2020). COMUNICADO DE PRENSA NÚM. 23/20. Recuperado el 26 de marzo de 2020 de INEGI Sitio web: [https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2020/balcom\\_o/balcom\\_o2020\\_01.pdf](https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2020/balcom_o/balcom_o2020_01.pdf)

INEGI. (2021). Balanza Comercial. marzo 26, 2021, de INEGI Sitio web: <https://www.inegi.org.mx/temas/balanza/>

INEGI. (2021). COMUNICADO DE PRENSA NÚM. 62/21. septiembre 14, 2021, de INEGI Sitio web: [https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2021/balcom\\_o/balcom\\_o2021\\_01.pdf](https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2021/balcom_o/balcom_o2021_01.pdf)

Instituto de Información y Estadística. (2022). Educación y empleo, necesidades de la población para 2022. Mayo 10, 2022, de STRATEGOS Revista Digital de Estadística y Geografía Sitio web: <https://iieg.gob.mx/strategos/educacion-y-empleo-necesidades-de-la-poblacion-para-2022/>

Larios, R. (2017). ¿Cuántas universidades hay en Jalisco?. mayo 27, 2019, de Unión Jalisco Sitio web: <http://www.unionjalisco.mx/articulo/2017/03/22/educacion/cuantas-universidades-hay-en-jalisco>

Marulanda, J., Correa, G. & Mejía, L. (Mayo - Agosto 2009). Emprendimiento: Visiones desde las teorías del comportamiento humano. *Revista Escuela de administración de Negocios*, 66, 158.

Núñez, A. & Gil, O. (2017). Factores de personalidad asociados al éxito de las exportaciones de empresarios mexicanos. En XXVII Jornadas hispano lusas de gestión científica-localización y dinámicas competitivas en un entorno global (397-412). Alicante, España: UNE Unión de Editoriales Universitarias Españolas.

Olga Leticia y Gil-Gaytán.

Secretaría de Economía. (2018). Tratados y Acuerdos que México ha firmado con otros países. marzo 05,

2020, de Gobierno de México Sitio web: <https://www.gob.mx/se/articulos/tratados-y-acuerdos-que-mexico-ha-firmado-con-otros-paises?idiom=es>

Schumpeter, J. (1944) Teoría del Desarrollo Económico: una Investigación sobre Ganancias, Capital, Crédito, Interés y Ciclo Económico. México: *Fondo de Cultura Económica*.

OMC. (2019). Examen estadístico del comercio mundial. febrero 02, 2021, de wto Sitio web: [https://www.wto.org/spanish/res\\_s/statis\\_s/wts2019\\_s/wts2019\\_s.pdf](https://www.wto.org/spanish/res_s/statis_s/wts2019_s/wts2019_s.pdf)

Organización Mundial del Comercio. (2020). La OMC. marzo 05, 2020, de OMC Sitio web: [https://www.wto.org/spanish/thewto\\_s/thewto\\_s.htm](https://www.wto.org/spanish/thewto_s/thewto_s.htm)

Oviatt, R. y McDougal, P. (2005). Defining International Entrepreneurship and Modeling th Speed of Internationalization. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 540.

Pervin, L. (1998). *La Ciencia de la Personalidad*. España. Mc Graw Hill.

Konon, A. & Kritikos, A. (diciembre, 2018). Prediction based on entrepreneurship-prone personality profiles: Sometimes worse than the toss of a coina. *SOEParers on Multidisciplinary Panel Data Research, Small Business Economics* 53 (2019), 1, 1-20.

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. (2020). Manual TEST Cleaver-DISC. mayo 12, 2022, de Studocu.com Sitio web: <https://www.studocu.com/ec/document/universidad-laica-eloy-alfaro-de-manabi/psicologia-clinica/1-manual-test-cleaver-disc/8372657>