

Actitud hacia la constitución de firmas contables de los estudiantes de Contaduría Pública de la ULA, Trujillo

López, Walevska¹
Montilla, Morelia²

Recibido: 10/10/2013
Revisado: 26/01/2014
Aceptado: 02/06/2014

Resumen

La investigación determinó la actitud emprendedora hacia la constitución de firmas contables de los estudiantes universitarios, de la carrera de Contaduría Pública en la Universidad de Los Andes – Trujillo. Esta investigación se realizó con la finalidad de aportar información válida sobre las potencialidades emprendedoras de los estudiantes en pro del proceso de transformación universitaria, para contribuir con respuestas pertinentes a los requerimientos de su entorno, como una posibilidad para que puedan erigir su futuro profesional en el área de prestación de servicios profesionales de forma independiente. Se estudió la actitud desde la perspectiva trial, discriminando el análisis en los componentes cognitivo, afectivo, y comportamental; y de manera global. Bajo un enfoque positivista, la investigación descriptiva, con diseño de campo, y no transeccional. De un universo de 370 estudiantes, se consideraron las reacciones de 78, a través de un muestreo probabilístico. Al aplicarles una encuesta de escala tipo Likert, de rango 1 a 5 (considerando el 5 como una actitud ideal conducente a la acción concreta de constituir una firma contable), los resultados mostraron una actitud favorable hacia la creación de firmas contables, con una puntuación en la escala de 3.73. Ésta, a pesar de no ser una puntuación despreciable, llama a la reflexión y estimula a continuar investigando para conocer qué tipo de limitantes estarán impidiendo la concreción de esta vía empresarial.

Palabras clave: Actitud, emprendimiento, universidades, firmas contables.

Abstract

ATTITUDE OF PUBLIC ACCOUNTING STUDENTS IN ULA-TRUJILLO (VENEZUELA) TOWARDS THE ESTABLISHMENT OF ACCOUNTING FIRMS

The objective of this research was to determine the entrepreneurial attitude from Public Accounting students at Universidad de Los Andes (Trujillo, Venezuela) towards the establishment of accounting firms. The research was conducted in order to provide valid information about the entrepreneurial abilities of these students regarding university transformation process, as well as possible contributions to market requirements, aiming also at the possibility for the students on building their professional futures in providing services within the independent sector (e.g. as business owners). Attitude was studied from three perspectives, discrimination analysis in cognitive, affective, and behavioral components, as well as from a global perspective. The research was descriptive, under a positivistic approach with a non-transactional field design. From a total of 370 students, (belonging to the last three semesters of the degree) the attitude from 78 students was considered, who were selected through a probabilistic sampling. During a Likert-type scale survey, ranging from one to five (where five was considered as an ideal attitude leading to a concrete action to start-up an accounting firm). The results showed a positive attitude towards the establishment of accounting firms with a score of 3.73 in Likert scale. Although not a negligible score, it calls for a deep analysis, and encourages further researcher in order to know what kind of limitations hinder the starting-up of this kind of business initiative.

Key words: attitude, entrepreneurship, business start-up, universities, accounting firms.

- 1 Dra. en Gerencia Avanzada. MSc. en Administración. Espc. en Gerencia Empresarial. Lic. En Administración. Profesora de la Universidad de Los Andes – Trujillo. Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables. PEI II. E-mail: walalopez@hotmail.com
- 2 Dra. en Gerencia Avanzada. MSc. en Administración. Espc. en Gerencia Empresarial. Lic. En Contaduría Pública. Profesora de la Universidad de Los Andes – Trujillo. Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables. PEI II. E-mail: moreliam@ula.ve

1. Introducción

En la fase de culminación de estudios universitarios se le presentan al individuo un acumulado de interrogantes que dan cabida a la reflexión, la valoración y la toma de decisiones para constituir la base de su devenir profesional. Considerando lo alcanzado hasta ese momento, sus relaciones, competencias y aspiraciones, se enfrenta a un conjunto de posibilidades para desempeñarse en el área en la cual se está formado. Serán sus consideraciones y la actitud que exponga frente a las alternativas, lo que finalmente le permita concretar el trabajo necesario para definir su futuro.

Tal como lo expresa el Proyecto Académico de la carrera de Contaduría Pública en la Universidad de Los Andes, Trujillo (1995), la formación busca respaldar el desarrollo de la autonomía personal y profesional, abierta a los cambios, con sólida base científica, proclive a la investigación, orientada en comportamientos creativos, emprendedores e innovadores, permitiendo a sus egresados liderar transformaciones y manejarse en contextos de incertidumbre.

En este sentido los Contadores Públicos, tienen las posibilidades de laborar en el área administrativa de las empresas, emplearse en firmas contables; y dada las características de su formación y las bases legales vigentes, incluso pueden crear sus propias firmas contables. La formación y preparación recibida por el Contador Público, le permite tener una ventaja competitiva sobre otras disciplinas; puesto que puede participar activamente en tareas vitales en la dirección de las empresas y, como profesional independiente, emprender su despacho contable en áreas tan diversas como las de consultoría, contabilidad financiera, fiscal, administrativa, auditoría.

No obstante, la alternativa de emprender, trae consigo una serie de incógnitas por resolver; tales como: saber con quién le convendría asociarse, como conseguir trabajadores, proveedores, fuentes de capital para hacerse de los recursos de trabajo, y muy importante, como atraer y formar su cartera de clientes. Entonces, ante la decisión de emprender o no, el futuro contador se apoya en su fuerza interior para caminar sobre respuestas que pudieran ser paralizantes y accionar en pro de crear o no, su propia fuente de empleo.

Así pues, el estudiante se decidirá a explotar aquellas oportunidades que le permitan obtener un beneficio esperado suficientemente mayor que los costos de oportunidad de otras alternativas. Para hacer frente a esa valoración se hará de sus conocimientos, juicios y preferencias particulares, definiendo así su comportamiento. Es decir, la actitud hacia lo que quiere o no, determinando sus decisiones.

Todo este conjunto de reflexiones las lleva a cabo en medio de un contexto nacional, donde la realidad económica resulta para muchos poco estimulante y las expectativas para acceder al mercado laboral se presentan reducidas. Tal como propone Brandt (2010) se requieren de ciertas condiciones para generar el ambiente y el entorno favorable a fin de permitir, hacer surgir y estimular el emprendimiento en la sociedad; condiciones como las libertades económicas, garantías de propiedad, políticas y normas claras, incentivos tributarios, acceso a capital de riesgo, infraestructura de formación y capacitación, apoyo y acompañamiento, acceso a tecnologías y finalmente resalta la importancia de cambiar el enfoque de formación universitaria de la empleabilidad hacia el emprendimiento.

Teniendo presente la necesidad de atender los requerimientos de su entorno y también que sus cambios deberán sustentarse en criterios y hechos, las universidades se vienen involucrando en la revisión y adaptación de sus programas académicos, incorporando mecanismos que fomentan la generación de emprendimientos como una vía válida para lograr desarrollo económico. Tal como lo señala la Fundación Kauffman (2013) los ambientes universitarios son criaderos naturales para la creatividad, el intercambio de ideas y nuevas formas de ver y estudiar las cosas. Por tanto, tiene cabida esta revisión respaldada en las expectativas del entorno en el que ejecuta sus procesos de formación. Idea acompañada por múltiples organizaciones a nivel global, tal como es el caso de la Asociación Científica de Dirección y Economía de la Empresa Española (2002) quien posee todo un programa para vincular a la universidad con el fomento del espíritu emprendedor.

En consonancia a las consideraciones previas, para el futuro contador público la posibilidad de crecimiento e independencia profe-

sional orientada en la generación de su propia fuente de empleo le permite tomar el control de su trabajo. Ahora bien, existe un camino que recorrer para pasar de la mera idea a la realidad; en tal sentido Rodríguez (2012: 45) indica que “todo resultado satisfactorio, toda conquista o meta alcanzada, siempre va acompañada de creencias y actitudes previas favorables a esa situación”. Sin una actitud positiva ante la idea, difícilmente se realicen acciones que logren concretizarla. Bajo esta perspectiva, el empeño a crear, el deseo a lograr, lo convencido que se esté de ello, las emociones y el esfuerzo se hacen evidentes en la manera como se expresa, se comporta y las decisiones que toma el individuo.

Sobre la base de las ideas expuestas, la presente investigación ha deseado conocer cómo es la actitud de los estudiantes de Contaduría Pública ante la realidad de explotar las oportunidades emprendedoras, la decisión de crear o no su firma contable. Ello con un doble propósito, por una parte se desea saber sobre su posible desarrollo como emprendedor y que de esta forma pudiera constituirse en un agente que contribuya al desarrollo del país y a la generación de empleos; y por otra, a través de información válida, ser un aporte a la Universidad de Los Andes en Trujillo para orientar su proceso transformador en el papel como agente de formación profesional.

2. Actitud

Actitud es un término que proviene del latín “*actitudo*”, cuyo significado, según la Real Academia Española (2001), es la disposición de un ánimo que se manifiesta de algún modo. Por tanto, al estudiar una actitud no se hace referencia a algo que pueda observarse directamente, sino a una concepción más de carácter psicológico que designa algo dentro del individuo.

La actitud ha sido estudiada desde la carga afectiva del individuo en relación con un objeto, dependiendo en gran medida del conjunto de creencias y el conocimiento real que este posee sobre el mencionado objeto. Coinciden Rodríguez y Mora (2012:374) en estudiarla como “un conglomerado de conocimientos, sentimientos y con-

ductas con que se forma una postura ante determinado fenómeno”. Las actitudes son consideradas variables intercurrentes, es decir, que al no ser observables directamente están sujetas a inferencias observables.

Desde esta perspectiva, la actitud es una reacción hacia un objeto, es la manera en que el individuo diseña en su mente la respuesta a algo en particular. Siendo la forma cómo se presenta en el mundo, la predisposición, la manifestación externa del psiquismo, promoviendo las conductas concretas, contando con la voluntad. Al considerar el estudio de la actitud como una conducta aprendida, permite la posibilidad de valorarla junto a las influencias que el entorno moldea en el individuo; ya no desde un carácter totalmente permanente, sino como una respuesta que puede ir evolucionando tanto como va cambiando la concepción del mundo en el individuo.

Es así que en la psicología, las actitudes constituyen valiosos elementos para la predicción de conductas. La actitud entonces se observa como una referencia a un sentimiento a favor o en contra de un objeto social, el cual puede ser una persona, un hecho social o cualquier producto de la actitud humana. En el caso que nos ocupa, sería hacia una acción que determina el futuro profesional del individuo; la creación de su propia firma contable.

Siendo que este es un constructo ampliamente estudiado, se observa que aun sin consenso en relación a su significado, la existencia de consonancia de las posturas precedentes, que ya Machado, C. (1966) convenía, en cuanto a que la actitud es una inclinación interior, aunque adquirida o aprendida por medio de la cual el individuo reacciona, a favor o en contra, ante las influencias del grupo. Es decir, en la actitud que adopta la persona influyen factores internos (timidez, simpatía, aversión o repulsión espontánea), o factores externos (presión social, opiniones ajenas) que dejan huellas en el espíritu de cada cual.

Así pues, la actitud además de condicionar la forma de actuar de una persona, el comportamiento empleado por un individuo para hacer las cosas, puede considerarse también como cierta forma de mo-

tivación social de carácter, desde una perspectiva secundaria frente a la motivación biológica de tipo primario que impulsa y orienta la acción hacia determinados objetivos y metas. Haciendo evidente la importancia que tiene la influencia de la vida universitaria en la actitud que pueda formarse un estudiante frente a la posibilidad de un futuro de empleabilidad o de emprendimiento, tal como lo propone Gómez (2007) al incorporar la actitud a las consideraciones a observar por las universidades en procura de fomentar la capacidad emprendedora en sus egresados. Las opiniones anteriores coinciden con lo señalado por López y Montilla (2012) quienes proponen que las actitudes establecen vínculos entre los conocimientos previos y las acciones a ejecutar en el presente y futuro, otorgando peso de decisión al conjunto de información manejada y los prejuicios que posee el individuo.

En vista de estos señalamientos, la actitud es más bien una motivación social antes que una motivación biológica, considerada como una predisposición aprendida para responder de modo consistente a un objeto social. La actitud es un estado de disposición nerviosa y mental, organizado mediante la experiencia y ejerce un flujo dinámico u orientador sobre las respuestas que un individuo ofrece a los objetos y a las situaciones.

A las diversas interpretaciones del significado de actitud se tienen varias áreas que demuestran un acuerdo esencial. Desde 1976 Summers, G. insiste en la existencia de un consenso general sobre una *actitud como una predisposición a responder a un objeto*, y no solo la conducta efectiva hacia él. La disposición a conducirse es una de las cualidades características de la actitud. Es decir, las acciones.

En otras palabras, se sustentan en las apreciaciones de Sherif M. y Sherif C. (1967) que señalaban el hecho de que las actitudes no se auto generan psicológicamente, obedecen a una formación o aprendizaje en relación con referentes identificables; ya sean personas, grupos, instituciones, asuntos sociales, entre otros. Por ejemplo, en nuestro caso de estudio, la idea de crear una firma contable puede nacer de las relaciones y el compartir experiencias entre los futuros profesionales de Contaduría Pública.

Una segunda, es que la *actitud es persistente*, no quiere decir que sea inmutable. Sino que se conserva en tanto el individuo mantiene el conjunto de prejuicios, sentimientos y conocimientos sobre el objeto que valora. De tal manera que al modificar su conocimiento en relación al objeto o al establecer sentimientos afectivos cercanos o de rechazo hacia el mismo, su actitud puede cambiar. Por ejemplo: al tomar la decisión de crear su firma contable, la actitud hacia ello permanece en el tiempo hasta tanto un estímulo mucho más fuerte les haga definir su futuro profesional de otra manera. Razonablemente, la persistencia de las actitudes contribuye notablemente a la consistencia de la conducta, viene a constituir el tercer aspecto de concordancia.

La actitud produce consistencia en las manifestaciones conductuales, este aspecto da continuidad a sus diferentes manifestaciones, puede tomar la verbalización hacia el objeto, expresiones de sentimientos acerca del mismo ya sea de aproximación o distanciamiento.

La actitud tiene una cualidad direccional, posee una característica motivacional, esta faceta de la actitud sostiene que el concepto de actitud debe limitarse o restringirse a esta dimensión. Ya sea que apoye únicamente la restricción del concepto a la dimensión efectiva, o mantenga una concepción multifacética de la actitud. Por tanto, cabe la antigua convicción de Sherif M. y Sherif C. (1967) cuando explican que la actitud no es neutral, ya que posee propiedades motivacionales afectivas. Estas propiedades se forman y desarrollan a medida que el objeto de actitud va adquiriendo un valor positivo para el individuo. Por consiguiente, la relación entre éste y el medio social rara vez es neutral. Es decir, puede desarrollar una gran energía para conseguir algún logro puntual a pesar de las dificultades.

En conformidad con las áreas previamente descriptas, es pertinente mencionar que además de ellas, los autores previamente citados resaltan el hecho que la relación sujeto- objeto se realiza a través de la formación de categorías que distinguen entre los objetos y entre la relación positiva o negativa de la persona con el objeto dentro de las diferentes categorías; pudiendo variar desde un objeto hasta un gran número de ellos. Por ejemplo, una atracción singular

por una persona implica una comparación con otras personas que son semejantes y a la vez diferentes. En consecuencia, la actitud hacia la persona incluye las opiniones hacia los demás con quienes se compara.

Bajo esta perspectiva, la formación de actitudes es a su vez parte del proceso de formación de un concepto sobre sí mismo, con el establecimiento de un conjunto de relaciones sujeto-objeto. A lo largo de este proceso, los grupos dentro de los que nace el individuo no son simplemente realidades externas a la que debe adaptarse, sino grupos de referencia con los que se identifica.

En el caso que nos ocupa, la relación es entre el estudiante y su futuro proceso emprendedor a través de la creación de su firma contable; y los grupos donde se enmarca serían su familia, los amigos, su comunidad, los compañeros de estudio y el ambiente universitario donde se forma.

3. Componentes de las Actitudes

Una concepción popular en el estudio de la actitud es la originada por Katz y Scotland (1959), según la cual para abordar el estudio de la actitud se deben analizar tres componentes: el cognitivo, el afectivo y el comportamental. Estudiándola como una triada, donde debería existir una coherencia entre los resultados de sus componentes, tanto en su acción individual como en su integración. No obstante, existen investigaciones recientes reportadas por Rodríguez y Mora (2012) que sugieren que no todos los componentes tienen que estar alineados para que exista actitud; incorporando la posibilidad de estudiar a la actitud en términos unidimensionales. Sin embargo, basados en la mayoría de los resultados empíricos, la presente se conduce en el estudio *trial* que busca observar la coherencia central en los tres componentes.

Componente cognoscitivo; incluye las creencias que se tienen acerca de un objeto. Hair *et al.* (2003) puntualizan que consiste en conocer las creencias, percepciones, opiniones, hechos y conocimien-

tos sobre el objeto de análisis y sus atributos. A lo cual conviene resaltar lo señalado por López y Montilla (2012) cuando indican que debe existir una relación del individuo con el objeto, si no éste le sería indiferente y por tanto no podría presentar una actitud positiva o negativa ante él. En tal sentido, Rodríguez (2012) señala que la fuerza de las convicciones y creencias marcaran las acciones. Por tanto, se hace necesario detenerse a identificar los pensamientos y creencias que impiden el avance de un individuo a un estadio superior.

Desde el componente cognoscitivo se recalca la necesidad de estudiar el ambiente y el comportamiento del individuo, considerando el papel que tienen las creencias como agentes causales del comportamiento y las reacciones emocionales de las personas.

El número de elementos de estudio de este componente varía de una persona a otra. Evidentemente hay muchos objetos acerca de lo que sabe muy poco y debe observarse también que algunos objetos son más complejos que otros; por consiguiente, pueden generar mayor información. Un individuo puede creer muchas cosas como verdaderas y saber muy poco acerca de otras sobre el mismo objeto; por ejemplo, los estudiantes obtienen conocimientos sobre las materias en el área contable a lo largo de su carrera y casi nada sobre la actividad contable en el campo laboral.

Las creencias evaluativas, son importantes para la actitud como concepto de disposición, abarcan creencias acerca de las cualidades deseables o indeseables, aceptables o inaceptables, y buenas o malas. De acuerdo con Katz, y Scotland (1959), las creencias acerca de cómo se debe tratar al objeto también deben incorporarse a los aspectos del componente cognoscitivo; con el propósito de lograr una comprensión profunda del orden normativo de la sociedad.

Al respecto, existe un creciente interés por conocer las creencias que poseen los estudiantes de Contaduría Pública, en aras de definir su futuro profesional, específicamente sobre su criterio para lograrlo a través de la constitución de firmas contables. Para ello debe definirse el aspecto básico de determinar sus conocimientos previos; que en este ámbito implicará establecer lo que sabe y lo que tendrá que

saber para constituir las; con lo cual debería activar los conocimientos acerca del contenido a trabajar y las tareas a ejecutar en pro de escoger las estrategias adecuadas para dar solución a dichas tareas.

Componente afectivo; es conocido a veces como el componente sentimental, esta referido a las emociones o sentimientos ligados con el objeto de la actitud. De acuerdo con ello, las valoraciones que hace el individuo están basadas en lo que siente sobre el objeto más que por lo que puede conocer de él. Y tal como lo señalan López y Montilla (2012) pueden construir jerarquías en sus valoraciones, otorgando mayor o menor importancia a los atributos del objeto. Los adjetivos bipolares usados frecuentemente al estudiar los elementos de este componente son amor-odio, gusto-disgusto, admiración-desprecio y otros que denotan sentimientos de tipo favorable o desfavorable.

En relación a esta polarización, Obregón (2013) cita la perspectiva de John Maxwell, quien señala la existencia de dos frentes hacia el objeto; una negativa con sentimientos cargados de pesimismo conducidos por el odio, la rabia, el rencor y el egoísmo; ubicando al individuo como una víctima o en posición de desvalido sin encontrar respuesta o afinidad. Otra, que por el contrario, asume una relación de positividad y optimismo que empuja en el individuo un rol activo y comprometido, haciéndose cargo de sus decisiones y las futuras consecuencias de sus acciones. Esta visión positiva de la actitud es sostenida con fe y esperanza, y suele ser característica de los individuos emprendedores.

Es pertinente señalar que cuando un individuo verbaliza estos sentimientos resulta algo más que meros sentimientos o emociones. También son cogniciones de sentimientos y emociones. Refiriéndose no al objeto sino a quien lo conoce; es decir, al individuo que está respondiendo al objeto. Vale la pena advertir esto porque en la mayoría de las investigaciones que tratan a las actitudes piden al sujeto que indique de alguna manera sus creencias y también sus sentimientos acerca del objeto; es decir, se le pide que revele sus cogniciones del objeto y de él mismo.

La relación de los sentimientos y emociones son procesos internos en el pensamiento del individuo que ofrece la posibilidad de reflejar su conducta aceptable sobre la cual basar las inferencias concernientes al componente emocional de la actitud. Este proceso depende de la experiencia de las personas. Cada individuo percibe la realidad de forma diferente, atendiendo a aspectos relacionados con sus preferencias, ideologías, criterios y jerarquía de valores individuales. Lo cual en su conjunto, le forma con sus experiencias, conocimientos e influencias de su entorno. En consecuencia, se cree que entre mas expuesto esté el objeto frente al individuo mayor será el sentimiento que éste tenga hacia él.

Existe un interés por las expectativas que el estudiante de Contaduría Pública posee tanto al inicio de sus estudios como por el gusto hacia el libre ejercicio de la profesión y el sentimiento de seguridad que posee para realizar un trabajo por sí mismo. Por ejemplo, este componente estudia las expectativas relacionadas con la satisfacción posterior en la calidad del servicio, el estudio, las consideraciones de los clientes en pro de garantizar la calidad.

Componente conductual; también conocido como volitivo, es el componente que estudia la tendencia a la acción, incorpora la disposición conductual del individuo en su respuesta frente al objeto. Se acepta generalmente la existencia de un lazo entre los componentes cognoscitivos que particularmente analizan las creencias evaluativas y las disposiciones a responder al objeto, cuya respuesta tienden a ser compatibles. Así, si un individuo cree que es mejor para el desarrollo de su carrera profesional constituir una firma contable que trabajar de manera dependiente en una empresa, sus acciones se corresponden con la agrupación de disposiciones e intenciones de acción. De manera que sus comportamientos son dirigidos al objeto de esa actitud.

A través del componente comportamental, se busca comprender el vínculo estrecho de ciertas características asociadas a las creencias evaluativas y las disposiciones a responder al objeto. Con él se pretende identificar, describir y explicar los comportamientos manifiestos en el individuo; orientándose en conseguir la relación se-

cuencial de acuerdo. Por ejemplo, la cadena de acciones y/o comportamientos siguientes: la creación de firmas contables proviene de la innovación del individuo, ésta a su vez se origina de la creatividad del mismo, finalmente deriva en la actividad que el estudiante suele emprender; a fin de ir logrando paulatinamente sus metas apoyado en la confianza en su idea y una base de información. En la práctica, predominar la capacidad de ofrecer resultados de sus proyectos.

Por tanto, el componente comportamental está relacionado con las actividades inherentes, presentes o pasadas, que desarrollan los estudiantes, para a futuro crear su firma contable. Para tal efecto, vale la pena indagar si ha realizado talleres o cursos de capacitación en aspectos, tanto formales como de mercado, tales como: legales, tributarios, laborales y financieros u otras capacitaciones en búsqueda de su cartera de clientes o asociaciones para visualizar su futuro desempeño mediante la gestión de firmas contables propias.

4. Diseño Metodológico

La investigación estuvo centrada en conocer la actitud de los estudiantes de Contaduría Pública de la Universidad de Los Andes – Trujillo, frente a la creación de firmas contables propias. Enmarcado en el enfoque positivista, es un estudio empírico de tipo descriptivo, con diseño de campo y no transeccional.

Para la recopilación de la información poblacional, se acudió a la Oficina de Registro Estudiantil y se solicitó la data de los estudiantes con por lo menos 140 unidades créditos aprobadas, es decir, los cursantes de los tres (3) últimos semestres. Este requisito pretendió ubicar a los individuos prontos a obtener su titulación, asumiendo la premisa que al encontrarse en ese nivel de formación ya deberían poseer una idea con relación a cómo conducirse en su futuro profesional.

En tal sentido, 370 estudiantes inscriptos en el semestre A2012 conformaron el universo de estudio, a partir del cual se calculó una muestra probabilística considerando un error estándar del 10%, quedando conformada la muestra por 78 individuos, los cuales fue-

ron localizados a través de los listados de materias cursantes en el periodo de recogida de la data.

La información fue recolectada utilizando un instrumento de escala tipo Likert, compuesto de 29 reactivos, discriminados para evaluar los tres componentes de la actitud y a la par hacerlo de manera global. La escala de respuesta fue diseñada en cinco (5) alternativas en un rango desde “totalmente de acuerdo” hasta “totalmente en desacuerdo”. Para evitar el sesgo en las respuestas se previó la direccionalidad positiva o negativa en los ítems. Las afirmaciones califican la actitud hacia la creación de firmas contables en términos de la intensidad del grado de acuerdo o desacuerdo que indicaron los individuos.

Con el propósito de ahondar en detalle sobre las reacciones ante los ítem; se discurrieron tres (3) análisis; Primero, un análisis de los puntajes donde a través de una escala aditiva se considera que a mayor puntaje mayor presencia de una actitud positiva hacia el objeto; segundo, para conocer la consistencia de las reacciones se calcularon las medidas de tendencia central y la desviación de los datos; y finalmente, en un límite finito continuo de 5 a 1 se ubicó, discriminados en componente cognitivo, afectivo, comportamental y global, la actitud de los estudiantes frente a la creación de sus firmas contables.

Sobre la base de las diferencias planteadas por Frisbie (2005) en relación con la validez del instrumento o de las puntuaciones; y apoyados en la postura de Urdaneta (2012), se ha procurado la validez de las inferencias hechas con la data recolectada a través del contenido y la estructura interna del cuestionario; y los procesos de respuesta. Se consultó a expertos en el contenido y se procuró el mismo ambiente en todos los momentos de su aplicación.

5. Análisis de los Puntajes

En el análisis de los puntajes, la clasificación de la escala proporciona un valor máximo individual de ciento cuarenta y cinco (145) puntos y un valor mínimo de cero (0) puntos. Las categorías fueron

construidas tomando el puntaje máximo y el mínimo dividiéndolos entre el número de las posibles escalas (5); y así manejarlas consistentemente.

Los resultados han encontrado, para el total de los estudiantes consultados, que solo 1,28% se ubican en una actitud ni favorable ni desfavorable. El resto de la muestra, manifiesta una actitud favorable 70,51% o totalmente favorable 28,21% hacia la creación de firmas contables propias; estos resultados se resumen en el cuadro N°1

Cuadro N° 1. >>>

Actitud de los estudiantes hacia la creación de firmas contables propias. Puntajes y porcentajes por secciones.

N° de categorías	Actitud donde se ubica	Intervalo de puntuación individual	fa	F%
1	0-29	Totalmente desfavorable	0	0
2	30-58	Desfavorable	0	0
3	59-87	Ni favorable ni desfavorable	1	1,28%
4	88-116	Favorable	55	70,51%
5	117-145	Totalmente favorable	22	28,21%
TOTAL MUESTRA			78	100%

Fuente: Elaborado a partir de datos recolectados en la investigación.

Tal como puede apreciarse en los resultados obtenidos, los estudiantes consultados han reaccionado positivamente sobre la actitud a emprender, este hecho es consistente con la carrera estudiada. Su campo laboral los enfrenta a dos decisiones, las cuales son empleabilidad o emprendimiento.

Así pues, pareciera que la formación recibida por los estudiantes de Contaduría Pública, pudiera estar fomentando una actitud orientada a la profesionalización como empresarios y así forjar una actitud emprendedora para crear firmas contables, lo cual podría generar mayor crecimiento económico, y al tiempo mayor cohesión social. Ello es coincidente con lo reportado por Valera (2007) en su estudio sobre el perfil motivacional que poseen los estudiantes de Contaduría Pública en la ULA – Trujillo.

6. Análisis Estadístico Descriptivo y Desviación de los Datos

Utilizando como herramienta esencial la estadística descriptiva, se calculó una serie de mediciones que contempló: la media, mediana, moda y dispersión estándar, para identificar en qué medidas los datos se agruparon o se dispersaron entorno a los valores expresados.

Cuadro N° 2. >>>
Estadística Descriptiva

Medidas de tendencia central	Media	Mediana	Moda	S ²	Valor máximo
Total General	110.95	112	114	10,00	145
Componente Cognitivo	45.08	45	44	4,50	55
Componente Afectivo	28.49	28	28	2,57	40
Componente de Comportamiento	37.38	38	38	6,28	50

Fuente: Elaborado a partir de datos recolectados en la investigación.

En atención a la actitud como un vínculo entre los conocimientos, las expectativas y el comportamiento, se estudió a través de su componente cognitivo, se valoró la importancia para cubrir las necesidades de información que posee el estudiante para la constitución de sus firmas. El componente afectivo de la actitud estudió el sentimiento que éste le imprime a sus creencias personales para así poder señalar que le es más o menos a fin, más o menos importante en el proceso emprendedor; y por último, el componente de comportamiento, razona las acciones en las cuales se desea o se va a emprender, el desarrollo de sus propias habilidades en pro de ese objetivo.

En el marco de esta realidad, resulta interesante que dentro del conjunto de estudio los mejores resultados los obtiene el componente cognitivo, ello hace pensar en una orientación al conocimiento en materia de emprender, evidenciando una creencia positiva y un conocimiento de la actividad que realizan para la constitución de firmas contables.

En el caso del componente afectivo existe la mayor cohesión de respuesta y se encuentra la media más baja 28,49 puntos, no obstante es una reacción favorable a la actividad, dado que la propensión de los estudiantes universitarios a crear una Firma Contable como salida profesional no es alta, a pesar que las universidades están incorporando, de forma creciente, en sus planes de estudios materias específicas relacionadas con este tema y la motivación. Sin embargo los resultados obtenidos obligan a hacer autocrítica a la universidad, la cual debería cumplir con su papel de incubadora de ideas de negocio y de incentivar la actitud emprendedora entre sus estudiantes.

En relación con el componente de comportamiento de las actitudes se observa en el cuadro N° 2 una manifestación no solo como una creencia positiva, y un conocimiento de la actividad, sino una posición orientada a proceder.

Estos resultados evidencian la existencia real de una actitud que les orienta hacia el objetivo de constituir su firma contable. El análisis global reveló que los estudiantes consultados tienden a estructurar consistentemente sus sentimientos, razones e intenciones hacia la creación de su firma contable. Casi el 28,21% de los estudiantes sitúa ese propósito emprendedor, pese a reconocer las dificultades que encontrarán para ellos la creación de su firma contable y ante un deterioro de las condiciones del entorno.

7. Análisis de los Componentes de la Actitud

Es oportuno recordar que la medición de la actitud en esta investigación estuvo orientada hacia un proceso, se pretendió medir las formas de respuesta de los estudiantes ante la actividad de constituir su propia Firma Contable, expresados en un tipo de respuesta (comportamiento o acción), conocimiento sobre el proceso de emprender y una condición emocional o afectiva. Siendo que la actitud no es un accionar, sino determinadas predisposiciones o juicios valorativos o evaluativos, favorables o no; se solicitó a los estudiantes responder ante manifestaciones de estímulos cognitivos, afectivos y de comportamiento frente a la actividad de emprender.

una vez egresados. Orientar las acciones no solo a la formación académica sino ir hacia la comprensión de las motivaciones más profundas del estudiante universitario.

La carrera de Contaduría Pública, permite a sus titulados la independencia laboral a través de la prestación de servicios profesionales especializados, por tal razón se hace imperiosa la necesidad de aportar a sus estudiantes las herramientas necesarias para su ejercicio. Sin embargo, aunque el espíritu emprendedor puede surgir desde cualquier rincón del aula universitaria, su fomento y concreción dependerá de los apoyos que se reciban a medida que el estudiante alcance un nivel de formación mayor, y perciba como reales sus posibilidades de conseguir futuro profesional más atractivo por esta vía.

Aun cuando el estudio de la actitud es de larga data, persiste su importancia. Por tratarse de una variable que describe elementos internos del individuo, su foco para la investigación permanece, en procura de ahondar en el conocimiento y previsión de los comportamientos humanos, siempre cambiantes e influenciados por el medio en el que se desenvuelve. Si se conocen sus motores internos, se espera que la orientación hacia sus aspiraciones pueda conducirse con mejores resultados.

La investigación evidenció que los estudiantes poseen una actitud más fuerte en su componente cognitivo que en el comportamental; es precisa la revisión de los planes de estudio y la renovación de mecanismos para fortalecer las prácticas empresariales, apoyando las actividades que impulsen la iniciativa, la creatividad, la diversidad y la innovación, provocando de esta manera un mayor contacto con esa realidad. Se hace perentorio recordar que a mayor contacto con el objeto, mayor será la actitud que se refleje hacia él.

En relación al componente afectivo, estudiado a través de las reacciones a expresiones sobre el gusto por ser emprendedor, ha sido éste el componente de la actitud con la más baja consideración del estudio. Pese a ello, sigue siendo favorable porque el estudiante muestra su emoción y sentimientos de aceptación sobre la posibi-

lidad de crear su firma contable. Valdría la pena indagar sobre el conjunto de factores que podrían estar limitando sus acciones o el origen de los temores y prejuicios que pudieran influir en estas reacciones.

Es oportuno recalcar que ninguno de los elementos de estudio se ubicó en los rangos de indiferencia hacia la actividad emprendedora. El germen de la actividad está presente, comprobando que las universidades han avanzado en una parte de su trabajo para fomentar la independencia profesional.

Las expectativas de alcanzar sus metas son realmente valiosas y aportan gran sentido a sus planes futuros. Por tanto, se puede decir que los estudiantes de los últimos semestres de la carrera Contaduría Pública estarían dispuestos a emprender su propia Firma Contable. Sin embargo, es pertinente aclarar que tener la actitud para adentrarse en el ámbito empresarial no significa la garantía de éxito en el desarrollo de la actividad, no obstante, es el primer gran paso para lograrlo.

10. Referencias >>

- Asociación Científica de Dirección y Economía de la Empresa (ACEDE). (Septiembre 2002). La universidad como fuente de iniciativas empresariales. Editado por la ACEDE. España.
- Brandt C. (2010). Emprendimiento y Crecimiento Económico. Consultado mayo 2013. Disponible en: consultoriaemprendimiento.blogspot.com/2010/06/emprendimiento-y-crecimiento-economico.html
- Real Academia Española (2001). *Diccionario de la Lengua Española* (22^{va} edición). España.
- Frisbie, D. (2005). Measurement 101: some fundamentals revisited. *Educational Measurement: Issues and practice*. Volumen 24. 3. 21-28.
- Fundación Kauffman (2013). *Entrepreneurship*. Disponible en: www.kauffman.org/whta-we-do/programs/entrepreneurship/entrepreneurship-and-policy-network
- Gómez, E. (2007). Actitud. Capacidad emprendedora como competencia

- en los nuevos títulos de grado. *Trabajo Especial de Grado*. Universidad de Córdoba. Escuela politécnica superior. Córdoba. España.
- Hair, Bush y Ortinan (2003). *Investigación de Mercados*. México: Mc Graw Hill Interamericana.
 - Hurtado, J. (2008). *El proyecto de la Investigación. Una comprensión holística* (4ta edición). Caracas, Venezuela: Ediciones Quirón Sypal.
 - Katz, D. y Scotland E. (1959). A preliminary statement to a theory of attitude structure and change. *Psychology: a study of science*. Nueva York: Mc Graw Hill.
 - López, W. y Montilla, M. (2012). Actitud emprendedora de los estudiantes de administración ULA – Trujillo. *Academia*, volumen XI N° 22 abril – junio 2012.
 - Machado C. (1966). *Actitudes ante el cambio social*. Caracas: Comisión Nacional del cuatricentenario de la fundación de Caracas. Comisión obras económicas.
 - Martínez, O. (2008). Actitudes hacia la matemática. *SAPIENS*. Vol. 9 # 1. Jun. 2008. Pp. 237 -256.
 - Méndez, C (2008). *Metodología. Diseño y desarrollo del proceso de investigación*. (4ta edición). Limusa México.
 - Rodríguez, A. y Mora, C. (2012). Actitud de los afiliados hacia los servicios prestados por el IPP – APULA (núcleo Mérida – Venezuela). *Visión Gerencial* Año 9, N° 2, julio – diciembre. Pp. 371-384.
 - Rodríguez, C. (2012) *No es cuestión de leche es cuestión de actitud*. Editorial Todo Actitud. Caracas. Venezuela.
 - Servalo, A. (2003). *La actitud emprendedora*. (2da ed.). México: Editorial Mc Graw Hill.
 - Sherif M. y Sherif C. (1967). *The own categories procedure in attitude research*. M. New York: Fishbein Wiley.
 - Summers, G. (1976). *Medición de Actitudes*. (Reimpresión). México: Editorial Trillas.
 - Obregón, N. (2013). *Las Emociones y el Emprendimiento*. Instituto de Estudios Superiores (IESA). *Emprende*. Disponible en: www.emprende.edu.ve/todos-articulos/14-articulos-emprendedores/58-las-emociones-y-el-emprendimiento

- Proyecto Académico de la Licenciatura en Contaduría Pública (1995). Departamento de Ciencias Económicas y Administrativas. Universidad de Los Andes – Trujillo.
 - Urdaneta D., Elsy (2012). Calidad Métrica: confiabilidad y validez. Guía de estudio. Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, Universidad de Los Andes – Trujillo.
 - Valera, N (2007). Perfil motivacional de los estudiantes de Contaduría Pública del NURR- ULA Trabajo Especial de Grado. No Publicado. Universidad de Los Andes, Trujillo.
-