

UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN

Escuela de Posgrado

MAESTRÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

CARACTERÍSTICAS EMPRENDEDORAS DE LOS EGRESADOS DE LA
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL DE LA UNIVERSIDAD
PRIVADA DE TACNA Y UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE
BASADRE GROHMANN DE TACNA, AÑO 2018

TESIS

PRESENTADA POR:

MIGUEL ANGEL TELLES VELASQUEZ

Para optar el Grado Académico de:

**MAESTRO EN CIENCIAS (*MAGISTER SCIENTIAE*) CON
MENCIÓN EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

TACNA – PERÚ

2025

UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN**Escuela de Posgrado****MAESTRÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL****CARACTERÍSTICAS EMPRENDEDORAS DE LOS EGRESADOS
DE LA CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL DE LA
UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA Y UNIVERSIDAD
NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN
DE TACNA, AÑO 2018**

Tesis sustentada y aprobada el 10 de diciembre del 2024; estando el jurado calificador integrado por:

PRESIDENTE

:

.....

Dr. Manuel Segundo Caipa Ramos

SECRETARIO

:

.....

Dr. Luis Alberto Rocchetti Herrera

MIEMBRO

:

.....

Dra. Amelia Cristina Mamani Huanca

ASESORA

:

.....

Dra. Amelia Cristina Mamani Huanca

CERTIFICADO DE SIMILITUD

Yo, Dra. Amelia Cristina Mamani Huanca, en mi condición de asesora acreditada con Resolución de Escuela de Posgrado N.º 10112-2021-ESPG/UNJBG del Día/Mes/ del 2021, del trabajo de tesis titulado: **“Características emprendedoras de los egresados de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Privada de Tacna y Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann de Tacna año 2018 ”**, presentado por el **Sr Miguel Angel Telles Velasquez**, para optar el Grado Académico de Maestro en Ciencias (*Magister Scientiae*) con mención en Gestión Empresarial

Habiendo cumplido con lo establecido en el reglamento de originalidad y de similitud de trabajo de investigación y producción intelectual, considerando que según la revisión, evaluación y análisis realizado a través del software de similitud textual **TURNITIN**, cuenta con el nivel de similitud permitido cuyo porcentaje es **10%**.

Por lo que **CERTIFICO LA SIMILARIDAD** de la tesis y está de acuerdo con el nivel **PERMITIDO**, para continuar con los trámites correspondientes y para su publicación en el repositorio institucional.

Se emite el presente certificado a solicitud del interesado con fines de continuar con los trámites respectivos para la obtención del Grado Académico de Maestro en Ciencias (*Magister Scientiae*) con mención en Gestión Empresarial

Tacna, 20 de febrero del 2025

FIRMA ASESOR
Nombres y apellidos

.....
Dra. Amelia Cristina Mamani Huanca
DNI N°00432616



FIRMA TESISTA
Nombres y apellidos

.....
Sr. Miguel Angel Telles Velasquez
DNI N°44485635



DEDICATORIA

El presente trabajo de tesis, lo dedico a mi familia, en especial a mi madre que está en el cielo, a los que me han apoyado a culminar con éxito este posgrado.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, a la ESPG de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann de Tacna por la formación a través de sus docentes para con el suscrito. También agradezco a mi familia por ayudarme a cumplir esta meta tan importante como profesional.

También dejo constancia de mi agradecimiento a todas las personas que han contribuido de una u otra manera en la tarea de desarrollar, revisar y culminar el presente trabajo de graduación.

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
RESUMEN	xiii
ABSTRACT.....	xiii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	3
EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	3
1.1. Descripción del problema	3
1.2. Formulación del Problema.....	4
1.3. Justificación e importancia de la investigación	5
1.4. Limitaciones de la investigación.....	7
1.5. Objetivos.....	7
1.5.1. Objetivo General.....	7
1.5.2. Objetivos Específicos	7
1.6. Variables	8
1.6.1. Identificación de las variables.....	8
1.6.2. Caracterización de las variables.....	8
CAPÍTULO II	9
MARCO TEÓRICO	9
2.1. Antecedentes del estudio	9
2.1.1. Antecedentes internacionales.....	9
2.1.2. Antecedentes nacionales	10
2.2. Bases teóricas.....	11
2.2.1. Definición de emprendedor	11

2.2.2. Características del emprendedor	12
2.2.2.1. Características conceptuales emprendedoras	14
2.2.2.2 Características ejecutoras de emprendimiento	16
2.2.3. Perfil del emprendedor.....	18
2.2.3.1. Metodologías de enseñanza Aprendizaje de emprendimiento.....	21
2.2.3.2. Percepción sobre el emprendedurismo	22
2.2.3.3. Modelos conceptuales de emprendimiento	26
2.2.4. Importancia del emprendimiento en la educación superior	34
2.2.4.1. Desarrollo del emprendimiento a partir de las tres funciones intrínsecas	35
2.2.5. Emprendimiento social y ambiental en el país	37
2.2.6. Escuela de Ingeniería comercial de la Universidad privada de Tacna y Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann de Tacna	38
2.2.7. Escuela de Ingeniería Comercial de la Universidad Privada de Tacna	39
2.3. Definición de términos.....	40
CAPÍTULO III.....	43
MARCO METODOLÓGICO.....	43
3.1. Investigación cualitativa	43
3.1.1 Grupo focal	43
3.1.2 Focus Group.....	45
3.1.3. Registro de información o unidad de registro.....	47
3.1.4. Codificación.....	57
3.1.5. Categorización de datos	58
3.1.6. Confiabilidad del sistema categoría-codificación.....	60
3.2. Investigación cuantitativa	66
3.2.1. Análisis de datos	66
3.2.2 Encuesta a egresados	66

3.2. Población y/o muestra de estudio	66
3.2.2. Población	66
3.2.3. Muestra	66
3.2.4. Instrumento de investigación	67
3.2.5. Procedimiento de recolección de datos	68
CAPÍTULO IV: RESULTADOS.....	69
4.1. Presentación de los resultados	69
ANÁLISIS Y DISCUSIÓN	103
CONCLUSIONES	106
RECOMENDACIONES.....	108
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	109
ANEXOS	115

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Cualidades personales para ser un emprendedor	13
Tabla 2. El perfil emprendedor de éxito	19
Tabla 3. Categorización de la personalidad en los emprendedores	20
Tabla 4. Integrantes del grupo focal	45
Tabla 5. Codificación de los sujetos	58
Tabla 6. Categorización de los datos	59
Tabla 7. Confiabilidad del sistema categoría-codificación.....	60
Tabla 8. Estadísticas de fiabilidad	68
Tabla 9. Resultado consolidado de la encuesta sobre perfil emprendedor	100

ÍNDICE FIGURAS

Figura 1. Modelos conceptuales relacionados con emprendimiento	27
Figura 2. Formación Emprendedora y los puntos cardinales.....	30
Figura 3. Objetivos de desarrollo sostenible priorizados por los emprendimientos sociales	37
Figura 4. Manejo de negocios por herramientas virtuales	69
Figura 5. No le gusta trabajar en equipo porque los objetivos no coinciden con la de los demás.....	70
Figura 6. Cómodo al cambio.....	71
Figura 7. Progreso en la vida.	72
Figura 8. Riesgos sin evaluar antes.....	73
Figura 9. Éxito en cualquier actividad.	74
Figura 10. Considera oportunidades para aprovechar	75
Figura 11. Disfruta la idea de crear cosas.	76
Figura 12. Invierte más tiempo y recursos para darle un valor innovador	77
Figura 13. Si no tiene apoyo en una idea, sigue adelante.	78
Figura 14. Enfrenta las dificultades que representan razones para renunciar.....	79
Figura 15. El fracaso lo hace más fuerte.....	80
Figura 16. No tiene apoyo en una idea sigue adelante.....	81
Figura 17. Se ha de entender cuando trasmite sus ideas.....	82
Figura 18. Puede liderar sus propias ideas y la de otras personas.	83
Figura 19. Dentro de su entorno laboral, las personas esperan sus indicaciones.....	84
Figura 20. Sin necesidad de grandes esfuerzos logra que los demás creen y sigan sus ideas.....	85
Figura 21. Le interesan las leyes y los procedimientos legales para crear empresa en Perú.....	86
Figura 22. Invierte tiempo en búsqueda de información sobre la creación de empresa en Perú.....	87
Figura 23. Aprovecha de otros medios, conocimientos administrativos y financieros necesarios para poder crear una empresa.	88

Figura 24. No son importantes los conocimientos administrativos y financieros para poder crear una empresa.....	89
Figura 25. Es vital estar enterado de las noticias económicas y políticas.....	90
Figura 26. Aprovecha los espacios de discusión e información de temas de actualidad económica.....	91
Figura 27. El estudiante de ingeniería comercial debe conocer la realidad socioeconómica de la región	92
Figura 28. Se debe estar atento para percibir las necesidades insatisfechas de la comunidad y generar ideas de negocio.....	93
Figura 29. Puede definir y planear los objetivos de una empresa, negocio o actividad productiva.....	94
Figura 30. Son importantes los conocimientos y la puesta en práctica del proceso administrativo para emprender una actividad productiva.	95
Figura 31. Lograr continuamente la aprobación de los demás frente a las decisiones tomadas.....	96
Figura 32. El conocimiento, experiencia y sentido común son claves a la hora de la toma de decisiones.	97
Figura 33. Consulta las fuentes de información.....	98
Figura 34. Usa las herramientas informáticas básicas.	99

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo determinar las características de emprendimiento de los alumnos egresados de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Privada de Tacna y Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann de Tacna; la metodología empleada fue mixta, donde la investigación cualitativa se empleó para determinar las características conceptuales y ejecutoras de los egresados emprendedores para recabar información se empleó la técnica de grupo focal al cual se le administró una guía de entrevista semiestructurada de ocho preguntas aplicado a 10 egresados. La entrevista fue analizada mediante el análisis de contenido. Asimismo, para caracterizar el perfil emprendedor de los egresados, se utilizó como instrumento el cuestionario que contenía 30 items con una escala de Likert que va desde totalmente de acuerdo a totalmente en desacuerdo aplicado 20 egresados. Los resultados obtenidos referente al conocimiento conceptual del emprendedor se tiene que son diferentes en los egresados de la carrera de ingeniería comercial de ambas universidades respecto al conocimiento de plan estratégico y técnicas administrativas; y en cuanto a conocimiento ejecutor son diferentes en trayectoria personal/laboral y planificación y administración; en cuanto al perfil este corresponde al de emprendedor incubador.

Palabras clave: emprendedor, incubador, conocimientos ejecutores, conocimientos conceptuales, análisis de contenido, egresado.

ABSTRACT

The objective of the research was to determine the characteristics of entrepreneurship of the students graduated from the Business Engineering career of the Private University of Tacna and the Jorge Basadre Grohmann National University of Tacna; The methodology used was mixed, where qualitative research was used to determine the conceptual and executing characteristics of the entrepreneurial graduates. To gather information, the focus group technique was used, to which a semi-structured interview guide of eight questions was applied to 10 graduates. entrepreneurs. The interview was analyzed through content analysis. Likewise, to characterize the entrepreneurial profile of the graduates, the questionnaire containing 30 items with a Likert scale ranging from totally agree to totally disagree applied to 20 graduates was used as an instrument. The results obtained regarding the conceptual knowledge of the entrepreneur have to be different in the graduates of the commercial engineering career of both universities regarding the knowledge of the strategic plan and administrative techniques; and in terms of executing knowledge, they are different in personal/professional trajectory and planning and administration; Regarding the profile, this corresponds to that of an incubator entrepreneur.

Keywords: entrepreneur, incubator, executing knowledge, conceptual knowledge, content analysis, graduate.

INTRODUCCIÓN

Cuando se escucha hablar de emprendimiento o emprendedor, en la mayoría de los casos, por no ser arbitrarios en señalar que “en todos los casos”, la primera idea que viene a la mente es relacionarlo con empresarios, y al hablar de empresarios inmediatamente se asocia con fundadores, socios o administradores de empresas, es decir, emprendedores económicos. En la actualidad, el rol de empresario es asumido cada vez con más frecuencia, sin importar nivel de estudio, estrato social, o cualquier otro aspecto político, religioso o cultural; este comportamiento se debe a que, se ve en el papel de empresario una forma de independizarse económicamente, aunque no todos logran tener éxito.

Cabe destacar, que la figura de emprendedor no solo existe en el sector económico; hoy día se puede hablar de emprendedores sociales o ambientales, comprendiendo que conceptualmente el emprendedor es “aquel que germina ideas y las pone a crecer para después salir a sembrar de nuevo con su creatividad e ingenio”. Por lo anterior, es de entender que este rol puede desarrollarse en cualquier ámbito de la sociedad, siempre y cuando se cumpla con lo que se determinó para efectos del presente trabajo, como las precisiones que debe tener una persona para señalarse como emprendedor.

El problema de la investigación fue ¿Cuáles son las características de emprendimiento de los alumnos egresados de la carrera de ingeniería comercial de la Universidad Privada de Tacna y Universidad Jorge Basadre Grohmann de Tacna? El objetivo general de la investigación fue determinar las características de emprendimiento de los alumnos egresados de la carrera de ingeniería comercial de la UPT y UNJBG de Tacna.

La investigación se desarrolló en cuatro partes: la primera parte se describió el planteamiento del problema; en la segunda parte se trabajó el marco teórico donde se mostraron los conceptos relacionados con la investigación; en el tercer capítulo, abarcó el diseño metodológico, empleándose los elementos necesarios para recopilar información, el procesamiento y el medio para analizarla, en el cuarto capítulo se analizó los resultados de la investigación y su discusión resumiendo los puntos analizados en la

investigación, por último se realizó la verificación de la hipótesis, las conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Descripción del problema

Actualmente es importante formar profesionales en cuanto al aspecto académico con competencias genéricas que va a originar desarrollarse como emprendedores, que luego tengan la posibilidad de aportar al crecimiento socioeconómico de la región, así como con una planificación idónea pueda subsistir en el tiempo.

Es interesante señalar que el espíritu empresarial sigue atrayendo la atención de una amplia gama de profesionales de diversas disciplinas, a diferencia de la creencia popular de que el empresario se desarrolla exclusivamente en un contexto económico. (María, 2012)

Asimismo, en la actualidad algunos países lograron un adelanto debido a las capacidades emprendedoras, concibiendo estas como ideas innovadoras que originan la creación de nuevas empresas y empleos de calidad, que originan mejorías de carácter económico, social y hasta ecológico.

También, la sociedad actual requiere profesionales con un perfil en competencias laborales, lo cual quiere decir que se pueda adaptar a las nuevas exigencias del entorno laboral, que posea respuestas rápidas ante situaciones cambiantes, que tenga iniciativa propia, actitudes y capacidades de asumir nuevos retos profesional en conclusión que tenga un perfil emprendedor (Morris, 2002).

Además, en el ámbito nacional se vislumbra al emprendimiento como una determinante al momento de afrontar el desarrollo en el contexto económico y social, ya que el emprendimiento se ha convertido en una fuente importante de empleo de la ciudadanía.

De lo mencionado anteriormente existe actualmente programas y/o concursos promovidos por el estado e instituciones privadas a nivel nacional e internacional en la búsqueda de emprendedores que añadan al bienestar del país. En este sentido se tiene que involucrar a las instituciones académicas que son las que tienen la responsabilidad de la

formación profesional y emprendedurismo, entendiendo que en la juventud universitaria incurre mucho del compromiso de lo que comúnmente le mencionan el futuro del país.

Con la situación actual de las universidades nacionales y privadas sumergidas en el proceso de la acreditación se han incluido en la malla curricular las competencias genéricas y las competencias específicas como parte del perfil de egreso del profesional, dentro de estas competencias genéricas destaca el emprendimiento como una competencia genérica a trabajar en los estudiantes y egresados de las universidades, por ello resultó motivador realizar una investigación para determinar las Características emprendedoras de los egresados de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Privada de Tacna y Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann de Tacna, ambas universidades tienen una ubicación transfronteriza o tripartita, la primera cuenta con la carrera profesional de ingeniería comercial acreditada y la segunda la carrera profesional en estudio está en proceso de acreditación. Analizar las características emprendedoras de los egresados es tan importante para sostener la posición de la universidad en el mercado respectivo desde el punto de vista de conocimiento sobre emprendimiento, perfil de características de emprendimiento y las metodologías de enseñanza aprendizaje de los alumnos egresados de la carrera de Ingeniería Comercial para luego comparar el nivel de emprendimiento entre ambas universidades en el año 2018.

1.2. Formulación del Problema

Problema general

¿Cuáles son las características de emprendimiento de los alumnos egresados de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Privada de Tacna y Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann de Tacna?

Problemas específicos

- a) ¿Se tiene conocimiento de las características conceptuales sobre emprendimiento en los alumnos egresados de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Privada de Tacna y la Universidad Jorge Basadre Grohmann de Tacna?

- b) ¿Existe el conocimiento de las características ejecutoras de emprendimiento de los alumnos egresados de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Privada de Tacna y la Universidad Jorge Basadre Grohmann de Tacna?
- c) ¿Hay un perfil de características de emprendedor de los alumnos egresados de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Privada de Tacna y la Universidad Jorge Basadre Grohmann de Tacna?

1.3. Justificación e importancia de la investigación

Hablar de emprendimiento o emprendedor, es natural referirse a iniciativa e innovación, dos palabras que se están empleando en el ámbito empresarial, académico, económico y porque no decir en la sociedad en general. En la actualidad se habla de competencias genéricas en las universidades dentro de ella se considera al emprendimiento e innovación como una competencia transversal en todas las carreras profesionales y con mayor intensidad en la carrera profesional de ingeniería comercial (Rodríguez, C., Betancourt, I., & Pérez, Y., 2011).

En todo el proceso de formación como estudiante de la escuela profesional de Ingeniería Comercial, se ha formado para que busque empleo más no para crear empleo y dar trabajo, asimismo, se observa un desarrollo profesional que adolece de una línea académica consistente y eficaz para educar al estudiante como emprendedor y actor del desarrollo económico, social y ecológico de la región (Pastas, A., 2019).

Además se observa que los docentes no cuentan o tienen las herramientas metodológicas de enseñanza aprendizaje de emprendedurismo en los alumnos ya que esta requiere manejar metodologías dinámicas, activas para la enseñanza, así como no se ha identificado el perfil de las características de emprendedor que se debe incorporar en el egresado, teniendo en cuenta que la unidad de estudio de una de las universidades está acreditada y la otra en proceso de acreditación y por ende cuentan con un plan curricular basado en competencias (Rodríguez, C., Betancourt, I., & Pérez, Y., 2011).

Otro aspecto a considerar es el bajo impacto de la universidad en la sociedad que busca un vínculo más estrecho y de simbiosis con la universidad y que mejor que las carreras profesionales de Ingeniería Comercial que está vinculado al sector empresarial

lo que hace necesario conocer o analizar las causas de esta realidad, lo que podría solucionarse en gran medida si se conoce el nivel de emprendimiento de los egresados de Ingeniería Comercial de la UPT y la UNJBG, que son los actores directos de la investigación (Rodríguez, C., Betancourt, I., & Pérez, Y., 2011) .

La investigación en mención es de gran importancia porque busca determinar las características de emprendimiento del egresado de la carrera profesional de Ingeniería Comercial de dos universidades; privada y nacional del sur del Perú como son la UPT y la UNJBG ambas ubicadas en la ciudad de Tacna.

En un país en vías de desarrollo como el nuestro los egresados se deben convertir en generadores de empleo para ellos mismos como para otros y no estar tocando las puertas de las empresas que están consolidadas. El estado se ha preocupado en generar empresas, pero no se ha avanzado respecto a la formación de emprendedores, con las personas, emprendimiento corporativo (al interior de las instituciones u organizaciones) y al emprendimiento social (Pastas, A., 2019).

Los resultados que se obtengan al final de la investigación permitirán identificar las características emprendedoras de los egresados de las universidades de estas dos unidades de estudio con características similares, además los antecedentes históricos y/o teórico-técnicos para desarrollar investigaciones posteriores parecidas o más profundas a esta.

Debe tenerse en cuenta que el desarrollo de las capacidades empresariales (emprededurismo) en las universidades es un tema relativamente nuevo que está generando interés tanto en el mundo académico como en el empresarial. Por ello, la universidad debe convertirse en el centro de desarrollo de personas emprendedoras desde docentes, personal administrativo, egresados y estudiantes, es de suponer que la orientación emprendedora debe darse de adentro hacia afuera, por ello la universidad tiene que reinventarse para convertirse en un ente emprendedor (Fernández, J., 2012).

La trascendencia está en que, a partir de este diagnóstico, se pueden desarrollar estrategias de desarrollo profesional que permitan el desarrollo de activos emprendedores y, como resultado, contribuyan al desarrollo de la región.

1.4. Limitaciones de la investigación

Al momento de comparar ambas unidades de estudio, una de las unidades de estudio no está acreditada lo que puede repercutir en los resultados dado que puede ser cambiante versus la otra unidad de estudio que tiene establecido sus competencias genéricas y por ende el emprendimiento dentro de su malla curricular. Además del tipo, cantidad de datos a obtener por parte de los alumnos egresados.

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo General

Determinar las características de emprendimiento de los alumnos egresados de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Privada de Tacna y Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann de Tacna

1.5.2. Objetivos Específicos

- a. Describir el conocimiento de las características conceptuales sobre emprendimiento de los alumnos egresados de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Privada de Tacna y la Universidad Jorge Basadre Grohmann de Tacna.
- b. Averiguar el conocimiento de las características ejecutoras del emprendimiento de los alumnos egresados de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Privada de Tacna y la Universidad Jorge Basadre Grohmann de Tacna
- c. Indagar el perfil de características de emprendedor de los alumnos egresados de la carrera profesional de Ingeniería Comercial de la Universidad Privada de Tacna y la Universidad Jorge Basadre Grohmann de Tacna

1.6. Variables

1.6.1. Identificación de las variables

X=Características emprendedoras

1.6.2. Caracterización de las variables

X₁= Conocimiento de características conceptuales sobre emprendimiento

X₂= Conocimiento de características ejecutoras del emprendimiento

X₃= Perfil de características de emprendedor

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes del estudio

2.1.1. Antecedentes internacionales

Según el trabajo realizado por Barrios, K. & García, D (2016), mencionan que el emprendimiento ha avanzado a tal estado que trascendió de la literatura, hasta convertirse en una experiencia en el proceso universitario de casi todos los programas académicos, a manera general. La metodología empleada fue de trabajo de campo llevado a cabo en las universidades del Atlántico y Magdalena en la carrera profesional de Administración de Empresas, en los semestres octavo, noveno y décimo de los turnos diurno y nocturno.

Los resultados evidencian dos escenarios a nivel general; el primero, sostiene que los estudiantes de la Universidad del Atlántico como de la Universidad del Magdalena ostentan características emprendedoras. El segundo escenario, corresponde a la falta de compromiso visible de las universidades, en llevar a la práctica el emprendimiento en los alumnos en especial en la carrera profesional de Administración de Empresas.

Asimismo, en la publicación realizado por Olivera (2009); cuyo trabajo se denomina Características emprendedoras de egresados de contador auditor e ingeniería en administración de empresas de la universidad católica del Maule. El presente estudio se enmarca en el paradigma analítico explicativo, es una investigación de tipo básica, correlacional-causal, cuantitativa, transeccional, no experimental y según su objeto social es de Ciencias de la Administración. Su objetivo principal fue evaluar las características emprendedoras de los alumnos egresados de las carreras de Contador Auditor e Ingeniería de Ejecución en Administración de Empresas y su relación con el Promedio Ponderado Acumulado (PPA).

También, en la investigación realizada por Hernández (2016), tuvo como objetivo analizar la presencia de las características emprendedoras en los universitarios próximos a egresar de todas las carreras impartidas en la Facultad de Comercio y Administración de Tampico, de la Universidad Autónoma de Tamaulipas, para que luego se elabore un perfil emprendedor universitario, el mismo ha reconocido otros caracteres o

particularidades que lo forman: la tendencia a correr riesgos, creatividad, relaciones con los grupos, autodeterminación, sensibilidad social, desarrollo personal y organizacional, entre otros. El estudio actual fue de naturaleza descriptiva. Los datos se recogieron mediante una encuesta administrada a 165 estudiantes universitarios seleccionados aleatoriamente [hombres (36 %) y mujeres (64 %) entre los 18 y los 27 años]. Para alcanzar el objetivo mencionado, se realizó un análisis de grupos de medios K no hierárquicos utilizando la iniciativa empresarial como variable indicadora.

Los resultados indican que los empresarios universitarios pueden clasificarse en dos grandes grupos ($P=0,05$ | $P=0,000$): un primer grupo que muestra muy pocas características asociadas al comportamiento empresarial, y un segundo grupo que muestra todas las características asociadas a los empresarios: son individuos creativos que generan ideas y participan en actividades innovadoras, y están dispuestos a asumir riesgos en su trabajo y, más ampliamente, en sus actividades. La importancia de este trabajo es que permite el desarrollo de estrategias en la formación profesional que promuevan el desarrollo de estas características del espíritu empresarial.

2.1.2. Antecedentes nacionales

En la investigación llevado a cabo por Lulo Eufartes (2013), se planteó como objetivo analizar y describir la diferencia entre las Características Emprendedoras de los estudiantes de la E. A. P. Contabilidad y E. A. P. de Administración de la Facultad de Ciencias Empresariales de la UNH, periodo 2013. El método que se utilizó fue el científico, correspondiendo al diseño descriptivo comparativo, el tipo de investigación es básica; además se utilizó como instrumento de medición un cuestionario de encuesta diseñado por la técnica de Likert de cinco puntos el cual tiene su correspondiente validez y confiabilidad. La población estuvo conformada, por los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales promoción 2009- 2013, la muestra lo conforman estudiantes del IX ciclo del ciclo académico 2013-1. El análisis estadístico mediante la prueba de independencia "t" de Student dio como resultado la aceptación de la hipótesis de investigación que está planteado en los siguientes términos: Existe diferencia significativa entre las Características Emprendedoras de los estudiantes de la E. A. P.

Contabilidad y E. A. P. de Administración de la Facultad de Ciencias Empresariales de la UNH, periodo 2013 con un 95 % de confianza.

Asimismo, en la investigación llevado a cabo por Sherón (2011) donde tuvo como objetivo determinar el perfil emprendedor de los alumnos de la UNJBG y su relación con las dimensiones: aptitudes emprendedoras, actitudes emprendedoras y limitaciones a las iniciativas emprendedoras, tuvo como muestra a estudiantes matriculados en el quinto año en las escuelas profesionales de ciencias administrativas e ingeniería comercial donde se obtuvo que en valores de menos del 50 % de los alumnos tienen el perfil emprendedor y las mujeres son las que más aspiraciones tienen a tener empresa.

También Alcántara (2021) en el estudio realizado en la Universidad Faustino Sánchez Carrión cuyo objetivo fue establecer la relación entre el emprendimiento de negocios y la formación profesional de los alumnos de Ingeniería Industrial, utilizó para su abarcamiento, un enfoque cuantitativo no experimental transversal correlacional, trabajó con una muestra de 135 alumnos. Los resultados determinan que el emprendimiento de negocios tiene una relación directa con la formación profesional de los estudiantes de la unidad de estudio.

Además, Roque (2022) en la investigación denominado el perfil profesional y la actitud emprendedora de los estudiantes de la escuela de ingeniería comercial de la UPT, tuvo como metodología un diseño transversal no experimental, trabajó con una muestra de 139 alumnos de los últimos ciclos, empleó como instrumento la encuesta. Para su procesamiento estadístico utilizó el coeficiente de relación de Rho de Spearman y tuvo como resultado que hay una relación significativa entre las variables de estudio.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Definición de emprendedor

En la actualidad el emprendedor es reconocido como la persona que concreta una acción que origina utilidades para su propio beneficio y de la sociedad y que para lograr ello recurre a todos sus esfuerzos y conocimientos (Barrios Gómez, K. & García Verheslt, D., 2016).

Se puede comprender como la composición de la condición y la habilidad de la persona para llevar a efectos nuevos proyectos creativos, o sea es la acción de convertir una idea en algo concreto (Sanabria Rangel, 2015).

Asimismo, manifiesta que los emprendimientos se inician a partir de una oportunidad o de una necesidad, ya que en el primero caso surge cuando encuentra una oportunidad de negocio y crear empresa como una iniciativa de carrera, mientras que en el otro caso porque necesitan subsistir.

También se define como la capacidad que tiene un individuo para generar ideas, identificar oportunidades para convertirlas en una realidad mediante el proceso de originar empresas sostenibles (Lanzas, 2006, vol 30).

2.2.2. Características del emprendedor

En cuanto al tratado del emprendimiento todavía no se establece un modelo de peculiaridades o habilidades que deberían poseer los emprendedores, solo se determina bajo un enfoque actitudinal y psicológico algunas características de emprendimiento de manera objetiva en los estudiantes de educación superior como: Detección de oportunidades, creatividad, visión, trabajo en equipo, comunicación, liderazgo, motivación. Entre otros.

Timmons (1985) establece cualidades personales necesarias para ser un emprendedor:

Tabla 1*Cualidades personales para ser un emprendedor*

Cualidades	Explicación o descripción de la característica
Confianza en uno mismo	Consiste en tener una visión ajustada, objetiva y realista de uno mismo y de sus capacidades.
Creatividad	Capacidad de crear, transformar y encontrar soluciones novedosas, utilizando los recursos que tenemos a nuestro alrededor
Búsqueda de oportunidades	Cualidad personal que impulsa a actuar con determinación, adelantándose a los demás y proponiendo ideas y soluciones. La iniciativa es el motor para emprender.
Tenacidad	Capacidad de esforzarse constantemente para conseguir los objetivos y metas propuestas, lo que requiere paciencia, disciplina y tolerancia a la frustración y a los errores.
Trabajar en equipo	Capacidad de escuchar a los demás y cooperar con ellos. Es preciso ser conscientes de que necesitamos el aporte de los demás para lograr nuestras metas.
Sentido crítico	Habilidad de cuestionar y poner en duda ideas, noticias, datos, etc. Tratando de alcanzar una visión objetiva y lo más ajustada a la realidad.
Capacidad de asumir riesgos	Predisposición a actuar con decisión en situaciones que implican peligros y dificultades. El emprendedor está asumiendo riesgos permanentemente.
Conocimiento técnico	El emprendedor tiene conocimientos específicos acerca del producto o servicio al que se dedica, así como a conocimientos administrativos y de gestión para realizar su proyecto de emprendimiento
Responsabilidad	Capacidad de asumir las consecuencias de nuestros actos y de nuestras decisiones.
Autodisciplina	Capacidad de controlarse a uno mismo y de mantener una disciplina de trabajo sin que nadie lo fuerce ni se lo mande.
Innovación	Consiste en aportar soluciones o alternativas nuevas y originales a los problemas, como también imaginar nuevas ideas y proyectos.
Habilidades sociales, comunicativas y de dirección	El emprendedor debe expresarse con corrección y asertividad. Debe saber organizar, planificar, gestionar y tomar decisiones. Capacidad de entusiasmar a quienes trabajan con él.

Nota: Timmons, 1985

Características del emprendedor peruano

Según Global Entrepreneurship Monitor (2019) presenta las características demográficas y psicográficas del emprendedor peruano. En ello se investiga aspectos como edad, sexo, nivel de instrucción y motivaciones que lo conduce a poner un negocio en marcha.

Según el GEM sostiene que la opción de emprender un negocio, mueve a la persona dos tipos de **motivaciones**: necesidad u oportunidad, donde en el primero está en una búsqueda de originar ingresos propios de subsistencia frente a situaciones de desempleo o ante la insatisfacción en un trabajo de manera dependiente. En tanto en el segundo caso lo impulsa el identificar oportunidades en el mercado y su interés en aprovechar para el cumplimiento de pretensiones personales.

En cuanto a **edad** según el GEM, los emprendimientos a edad temprana son desarrollados por personas jóvenes con un promedio de edad entre 36 años, donde el 72 % se ubica entre los 18-44 años y los emprendedores establecidos oscilan sus edades en 43 años en promedio, donde el 76 % se ubica entre los 25-54 años.

Respecto al **género** según el GEM, existe una marcada presencia de emprendedores masculinos establecidos en un 60 % y entre los emprendimientos a edad temprana disminuye a un 53 % correspondiendo este porcentaje a los hombres.

En relación a la **educación** según el GEM los emprendedores peruanos representan mayores niveles de educación en la etapa temprana respecto a los emprendedores establecidos, donde el 30 % de estos últimos no culminaron los estudios secundarios y en el caso de los primeros se reduce a un 19 %.

2.2.2.1. Características conceptuales emprendedoras

Las características conceptuales responden a las competencias del SABER de la presente investigación que todo emprendedor debe poseer. Estas potencialidades de tipo conceptual son las competencias específicas que el estudiante universitario debería aprender en el proceso académico de la carrera de Ingeniería Comercial. Estas

competencias son: creación de empresa, conocimiento del entorno, planteamiento de objetivos, toma de decisión.

La capacidad conceptual de creación de empresas es un componente teórico esencial que el emprendedor empresarial debe poner en práctica con el propósito fundamental de que su proyecto inicie operaciones de forma satisfactoria y sea exitoso, aplicando diversos conocimientos en cuanto a estudios de mercadeo, planificación estratégica, aplicación de conocimientos financieros y técnicas administrativas. En este sentido la creación de empresas le brindara al emprendedor desempeñarse de una forma profesional en el mundo empresarial (Hernández, M., 2016)

Referente al **conocimiento de estudio de mercado** este se divide en:

- a) Análisis de la situación; que comprende averiguar información apreciable que permite identificar la situación en que se encuentra involucrada la empresa en dicho momento.
- b) Consecución de la información; aquí se obtiene datos secundarios y primarios, los secundarios son información existente y disponible que se ha conseguido para otro propósito, los primarios son los que se obtienen para el propósito del momento.
- c) Obtención de los datos específicos del problema; en esta parte se plantea el proyecto de investigación formal para recopilar los datos primarios, donde el investigador indaga lo que los consumidores piensan o se comportan en determinadas circunstancias (Goñi, G., 1999).
- d) Respecto al **conocimiento de la planificación estratégica**, esta se enmarca en tres aspectos:
- e) Análisis interno y externo de la organización; se refiere a la identificación de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas identificadas, en las dos primeras se analiza al recurso humano, tecnología, estructura formal, capacidad financiera, etc. y en las dos últimas se indaga sobre la competencia, políticas públicas, condiciones de crecimiento y desarrollo del país, factores naturales, etc.
- f) Estructura del plan estratégico; se declara la misión de la empresa, considerando a los componentes de clientes, productos, mercados, imagen y la visión donde se formula por líderes, donde la organización define sus actividades futuras en cuanto a

tiempo, realismo, proyección, difusión. Así como los valores corporativos que inspire y regule la vida de la organización.

- g) **Objetivos estratégicos, estrategias y políticas;** instauran que es lo que se va lograr y cuando serán alcanzados los resultados. Las estrategias son los patrones o plan que integra metas y políticas de una empresa, establecen como se va lograr los objetivos estratégicos (Morris, L., 2002)
- h) En cuanto al **conocimiento financiero** se refiere a
 - i) Finanzas privadas; se trata de la optimización de las finanzas a nivel familiar, considerando los acontecimientos futuros y los riesgos que conlleva como cuentas de ahorro, riesgo laboral, préstamo personal, etc.
 - j) Finanzas públicas; se encarga de optimizar los objetivos económicos de un estado como inversión, PBI, gastos públicos, deuda pública (Berkeley, J. 1995).

Respecto a **las técnicas administrativas**; estas se personalizan en los procedimientos y métodos del fenómeno administrativo como procesos para constituir planes, técnicas para distribuir y organizar el trabajo, técnicas para dirigir al personal, técnicas para coordinar las actividades, estas son tan extensas, numerosas y variadas como lo son las actividades y tareas que el hombre ejecuta en la realización de su trabajo (Ramirez, 2016).

2.2.2.2 Características ejecutoras de emprendimiento

Las capacidades ejecutoras están ligadas a las competencias del SABER HACER, las cuales fueron identificadas en la primera fase de la presente investigación y, por ende, todo emprendedor debe poseer para concretar y dar vida a una idea de negocio. Estas potencialidades ejecutoras se identifican con la acción, ejecución, materialización y puesta en marcha. Son habilidades que el estudiante emprendedor manifiesta exclusivamente en la praxis. Son capacidades que, si bien un estudiante ya posee con anterioridad del inicio de su proceso de formación profesional, deben afianzarse y fortalecerse en el proceso académico de la carrera profesional de Ingeniería Comercial. Estas habilidades son:

- Organización de tiempo y trabajo: Capacidad para distribuir y aprovechar al máximo el tiempo de trabajo, priorizando de forma eficiente las actividades a realizar.

- Resolución de conflictos: Habilidad para comprender e intervenir de forma prudente en la resolución de conflictos o diferencias con las demás personas.
 - Polivalencia funcional: Capacidad para realizar varias tareas de forma simultánea sin acarrear problemas.
 - Desarrollo de ideas: Capacidad para materializar paso a paso y de forma concreta una idea en específica, ya sea bien una empresa, proyecto, nuevo producto o innovación
 - Búsqueda y gestión de información: Habilidad para recolectar, organizar y analizar un conjunto de datos con el objetivo de obtener la información que se requiera.
 - Capacidad multidisciplinar: Habilidad para desenvolverse en diferentes entornos y áreas de competencia.
-
- Aplicación normas de calidad: Capacidad para aplicar procedimientos, actividades y requerimientos en el desarrollo de un proyecto para llevarlo a cabo de una mejor forma.
 - Aplicación de marco legislativo: Habilidad para actuar, trabajar y ejecutar acciones bajo unos lineamientos legales previamente conocidos.
 - Manejo herramientas para la búsqueda y gestión de información: Habilidad para utilizar diversos instrumentos de obtención de información para el conocimiento de una situación o dar solución a un problema.
 - Manejo de recursos: capacidad para administrar de forma adecuada y eficientemente los recursos disponibles en el desarrollo de un proyecto, negocio o idea en específica.

Los indicadores que se considera como parte de las características ejecutoras del emprendimiento se tiene:

- a. Trayectoria personal y social; se refiere al conjunto de información relativa al desarrollo de los estudiantes en aspectos no académicos, con el propósito de ampliar la mirada para promover la implementación de acciones sistemáticas de aspectos no académicos que son fundamentales para una formación integral. Se puede clasificar en trayectoria única, variada y/o múltiple, dependiente o independiente.
- b. Motivación para crear empresa; (Marulanda, F; Montoya, I; Vélez, J., 2019), establecen que existen motivaciones de tipo personal (incluye factores psicológicos, bienestar laboral, necesidades de independencia y deseo de riqueza que son decisivos en la decisión de ser emprendedor); relacionadas con el conocimiento (está a la vanguardia

de nuevas tecnologías e innovación); relacionadas con la oportunidad (una oportunidad se puede convertir en una actividad rentable siempre y cuando se reconozca que existe y tiene valor); relacionadas con la disponibilidad de recursos (recursos financieros, técnicos y logísticos y, la red de relaciones; con la experiencia laboral (crear un negocio por la pérdida de empleo) y relacionadas con el entorno social (influencia de los amigos, familia, ejemplo de compañías exitosas, contribución con la comunidad).

c. Planificación y administración; comprende prever actividades que permita el uso de eficiente y racional de los recursos disponibles.

d. Percepciones; el hecho de instituir empresa es el resultado de dos percepciones: conveniencia o deseabilidad y factibilidad o viabilidad; la primera tiene que ver con los valores y está relacionado con la cultura, estructura socioeconómica, educación y personas influyentes. Y son más proclives a crear empresa aquellas culturas que valoran los comportamientos ligados a los negocios, innovación y riesgos.

Referente a la **percepción de factibilidad** se relaciona con emprendedores que crean empresas en sectores en los cuales han laborado, ello se mejora con el contacto de clientes que tuvo y este proviene de la observación de otros (Marulanda, F; Montoya, I; Vélez, J., 2019).

2.2.3. Perfil del emprendedor

Según (Silva Duarte, 2013), el perfil de un emprendedor está dirigido a perfeccionar la personalidad del mismo dando como muestra comportamiento empresarial en el momento de iniciar un proyecto de emprendimiento.

Además, el programa Emprender y Tecnología de las Naciones Unidas EMPRETEC realizó una clasificación de características emprendedoras que conforman los elementos del perfil del comportamiento emprendedor que busca implantar un indicador de conducta en el individuo.

Tabla 2*El perfil emprendedor de éxito*

Conocimientos técnicos	Habilidades personales	Capacidad de respuesta
Se debe tener la formación y los conocimientos que se requiere para crear y desarrollar una empresa.	Iniciativa Creatividad Liderazgo Motivación Capacidad de negociación	Aprovecha las oportunidades que se le presenta, soluciona los problemas y toma decisiones.

Nota: EMPRETEC

También, la sociedad contemporánea presenta un desafío a la colectividad universitaria, exigiendo a los expertos un nuevo perfil en las competencias laborales, con una rápida tasa de acomodación a los requerimientos del entorno y del medio laboral. Suelen ser personas bien preparadas capaces de integrar los conocimientos teóricos y las habilidades prácticas, responder rápidamente a las situaciones cambiantes, tomar iniciativa y estar dispuestas a superar obstáculos, y poseer actitudes y capacidades que les permitan asumir nuevos retos profesionales. En resumen, individuos que muestran un espíritu empresarial.

Los profesionales empresariales se proyectan como individuos totalmente proactivos que son persistentes, persuasivos y autoconfiantes, intrínsecamente motivados para lograr los resultados de éxito a través de una forma planificada de trabajar, fijarse objetivos y asumir riesgos calculados. Los empresarios buscan oportunidades, información, eficiencia y calidad en su entorno. Además, contribuye a la consecución de sus objetivos mediante sus propios esfuerzos.

Según Shollhammer T. (1980), los empresarios pueden clasificarse en cinco tipos de personalidad:

Tabla 3*Categorización de la personalidad en los emprendedores*

Emprendedor Administrativo	Emprendedor Oportunista	Emprendedor Adquisitivo	Emprendedor Incubador	Emprendedor Imitador
Hace uso de la investigación y desarrollo para generar nuevas y mejores formas de hacer las cosas	Busca constantemente las oportunidades y se mantiene alerta ante las posibilidades que le rodean	Se mantiene en una continua innovación que le permite crecer y mejorar lo que hace	En su afán por crecer y buscar oportunidades y por preferir la autonomía, crea unidades independientes que eventualmente se convierten en nuevos negocios a partir de uno ya existente	Genera su proceso de innovación a partir de elementos básicos ya existentes, mediante la mejora de ellos

Nota: Adaptación de Shollhammer (ob.cit)

El desarrollo de capacidades emprendedoras (emprededurismo) a nivel universitario es un desarrollo relativamente nuevo que está creando una creciente inquietud en los círculos académicos y en el mundo empresarial. Además, los fundamentos académicos son necesarios para el despertar cognitivo de un individuo, es bajo el imperio de la excelencia en la construcción de redes cognitivas, en todas sus dimensiones de emprendedurismo, que los individuos se transforman en sagaces, capaces y dotados de la destreza necesaria para no solo generar ideas sofisticadas, sino también para ponerlas en práctica, que será la novedad en el futuro. La universidad debe contar con una plantilla diversa y también especializada para reconocer la presencia de estudiantes que tengan una clara inclinación emprendedora, como lo demuestra el tener un perfil emprendedor diferenciado que los distinga de sus pares como emprendedores capaces de ir más allá de la innovación.

En sí, no se pretende reavivar el interés por la discrepancia que pueda existir entre la universidad y la empresa, ya que esta última es la fuente de su capital humano. La universidad podrá enviar un mensaje promocional a las empresas en el que puedan conocer las capacidades y competencias emprendedoras de sus estudiantes y egresados, enfatizando que estas personas son capaces de sostener sus negocios promoviendo soluciones innovadoras a los problemas existentes.

Por lo tanto, la universidad debe recoger constantemente consideraciones y tendencias en el lugar de trabajo, ya que sirven como una fuente constante de información que contribuye a la mejora de las competencias laborales en el ámbito del espíritu empresarial. Además, realizamos actividades que fomentan el intercambio intelectual entre la facultad y el personal de las instituciones de educación superior y en la plantilla, con el objetivo de adaptar las prácticas profesionales a las realidades contemporáneas.

La universidad debe convertirse en el epicentro de la promoción y el desarrollo holístico de los empresarios que interactúan con ella a diario, ya sean profesores, personal administrativo o estudiantes. El supuesto de que la orientación empresarial de la universidad debe provenir de factores externos se ha demostrado incoherente e ineficaz con el tiempo, porque teniendo en cuenta los factores que influyen en este proceso, es necesaria una orientación desde el interior; por lo tanto, la universidad debe transformarse a sí misma, promoviendo un cambio en sí misma para convertirse en un empresario.

2.2.3.1. Metodologías de enseñanza Aprendizaje de emprendimiento

Berkeley (1995) observa que frecuentemente, la educación y la formación se han utilizado para expresar las divisiones de la sociedad en lugar de acoplarse en busca de un objetivo común.

Aunque es innegable que la injerencia y la intervención de las empresas desarrollan la conciencia de los educandos sobre el mundo laboral, siguen siendo un componente menor de la práctica educativa y no una plataforma para la preparación de la empleabilidad para toda la vida.

Como resultado de la integración económica sociocultural y con un énfasis en la formación y el empleo, se exigen nuevas exigencias a las entidades de educación superior y a la enunciación de estrategias creadoras y adicionales destinadas a la formación de capital humano competente y preparado para el trabajo. Las nuevas formas de trabajo y el requisito de que muchas personas cambien de ocupación varias veces y se adapten a circunstancias imprevistas exigen el desarrollo de habilidades que van más allá de las adquiridas a través de la formación especializada o las disciplinas escolares o universitarias (Ángeles, 2004).

Por lo tanto, la inclusión de la empleabilidad temprana binomial y las habilidades empresariales (que suelen desarrollarse en dos áreas de gestión distintas) se considera una estrategia proactiva y que añade valor para preparar a los estudiantes para el mundo del trabajo.

Cabe resaltar que la educación basada en el trabajo, junto con el método más eficaz para enseñar las habilidades de empleabilidad, son dos cuestiones interrelacionadas que se encuentran actualmente en el centro de los debates sobre las políticas educativas (Ángeles, 2004).

2.2.3.2. Percepción sobre el emprendedurismo

Como catalizador del cambio social, el empresario anima a sus compañeros a transformar constantemente sus percepciones para comprender mejor las necesidades de los individuos y el entorno en el que viven, promoviendo así el desarrollo personal, social y empresarial.

Por lo tanto, el espíritu empresarial se considera un fenómeno social que debe comprenderse como tal. En este sentido, la universidad para lograr la transversalidad y transdisciplinariedad requiere la adopción de políticas sociales enmarcadas en torno al espíritu empresarial, para que se convierta en una ascendencia colectiva en toda la estructura de la universidad.

En este escenario, la preocupación es investigar e inquirir cómo debe abordar la universidad el desafío de la creación de empresas, si tiene un personal de profesores que está lo suficientemente sensibilizado, informado y preparado para llevar a cabo este trabajo, y si el entorno organizativo de la universidad contiene los elementos necesarios para promover el espíritu empresarial. Por supuesto, una visión clara de la educación empresarial será clave para el éxito de las decisiones, también como su ulterior acogimiento.

a. *Formación emprendedora: una revisión desde el constructivismo*

La formación de empresarios, según Gallego (1999), es una estructura conceptual, metodológica y de actitud basada en la comprensión de la naturaleza del conocimiento y de la comprensión en las relaciones individual-colectividad. Se forma como una línea que ha desarrollado y crecido en el campo educativo, directamente relacionada con la comprensión y el aprendizaje.

Por lo tanto, es necesario configurar una posible ruta de formación empresarial teniendo en cuenta, además de sus componentes primarios, los relacionados con el método y la actitud que correspondan a los conocimientos subyacentes adquiridos durante el nacimiento y el desarrollo del individuo hasta que se convierte en empresario. Por lo tanto, es necesario configurar una posible ruta de formación empresarial teniendo en cuenta, además de sus componentes primarios, los relacionados con el método y la actitud que correspondan a los conocimientos subyacentes adquiridos durante el nacimiento y el desarrollo del individuo hasta que se convierte en empresario.

Lo observado, puede aplicarse a la práctica gnoseológica, que se basa en el conocimiento y conduce a saber cómo ser, cómo aprender, cómo vivir juntos y cómo hacer que el empresario tenga éxito, ya sea a través de la instrucción o la virtuosidad apoyada en la inteligencia innata.

Según Novac (1987), el constructivismo, que se basa en la teoría cognitiva, es una expresión que se refiere al hecho de que los sujetos, como los grupos, construyen

opiniones sobre el funcionamiento del mundo. Estos conceptos o apreciaciones del mundo están orientados a los cambios estructurales en la organización de la sociedad, para que los individuos deban estar preparados con las mayores habilidades empresariales, incluyendo la capacidad de reconocer las oportunidades y satisfacer las necesidades del individuo en su entorno.

Según Novac (1987), el constructivismo, que se basa en la teoría cognitiva, es un término que se refiere al hecho de que las personas, como los grupos, construyen ideas sobre cómo se mueve el mundo. Estos conceptos o apreciaciones del mundo están orientados a los cambios estructurales en la organización de la sociedad, para que los individuos deban estar capacitados con las mejores habilidades empresariales, incluyendo la capacidad de reconocer las coyunturas y compensar las necesidades de la persona en su entorno. En consecuencia, corresponde al logro de comprender y entender al empresario desde la óptica del empresario, o sea, cómo los empresarios saben, lo que constituye la formación, la constitución y el desarrollo de la persona empresario.

Según Antunes (2006), la experiencia constructivista en la estimulación de las llamadas inteligencias múltiples, demanda la transformación de la universidad en un espacio de formación e información en el que el aprendizaje del contenido, las tareas pertinentes, puede facilitar la relación del estudiante con la sociedad en la que vive y debe aprender a coexistir.

La perspectiva constructivista implica que la persona está perennemente en el núcleo del proceso de aprendizaje, construyéndolo a través de muchas interacciones. Se reconoce que la construcción del conocimiento se da a través de la transformación de lo previamente conocido; si no se sabe nada, no existe nada para ser transformado; como resultado, el foco del conocimiento cristaliza alrededor del punto de partida de la conocida dirección "hay que aprender".

En este sentido, la perspectiva constructivista posibilita la explicación e interpretación de los elementos que componen la formación del emprendedor, los

fundamentos teóricos del emprendimiento y sus interacciones con la universidad, todo lo cual contribuye a la construcción social de significado y conocimiento.

En este mismo orden de ideas, Soto (2007) propone que el individuo debe tener un perfil como empresario social que incluya una alta cantidad de reconocimiento interno o autoreflexión que le admita dar la razón, admitir y aplicar innovaciones, modificaciones e invenciones sociales en su entorno. Los autores definen la innovación como una característica que accede a los seres humanos ser talentosos e inventivos, percibir y estar al tanto de lo que hay que hacer para transformar las ideas en realidades.

Es interesante cómo Soto (2007) hace hincapié en la importancia de formar a las generaciones que nos siguen mientras aún son niños e incluso adolescentes, para inculcarles habilidades que construyan su capital humano en valores como los mencionados anteriormente, para inculcar comportamientos saludables hacia la autoestima, la autonomía responsable, un espíritu de ingenuidad movilizador y la capacidad de superar la adversidad y el fracaso.

Por lo tanto, para la formación del empresario en una sociedad cada vez más compleja, global y basada en el conocimiento que está constantemente afectada por cambios acelerados, profundos e incluso sorprendentes, la institución universitaria puede y debe desempeñar un papel líder en la preparación del hombre para ese cambio. La premisa fundamental del espíritu empresarial es consubstancial y llena de realidades cuando la universidad persiste en la creencia de que la formación empresarial abarca espacios constructivistas para el estudiante y contribuye a la cognoscitividad del talento humano de la universidad.

2.2.3.3. Modelos conceptuales de emprendimiento

a. Modelo armonizado del proceso emprendedor MEP (*model of entrepreneurial process*)

Este modelo busca conciliar elementos claves que suelen competir como marcos referenciales distintos. Hindel (2010) parte de una oportunidad, la cual se entiende como "una situación en la que se puede crear un nuevo esquema de medios y multas para la recombinación de recursos que puede generar ganancias" (Shane, 2003, p. 18). El proceso emprendedor continúa hasta alcanzar el punto en el que se logra producir valor medible, dividiéndose en tres categorías o dominios distintivos e interrelacionados de actividades (estratégico, personal y táctico). Cada uno de estos dominios depende de las capacidades involucradas, identificando la capacidad emprendedora, el compromiso y las habilidades de gestión, respectivamente.

El Modelo de Emprendimiento (MEP) representa una dinámica de trabajo descendente, que establece un ordenamiento de pasos generales, pero incluye un elemento de evaluación donde se detiene el avance hasta que el resultado sea satisfactorio, similar a los diagramas de flujo. La mayoría de las flechas son bidireccionales, lo que implica la posibilidad de retroceder con la intención de revisar decisiones tomadas o información complementaria recién obtenida. A los lados, se establecen vínculos entre capacidades y tipos de tareas, mostrando correspondencia y sugiriendo habilidades distintas para cada etapa.

b. El doble bucle

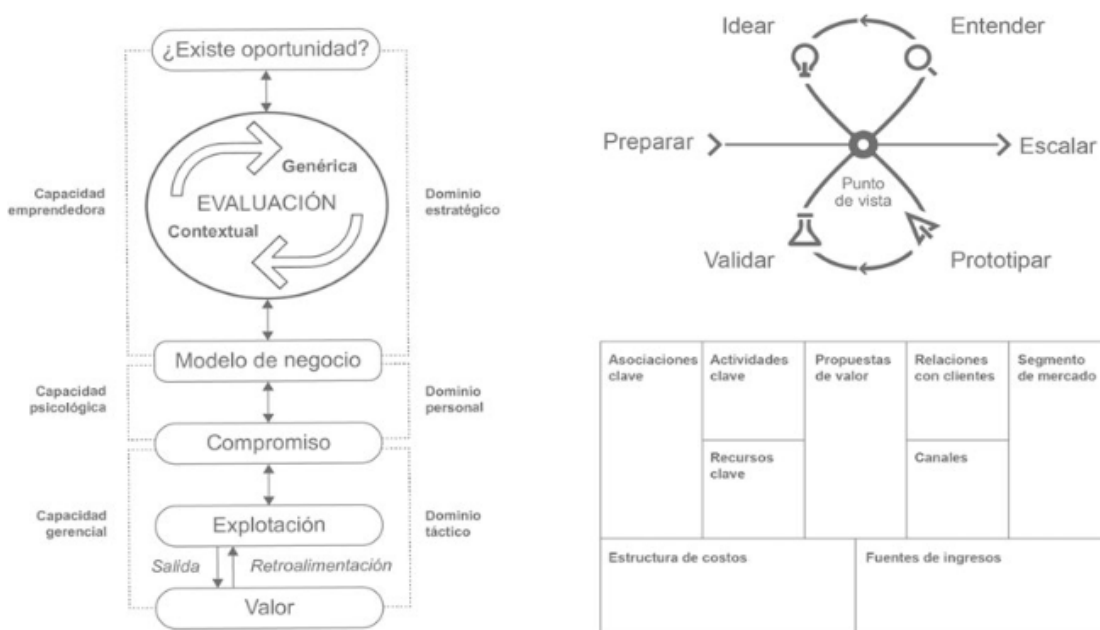
La propuesta de Van der Pijl et al. (2016) guarda similitudes con otros esquemas y, en particular, evoca el modelo para "emprendimientos verdes" utilizado por la agencia europea Switchmed (Farreny, 2015) o el enfoque de Bland y Osterwalder (2020). No obstante, se fundamenta en una concepción del diseño como un "acercamiento disciplinado para la búsqueda, identificación y captura de valor" (p. 11), haciendo hincapié en que el proceso iterativo y continuo es fundamental para abordar la ambigüedad. El objetivo es vincular la innovación, los negocios y la estrategia para

transformar organizaciones comerciales tradicionales, dando prioridad a los problemas de las personas y adoptando un enfoque riguroso para diseñar mejores negocios.

El doble bucle (consultar Figura 1, parte superior derecha) comienza con la preparación para comprender a los clientes y el contexto, evitando dejar aspectos al azar y manteniendo control sobre el entorno, el trabajo e incluso el éxito. Posteriormente, la perspectiva (elemento central del proceso que "distribuye" el flujo) se modifica con base en todo lo aprendido en el camino. Dado que las visiones orientan la dirección y condicionan el futuro, desarrollar una perspectiva más amplia, completa y actualizada se considera el activo más crucial.

Figura 1

Modelos conceptuales relacionados con emprendimiento



Nota: Elaboración propia con base en Hindle (2010), van der Pijl et al (2016)

El ciclo se inicia ascendiendo al esfuerzo de comprender a personas, organizaciones o contextos; los autores subrayaron la importancia de entender el entorno antes de buscar intervenir en él. Adquirir conocimiento sobre el cliente, contexto,

competencia, tendencias y la dinámica interna conduce a una comprensión completa del proyecto en su conjunto. Solo después de esta comprensión es posible iniciar el proceso de ideación, generando ideas de diversas índoles (rápidas, audaces, incluso improbables) mediante un enfoque mental optimista y directrices creativas que no aplican juicios ni evaluaciones. Una vez que se verifica el resultado provisional con la perspectiva, se inicia un descenso para llevar a cabo prototipos. Los bosquejos, modelos y simulaciones son materializaciones que facilitan la comprensión, explicación y venta de ideas de manera rápida, económica y sencilla. Permitir que las ideas se manifiesten se vuelve esencial para anticipar problemas, así como para comunicar y entusiasmar a otros, compartiendo esta característica con los productos mínimos viables (MVP). Por otro lado, validar alguna prueba lo obtenido, ya que no existen soluciones únicas, sino múltiples opciones. El desafío radica en encontrar la mejor opción que ponga a prueba las suposiciones y permita que la idea evolucione hacia un ejemplo viable (Van der Pijl et al., 2016, p. 182). Los experimentos, en este contexto, sirven precisamente para probar, aceptar el fallo y evitar decisiones riesgosas o costosas.

c. Lienzo de modelo de negocio

Dado que hay numerosos recursos que aplican, cuestionan, transforman, construyen o incluso deconstruyen (Maurya, 2022) a partir del lienzo de modelos de negocio, no se considera necesario entrar en detalles exhaustivos sobre este modelo. Para los propósitos de este documento, es suficiente destacar que el modelo común conocido como el Canvas de Osterwalder y Pigneur (2011) "...describe las bases sobre las que una empresa crea, proporciona y capta valor" (p. 14) mediante una "...herramienta práctica que fomenta la comprensión, el debate, la creatividad y el análisis" (p. 42).

Los autores presentaron su modelo (consultar Figura 2, parte inferior derecha) desde el segmento, las propuestas de valor, los canales, las relaciones con clientes, las fuentes de ingresos, los recursos, las actividades y las asociaciones clave, y concluyen con la estructura de costos. Aunque no especifican explícitamente que se deba utilizar únicamente con esta secuencia, tiene sentido distribuir la información en estas categorías y obtener percepciones a medida que se descubre cada aspecto. Esta herramienta tiene

una estructura modular que divide toda la información relacionada con la creación de un modelo de negocio en nueve categorías. Sus partes están interconectadas mediante un flujo de información y proporcionan una visión completa de lo que está sucediendo, a diferencia de las metodologías o documentos (como los planos de negocio) que impulsan a seguir avanzando, pero pueden perder de vista los aspectos previamente definidos. Sus componentes se ensamblan como piezas de un rompecabezas que contienen información que se desplaza y compara según sea necesario. Es muy práctica y fácil de entender, fomenta el intercambio y la colaboración, lo que posiblemente explique su popularidad.

d. Modelo de Puntos Cardinales para la Formación del Emprendedor

Los puntos cardinales del gráfico de ruta guiarán y dirigirán el estudio completo del desarrollo de un individuo empresarial; si ha sido clasificado como tal como resultado de la certificación de que posee características y actitudes empresariales, o si no lo hace. Según este estudio y los elementos que se discutirán en detalle a continuación, se cree que un individuo puede convertirse en empresario como parte de este proceso de formación (González, F. 2010).

Seguidamente se presenta el gráfico espacial para alcanzar la formación emprendedora integral:

Figura 2

Formación Emprendedora y los puntos cardinales



Nota: González (2010)

a. Líneas de acción del “Modelo de Puntos Cardinales” para la formación del emprendedor

a.1. Actitudes y motivaciones emprendedoras (*aprender a ser*):

Considere el punto cardinal ESTE dentro del esquema equinoccial. Como es el caso cuando el sol se eleva sobre el horizonte en el este, señalando el comienzo de un nuevo día. El "ser" del individuo como empresario demanda manifestación. En ello se pretende explicar cómo se forma en la persona el ser emprendedor.

Estos conceptos se elaboran en la Teoría Atribucional, que fue propuesta por Weiner (1979) y McClelland (1961). Según esta teoría, la atribución causal o el lugar de control interno se refiere a la interpretación que un individuo hace de los factores que contribuyen al resultado de una acción cognitiva o conductual. La atribución es la inferencia realizada por un individuo para averiguar la causa de una situación. En el caso de los empresarios, esta inferencia se hace internamente, lo que significa que el actor es el protagonista de la acción, porque es consciente de que el resultado de sus actos voluntarios depende de su capacidad y su esfuerzo.

De acuerdo, con lo propuesto por McClelland en su obra estudio sobre la motivación humana, se pueden conjugar 10 características del comportamiento “emprendedor”: Necesidades de logro, buscar oportunidades o iniciativas, cumplir compromisos, necesidad de planificación, necesidad de poder, fijar metas, buscar información, autoconfianza, eficiencia y calidad. Este modelo fue elegido debido a que, en sintonía con el concepto de motivación, McClelland sostiene que el emprendimiento se fundamenta en la motivación. Según este enfoque, las personas se guían por la búsqueda de lo que les interesa, incluyendo el impulso hacia el logro, el deseo de poder y la motivación afiliativa (Velasco, B., 2009).

a.2. Competencias emprendedoras (*aprender a hacer*): Incluye el punto cardíaco del OESTE, que es un lugar en el que siempre se oculta el sol. Por lo tanto, si el individuo empresarial no desarrolla las competencias necesarias, su actividad empresarial se deteriorará hasta que vuelva a ocultarse.

Según Goñi (1999), un enfoque por competencias se representa a un enfoque educativo que puede servir como agregación a un énfasis históricamente basado en la obtención de conocimientos, así como un medio para transmitir a los estudiantes las habilidades y actitudes necesarias para ser auténticos emprendedores independientemente de dónde los llevan sus carreras profesionales.

En consecuencia, una parte importante de la formación que necesitará el empresario será la adopción de comportamientos que le ayuden a enfrentarse a situaciones peligrosas, así como la asimilación de habilidades y habilidades que le permitirán rendir mejor (Goñi. G.,1999).

a.3. Gestión del conocimiento emprendedor (*aprender a aprender*): En el proceso de formación empresarial, incorpora el punto cardíaco NORTE. En dicha dirección, se sugiere un movimiento hacia delante hacia un objetivo.

El conocimiento muestra dos posibilidades epistemológicas: el conocimiento e la ignorancia. El conocimiento es la conciencia existente que fomenta el desarrollo emocional y aumenta nuestro coeficiente teórico práctico intelectual. Asimismo, el

conocimiento debe dirigirse, organizarse, programarse y planificarse estratégicamente para lograr los objetivos y políticas medios y largos de los individuos y de la sociedad en general en el entorno interno y externo.

Según Pardinás (1995), el conocimiento se clasifica en tres categorías: (a) Conocimiento popular, referente a la información que se transmite sobre las cosas sin ahondar en sus orígenes, naturaleza o particularidades; (b) Conocimiento público: toda la información recogida sistemáticamente sobre un objeto a través de la investigación; y (c) Conocimiento científico: toda la información recogida a través de la investigación para obtener información sobre un fenómeno o un objeto. Según Pardinás (1995), el conocimiento se clasifica en tres categorías: (a) Conocimiento popular, que es la información que se transmite sobre las cosas sin profundizar en sus orígenes, naturaleza o características; (b) Conocimiento público: toda la información recogida sistemáticamente sobre un objeto a través de la investigación; y (c) Conocimiento científico: toda la información recogida a través de la investigación para obtener información sobre un fenómeno o un objeto. A lo largo del proceso de formación empresarial, el individuo descubre lo que significa el conocimiento en su trabajo diario y el logro de objetivos, que no sólo es significativo, sino que también motivador, generando un nuevo entusiasmo que lo impulsará hacia delante como el viento que impulsa las aletas de un barco, descubriendo en él la fuente de ideas e iniciativas para desarrollar.

Guédez (2003) clasifica el conocimiento y su importancia para el líder, el director y el empresario según esta orden de ideas, afirmando que el líder programa y guía el conocimiento, el director administra y valora el conocimiento y el empresario promueve y centra el conocimiento. Las distinciones expuestas anteriormente provienen de la misma premisa general: un líder es alguien que ve más allá del horizonte y percibe lo que está oculto para el hombre común; un empresario, por otro lado, percibe, identifica y aprovecha las oportunidades que ofrece el entorno. Por último, el director es el que toma las decisiones operativas y garantiza que las cosas se hagan en el mundo real.

Del mismo modo, el autor sostiene que las responsabilidades del líder, el empresario y el directivo en términos de conocimiento son distintas. Aunque el líder se

preocupa más por las cuestiones normativas, el empresario se preocupa más por las cuestiones estratégicas y el director se preocupa más por las cuestiones operativas. El empresario avanza y concentra el conocimiento en respuesta a los cambios acelerados, profundos y expansivos del entorno.

El conocimiento es una herramienta fundamental para el empresario porque le permite obtener una mejor comprensión del mundo que le rodea y maximizar sus oportunidades. Su posición ante el conocimiento es claramente distinguible de otras materias en las que se encuentra el empresario, desde un punto de vista pragmático antes de lo que puede aprender que le ayudará a llevar a cabo sus iniciativas. Al igual que él, percibe que sus iniciativas le llevan a un mayor nivel de acción, elevándolo de lo empírico a lo científico y a lo verificable.

a.4. Desarrollo de redes sociales (*aprender a convivir*): Incluye el punto cardíaco de SUR, que denota un apoyo o columna de apoyo para el empresario; sirve como una plataforma que le mantiene en pie, incluso frente a los avatares que pueden llevarlo a sus intentos a veces exitosos y a veces no tan exitosos de lograr.

Según Freire (2005), hay actores detrás de la situación de éxito o fracaso de cada emprendedor, que sirven como pilares invisibles sin los cuales el emprendedor no puede progresar. Estos pilares constituyen la red de relaciones que el individuo ha desarrollado a lo largo de su existencia y que continúa desarrollándose. Desde sus familiares hasta profesionales en una variedad de campos, incluidos el derecho, las finanzas y el espíritu empresarial, que se vuelven autónomos o buscados por el emprendedor, convirtiéndose eventualmente en fuentes de recursos humanos y sociales para sus proyectos.

En este marco, Freire (2005) subdivide el estudio del emprendedurismo en dos grandes temas: un desarrollo secuencial en el proceso de desarrollo de una teoría emprendedora; y un proceso secundario en el transcurso de desarrollo de una teoría empresarial. El primero se enfoca en el estudio de las características y capacidades individuales de los emprendedores, particularmente en el sector privado, con el fin de ayudar a que sus negocios sean más eficientes e innovadores. La segunda es la capacidad

del emprendedor como función social, inherente a una sociedad y que se extiende más allá de la capacidad personal para ser una capacidad fundamentalmente grupal y casi siempre relacionada a las organizaciones.

Además, las interacciones entre empresas describen el capital social como un atributo de las comunidades; también se considera un atributo de naciones o regiones geográficas. Como resultado, la investigación del capital social se ha concentrado en una variedad de estados, regiones y países, cada uno con sus propias características únicas. En consecuencia, es crítico para la formación del empresario establecer un parámetro dirigido, basado en un enfoque científico, para el desarrollo de las redes sociales, los cuales son componentes críticos para la construcción del proceso de aprendizaje de cada individuo, en lo que piensa que se convertirá en un empresario, así como todo lo que implica, en el aprendizaje de vivir juntos.

2.2.4. Importancia del emprendimiento en la educación superior

Los temas de iniciativa empresarial se han integrado en las instituciones de educación superior a través de diversas estrategias y acciones como resultado de la prevalencia dada al desarrollo económico social, ya que los gobiernos también han integrado y estructurado proyectos, planes en sus agendas, entendiendo que esto promueve el desarrollo económico social de los países (Olivera Rivera, Eduardo & Olmedo Pizarro, Lilia, 2009).

Hay una fuerte correlación entre las definiciones de espíritu empresarial e innovación, ya que el espíritu empresarial puede realizarse sin innovación, al igual que la innovación puede realizarse sin la creación de nuevas empresas. La iniciativa empresarial en la innovación puede incluir lo siguiente: a) la definición de nuevos productos, procesos y métodos de marketing; b) el pago de patentes o la adquisición de conocimientos tecnológicos; c) la experiencia profesional y d) la inversión en los programas, equipos e insumos necesarios para llevar a cabo la innovación.

2.2.4.1. Desarrollo del emprendimiento a partir de las tres funciones intrínsecas

El espíritu empresarial está integrado en las tres funciones educativas de la universidad en términos de formación: ya que la mayoría de las instituciones realizan y aplican programas, cursos y talleres para ayudar a los empresarios, algunos de los cuales están integrados en el plan de estudios y otros que están abiertos a los estudiantes interesados en el tema. Sin embargo, algunos críticos señalan que muchos de los programas y cursos empresariales de muchas instituciones se centran más en el desarrollo del capital social, o en los recursos y competencias específicas que permiten a las personas interactuar de forma más eficaz con los demás (Lanzas, V. 2006).

a) Proceso en docencia

Es fundamental recordar que el espíritu empresarial resulta de la interacción de numerosos factores internos y externos que están vinculados de forma dinámica en la búsqueda de nuevas oportunidades.

He aquí donde entra a tallar las metodologías de enseñanza aprendizaje ya que deberían integrarse en los temas de habilidades de comunicación, detección de oportunidades empresariales, liderazgo, toma de decisiones y resolución de problemas, así como las competencias de gestión y el pensamiento crítico (Lanzas, V. 2006).

En una exploración de las acciones ejecutadas por las universidades en cuanto a emprendimiento en la ciudad de Bogotá, se descubre que el 81% de las universidades examinadas incluyen el tema en su documentación institucional, lo que implica que hace tiempo se consideró el desarrollo de competencias más allá de la formación tradicional, permitiendo la conexión del espíritu empresarial. Además, este estudio considera que el tema es la responsabilidad de las facultades de administración o ciencias económicas, así como el establecimiento de centros especializados que desarrollen actividades, ya que es una competencia cruzada para todas las profesiones (Morris, L., 2002).

Se observa por tanto una inclusión del tema dentro del currículo como parte de la formación con muchas diferencias en cuanto a la profundidad, metodologías a trabajar y la intensidad del abordamiento. Además se esboza que a nivel de pregrado y

posgrado es bajo la modalidad de pregrado donde se dan actividades en la formación de la cultura emprendedora especialmente en la modalidad de cátedra (93 %), en cuanto a posgrado es mucho menos el reporte de inclusión de cátedras dentro de los programas (27 %), esta información manifiesta la integración de la temática del emprendimiento en la formación profesional.

b) Proceso en la investigación

Se puede identificar tendencias a generar conocimientos en cuanto a emprendimiento, se llevan estudios por diferentes grupos de investigación en cuanto a;

Formación; a través de proyectos relacionados con dictados de cátedras, actividades emprendedoras de los egresados de la universidad.

Incubación; Se aborda proyectos enfocados a la creación de centros encargados a la creación de empresas.

Pymes; Se abordan a través de proyectos la problemática de la pequeña y mediana empresa desde un enfoque de emprendimiento.

Empresarios; Experiencias exitosas de emprendimiento

Oportunidades; Relacionado con la identificación de ideas de negocio

En el país no existe una base de datos que incluya estudios o investigaciones que se hayan llevado a cabo en eventos académicos en el cual se hayan reunido a investigadores con diversas propuestas metodológicas e información que pueda ampliar la base de conocimiento acerca del emprendimiento, pero existe un interés entre los investigadores para abordar las características en especial su estado epistemológico (Hernández, M., 2016).

c) Proceso en la extensión

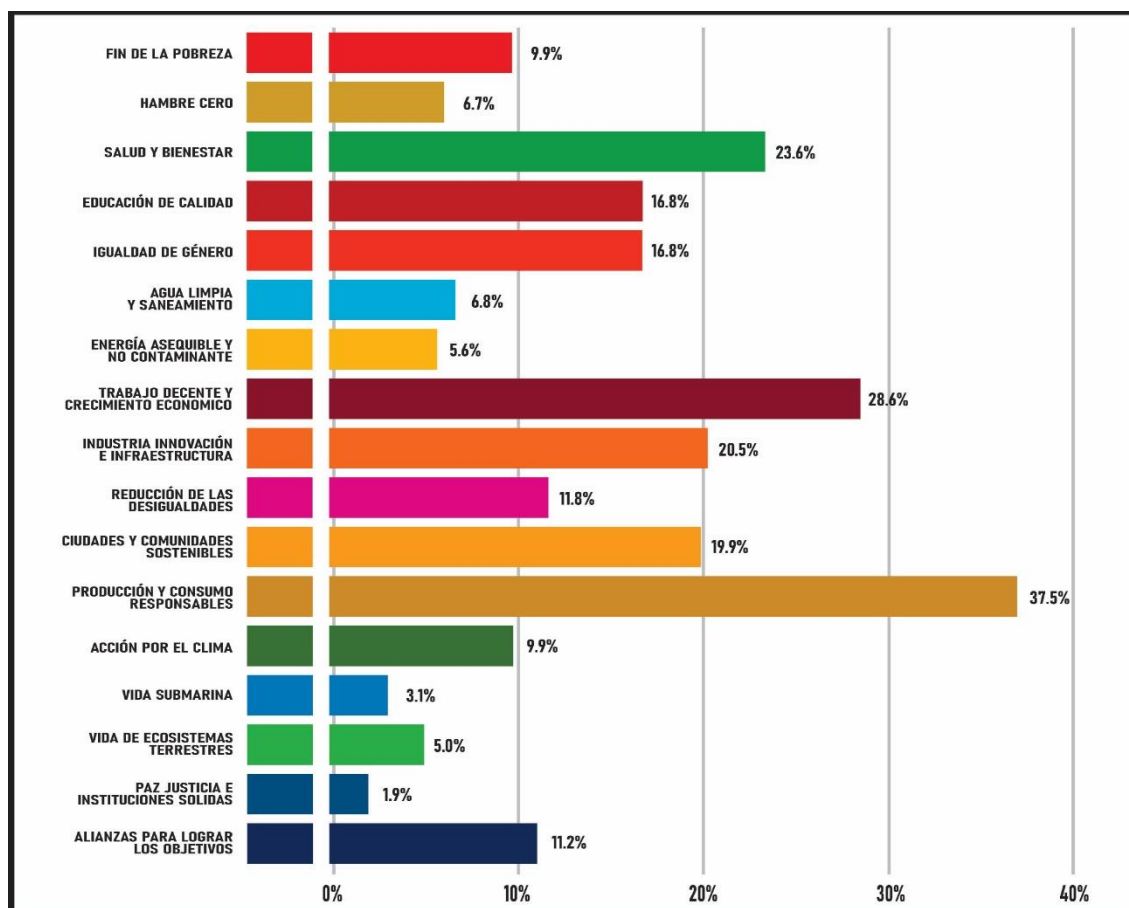
Referente a esta función el emprendimiento se enmarca con la visión de la universidad que es considerado como un agente que transfiere conocimiento y tecnología que tiene como soporte a la innovación y el emprendimiento cuya finalidad es el compromiso con la sociedad donde se desenvuelve (Hernández, M., 2016).

2.2.5. Emprendimiento social y ambiental en el país

Según KUNAN (2019) el impacto social ambiental de un emprendimiento tiene un impacto enfocado en poblaciones vulnerables o excluidas, a los que se le menciona como emprendimientos sociales y que para ello se debe identificar o articular con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) que constan de objetivos encaminados a mejorar las condiciones de vida de las personas y el planeta tierra, los cuales han sido emitidos por los países miembros de las Naciones Unidas. La misma consigna de 17 objetivos, 169 metas y 231 indicadores. Para ello se identifica el emprendimiento social sobre el ODS que tendría impacto a futuro. A continuación, se presenta los ODS priorizados por los emprendimientos sociales (KUNAN , 2019).

Figura 3

Objetivos de desarrollo sostenible priorizados por los emprendimientos sociales



Nota. KUNAN (2019)

En la figura 2 se observa que el 37,3 % de los emprendimientos sociales se identifican con el ODS “producción y consumo responsable”, seguido del ODS denominado “trabajo decente y crecimiento económico con un 28,6 %. Lo que indica que el emprendimiento social y ambiental origina una incidencia de manera integral en una producción, consumo y trabajo responsable.

2.2.6. Escuela de Ingeniería comercial de la Universidad privada de Tacna y Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann de Tacna

a. Escuela de Ingeniería Comercial de la UNJBG

El Ingeniero Comercial de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann, es un profesional con visión, formación sistémica y multidisciplinaria, permitiéndole desenvolverse eficientemente en áreas de gestión, marketing, economía, finanzas, administración, recursos humanos y operaciones de negocios a nivel nacional e internacional, tiene la capacidad de identificar oportunidades, emprender y mejorar modelos de negocios, es un líder con responsabilidad social empresarial, que posee competencias ejecutivas que le permiten desarrollarse en todos los niveles de una organización ya sea como ejecutivo o empresario.

El egresado de esta carrera profesional está capacitado para:

- Planificar, liderar y ejecutar proyectos de desarrollo de software bajo estándares de calidad.
- Liderar y gestionar proyectos de Tecnologías de la Información en instituciones públicas y privadas, administrando eficientemente la información.
- Tener la capacidad de investigación tecnológica conociendo la teoría de la información y trabajar en equipos multidisciplinarios para búsqueda de nuevos conocimientos.
- Conocer las tecnologías de redes y comunicación de datos, entender las nuevas tecnologías en telecomunicaciones y hacer de las redes e Internet una herramienta de conectividad en la vida diaria.

- Conocer las técnicas y procedimientos para el análisis de datos a gran escala para obtener información para la toma de decisiones.

2.2.7. Escuela de Ingeniería Comercial de la Universidad Privada de Tacna

La misión de la Escuela Profesional de Ingeniería Comercial es: Formamos ingenieros comerciales, competitivos en procesos, proyectos y tecnología digital, con responsabilidad social y ética. (UPT, 2019)

Asimismo, la visión de la Universidad Privada de Tacna es la siguiente: Universidad referente en el sur del Perú en formación integral de profesionales, investigadores y emprendedores; socialmente responsable, con programas acreditados. (UPT, 2019).

Perfil del ingreso de la Escuela de Ingeniería Comercial

El perfil de ingreso plantea el conjunto de competencias o saberes que se consideran como requisitos previos que debe reunir el ingresante a una carrera profesional y que son producto de su formación educativa básica o preuniversitaria. La importancia de la definición de este perfil es que permite aplicar la evaluación adecuada en el proceso de admisión y adoptar las medidas apropiadas para la nivelación de los estudiantes ingresantes. (UPT, 2019). Se ha incorporado en el perfil de ingreso las competencias genéricas definidas en el Modelo Educativo UPT (2019) y las sugerencias de los equipos de trabajo de la Escuela Profesional de Ingeniería Comercial. El aspirante que desee ingresar a la carrera de Ingeniería Comercial deberá poseer el siguiente perfil:

Conocimientos: Tener dominio de las materias de Matemáticas, Estadística, Administración básica, Informática y cultura general

Habilidades: Poseer habilidades para el manejo de datos numéricos, agudeza crítica para identificar problemas y proponer soluciones, habilidades de comunicación, de pensamiento crítico e investigación, de trabajo en equipo y habilidad de emprendimiento e innovación.

Actitudes: Actitud de compromiso ético, responsabilidad social e Interés por aprender a aprender, compromiso, honestidad, responsabilidad, respeto por el Estado de derecho y los valores morales.

Perfil de egreso por competencias de la Escuela de Ingeniería Comercial

El Egresado de la carrera profesional de Ingeniería Comercial de la Universidad Privada de Tacna, es un profesional líder especializado en creación de empresas, marketing y gestión comercial; con capacidad de tomar decisiones en escenarios complejos, asumir riesgos, adaptarse al cambio, desarrollar productos tangibles e intangibles y generar modelos de negocios virtuales. Su formación se basa en el desarrollo de competencias como comunicación efectiva, pensamiento crítico e investigación y trabajo en equipo. Así también, posee las habilidades necesarias para gestionar los recursos con un alto compromiso ético y en cualquier área; en donde también sea capaz de emprender e innovar con la finalidad de contribuir con el desarrollo de su entorno.

2.3. Definición de términos

Emprendedor: Son personas que se caracterizan por poseer un razonamiento y actuaciones típicos frente a las oportunidades, mostrando un liderazgo balanceado, están familiarizados con la innovación. Se caracterizan por inventar, adaptar, reconocer e impulsar nuevas ideas hasta transformarlas en nuevas oportunidades. (González Y. y., 2016)

Emprendedor empresario: Persona con grandes habilidades de liderazgo y destrezas administrativas para gestionar negocios. (Ginocchio, 2006)

Interemprendedor: Trabajador dependiente, que aprende la mayor cantidad de cosas posibles trabajando en una empresa, para independizarse posteriormente y crear su propio proyecto de emprendimiento con los conocimientos y la experiencia adquiridos (Novac, 1987).

Intraemprendedor: Es un trabajador dependiente de una empresa, pero es emprendedor en la medida en la que desarrolla nuevas ideas para potenciar la productividad de ésta en el mercado.

Emprendedor social: Persona que desarrolla ideas innovadoras para mejorar la calidad de vida de las personas de los sectores más vulnerables de la sociedad (González Y. y., 2016)

Innovación: Cambios basados en nuevos conocimientos que permitan generar valor para un mercado. (Ginocchio, 2006)

MARCO FILOSÓFICO

Los enfoques sobre el emprendimiento esbozan que no ayuda solo al crecimiento económico, sino además ayuda a la transformación social. Según Pastas (2019) indica que un emprendedor no solo da solución al problema, sino que promueve el desarrollo económico, ello repercute en el ámbito político. Además, Fernández (2012) sostiene que la Teoría de Stoke suscita que el emprendimiento nace de acciones económicas que se relaciona con la cultura social, por ello sería importante estudiar las condiciones políticas, económicas y sociales que apoyan el crecimiento de emprendedores y el impacto en el mundo empresarial y por ende en los indicadores económicos y sociales de una región y país.

Otro investigador como Drucker (1985) menciona que existe una relación entre la innovación dentro del emprendimiento, pero no logra vincular ambos en la situación de introducción de nuevo producto, proceso o servicio con la obtención de utilidades. Otros autores señalan que la innovación puede no funcionar, pero se debe seguir intentando hasta lograr el éxito esperado (Fernández, J., 2012). Esta apreciación es importante dado que no categoriza a este tipo de emprendedor que experimenta, por ello su abordamiento a este tipo de emprendedores sería relevante.

Por otro lado, Coon (2004) sostiene, que la escuela psicológicas sociales y sociológicas impulsan el proceso emprendedor y el éxito de la innovación y esta última es parte de la asunción de riesgos.

En definitiva, al emprendedor se le considera como una persona que estimula en sus semejantes una permanente transformación que permita valorar el desarrollo personal, la responsabilidad social y el crecimiento de las empresas en las que trabajan (Angeles, 2004).

Por lo tanto, es necesario que la universidad tome medidas para utilizar la iniciativa empresarial, es decir, el emprendedurismo, como eje para lograr la transdisciplinariedad, lo que puede dar lugar a un impacto social positivo en la comunidad universitaria. Sólo

de este modo podrán los graduados empresariales completar su proceso de formación con éxito (Clemente, 2013).

Un reto que las universidades deben superar en sus esfuerzos por desarrollar empresarios es determinar si tienen personal de enseñanza formado en metodologías de enseñanza-aprendizaje. para sensibilizar y motivar el desarrollo del emprendedurismo, además de contar con el ambiente organizacional para el fomento del espíritu emprendedor.

Según (Shollhammer, 1980), en la publicación titulado Formación emprendedora en el contexto de la Universidad Centro occidental, Lisandro Alvarado, señala que la relación entre las universidades y el espíritu empresarial ocupa un espacio significativo, obligando a repensar la nueva visión universitaria a la luz del desafío de desarrollar personas con particularidades y habilidades empresariales que promuevan los cambios de paradigmas en el proceso de la educación universitaria y respondan a las exigencias de una comunidad empresarial que busca talentos para nutrirlos.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

La investigación es del tipo básico, porque está orientado a lograr un nuevo conocimiento de manera sistemática y metódica con el objetivo de ampliar el conocimiento.

Respecto al diseño de investigación corresponde a un estudio descriptivo que se caracteriza por ser no experimental, cualitativo. Cuyo objetivo se centra en las vivencias de las personas dentro de un grupo, empresa o comunidad (Vara, A., 2010). Asimismo, para determinar el perfil de las características del emprendedor de los egresados se utilizó el diseño cuantitativo.

3.1. Investigación cualitativa

En el presente acápite se desarrolló la investigación cualitativa previa a la cuantitativa de las características conceptuales y ejecutoras de emprendimiento de los egresados de la carrera de ingeniería comercial de la Universidad Privada de Tacna y Universidad Jorge Basadre Grohmann de Tacna. El propósito de esta investigación es conocer a través de la realización de un grupo focal las características de emprendimiento tanto conceptual como ejecutora que tiene los egresados durante la aplicación de una entrevista semiestructurada de cinco preguntas para cada característica.

3.1.1 Grupo focal

Se realizó entrevistas a un grupo focal de 10 personas elegidas aleatoriamente en edades comprendidas entre los 28 y 45 años, con el objetivo de conocer las características conceptuales y ejecutoras de emprendimiento del egresado de la carrera de ingeniería comercial de la Universidad Privada de Tacna y Universidad Jorge Basadre Grohmann de Tacna.

Para la selección y organización del GF fueron considerados los criterios de inclusión y exclusión de los participantes, como factores de inclusión se consideró a egresados del último año de estudio 2018, que tengan voluntad de participación en la

investigación. Fueron excluidos del estudio los que estaban ausentes en el periodo establecido para la colecta de datos.

A continuación, se describe los nombres de las personas que formaron parte del grupo focal.

1. Samuel Márquez (45 años)
2. Evelyn Portugal (29 años)
3. Edwin Chambilla (32 años)
4. Diego Nieto (28 años)
5. Jorge Sarmiento (30 años)
6. Elvira Pérez (30 años)
7. Rodrigo Rojas (32 años)
8. Rodrigo Flores (34 años)
9. Patricia Ayca (36 años)
10. Margarita Botello (42 años)

Metodología para la aplicación de entrevistas al grupo focal

Una vez identificadas a las personas que decidieron voluntariamente ser parte del estudio, se les explicó los objetivos que persigue el mismo, haciendo énfasis en que se trata de caracterizar conceptual y ejecutoramente el emprendimiento de los egresados de las unidades de estudio.

Se consideró para las entrevistas del grupo focal aspectos como: estudio de mercado, planificación estratégica, conocimiento financiero, técnicas administrativas para las características de conocimiento de emprendedor y para las características ejecutoras se consideró a la trayectoria personal y laboral, motivos para crear empresa, planificación y administración y las percepciones. Variables que aportaron para evidenciar las características emprendedoras de los egresados que fueron parte del grupo focal.

Unidad de análisis

Tabla 4

Integrantes del grupo focal

Egresados	Número	Género	
		Femenino	Masculino
Universidad Privada de Tacna	5	1	4
Universidad Jorge Basadre Grohmann de Tacna	5	3	2

3.1.2 Focus Group

Para el focus group se estructuró un banco de preguntas utilizando la técnica de la entrevista semiestructurada a los egresados procedentes de la unidad de estudio, donde cada interrogante fue planteada en relación a los objetivos que persigue el estudio.

Las preguntas planteadas a cada uno de los entrevistados y los resultados esperados son los siguientes:

Esquema de preguntas

N°	Preguntas	Resultado esperado
Características conceptuales de emprendimiento		
1	¿Cuáles son los conocimientos de estudio de mercadeo que posee?	Conocer la iniciativa emprendedora como un motor de los sistemas basados en el mercado, que conduzca a la innovación como un nuevo mercado, nuevos bienes y/o servicios
2	¿Cree que es necesario tener conocimiento de planificación estratégica al momento de emprender?	Con base a la experiencia de los entrevistados, ante cada proyecto fija una visión y misión. Determina sus objetivos en distintos tiempos a fin de alcanza la visión.

3	¿Para emprender es necesario tener conocimientos financieros?	Conocer si tiene control de sus finanzas, llevando el control de las mismas. El punto de equilibrio y se pueda obtener utilidades finales
4	¿Respecto a las técnicas administrativas, conoce que estas son necesarias para un emprendimiento?	Se piensa conocer que el éxito de los emprendedores proviene de una mezcla entre habilidades internas y los factores externo como una combinación de fuerzas.
	Características ejecutoras de emprendimiento	
5	¿Cuál es su trayectoria personal y laboral?	El carácter interno del emprendedor está condicionado por su crianza y escolarización, común en los legados familiares y busca diversificar las actividades del negocio, creando nuevas unidades.
6	¿Cuáles fueron los motivos para crear una empresa?	Explica que los seres humanos tienen necesidad de tener éxito, está relacionado con la creación de una nueva empresa.
7	¿Cree necesario realizar actividades de planificación y administración dentro de la empresa?	Conocer la importancia de los recursos financieros, sociales y humanos, ya que el acceso a los recursos mejora la capacidad del individuo para detectar y actuar sobre las oportunidades descubiertas
8	¿Tiene la percepción como valor de su negocio o emprendimiento?	La percepción es una de las características asociadas con los emprendedores que tiende a ser impulsado por las oportunidades, la creatividad e innovación

Metodología de trabajo: El focus group realizado, fue analizado e interpretado mediante un análisis de contenido manual, el cual tiene su metodología de trabajo establecida como sigue a continuación.

a. Objetivo general y específico

b. Selección de material

-Unidad de análisis

-Unidad de registro

-Unidad de contenido

c. Categorización

d. Codificación

-Seleccionar los sujetos de análisis

-Clasificación y registro de los sujetos de análisis en sus respectivas diversas categorías

e. Interpretación de los resultados

3.1.3. Registro de información o unidad de registro

3.1.3.1. Entrevista a egresados (Características conceptuales de emprendimiento)

A. De la escuela de Ingeniería Comercial de la Universidad Privada de Tacna

Sujeto 1: S.M: Entrevistado. 45 años. Docente, posee un emprendimiento de guarderías en tres zonas de la ciudad, empresa inmobiliaria.

¿Cuáles son los conocimientos de estudio de mercadeo que posee?

Se debe llevar un itinerario para el proceso productivo y controlar el objetivo.

El conocimiento es clave para una investigación de mercados, despejar dudas con respecto a un nuevo producto o servicio por lanzar al mercado.

¿Cree que es necesario tener conocimiento de planificación estratégica al momento de emprender?

Misión es como deseo que sea el objetivo de la empresa y visión es en cuanto tiempo lo deseo.

Manejo de redes sociales en las actividades para dar a conocer la empresa por medio de influencers, ello da mucho impulso.

¿Para emprender es necesario tener conocimientos financieros?

Son básicos para poder tener idea y profundizar el tema financiero, se debe dar de forma pausada y ordenada los procedimientos de formalización de la empresa.

¿Respecto a las técnicas administrativas, conoce que estas son necesarias para un emprendimiento?

Conoce normas de calidad como ISO 90001 y cree que para cualquier microempresario es necesario llevar conocimiento de las pautas legales para no tener problemas a futuro.

Sujeto 2. E.P: Entrevistada. 29 años. Emprendedora, dueña de un fundo. Catadora de aceite de oliva

¿Cuáles son los conocimientos de estudio de mercadeo que posee?

Estoy estudiando maestría en investigación.

En la actualidad todos debemos investigar, actualizarnos sobre nuevas cosas.

¿Cree que es necesario tener conocimiento de planificación estratégica al momento de emprender?

Visión: a dónde quiere llegar la empresa

Misión: que quiere lograr ser

¿Para emprender es necesario tener conocimientos financieros?

Importantes para llevar un control adecuado dentro de la empresa

¿Respecto a las técnicas administrativas, conoce que estas son necesarias para un emprendimiento?

Conozco la ley de la no contaminación que es la RSE, ISO 9001.

Sujeto 3: E.CH: Entrevistado. 32 años. Dueño de una empresa de conductores de vehículos.

¿Cuáles son los conocimientos de estudio de mercadeo que posee?

Antes de estudiar la carrera tenía deseos de emprender sin un estudio de mercado

¿Cree que es necesario tener conocimiento de planificación estratégica al momento de emprender?

No tenía muy claro la misión y visión a un inicio ya que generó confusión.

¿Para emprender es necesario tener conocimientos financieros?

Es muy importante este conocimiento para no cometer errores y si esto sucede sean mínimos.

¿Respecto a las técnicas administrativas, conoce que estas son necesarias para un emprendimiento?

Se puede crear una empresa de forma empírica, pero si se tiene formación profesional es necesario poner en práctica

Sujeto 4: DN: Entrevistado. 28 años. Emprendedor, conduce la agencia de aduana de la familia.

¿Cuáles son los conocimientos de estudio de mercadeo que posee?

Es importante realizar un estudio de mercado, pero siento que me falta mayores recursos para iniciar un nuevo negocio

¿Cree que es necesario tener conocimiento de planificación estratégica al momento de emprender?

No conozco la estructura de plantear una visión y misión de la empresa, pero trato de imitar a otras del rubro.

¿Para emprender es necesario tener conocimientos financieros?

Conozco de la existencia de algunas plataformas financieras como el VAN, TIR, C/B.

¿Respecto a las técnicas administrativas, conoce que estas son necesarias para un emprendimiento?

Falta el control y seguimiento para el cumplimiento a cabalidad de las normas de calidad como parte de la técnica administrativa.

Sujeto 5: JS: Entrevistado. 30 años, posee una planta de procesamiento y es exportador de orégano convencional, ecológico y orgánico.

¿Cuáles son los conocimientos de estudio de mercadeo que posee?

Sé que existen herramientas importantes para un investigador que busque información en forma rápida.

¿Cree que es necesario tener conocimiento de planificación estratégica al momento de emprender?

Me permite saber a dónde voy y a donde quiero llegar y saber cómo está mi empresa y los clientes

¿Para emprender es necesario tener conocimientos financieros?

Es importante conocer para la toma de decisiones, determinar los costos de producción y exportación

¿Respecto a las técnicas administrativas, conoce que estas son necesarias para un emprendimiento?

Si no se conocen, se corre el riesgo de fracasar.

B. De la escuela de ingeniería comercial de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann de Tacna

Sujeto 6: EP: Entrevistada.30 años, posee una planta de procesamiento de aceituna de mesa.

¿Cuáles son los conocimientos de estudio de mercadeo que posee?

Emprendí un negocio sin un estudio de mercado porque pienso que es tedioso realizar el mismo.

¿Cree que es necesario tener conocimiento de planificación estratégica al momento de emprender?

Los conceptos de planificación estratégica como visión o misión no he considerado en mi empresa, pero me va bien como estoy

¿Para emprender es necesario tener conocimientos financieros?

Manejo algunos instrumentos financieros básicos como costos de producción

¿Respecto a las técnicas administrativas, conoce que estas son necesarias para un emprendimiento?

Aplico en el flujograma de la empresa

Sujeto 7: RR: Entrevistado.32 años, Posee una agencia de aduana y una empresa de manejo de vehículos.

¿Cuáles son los conocimientos de estudio de mercadeo que posee?

Estoy estudiando maestría en gestión empresarial para fortalecer los conocimientos en estudio de mercado

¿Cree que es necesario tener conocimiento de planificación estratégica al momento de emprender?

Es importante considerar la visión y misión de la empresa, pero no he considerado al iniciar el emprendimiento

¿Para emprender es necesario tener conocimientos financieros?

Manejo el Excel básico, falta saber el Excel financiero que me permita proyectar mis resultados.

¿Respecto a las técnicas administrativas, conoce que estas son necesarias para un emprendimiento?

Un aspecto que creo falta es el monitoreo, seguimiento y control de lo avanzado en la empresa

Sujeto 8: RF: Entrevistado.34 años, dueño de planta de procesamiento de uva, bodega de vinos y macerados además de un salón de eventos.

¿Cuáles son los conocimientos de estudio de mercadeo que posee?

No es mi fuerte, pero he intentado realizar para un emprendimiento nuevo a través de un plan de negocio

¿Cree que es necesario tener conocimiento de planificación estratégica al momento de emprender?

Me gustaría manejar mejor el alineamiento de la visión con los planes de producción de los productos que estoy desarrollando

¿Para emprender es necesario tener conocimientos financieros?

Tengo mi bodega, pero de ello se encarga el contador y me comunica permanentemente la parte económico-financiero

¿Respecto a las técnicas administrativas, conoce que estas son necesarias para un emprendimiento?

Desarrollo la delegación de funciones en mi ausencia porque me dedico a otros rubros de ventas

Sujeto 9: PA: Entrevistada.36 años, posee una granja avícola de aves de postura y fundo olivícola

¿Cuáles son los conocimientos de estudio de mercadeo que posee?

Emprendí sin un estudio de mercado, ahora tengo clientes en el extranjero

¿Cree que es necesario tener conocimiento de planificación estratégica al momento de emprender?

Es un aspecto importante que considero al momento de ver que rubro de producción puedo emprender y permita desmarcarme de la competencia

¿Para emprender es necesario tener conocimientos financieros?

Es importante para mi empresa dado que exporto productos de aceituna al exterior y por ende, estoy al tanto con el tipo de cambio e inversión en otro producto que genere mayor rentabilidad.

¿Respecto a las técnicas administrativas, conoce que estas son necesarias para un emprendimiento?

Una de las técnicas que más se practica es la capacitación en calidad, dado la característica de la producción es necesario conocer y aplicar las normas de calidad que estable la institución encargada.

Sujeto 10: MB: Entrevistada.42 años, posee un grifo de combustibles y minimarket.

¿Cuáles son los conocimientos de estudio de mercadeo que posee?

Creo necesario realizar un estudio de mercado, para evitar el riesgo de fracasar, por ello me protejo con otros ingresos

¿Cree que es necesario tener conocimiento de planificación estratégica al momento de emprender?

Pienso que es importante manejar la estructura de elaboración de la visión y misión de la empresa, pero imito a la competencia

¿Para emprender es necesario tener conocimientos financieros?

Conozco de la existencia de algunas plataformas financieras como Excel financiero, pero no me preocupo de aprender ya que cuento con un administrador y un contador en la empresa.

¿Respecto a las técnicas administrativas, conoce que estas son necesarias para un emprendimiento?

El control y seguimiento para el cumplimiento a cabalidad de las normas de calidad, la planificación y control son los pilares con los cuales me identifico.

3.1.2.2 Entrevista a egresados (Características ejecutoras de emprendimiento).

A. De la escuela de ingeniería comercial de la Universidad Privada de Tacna

Sujeto 1: S.M: Entrevistado. 45 años. Docente, posee un emprendimiento de guarderías en tres zonas de la ciudad, empresa inmobiliaria

Cuál es su trayectoria personal y laboral

Tengo 3 hermanos estudiantes

Cuáles fueron los motivos para crear una empresa

Porque estoy estudiando una maestría en Administración de empresas

¿Cree necesario realizar actividades de planificación y administración dentro de la empresa?

Si planifico y administro la empresa

¿Tiene la percepción como valor de su negocio o emprendimiento?

Se debe tener paciencia, actitud. Recibí apoyo de la familia y universidad

Sujeto 2: EP: Entrevistado. 29 años. Emprendedora, dueña de un fundo. Catadora de aceite de oliva

Cuál es su trayectoria personal y laboral

No tengo hermanos, trabajo solo en mi empresa

Cuáles fueron los motivos para crear una empresa

Recibí un curso por parte de la municipalidad

¿Cree necesario realizar actividades de planificación y administración dentro de la empresa?

Planifico y administro el tiempo, ya que la metodología de enseñanza aprendizaje es el adecuado

¿Tiene la percepción como valor de su negocio o emprendimiento?

Constancia, dedicación, problema de falta de clientes, recibo apoyo de la familia

Sujeto 3: E.CH: Entrevistado. 32 años. Dueño de una empresa de conductores de vehículos.

Cuál es su trayectoria personal y laboral

Tengo 3 hermanos, dos son administradores y uno es ingeniero comercial. Antes trabajé de mozo, recepcionista, ahora trabajo como asistente administrativo y jefe de ventas de mi empresa.

Cuáles fueron los motivos para crear una empresa

Generar ingresos y dar empleo a otras personas. Queremos el bienestar de la familia

¿Cree necesario realizar actividades de planificación y administración dentro de la empresa?

Los planes de actividades se realizan mensualmente, nos encargamos de diferentes proyectos. La metodología de E-A no es muy dinámica en la formación académica.

¿Tiene la percepción como valor de su negocio o emprendimiento?

Constante capacitación, no darse por vencido, creer en los objetivos.

Problemas de captación de mercado al inicio, recibí apoyo de la familia

Sujeto 4: DN: Entrevistado. 28 años. Emprendedor, conduce la agencia de aduana de la familia

Cuál es su trayectoria personal y laboral

He trabajado durante la carrera en pequeños trabajos y cuando terminé trabajé en la farmacia, luego asumí la conducción de la agencia de la familia.

Cuáles fueron los motivos para crear una empresa

Emprendí porque no me gusta depender de otros

¿Cree necesario realizar actividades de planificación y administración dentro de la empresa?

No somos especialistas ya que uno es más comercial y la otra es más administrativa

¿Tiene la percepción como valor de su negocio o emprendimiento?

Dificultad de capitalizar la empresa y acceder al crédito.

Sujeto 5: JS: Entrevistado.30 años, posee una planta de procesamiento y es exportador de orégano convencional, ecológico y orgánico.

¿Cuál es su trayectoria personal y laboral?

He sido camarero, he estado en una empresa de limpieza, he hecho de todo, cuidé a una anciana

Cuáles fueron los motivos para crear una empresa

Emprendiendo uno se desempeña en lo que le gusta.

¿Cree necesario realizar actividades de planificación y administración dentro de la empresa?

Necesito conocer la parte de gestión ya que de ello no he estudiado

¿Tiene la percepción como valor de su negocio o emprendimiento?

La familia juega un papel muy importante de soporte financiero en los primeros momentos del inicio de la empresa.

B. Entrevista a egresados de la escuela de ingeniería comercial de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann de Tacna (Características ejecutoras de emprendimiento)

Sujeto 6: EP: Entrevistada.30 años, posee una planta de procesamiento de aceituna de mesa.

Cuál es su trayectoria personal y laboral

Antes era dependiente mientras acababa la carrera, después de hacer las prácticas estuve llevando la publicidad de una marca aquí en la ciudad. Después de ello formé mi empresa.

Cuáles fueron los motivos para crear una empresa

La habilidad que tengo creo que es lo que me distingue de otra persona.

¿Cree necesario realizar actividades de planificación y administración dentro de la empresa?

Existe complementariedad, afinidad personal entre los miembros del equipo que hace que la atracción y el compromiso hacia el proyecto sean mayores

¿Tiene la percepción como valor de su negocio o emprendimiento?

Ganas de trabajar por un proyecto y luchar por ese proyecto

Sujeto 7: RR: Entrevistado.32 años, Posee una agencia de aduana y una empresa de manejo.

¿Cuál es su trayectoria personal y laboral?

Trabajaba y estudiaba, ahora estoy trabajando para mí.

¿Cuáles fueron los motivos para crear una empresa?

Me faltaba motivación, llevaba muchos años trabajando en lo mismo.

¿Cree necesario realizar actividades de planificación y administración dentro de la empresa?

Reconozco que la toma de decisiones es uno de los problemas más difíciles al que se enfrenta un empresario.

¿Tiene la percepción como valor de su negocio o emprendimiento?

La formación que da las universidades en todas las ramas, no solo gente que estudia ramas de la economía y empresas montan negocios

Sujeto 8: RF: Entrevistado.34 años, dueño de planta de procesamiento de uva, bodega de vinos y macerados además de un salón de eventos.

¿Cuál es su trayectoria personal y laboral?

Durante la carrera estuve de practicante ahora estoy emprendiendo con otros socios

¿Cuáles fueron los motivos para crear una empresa?

No tengo jefe, entonces puedo hacer lo que me da la gana, pero la responsabilidad es mayor.

¿Cree necesario realizar actividades de planificación y administración dentro de la empresa?

Lo más difícil es ejercer la democracia, la toma de decisiones democrática. En cambio, el empresario es dueño de sus decisiones

¿Tiene la percepción como valor de su negocio o emprendimiento?

Un elemento facilitador previo ha sido haber conocido el tema en asignaturas de creación de empresas.

Sujeto 9: PA: Entrevistada.36 años, posee una granja avícola de aves de postura y fundo olivícola

¿Cuál es su trayectoria personal y laboral?

Después de culminar la carrera emprendí un restaurante ahora me va bien.

¿Cuáles fueron los motivos para crear una empresa?

No depender de nadie me motiva

¿Cree necesario realizar actividades de planificación y administración dentro de la empresa?

La comunicación es una herramienta de gestión que las empresas utilizan, como las reuniones semanales.

¿Tiene la percepción como valor de su negocio o emprendimiento?

La afinidad con las personas con las que inicié ya que el proyecto empecé haciendo un proyecto en una asignatura de la carrera en creación de empresas

Sujeto 10: MB: Entrevistada. 42 años, posee un grifo de combustible y un minimarket

¿Cuál es su trayectoria personal y laboral?

Participé en cursos de emprendimiento en la universidad de donde procedo

¿Cuáles fueron los motivos para crear una empresa?

El hecho de ser yo mi propio jefe y ser responsable de mis actuaciones

¿Cree necesario realizar actividades de planificación y administración dentro de la empresa?

Se tiene reuniones periódicas así no haya problemas, es importante la comunicación

¿Tiene la percepción como valor de su negocio o emprendimiento?

La universidad ha facilitado servicios útiles como asesoría, plataforma publicitaria, apoyo emocional, contactos profesionales e institucionales.

3.1.4. Codificación

Unidad de muestreo: Entrevista

Unidad de registro: Verbatim (literal que expresa el entrevistado)

Unidad de contexto: Párrafo

Tabla 5*Codificación de los sujetos*

Dos letras mayúsculas	Iniciales del emprendedor
Cuatro números	Año de la entrevista
Dos letras mayúsculas	Iniciales del entrevistado
F o M	Género del entrevistado
Dos números	Edad del entrevistado
Dos números	Página de la transcripción de la entrevista
Dos números	Párrafo de la entrevista
Institución de donde procede el entrevistado	UPT-UNJBG

*Nota: Elaboración propia***3.1.5. Categorización de datos**

Con la categorización se rescata el sentido de la pregunta y respuestas de cada emprendedor, de tal manera de rescatar la idea central del entrevistado con referencia a cada interrogante planteada.

Tabla 6*Categorización de los datos*

CATEGORÍAS Y SU DEFINICIÓN	SUBCATEGORÍAS Y SU DEFINICIÓN
Conocimiento de características conceptuales de emprendimiento	Estudio de mercado Se plantea el proyecto de investigación formal para recopilar los datos primarios, donde el investigador indaga lo que los consumidores piensan o se comportan en determinadas circunstancias.
Responden a las competencias del SABER que todo emprendedor debe poseer para que inicie operaciones de manera satisfactoria y sea exitoso.	Planificación estratégica Se enmarca en el análisis interno y externos de la organización; la estructura del plan estratégico como visión, misión y los objetivos estratégicos
	Conocimiento financiero Se trata de la optimización de las finanzas tanto a nivel familiar como de objetivos económicos de un estado como inversión, PBI, deuda pública.
	Técnicas administrativas Se trata de las técnicas para dirigir al personal, coordinación de actividades, procedimientos y métodos administrativos.
Conocimiento de características ejecutoras de emprendimiento	Trayectoria personal y laboral Se refiere al conjunto de información relativa al desarrollo de los estudiantes en aspectos no académicos, con el propósito de ampliar la mirada para promover la implementación de acciones sistemáticas de aspectos no académicos que son fundamentales para una formación integral.
Son habilidades que el estudiante emprendedor manifiesta exclusivamente en la praxis. Son capacidades que, si bien un estudiante ya posee con anterioridad del inicio de su proceso de formación profesional, deben afianzarse y fortalecerse en el proceso académico de la carrera profesional	Motivos para crear empresa Establecen que existen motivaciones de tipo personal, incluye factores psicológicos, bienestar laboral, necesidades de independencia y deseo de riqueza que son decisivos en la decisión de ser emprendedor.
	Planificación y administración Comprende preveer actividades que permita el uso de eficiente y racional de los recursos disponibles
	Percepciones Tiene que ver con los valores y está relacionado con la cultura, estructura socioeconómica, educación y personas influyentes. Y son más proclives a crear empresa aquellas culturas que valoran los comportamientos ligados a los negocios, innovación y riesgos

Nota: Elaboración propia extraído de Hernández, M. 2016

3.1.6. Confiabilidad del sistema categoría-codificación

Tabla 7

Confiabilidad del sistema categoría-codificación

CATEGORÍAS Y SU DEFINICIÓN	SUBCATEGORÍAS Y SU DEFINICIÓN
<p>Conocimiento de características conceptuales de emprendimiento</p> <p>Responden a las competencias del SABER que todo emprendedor debe poseer para que inicie operaciones de manera satisfactoria y sea exitoso.</p>	<p>Estudio de mercado</p> <p>Se plantea el proyecto de investigación formal para recopilar los datos primarios, donde el investigador indaga lo que los consumidores piensan o se comportan en determinadas circunstancias.</p> <p>MT-2018-ECH-M-32-03-02-UPT <i>Antes de estudiar la carrera tenía deseos de emprender sin un estudio de mercado.</i></p> <p>MT-2018-EP-F-29-02-02-UPT <i>En la actualidad todos debemos investigar, actualizarnos sobre nuevas cosas.</i></p> <p>MT-2018-ECH-M-32-03-02-UPT <i>Antes de estudiar la carrera tenía deseos de emprender sin un estudio de mercado</i></p> <p>MT-2018-DN-M-28-04-02-UPT. <i>Es importante realizar un estudio de mercado, pero siento que me falta mayores recursos para iniciar un nuevo negocio</i></p> <p>MT-2018-EP-F-30-06-02-UNJBG <i>Emprendí un negocio sin un estudio de mercado porque pienso que es tedioso realizar el mismo.</i></p> <p>MT-2018-RF-M-34-08-02-UNJBG <i>Emprendí sin un estudio de mercado, ahora tengo clientes en el extranjero.</i></p>
	<p>Planificación estratégica</p> <p>Se enmarca en el análisis interno y externos de la organización; la estructura del plan estratégico como visión, misión y los objetivos estratégicos</p> <p>MT-2018-SM-M-45-01-04-UPT <i>Conozco que la misión es como deseo que sea el objetivo de la empresa y visión es en cuanto tiempo lo deseo.</i></p> <p>MT-2018-ECH-M-32-03-03-UPT <i>No tenía muy claro la misión y visión a un inicio ya que generó confusión.</i></p> <p>MT-2018-DN-M-28-04-03-UPT <i>No conozco la estructura de plantear una visión y misión de la empresa, pero trato de imitar a otras del rubro.</i></p> <p>MT-2018-EP-F-30-06-03-UNJBG <i>Los conceptos de planificación estratégica como visión o misión no he considerado en mi empres, pero me va bien como estoy</i></p> <p>MT-2018-RR-M-32-07-03-UNJBGEs <i>importante considerar la visión y misión de la empresa, pero no he considerado al iniciar el emprendimiento.</i></p> <p>MT-2018-RF-M-34-08-03-UNJBG. <i>Me gustaría manejar mejor el alineamiento de la visión con los planes de producción de los productos que estoy desarrollando</i></p>

MT-2018-RF-M-34-08-03-UNJBG *Pienso que es importante manejar la estructura de elaboración de la visión y misión de la empresa, pero imito a la competencia*

Conocimiento financiero

Se trata de la optimización de las finanzas tanto a nivel familiar como de objetivos económicos de un estado como inversión, PBI, deuda pública.

MT-2018-EP-F-29-02-05-UPT *Importantes para llevar un control adecuado dentro de la empresa.*

MT-2018-DN-M-28-04-04-UPT *Conozco de la existencia de algunas plataformas financieras como el VAN, TIR, C/B.*

MT-2018-JS-M-20-05-04-UPT *Es importante conocer para la toma de decisiones, determinar los costos de producción y exportación.*

MT-2018-RR-M-32-07-04-UNJBG *Manejo el Excel básico, falta saber el Excel financiero que me permite proyectar mis resultados.*

MT-2018-RF-M-34-08-04-UNJBG *Es importante para mi empresa dado que exporto productos de aceituna al exterior, por ende, estoy al tanto con el tipo de cambio e inversión en otro producto que genere mayor rentabilidad.*

Técnicas administrativas

Se trata de las técnicas para dirigir al personal, coordinación de actividades, procedimientos y métodos administrativos.

MT-2018-SM-M-45-01-07-UPT *Conoce normas de calidad como ISO 90001 y cree que para cualquier microempresario es necesario llevar conocimiento de las pautas legales para no tener problemas a futuro.*

MT-2018-DN-M-28-04-05-UPT *Falta el control y seguimiento para el cumplimiento a cabalidad de las normas de calidad como parte de la técnica administrativa.*

MT-2018-EP-F-30-06-05-UNJBG *Aplico en el flujograma de la empresa.*

MT-2018-RF-M-34-08-05-UNJBG *Desarrollo la delegación de funciones en mi ausencia porque me dedico a otros rubros de ventas*

Trayectoria personal y laboral

Se refiere al conjunto de información relativa al desarrollo de los estudiantes en aspectos no académicos, con el propósito de ampliar la mirada para promover la implementación de acciones sistemáticas de aspectos no académicos que son fundamentales para una formación integral.

Conocimiento de características ejecutoras de emprendimiento Son habilidades que el estudiante emprendedor	MT-2018-SM-M-45-11-02-UPT <i>Tengo 3 hermanos estudiantes.</i> MT-2018-ECH-M-32-13-02-UPT <i>Tengo 3 hermanos, dos son administradores y uno es ingeniero comercial. Antes trabajé de mozo, recepcionista, ahora trabajo como asistente administrativo y jefe de ventas de mi empresa.</i>
--	---

manifiesta exclusivamente en la praxis. Son capacidades que, si bien un estudiante ya posee con anterioridad del inicio de su proceso de formación profesional, deben afianzarse y fortalecerse en el proceso académico de la carrera profesional	MT-2018-DN-M-28-14-02-UPT	<i>He trabajado durante la carrera en pequeños trabajos y cuando terminé trabajé en la farmacia, luego asumí la conducción de la agencia de la familia.</i>
	MT-2018-JS-M-30-15-02-UPT	<i>He sido camarero, he estado en una empresa de limpieza, he hecho de todo, cuidé a una anciana</i>
	MT-2018-EP-F-30-16-02-UNJBG	<i>Antes era dependiente mientras acababa la carrera, después de hacer las prácticas estuve llevando la publicidad de una marca aquí en la ciudad. Después de ello formé mi empresa</i>
	MT-2018-RR-M-32-17-02-UNJBG.	<i>Trabajaba y estudiaba, ahora estoy trabajando para mí.</i>
	MT-2018-RF-M-34-18-02-UNJBG.	<i>Durante la carrera estuve de practicante ahora estoy emprendiendo con otros socios.</i>
	MT-2018-MB-F-42-20-02-UNJBG.	<i>Participé en cursos de emprendimiento en la universidad de donde procedo</i>

Motivos para crear empresa

Establecen que existen motivaciones de tipo personal, incluye factores psicológicos, bienestar laboral, necesidades de independencia y deseo de riqueza que son decisivos en la decisión de ser emprendedor.

MT-2018-SM-M-45-11-03-UPT *Porque estoy estudiando una maestría en Administración de empresas.*

MT-2018-EP-F-29-12-03-UPT *Recibí un curso de emprendimiento por parte de la municipalidad.*

MT-2018-ECH-M-32-13-03-UPT *Generar ingresos y dar empleo a otras personas. Queremos el bienestar de la familia.*

MT-2018-DN-M-28-14-03-UPT *Emprendí porque no me gusta depender de otros*

MT-2018-JS-M-30-15-03-UPT *Emprendo, porque uno se desempeña en lo que le gusta.*

MT-2018-EP-F-30-16-03-UNJB. *La habilidad que tengo creo que es lo que me distingue de otra persona.*

MT-2018-RR-M-32-17-03-UNJBG. *Llevaba muchos años trabajando en lo mismo. Quería hacer otra cosa.*

MT-2018-RF-M-34-18-03-UNJBG. *No tengo jefe, entonces puedo hacer lo que me da la gana, pero la responsabilidad es mayor.*

MT-2018-MB-F-42-20-03-UNJBG *El hecho de ser yo mi propio jefe y ser responsable de mis actuaciones.*

Planificación y administración

Comprende preveer actividades que permita el uso de eficiente y racional de los recursos disponibles

MT-2018-SM-M-45-11-04-UPT *Si planifico y administro la empresa*

MT-2018-EP-F-29-12-04-UPT. *Planifico y administro el tiempo, y los recursos humanos.*

-
- MT-2018-ECH-M-32-13-04-UPT Los planes de actividades se realizan mensualmente, nos encargamos de diferentes proyectos. La metodología de E-A *al respecto no es muy dinámica en la formación académica, tuve ciertas falencias al inicio.*
- MT-2018-DN-M-28-14-04-UPT *No somos especialistas ya que un aspecto es más comercial y la otra es más administrativa.*
- MT-2018-JS-M-30-15-04-UPT *Necesito conocer la parte de gestión ya que ello no he estudiado.*
- MT-2018-EP-F-30-16-04-UNJBG. *Existe complementariedad, afinidad personal entre los miembros del equipo que hace que la atracción y el compromiso hacia el proyecto sean mayores.*
- MT-2018-RR-M-32-17-04-UNJBG *Reconozco que la toma de decisiones es uno de los problemas más difíciles al que se enfrenta un empresario.*
- MT-2018-RF-M-34-18-04-UNJBG. *Lo más difícil es ejercer la democracia, la toma de decisiones democrática. En cambio, el empresario es dueño de sus decisiones.*
- MT-2018-PA-F-36-19-04-UNJBG. *La comunicación es una herramienta de gestión que las empresas utilizan, como las reuniones semanales.*
- MT-2018-MB-F-42-20-04-UNJBG. *Se tiene reuniones periódicas así no haya problemas, es importante la comunicación.*
-

Percepciones

Tiene que ver con los valores y está relacionado con la cultura, estructura socioeconómica, educación y personas influyentes. Y son más proclives a crear empresa aquellas culturas que valoran los comportamientos ligados a los negocios, innovación y riesgos

MT-2018-SM-M-45-11-05-UPT *Se debe tener paciencia, actitud. Recibí apoyo de la familia y universidad*

MT-2018-EP-F-29-12-05-UPT. *Constancia, dedicación, problema de falta de clientes, recibo apoyo de la familia*

MT-2018-ECH-M-32-13-05-UPT *Constante capacitación, no darse por vencido, creer en los objetivos.*

Problemas de captación de mercado al inicio, recibí apoyo de la familia

MT-2018-ECH-M-32-13-05-UPT *Constante capacitación, no darse por vencido, creer en los objetivos.*

MT-2018-JS-M-30-15-05-UPT *La familia juega un papel muy importante de soporte financiero en los primeros momentos del inicio de la empresa.*

MT-2018-EP-F-30-16-05-UNJBG. *Ganas de trabajar por un proyecto y luchar por ese proyecto.*

MT-2018-RR-M-32-17-05-UNJBG. *La formación que da las universidades en todas las ramas, no solo gente que estudia ramas de la economía y empresas montan negocios*

MT-2018-RF-M-34-18-05-UNJBG. *Un elemento facilitador previo ha sido haber conocido el tema en asignaturas de creación de empresas.*

MT-2018-PA-F-36-19-05-UNJBG. *La afinidad con las personas con las que inicié ya que el proyecto empecé haciendo un proyecto en una asignatura de la carrera en creación de empresas.*

MT-2018-MB-F-42-20-05-UNJBG. *La universidad ha facilitado servicios útiles como asesoría, plataforma publicitaria, apoyo emocional, contactos profesionales e institucionales.*

Nota: Elaboración propia

Conclusiones de las entrevistas (Inferencia)

A. Después de registrar y categorizar la información, se ha llegado a las siguientes conclusiones.

A.1 Respecto a los egresados de la UPT en cuanto a características conceptuales de emprendimiento.

Están en la capacidad de analizar la situación y obtener datos específicos del problema considerado como elementos clave para el inicio de un **estudio de mercado**. Realiza un análisis interno y externo de una organización, como estructurar un plan estratégico.

Induce al emprendedor adelantar en esa dirección en permanente descubrimiento de elementos a través de su experiencia y su desarrollo; el llegar a “conocer”, lo que antes no “conocía”, y llegar a “saber” lo que antes no “sabía” en el alcance de sus propósitos.

En cuanto a **conocimientos financieros** estos se enfocan más al conocimiento de las finanzas privadas como factor de toma de decisiones.

Respecto al **conocimiento de técnicas administrativas** está enfocado a estructurar planes de actividades relacionados a la calidad de servicio, así como de dirección de personal.

A.2 En cuanto a los egresados provenientes de la UNJBG respecto a las características conceptuales de emprendimiento;

Respecto al **conocimiento de estudios de mercadeo** analiza la situación y obtiene datos específicos del problema.

Analizan interna y externamente una empresa, así como estructuran el plan estratégico.

Tienen **conocimientos financieros** relacionados con las finanzas privadas como un componente significativo de un proyecto empresarial; este conocimiento le sirve como una herramienta fundamental de un proyecto emprendedor.

En cuanto a **técnicas administrativas**, estos planifican actividades de producción, control, de ventas y capacitación de recurso humano en calidad.

B. Respecto a los conocimientos de las características ejecutoras de emprendimiento

B.1 De los egresados de la UPT

El conocimiento de **trayectoria personal y laboral** es independiente y variada.

El **conocimiento motivacional** para crear empresa se enfoca en los motivos personales y en alguna ocasión relacionado con la oportunidad.

En cuanto a **conocimientos de planificación y administración**, estos planifican y administran, comprenden prever y decidir hoy las acciones que transformarán la situación actual en una situación futura deseable y posible, utilizando eficiente y racionalmente los recursos disponibles.

En cuanto a **conocimiento de percepción** se observa que este tiene una percepción de conveniencia que tienen que ver con los valores y son resultado de la cultura, estructura socioeconómica, familia, educación, pares y personas influyentes. (Marulanda, F; Montoya, I; Vélez, J., 2019) Afirman que son más propensas a la creación de empresas aquellas culturas que valoran los comportamientos asociados a los negocios, como la independencia, la innovación y la toma de riesgos.

B.2 De los egresados de la UNJBG

En cuanto a **conocimiento de trayectoria personal y laboral** este se encamina en independiente única y variada.

Respecto al **conocimiento de motivación** para crear empresa se observa que la motivación es del tipo personal y en algún caso relacionado con la experiencia laboral.

Los egresados tienen un **conocimiento de percepción** reflejado como de conveniencia y en menor grado de factibilidad.

3.2. Investigación cuantitativa

3.2.1. Análisis de datos

Se utilizó la técnica de encuesta asimismo como instrumento se empleó el cuestionario que permitirá ilustrar el perfil del emprendedor, se empleó un cuestionario de 30 ítems con escala de Lickert y puntuación de 1 al 5 con alternativas que van desde totalmente en desacuerdo hasta totalmente de acuerdo (ver apéndice B, C y D).

Para el tratamiento de los datos del cuestionario se organizó y tabuló los datos.

El análisis de datos para el cuestionario se empleó la estadística descriptiva que se presentaron en tablas y figuras estadísticas.

3.2.2 Encuesta a egresados

A continuación, se muestra el formato de encuesta aplicado a los egresados (Ver apéndice C).

3.2. Población y/o muestra de estudio

3.2.2. Población

El universo poblacional estuvo conformado por 150 egresados de la carrera profesional de Ingeniería Comercial de la facultad de Ciencias empresariales de la Universidad Privada de Tacna y de la facultad de Ciencias Jurídicas y Empresariales de la UNJBG respectivamente. La información se obtuvo mediante el contacto directo con las instituciones en mención. Cabe destacar que la determinación de esta población es porque todos los elementos presentaron características homogéneas.

3.2.3. Muestra

Se realizó a través de un muestreo no probabilístico e intencional, donde se considera como factores de inclusión a egresados del último año de estudio 2018, que tengan voluntad de participación en la investigación. Cabe resaltar que los estudiantes

serán seleccionados dada la conveniente accesibilidad, proximidad y rapidez de vinculación de estos sujetos por parte del equipo investigador al momento de realizar la recolección de los datos.

Se obtuvo como muestra representativa a 20 egresados de la carrera profesional de Ingeniería Comercial de ambas universidades de la región Tacna. Ello para disminuir la variabilidad de la variable que se medirá durante la ejecución de la investigación. Mientras más atributos se atribuya a la población, más pequeña será la población a muestrear y será más homogénea (Hernández Sampieri, 2014).

3.2.4. Instrumento de investigación

Se aplicó el cuestionario a los egresados, el cual fue un derivado de la investigación de McClelland & McBer y posteriormente normalizado a nivel mundial por la agencia alemana de cooperación técnica y actualmente es utilizada para la evaluación de las características emprendedoras personales (CEPS) contiene preguntas cerradas que sirven para medir la actitud hacia algo (Hernández et al 2001). Como se mencionó anteriormente este test se basa en la investigación de David McClelland, acerca del comportamiento emprendedor, tiene 30 ítems, con la escala de valoración Likert de cinco puntos donde: 1. Totalmente en desacuerdo, 2. Muy en desacuerdo, 3. Neutro, 4. Muy de acuerdo, 5. Totalmente de acuerdo. Este cuestionario se encuentra completo en los anexos del presente trabajo de investigación, donde aborda aspectos de necesidades de logro, buscar oportunidades o iniciativas, exigir eficiencia y calidad, cumplir compromisos, necesidad de planificación, fijar metas entre otros.

Para afirmar la validez del instrumento, se realizó el método de juicio de expertos, para el cual se escogió a tres expertos en el tema de emprendimiento. En cuanto a la confiabilidad del instrumento, se aplicó el Coeficiente Alfa de Cronbach, que mide el grado de consistencia del instrumento.

Tabla 8*Estadísticas de fiabilidad*

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
0,748	0,845	30

Nota: SPSS versión 24

En la tabla 8 se muestra el coeficiente de confiabilidad del cuestionario de evaluación del perfil de características del emprendedor. El estadístico es de 0,845, lo que refleja una consistencia interna buena y confiable de acuerdo con George y Mallery (2003) sugieren las recomendaciones siguientes para evaluar los coeficientes de alfa de Cronbach.

- Coeficiente alfa >0,9 es excelente
- Coeficiente alfa >0,8 es bueno
- Coeficiente alfa >0,7 es aceptable
- Coeficiente alfa >0,6 es cuestionable
- Coeficiente alfa >0,5 es pobre
- Coeficiente <0,5 es inaceptable

3.2.5. Procedimiento de recolección de datos

La recolección de datos se llevó a cabo en dos etapas: La primera etapa, se basó en la investigación de fuentes primarias, consultando libros y material encontrado en internet y en la segunda etapa se aplicó un cuestionario para medir el perfil de las características del emprendedor.

Par el análisis de datos del estudio cuantitativo, se utilizó el software estadístico SPSS en versión 24, esta labor se realizó mediante tablas de frecuencia y gráficos de barras con sus correspondientes análisis e interpretaciones.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1. Presentación de los resultados

Establecimiento del perfil de características de emprendedor de los alumnos egresados de la carrera profesional de Ingeniería Comercial de la Universidad Privada de Tacna y la Universidad Jorge Basadre Grohmann de Tacna.

Se presenta los resultados de la variable en estudio en su forma general y posteriormente considerando su correspondiente dimensión para los egresados de la carrera profesional de ingeniería comercial de ambas universidades.

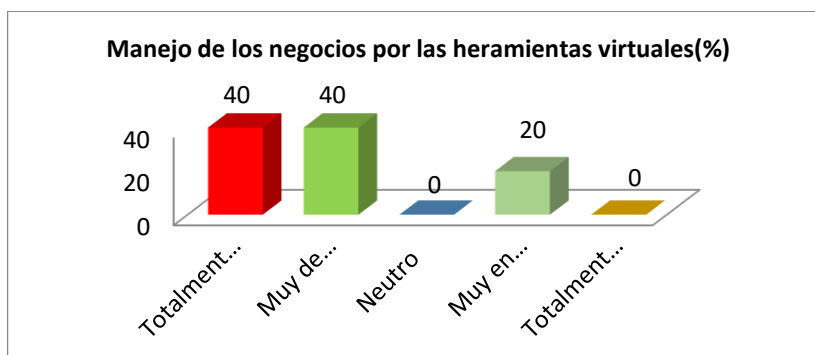
Se ha tipificado las características empresariales con las siguientes características.

- Ausencia de perfil empresarial
- Neutralidad del perfil empresarial
- Presencia del perfil empresarial

Luego de tabular los datos obtenidos a través de las encuestas a los egresados emprendedores se puede interpretar algunos aspectos que pudieron dar mayor importancia al perfil de emprendimiento. Todo en con el objeto de obtener el correspondiente perfil empresarial de los egresados.

Figura 4

Manejo de negocios por herramientas virtuales

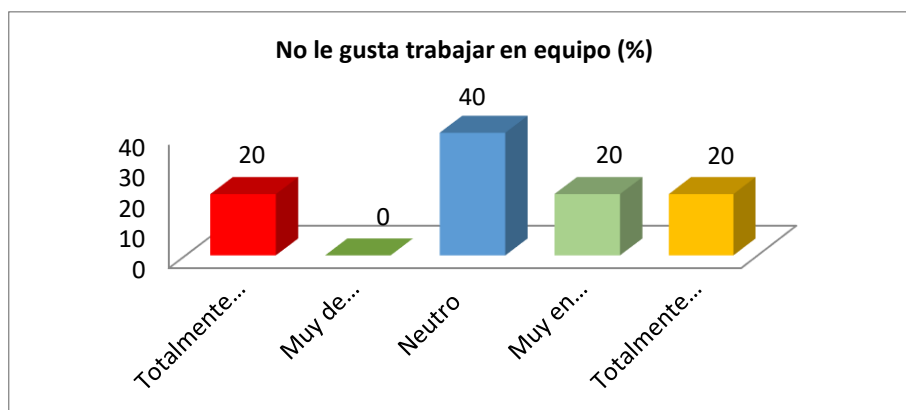


Nota: Elaboración propia

Según la figura 3, el 40 % de los encuestados está totalmente de acuerdo en que la gestión de negocios a través de herramientas virtuales es más ventajosa que desventajosa. Asimismo, otro 40 % está muy de acuerdo y el 20 % está muy en desacuerdo con esta característica. Ello implica que los emprendedores están integrados en una estructura de redes sociales lo que da apertura a oportunidades para conformar una empresa nueva, de igual forma para generar un vínculo fuerte con los proveedores de recursos que faciliten su adquisición de recursos (Terán, E. & Guerrero, A., 2020)

Figura 5

No le gusta trabajar en equipo porque los objetivos no coinciden con la de los demás

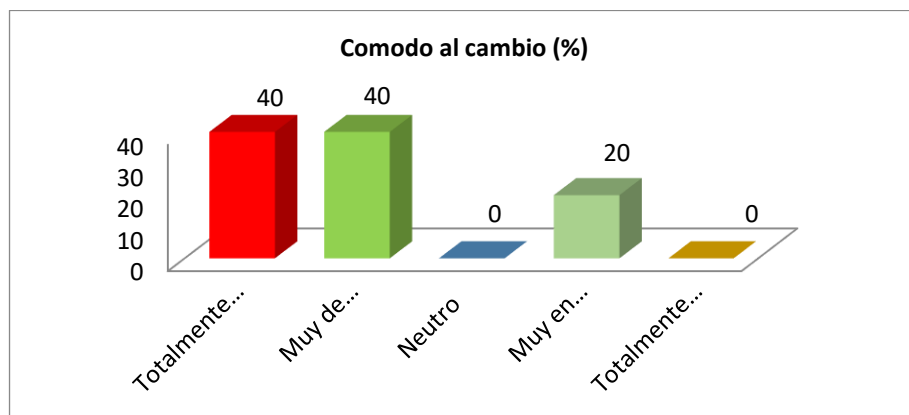


Nota: Elaboración propia

En la figura 4 se ve que al 40 % de encuestados le es indiferente trabajar en equipo, el 20 % está totalmente de acuerdo y el otro 20 % está muy en desacuerdo de trabajar en equipo. Según Terán (2020) esta característica está muy ligado a la teoría del emprendimiento desde el punto de vista social en especial a la teoría antropológica, ya que para que alguien inicie una empresa los contextos socio culturales influyen en sus actitudes emprendedoras, ya que reflejan complejidades étnicas, sociales particulares en los individuos.

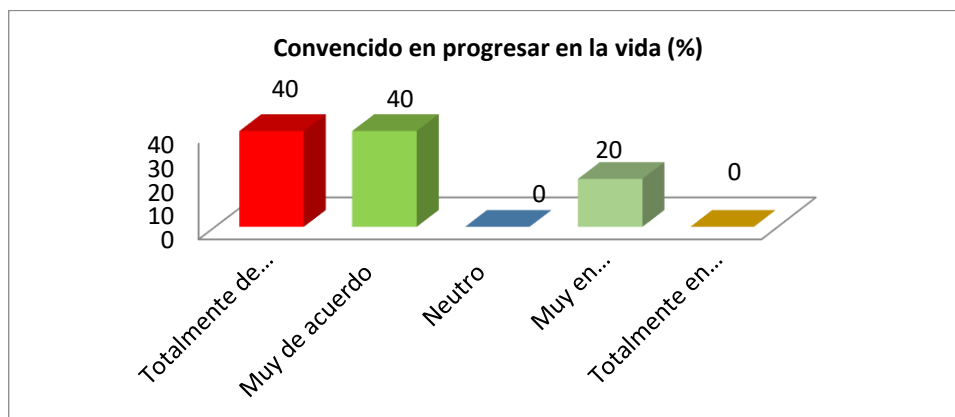
Figura 6

Cómodo al cambio

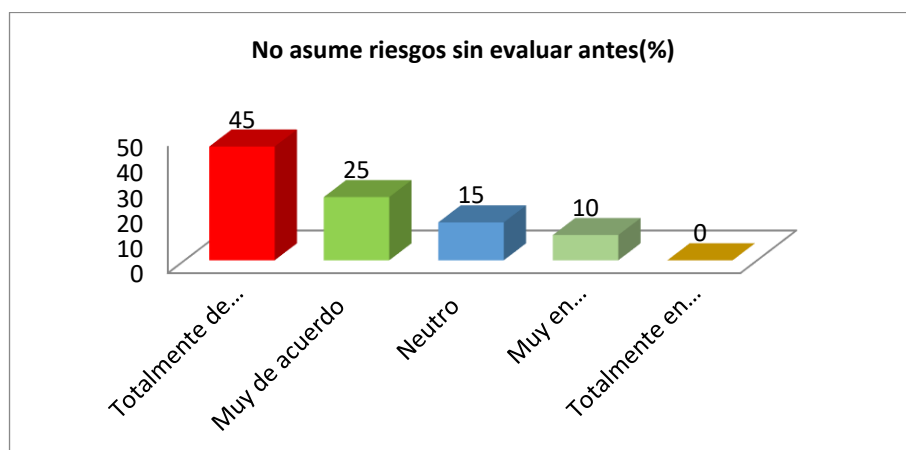


Nota: Elaboración propia

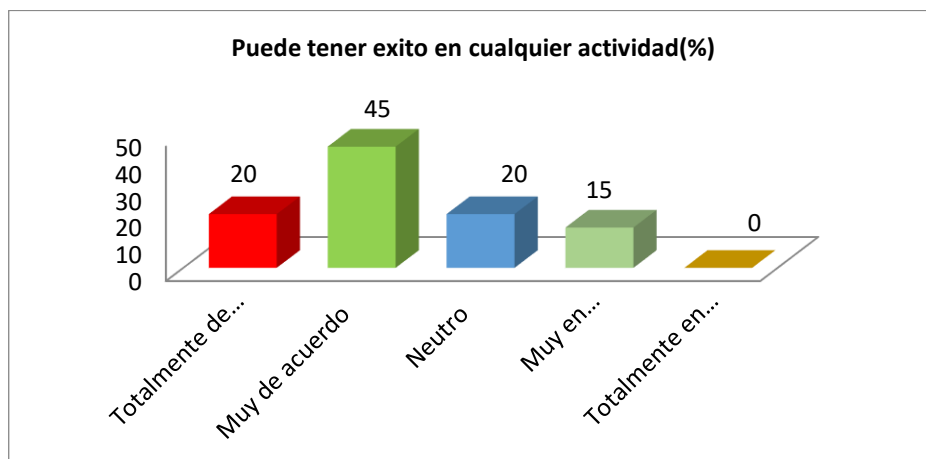
En la figura 5 se observa que al 40 % de encuestados está totalmente de acuerdo con el cambio, el otro 40 % está muy de acuerdo y el 20 % está muy en desacuerdo. Este resultado está muy ligado a la teoría del cambio social, donde se supone que la creatividad del emprendedor es el elemento clave de la transformación social y por ende el crecimiento económico. Algunos autores señalan que el cambio social y el progreso tecnológico ha llevado a generar una nueva clase emprendedora de distintas comunidades. (Angeles, 2004).

Figura 7*Progreso en la vida**Nota: Elaboración propia*

En la figura 6 se observa que al 40 % de encuestados está totalmente de acuerdo con progreso en la vida, el otro 40 % está muy de acuerdo y el 20 % está muy en desacuerdo. Las personas deben ser capaces de tomar decisiones a partir de un escenario cambiante, donde el éxito o fracaso es una constante, en el caso de estudio se observa que los egresados están convencidos en para lograr su progreso deben afrontar riesgos.

Figura 8*Riesgos sin evaluar antes**Nota: Elaboración propia*

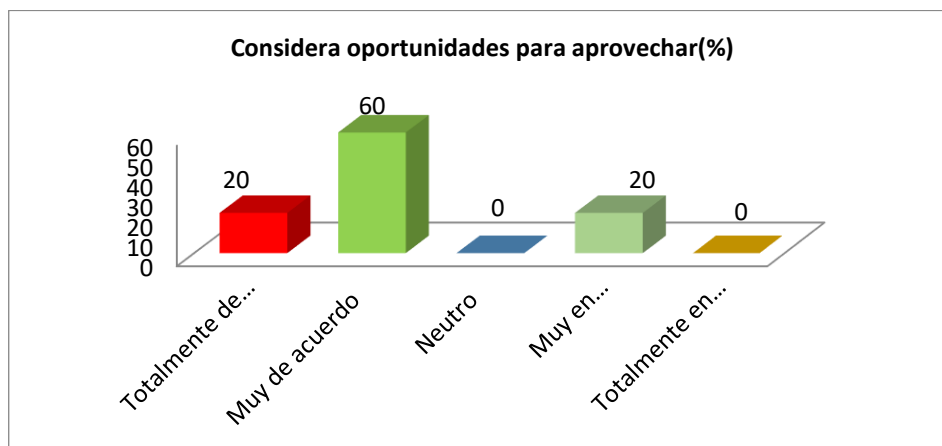
En la figura 7 se observa que al 45 % de encuestados está totalmente de acuerdo en no asumir riesgos sin evaluar antes, el 25 % está muy de acuerdo, el 15 % manifiesta en forma neutra y el 10 % está muy en desacuerdo. Se observa que los egresados en su mayoría no asumen riesgos sin evaluar las ventajas y desventajas, lo que implica que hay un alto nivel de autoconfianza en las actividades que se propongan.

Figura 9*Éxito en cualquier actividad**Nota: Elaboración propia*

En la figura 8 se observa que el 45 % de encuestados está muy de acuerdo con que puede tener éxito en cualquier actividad, el 20 % está totalmente de acuerdo, el 20 % responde en forma neutra y el 15 % manifiesta estar muy en desacuerdo. Respecto a esta autoconfianza que los egresados demuestran genera seguridad ante los riesgos lo cual es importante cuando se quiera implementar un plan de emprendimiento empresarial, ello contribuirá a afrontar cualquier imprevisto que se pudiera presentar.

Figura 10

Considera oportunidades para aprovechar

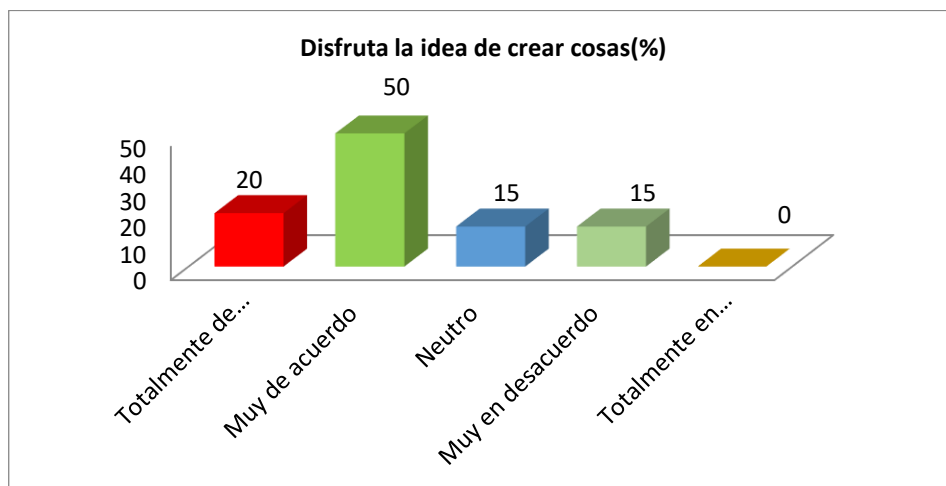


Nota: Elaboración propia

En la figura 9 se observa que el 60 % de encuestados señala que está muy de acuerdo con que considera oportunidades para aprovechar, el 20 % está totalmente de acuerdo y el 20 % manifiesta estar muy en desacuerdo. Estos valores reflejan según Terán (2020) un acercamiento a la teoría de las oportunidades donde explica que los emprendedores no originan cambios, sino que explotan oportunidades que crean.

Figura 11

Disfruta la idea de crear cosas

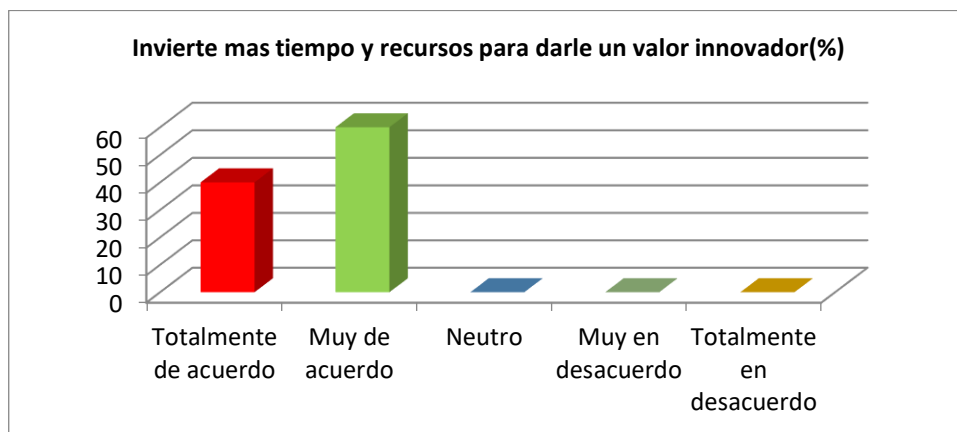


Nota: Elaboración propia

En la figura 10 se observa que el 50 % de encuestados señala que está muy de acuerdo con disfrutar la idea de crear cosas, el 20 % está totalmente de acuerdo y el 15 % manifiesta estar muy en desacuerdo y el otro 15 % responde en forma neutra. Las ideas que se generan al momento de una propuesta empresarial debe contemplar un plan de contingencia que haga frente a cualquier amenaza del desarrollo del proyecto empresarial. Aspecto muy ligado a la teoría del ingenio personal para lograr el crecimiento y desarrollo de la iniciativa emprendedora.

Figura 12

Invierte más tiempo y recursos para darle un valor innovador

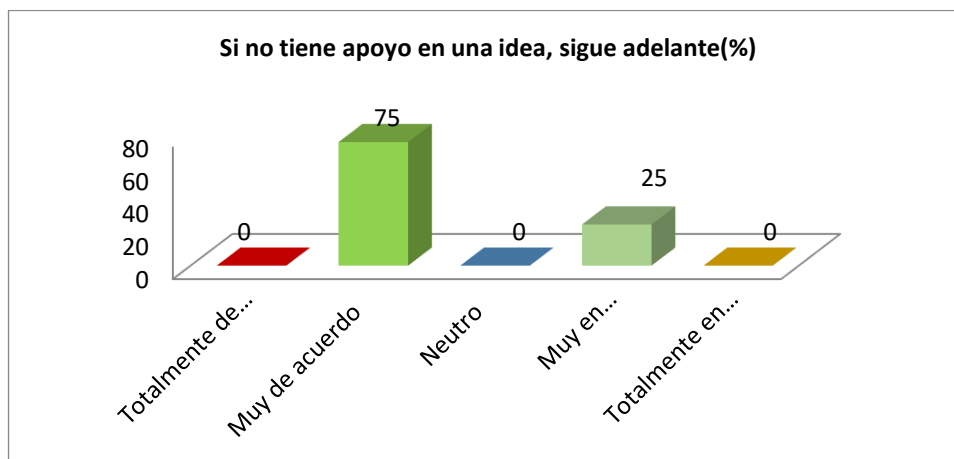


Nota: Elaboración propia

En la figura 11 se observa que el 60 % de encuestados señala que está muy de acuerdo con invertir más tiempo y recursos para darle un valor innovador, y el 40 % está totalmente de acuerdo. El egresado demuestra en su mayoría una conexión con la capacidad de identificar oportunidades ya que logra visionar nuevos productos, procesos y lo que es más se arriesga a poner en marcha una iniciativa sin tener en cuenta los recursos actuales.

Figura 13

Si no tiene apoyo en una idea, sigue adelante

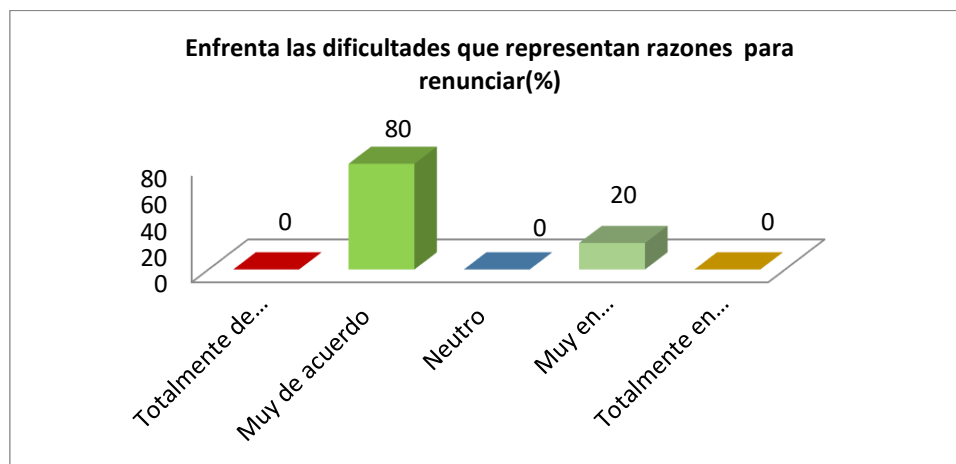


Nota: Elaboración propia

En la figura 12 se observa que el 75 % de los encuestados menciona que está muy de acuerdo cuando no tiene apoyo en una idea éste sigue adelante y el 25 % está muy en desacuerdo con el mismo. Esta respuesta se vincula muy de cerca con la teoría de la psicología en particular con el lugar de control, donde sostiene que el éxito del emprendedor proviene de sus propias habilidades y además del apoyo del exterior.

Figura 14

Enfrenta las dificultades que representan razones para renunciar

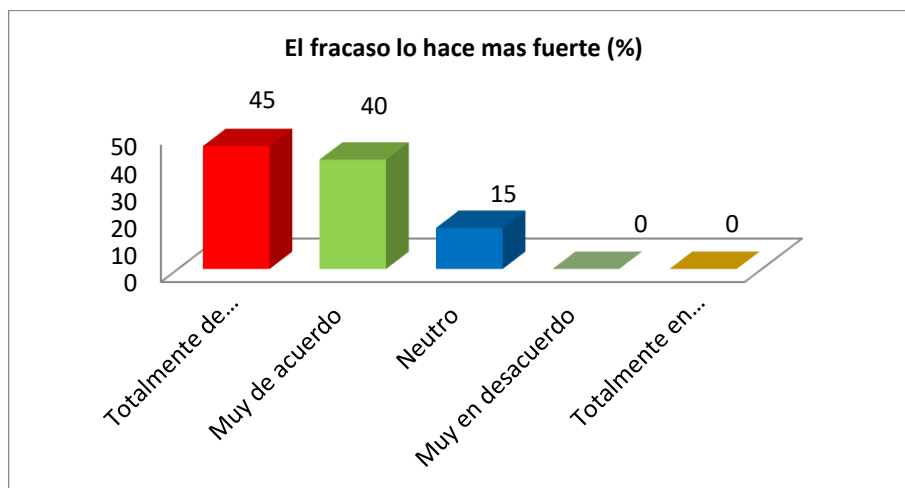


Nota: Elaboración propia

En la figura 13 se ve que el 80 % de los encuestados manifiesta que enfrenta las dificultades que representan razones para renunciar y el 20 % está muy en desacuerdo en ello. Es una cualidad muy importante del emprendedor que se relaciona con la teoría de la necesidad del logro, lo que implica que se exhibe un comportamiento un tanto amante del riesgo.

Figura 15

El fracaso lo hace más fuerte

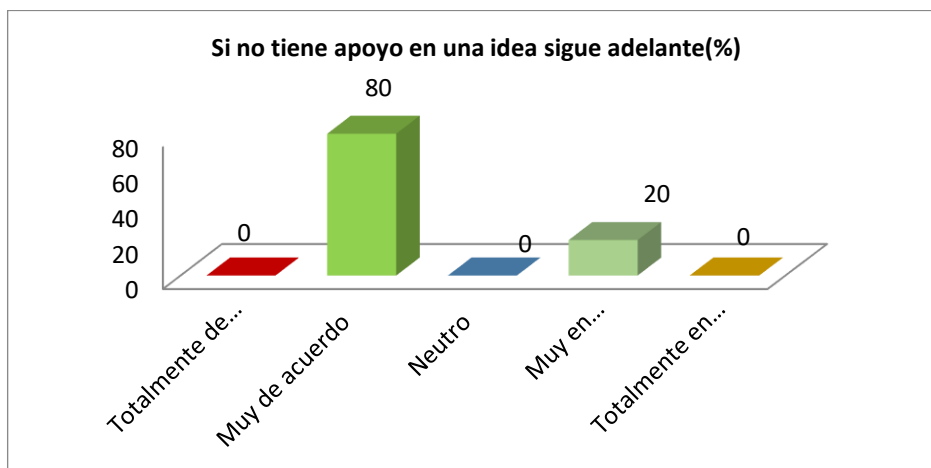


Nota: Elaboración propia

En la figura 14 se ve que el 45 % de los encuestados revela estar totalmente de acuerdo con que el fracaso lo hace más fuerte, el 40% está muy de acuerdo y el 15 % responde en forma neutra. El emprendedor demuestra que tiene una cualidad estable que lo hace un emprendedor optimista, emocionalmente resiliente, demuestra perseverancia con deseos de sobresalir.

Figura 16

No tiene apoyo en una idea sigue adelante

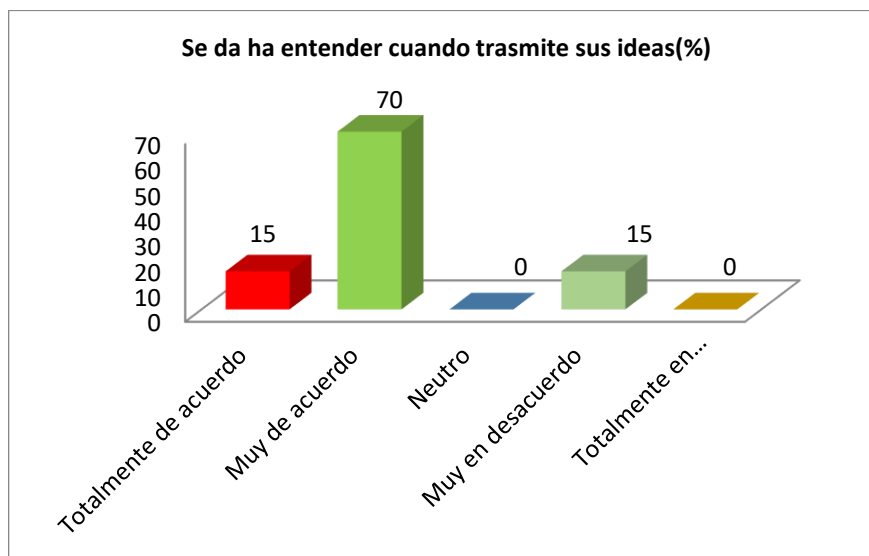


Nota: Elaboración propia

En la figura 15 se ve que el 80 % de los encuestados señala estar muy de acuerdo con que si no tiene apoyo en una idea sigue adelante, el 20 % está muy de desacuerdo. Pinchot (1999) introdujo el término “espíritu empresarial” y se refiere a aquellos emprendedores que trabajan dentro de las organizaciones. Para él es el espíritu empresarial lo que hace que los empleados tengan iniciativas para realizar nuevos proyectos y negocios. También se les conoce como los intraemprendedores pues cargan con la responsabilidad de aportar mejoras en la empresa, contribuyen constantemente con su experiencia, conocimiento y dedicación en busca de la mejora continua de la empresa.

Figura 17

Se ha de entender cuando trasmite sus ideas

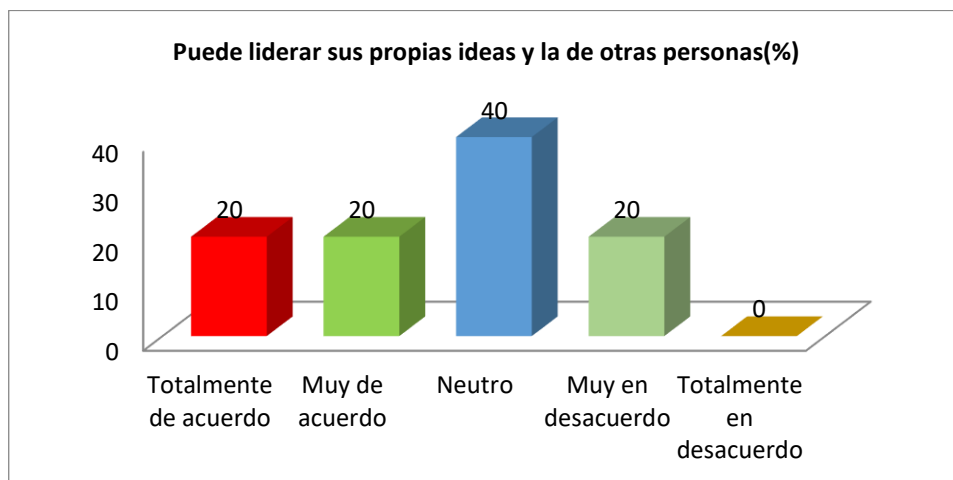


Nota: Elaboración propia

En la figura 16 se observa que el 70 % de los encuestados señala estar muy de acuerdo con que se da a entender cuando trasmite sus ideas, el 15 % está totalmente de acuerdo y el 15 % está muy de desacuerdo. Son los principios que le permite al emprendedor orientar su comportamiento y mimetizarlo con el objeto de lograr su realización personal, también indica estar comprometido con los ideales, objetivos y anhelos. Goleman (2006) señala que los grandes líderes son personas muy movilizadoras, personas que despiertan nuestro entusiasmo y alientan a los demás, en especial cuando trata de explicar su especial habilidad de transmitir sus ideas.

Figura 18

Puede liderar sus propias ideas y la de otras personas

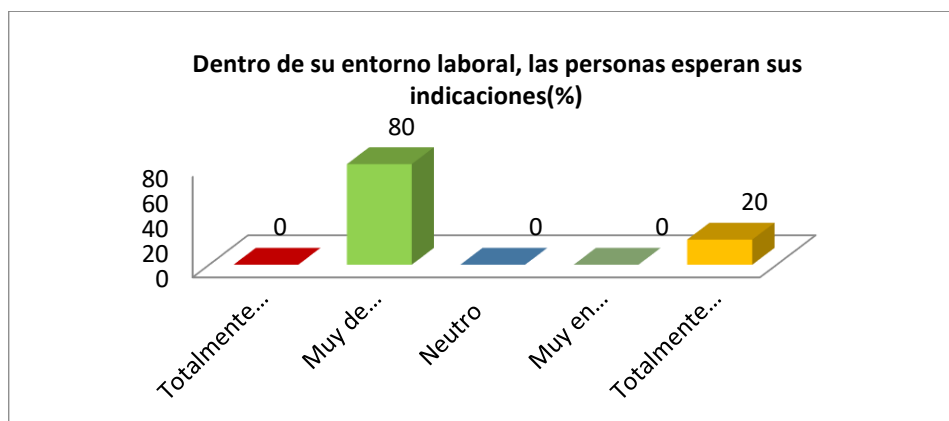


Nota: Elaboración propia

En la figura 17 se observa que el 40 % de los encuestados indica en forma neutra respecto que puede liderar sus propias ideas y la de otras personas, el 20 % señala que está muy de acuerdo, el otro 20 % está totalmente de acuerdo y el 20 % está muy en desacuerdo con lo afirmado. Ello conlleva a que el egresado emprendedor sea capaz de convencer y persuadir en la mente de las demás personas lo que le permitirá manejar y liderar al recurso humano. Es necesario crear y reforzar constantemente el espíritu de liderazgo en cada uno de ellos como requisito básico de todo emprendedor.

Figura 19

Dentro de su entorno laboral, las personas esperan sus indicaciones

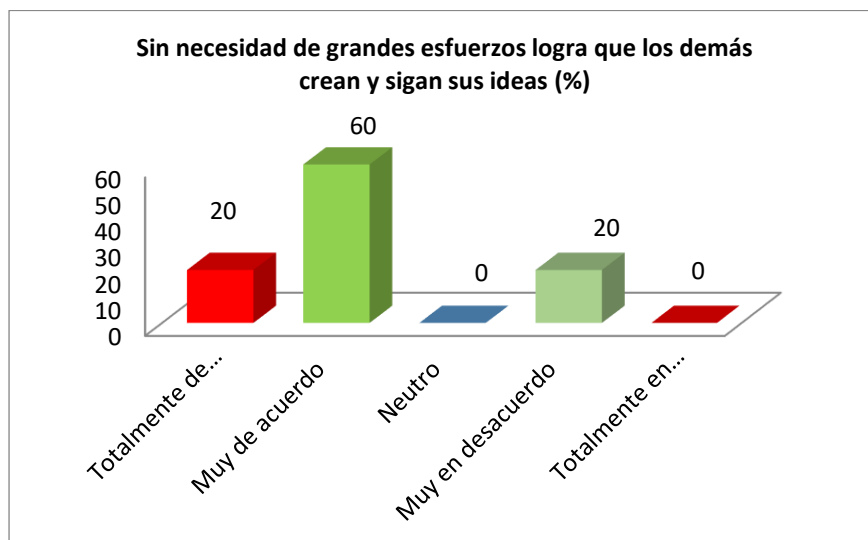


Nota: Elaboración propia

En la figura 18 se observa que el 80 % de los encuestados indica estar muy de acuerdo con que dentro de su entorno laboral las personas esperan sus indicaciones y el 20 % menciona que está totalmente en desacuerdo con tal afirmación. De acuerdo a lo emitido se puede afirmar que los emprendedores deben poseer un liderazgo y habilidades gerenciales que lo conduzca a obtener ganancias. Está relacionado con los comportamientos que emplean los emprendedores para efectuar diferentes tareas o labores, es su forma de ser y comportarse frente a situaciones especiales.

Figura 20

Sin necesidad de grandes esfuerzos logra que los demás crean y sigan sus ideas

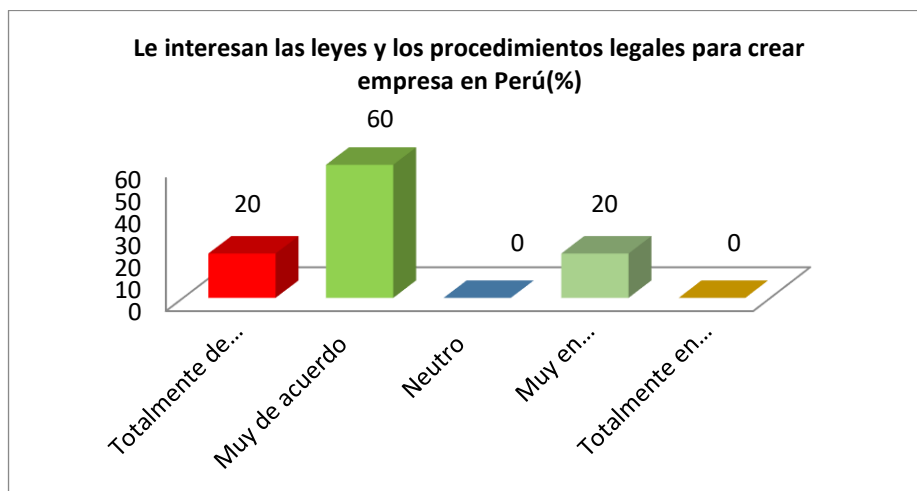


Nota: Elaboración propia

En la figura 19 se observa que el 80 % de los encuestados indica estar muy de acuerdo con que dentro de su entorno laboral las personas esperan sus indicaciones y el 20 % menciona que está totalmente en desacuerdo con tal afirmación. Según la teoría del patrón de nivel grupo esta sostiene que el emprendimiento es el producto de los antecedentes familiares, experiencia del individuo (Terán, E. & Guerrero, A., 2020).

Figura 21

Le interesan las leyes y los procedimientos legales para crear empresa en Perú

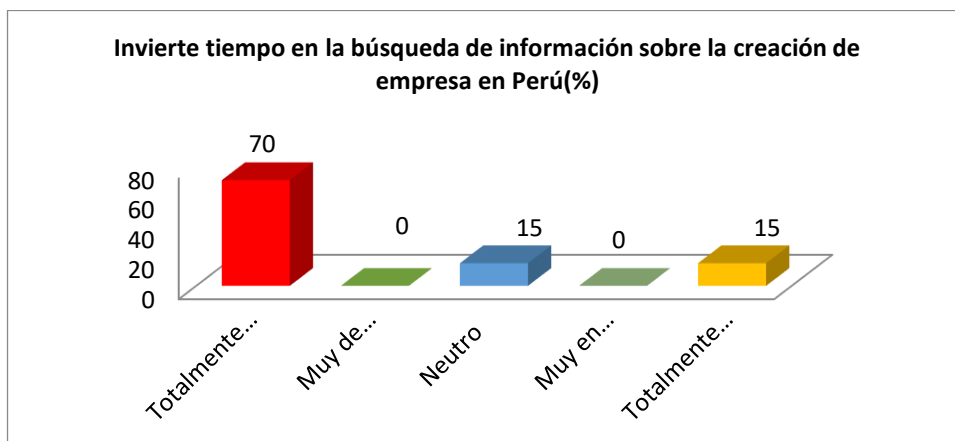


Nota: Elaboración propia

En la figura 20 se observa que el 60 % de los encuestados indica estar muy de acuerdo con que le interesan las leyes y los procedimientos legales para crear empresa en Perú, el 20% menciona que está totalmente de acuerdo y el 20 % señala que está totalmente en desacuerdo con tal afirmación. Cabe resaltar al respecto que es muy importante los conocimientos administrativos muy vinculados a la gestión comercial que permita a los emprendedores constituir la empresa con todos los mecanismos legales y procedimentales, aspecto que contempla en las áreas profesionales del ingeniero comercial durante su formación.

Figura 22

Invierte tiempo en búsqueda de información sobre la creación de empresa en Perú

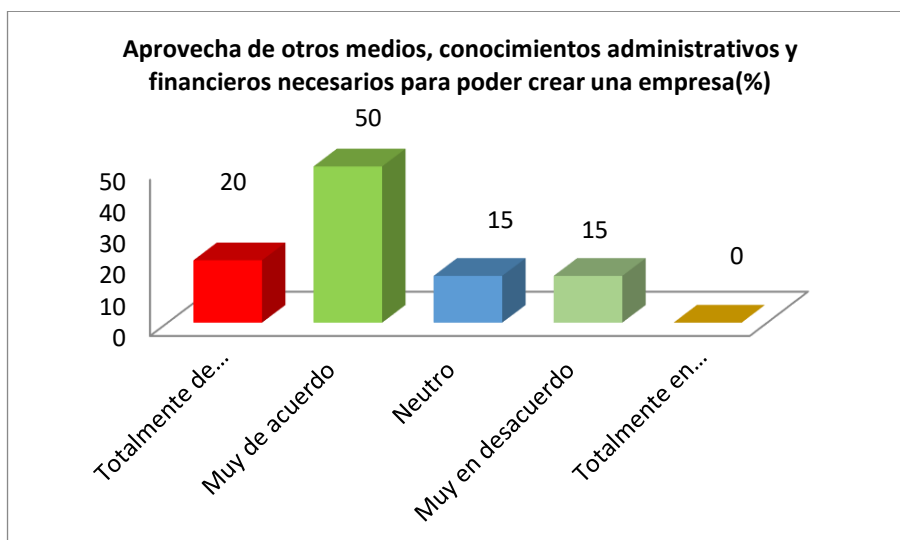


Nota: Elaboración propia

En la figura 21 se observa que el 70 % de los encuestados alude estar totalmente de acuerdo con invertir tiempo en la búsqueda de información sobre la creación de empresa en Perú, el 15 % menciona que está totalmente en desacuerdo y el otro 15 % señala en forma neutra tal afirmación. Aspecto del resultado muy importante dado que condice con la teoría del emprendimiento del capital humano que busca convertirse en un emprendedor naciente, reconoce las oportunidades y el éxito del emprendedor, parte importante de la gestión empresarial.

Figura 23

Aprovecha de otros medios, conocimientos administrativos y financieros necesarios para poder crear una empresa

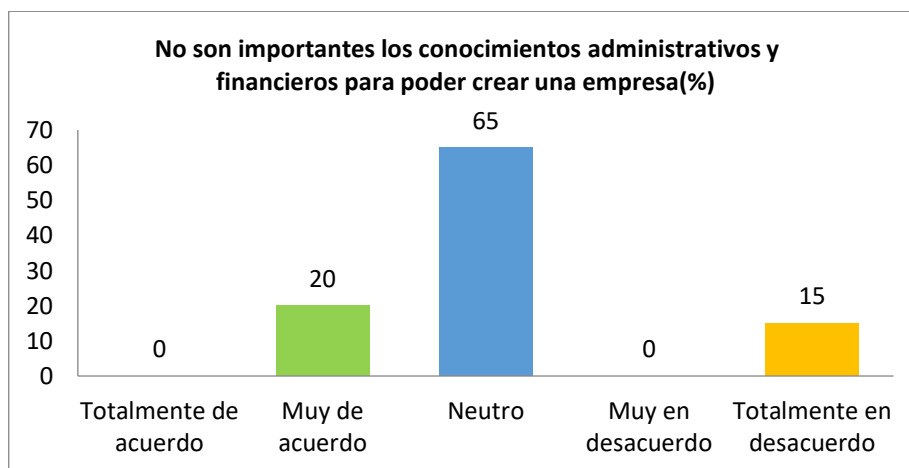


Nota: Elaboración propia

En la figura 22 se observa que el 50 % de los encuestados alude estar muy de acuerdo con aprovechar de otros medios, conocimientos administrativos y financieros necesarios para poder crear una empresa, el 20 % menciona que está totalmente de acuerdo y el 15 % señala estar muy en desacuerdo con lo manifestado. Según el resultado obtenido se vislumbra que gran parte de los encuestados son capaces de reconocer y explotar oportunidades que otras, porque tienen un mejor acceso a la información y conocimiento, ello condice con la teoría del capital financiero y la liquidez.

Figura 24

No son importantes los conocimientos administrativos y financieros para poder crear una empresa

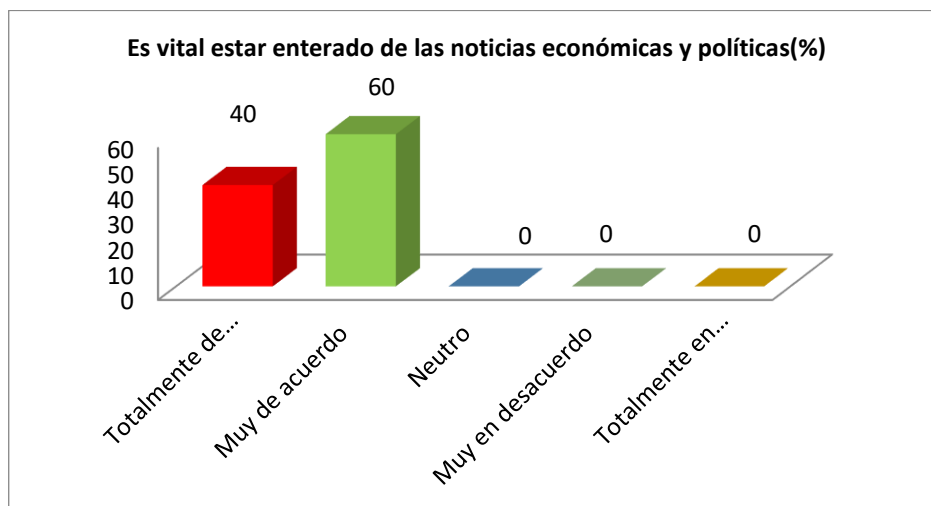


Nota: Elaboración propia

En la figura 23 se observa que el 65 % de los encuestados señala que no son importantes los conocimientos administrativos y financieros para crear empresa, el 20% menciona estar muy de acuerdo y el 15 % está totalmente en desacuerdo. Resultado que no concuerda con lo establecido por la teoría basado en los recursos, donde se argumenta que para emprender es importante el acceso a los recursos financieros, humanos y sociales.

Figura 25

Es vital estar enterado de las noticias económicas y políticas

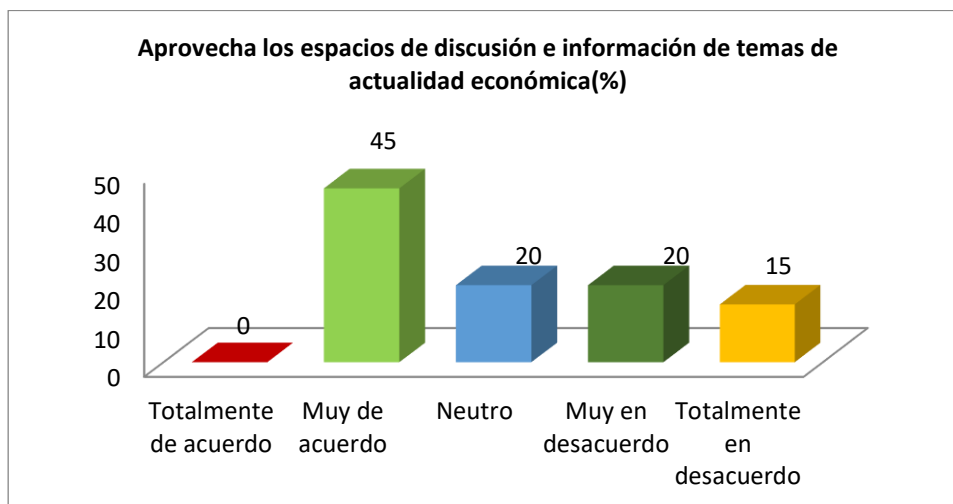


Nota: Elaboración propia

En la figura 24 se observa que el 60 % de los encuestados alude que es vital estar enterado de las noticias económicas y políticas y el 40 % menciona que está totalmente de acuerdo. Es importante remarcar que las fuerzas internas y externas influyen en las actividades emprendedoras de una persona, considerando como fuerza externa el aspecto político y económico para el crecimiento del emprendimiento.

Figura 26

Aprovecha los espacios de discusión e información de temas de actualidad económica

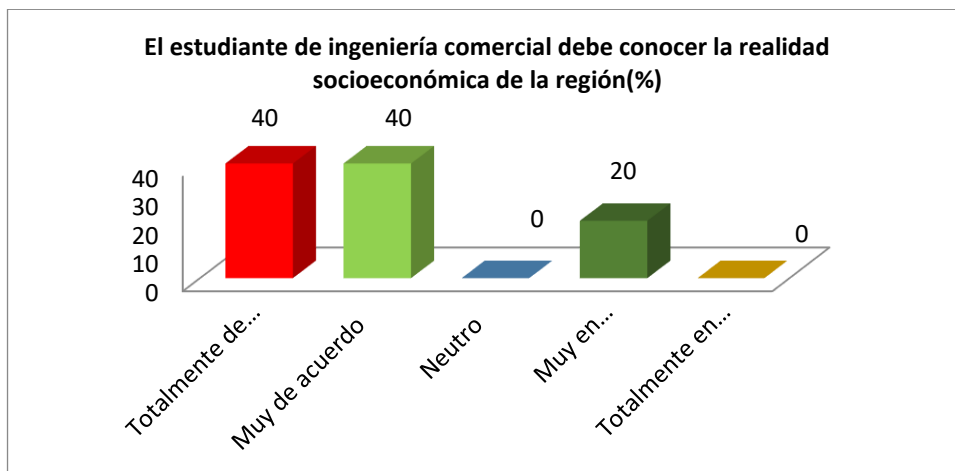


Nota: Elaboración propia

En la figura 25 se observa que el 45 % de los encuestados señala que está muy de acuerdo con aprovechar los espacios de discusión e información de temas de actualidad económica, el 20 % menciona que está muy en desacuerdo y el 15 % señala estar totalmente en desacuerdo con tal afirmación. Es menester señalar que los emprendedores son personas que asumen riesgos por ende deben proveerse de información que le permita asumir costos de incertidumbre.

Figura 27

El estudiante de ingeniería comercial debe conocer la realidad socioeconómica de la región

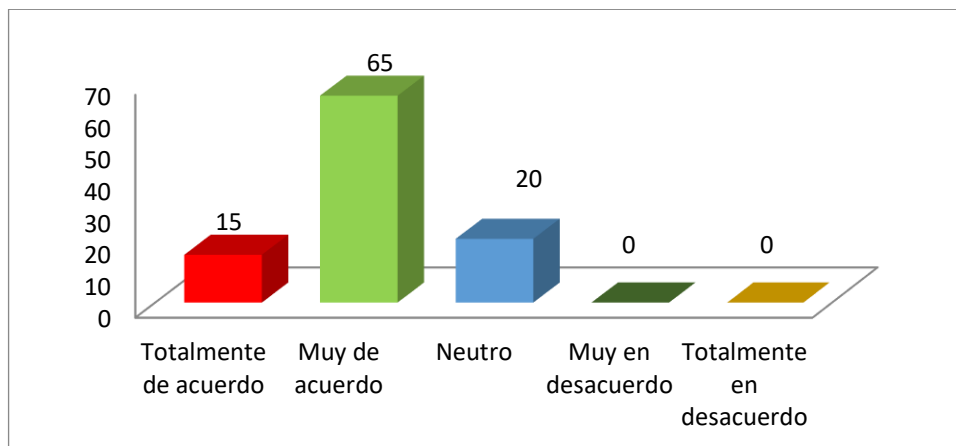


Nota: Elaboración propia

En la figura 26 se observa que el 40 % de los encuestados menciona que está totalmente de acuerdo con que el estudiante de ingeniería comercial debe conocer la realidad socioeconómica de la región, el otro 40 % señala que está muy de acuerdo y el 20 % menciona que está totalmente en desacuerdo con tal afirmación. Esta afirmación se condice con uno de los puntos del perfil de egreso de la carrera de ingeniería comercial que es “conocer las técnicas y procedimientos para el análisis de datos a escala para obtener información para la toma de decisiones”.

Figura 28

Se debe estar atento para percibir las necesidades insatisfechas de la comunidad y generar ideas de negocio

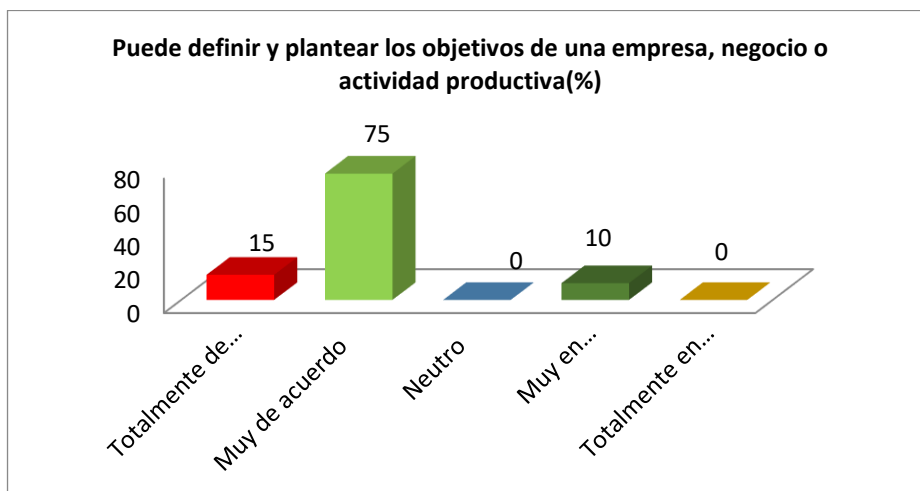


Nota: Elaboración propia

En la figura 27 se observa que el 65 % de los encuestados menciona que se debe estar atento para percibir las necesidades insatisfechas de la comunidad y generar ideas de negocio con ello está muy de acuerdo, el 20 % señala en forma neutra y el 15 % está totalmente de acuerdo con lo manifestado. Este resultado concuerda con Goleman (1996) donde destaca que el emprendedor no se destaca por su coeficiente intelectual, sino que tiene habilidades sociales y emocionales que son las que lo diferencian de los demás. Dada su proactividad, estos se encargan de encarar los problemas que aquejan a sus comunidades con soluciones creativas y prácticas.

Figura 29

Puede definir y plantear los objetivos de una empresa, negocio o actividad productiva

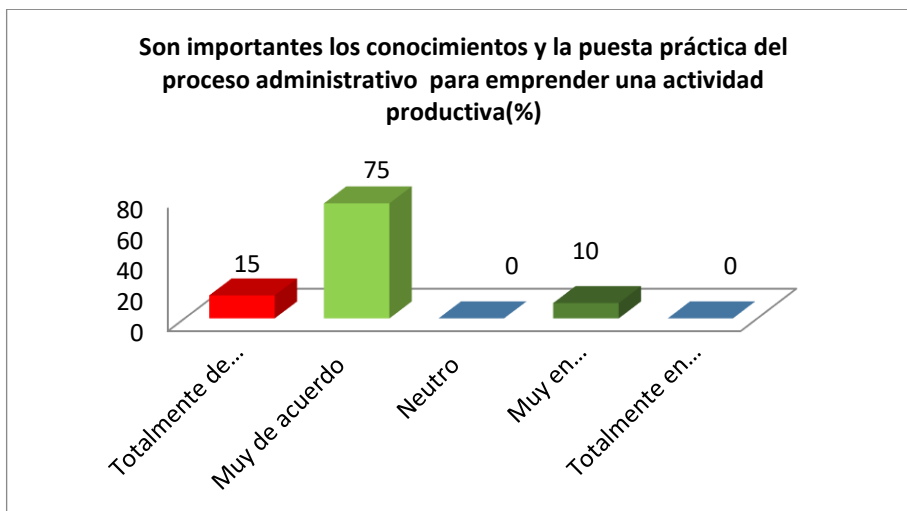


Nota: Elaboración propia

En la figura 28 se observa que el 75 % de los encuestados explica estar muy de acuerdo con definir y plantear los objetivos de una empresa, negocio o actividad productiva, el 15 % menciona que está totalmente de acuerdo con los señalado y el 10 % está muy en desacuerdo con tal afirmación. Se señala en su mayoría que un emprendedor de éxito cuenta con el conocimiento necesario para tomar decisiones y por ende lograr los objetivos que la empresa planifique.

Figura 30

Son importantes los conocimientos y la puesta en práctica del proceso administrativo para emprender una actividad productiva

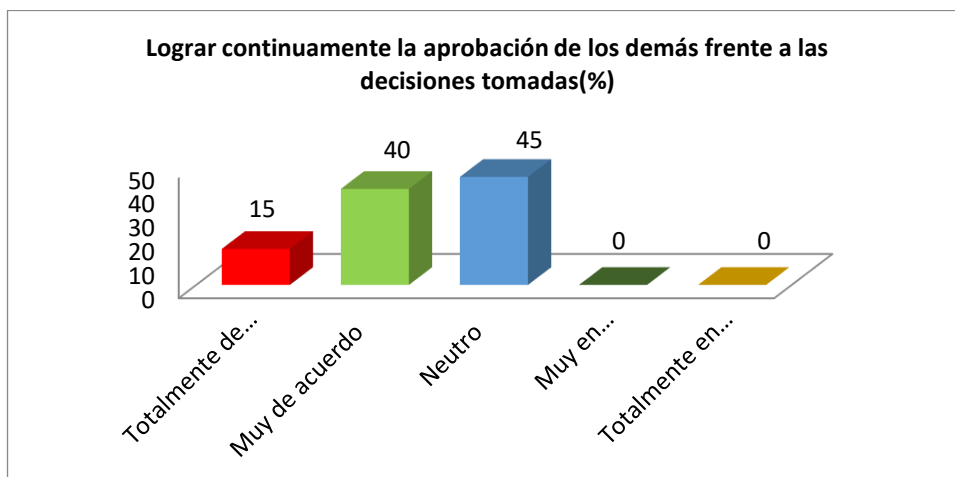


Nota: Elaboración propia

En la figura 29 se observa que el 75 % de los encuestados alude estar muy de acuerdo con que son importantes los conocimientos y la puesta en práctica del proceso administrativo para emprender una actividad productiva, el 15 % menciona que está totalmente de acuerdo y el 10 % señala estar muy en desacuerdo. Cabe resaltar que los estudios muestran que los factores de recurso humano están relacionados de manera positiva con la conversión en un emprendedor naciente y por consiguiente en un emprendedor exitoso.

Figura 31

Lograr continuamente la aprobación de los demás frente a las decisiones tomadas

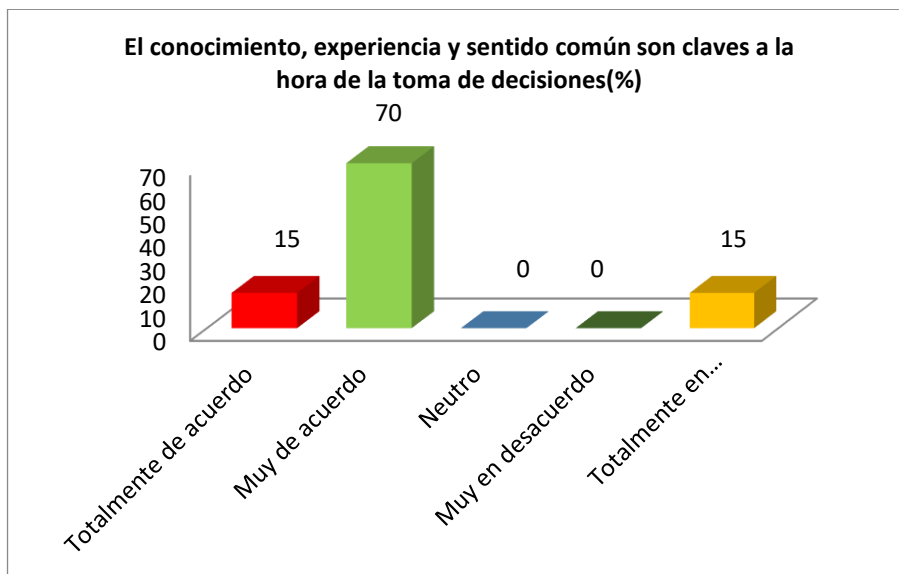


Nota: Elaboración propia

En la figura 30 se observa que el 40 % de los encuestados alude estar muy de acuerdo con lograr continuamente la aprobación de los demás frente a las decisiones tomadas, el 15% menciona que está totalmente de acuerdo y el 45 % señala en forma neutra tal afirmación. Ello indica que el éxito de los emprendedores proviene de una mezcla de habilidades internas factores externos, los cuales pueden ser analizados desde el punto de vista económico y psicológico.

Figura 32

El conocimiento, experiencia y sentido común son claves a la hora de la toma de decisiones

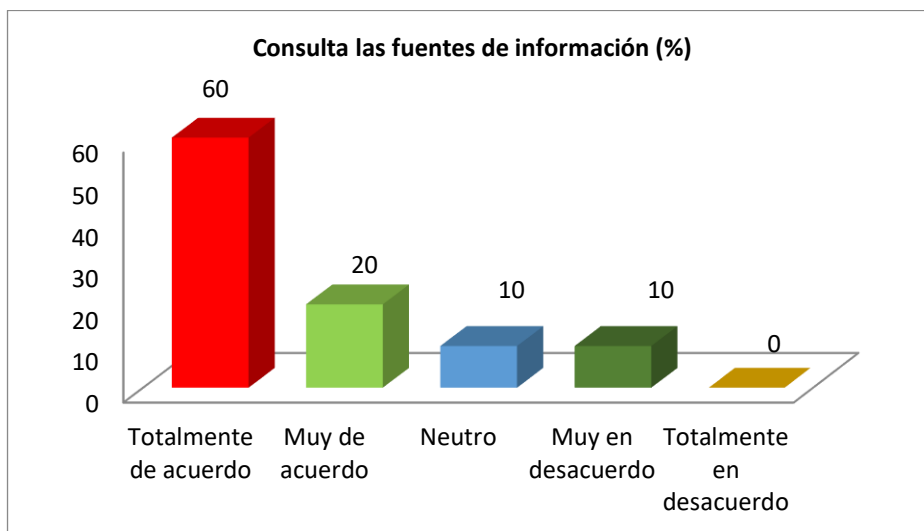


Nota: Elaboración propia

En la figura 31 se observa que el 70 % de los encuestados alude estar muy de acuerdo con que el conocimiento, experiencia y sentido común son claves a la hora de la toma de decisiones, el 15 % menciona que está totalmente de acuerdo y el otro 15 % señala totalmente en desacuerdo con tal afirmación. Según Terán (2020) indica que el emprendimiento debe ser analizado desde las contribuciones de economistas, psicólogos, sociólogos para encontrar aproximaciones que permita explicar la toma de decisiones.

Figura 33

Consulta las fuentes de información

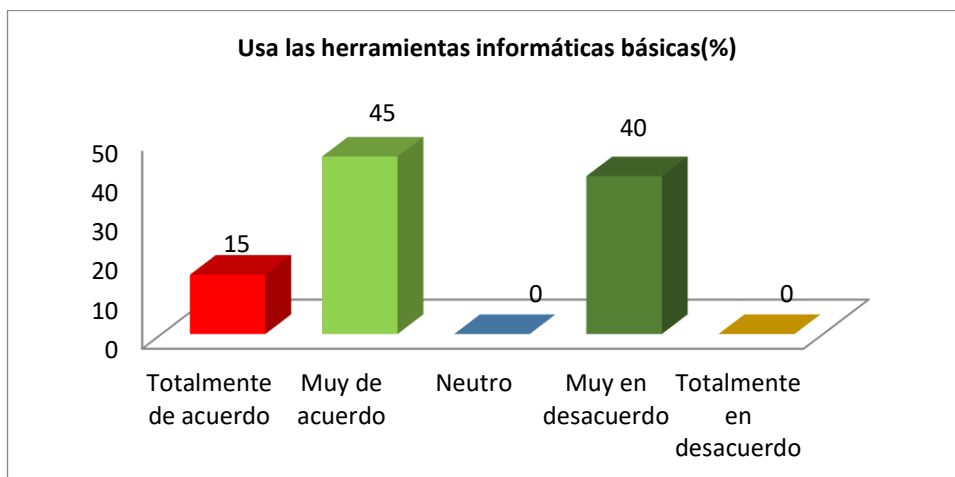


Nota: Elaboración propia

En la figura 32 se observa que el 60 % de los encuestados alude estar totalmente de acuerdo con consultar las fuentes de información, el 20 % menciona que está muy de acuerdo, el otro 10 % señala en forma neutra tal afirmación. Esta información va de la mano con uno de los acápites del perfil de egreso de la universidad que es *“Tener la capacidad de investigación tecnológica conociendo la teoría de la información y trabajar en equipos multidisciplinarios para búsqueda de nuevos conocimientos”*.

Figura 34

Usa las herramientas informáticas básicas



Nota: Elaboración propia

En la figura 33 se observa que el 45 % de los encuestados alude estar muy de acuerdo con usar las herramientas informáticas básicas, el 15 % menciona que está totalmente de acuerdo y el 40 % señala estar muy en desacuerdo con tal afirmación. Resultado acorde a lo que arguye el perfil de egreso de la universidad “*Conocer las tecnologías de redes y comunicación de datos, entender las nuevas tecnologías en telecomunicaciones y hacer de las redes e Internet una herramienta de conectividad en la vida diaria*”.

Tabla 9*Resultado consolidado de la encuesta sobre perfil emprendedor*

N° de pregunta	Respuesta (f /%)				
	TA	MA	N	MD	TD
1	8 (40)	8 (40)	0 (0)	4(20)	0 (0)
2	4 (20)	0 (0)	8 (40)	4 (20)	4 (20)
3	8 (40)	8 (40)	0 (0)	4 (20)	0(0)
4	8(40)	8(40)	0(0)	4(20)	0 (0)
5	9(45)	5(25)	3(15)	2(10)	0 (0)
6	4(20)	9(45)	4(20)	3(15)	0(0)
7	4(20)	12(60)	0(0)	4(20)	0(0)
8	4(20)	10(50)	3(15)	3(15)	0(0)
9	8(40)	12(60)	0(0)	0(0)	0(0)
10	0(0)	15(75)	0(0)	5(25)	0(0)
11	0(0)	15(75)	0(0)	5(25)	0(0)
12	0 (0)	16(80)	0(0)	4(20)	0(0)
13	0 (0)	16(80)	0(0)	4(20)	0(0)
14	3(15)	14(70)	0(0)	3(15)	0(0)
15	4(20)	4(20)	8(40)	4(20)	0(0)
16	0(0)	16(80)	0(0)	0(0)	4(20)
17	4(20)	12(60)	0(0)	4(20)	0(0)
18	4(20)	12(60)	0(0)	4(20)	0(0)
19	14(70)	0(0)	3(15)	0(0)	3(15)
20	4(20)	10(50)	3(15)	3(15)	0(0)
21	0(0)	4(20)	13(65)	0(0)	3(15)
22	8(40)	12(60)	0(0)	0(0)	0(0)
23	0(0)	9(45)	4(20)	4(20)	3(15)
24	8(40)	8(40)	0(0)	4(20)	0(0)
25	3 (15)	13(65)	4(20)	0(0)	0(0)
26	3(15)	15(75)	0(0)	2(10)	0(0)
27	3(15)	15(75)	0(0)	2(10)	0(0)

28	3(15)	8(40)	9(45)	0(0)	0(0)
29	3(15)	14(70)	0(0)	0(0)	3(15)
30	12(60)	4(20)	2(10)	2(10)	0(0)
Total	21.5	50.66	10.66	13.0	3.33
promedio					

Nota: Elaboración propia. Cuestionario 2019.

Leyenda: TA=Totalmente de acuerdo; MA= Muy de acuerdo;
MD=Muy en desacuerdo; TD= Totalmente en desacuerdo

N=neutro;

De la tabla 9 se deduce que el total de promedio se inclina hacia la respuesta de muy de acuerdo con un 50,66 %, seguido de totalmente de acuerdo con un 21,5 %, luego muy en desacuerdo con un 13 % enseguida de la respuesta neutro con un 10,66 % y totalmente en desacuerdo con un 3,33 %. También los ítems que más destacan están los siguientes:

- a. Considera que en cada problema hay una oportunidad para aprovechar.
- b. Al realizar una tarea siempre le invierte más tiempo y recursos solo para darle un valor innovador
- c. Cuando se enfrenta a dificultades estas no representan razón suficiente para renunciar**
- d. El fracaso lo hace más fuerte y sabio.**
- e. Le interesan las leyes y los procedimientos legales para crear empresa en Perú.
- f. Invierte tiempo en la búsqueda de información sobre la creación de empresa en Perú, en lugar de buscar información sobre empleos.
- g. Aprovecha de otros medios, conocimientos administrativos y financieros necesarios para poder crear una empresa.
- h. Aprovecha los espacios de discusión e información de temas de actualidad económica que brinda la universidad.

- i. Son importantes los conocimientos y la puesta en práctica del proceso administrativo para emprender una actividad productiva.**
- j. Lograr continuamente la aprobación de los demás frente a las decisiones tomadas, es clave de éxito para el verdadero emprendedor.**
- k. Consulta las fuentes de información (libros, prensa, internet, artículos científicos), y a partir de la misma puede generar nuevo conocimiento.
- l. Usa las herramientas informáticas básicas (Microsoft office, correos electrónicos, redes sociales).

Cabe resaltar que todas estas afirmaciones han obtenido un porcentaje de afirmación entre el 60 a 75 %, siendo las más destacadas dentro del perfil del emprendedor y las que están resaltadas con negrita son las que tienen el mayor porcentaje con un 75 %.

ANÁLISIS Y DISCUSIÓN

Objetivos específicos	Teorías de emprendimiento aplicables	Resultados obtenidos	Observaciones
<p>Describir el conocimiento de las características conceptuales sobre emprendimiento de los alumnos egresados de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Privada de Tacna y la Universidad Jorge Basadre Grohmann de Tacna.</p>	<p>La formación de empresarios, según Gallego (1999), es una estructura conceptual, metodológica y de actitud basada en la comprensión de la naturaleza del conocimiento y del conocimiento en las relaciones individual-comunidad. Se forma como una línea que ha desarrollado y crecido en el campo educativo, directamente relacionada con el conocimiento y el aprendizaje.</p>	<p>En el caso de los egresados de la UPT se observa que los egresados están en la capacidad de analizar la situación y obtener datos específicos del problema considerado como elementos clave para el inicio de un estudio de mercado. El egresado está en condiciones de realizar un análisis interno y externo de una organización, como estructurar un plan estratégico. Los conocimientos financieros se enfocan más al conocimiento de las finanzas privadas como factor de toma de decisiones.</p> <p>En cuanto al conocimiento de técnicas administrativas por parte de los egresados está enfocado a estructurar planes de actividades relacionados a la calidad de servicio, así como de dirección de personal.</p> <p>Respecto a los egresados de la UNJBG: El conocimiento de estudios de mercadeo analiza la situación y obtiene datos específicos del problema. Analizan interna y externamente una empresa, así como estructuran el plan estratégico.</p> <p>Tienen conocimiento financiero relacionado a las finanzas privadas como componente sustancial de un proyecto emprendedor.</p> <p>En cuanto a los conocimientos de técnicas administrativas, estos planifican actividades de producción, control, de ventas y capacitación de recurso humano en calidad</p>	<p>Guédez (2003), clasifica el conocimiento y su importancia para el líder, el director y el empresario, afirmando que el líder proyecta y dirige el conocimiento, el director aplica y evalúa el conocimiento y el empresario promueve y concentra el conocimiento. Las distinciones expuestas anteriormente provienen de la misma premisa general: un líder es alguien que ve más allá del horizonte y percibe lo que está oculto para el hombre común; un empresario, por otro lado, percibe, identifica y aprovecha las oportunidades que ofrece el entorno. En las situaciones descritas anteriormente, el conocimiento es una herramienta fundamental para el empresario, ya que le permite adquirir una mejor comprensión del mundo que le rodea y maximizar sus oportunidades.</p>
<p>Averiguar el conocimiento de las características ejecutoras del emprendimiento de los alumnos</p>	<p>El sector empresarial no oculta su descontento al reconocer las serias dificultades de adaptación que enfrentan los profesionales recién</p>	<p>Respecto a los conocimientos de las características ejecutoras de emprendimiento del egresado de la UPT son:</p>	<p>Son habilidades que el estudiante emprendedor manifiesta exclusivamente en la praxis. Son capacidades que, si bien un estudiante ya posee con</p>

egresados de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Privada de Tacna y la Universidad Jorge Basadre Grohmann de Tacna	licenciados, quienes, en su opinión, carecen de habilidades humanas esenciales como la adaptabilidad al cambio, la creatividad, el trabajo en equipo y la comunicación escrita y oral (Confebask, 1996; Compendio de educación superior, 1997). Según Goñi (1999), un enfoque por competencias se refiere a un enfoque educativo que puede servir como complemento a un énfasis históricamente basado en la adquisición de conocimientos, así como un medio para transmitir a los estudiantes las habilidades y actitudes necesarias para ser auténticos emprendedores independientemente de dónde los llevan sus carreras profesionales.	El conocimiento de trayectoria personal y laboral es independiente variada, dependiente. El conocimiento motivacional para crear empresa se enfoca en los motivos personales y en alguna ocasión relacionado con la oportunidad. En cuanto a conocimientos de planificación y administración, estos planifican y administran. Respecto a conocimiento de percepción se observa que este tiene una percepción de conveniencia que tienen que ver con los valores y son resultado de la cultura, estructura socioeconómica, familia, educación, pares y personas influyentes. Referente al egresado de la UNJBG se caracteriza por: En cuanto a conocimiento de trayectoria personal y laboral este se encamina en independiente única y variada. En cuanto al conocimiento de motivación para crear empresa se observa que la motivación es del tipo personal y en algún caso relacionado con la experiencia laboral. El egresado administra en su mayoría la empresa. Los egresados tienen un conocimiento de percepción reflejado como de conveniencia y en menor grado de factibilidad.	anterioridad del inicio de su proceso de formación profesional, deben afianzarse y fortalecerse en el proceso académico de la carrera profesional de Ingeniería Comercial, como se observa en el caso es más independiente, tiene una motivación personal enfocada en la oportunidad y le gusta administrar la empresa y tiene una percepción de conveniencia
Indagar el perfil de características de emprendedor de los alumnos egresados de la carrera profesional de Ingeniería Comercial de la Universidad Privada de Tacna y la Universidad Jorge Basadre Grohmann de Tacna	Una de las clasificaciones del perfil emprendedor es la de Miner (1998 citado por Vieira, 2003) que menciona 4 tipos de perfiles como son: el realizador (emprendedores considerados clásicos que dedican un gran número de horas al trabajo), el supervendedor (no son vistos como potenciales empresarios de éxito, pueden iniciar emprendimientos y tener buen desempeño), el	El perfil de las características del egresado de ambas universidades se caracterizan, por: a) Cuando se enfrenta a problemas estas no representan razón suficiente para renunciar b) El fracaso lo hace más fuerte y sabio. c) Son importantes los conocimientos y la puesta en práctica del proceso administrativo para emprender una actividad productiva.	Implica distintos tipos de personalidades relacionadas con las positivas actitudes orientadas al espíritu empresarial y la unicidad se manifiestan en una variedad de acciones que van desde la maduración de una iniciativa empresarial personal hasta las actividades innovadoras dentro de una organización exitosa que no es propia. En el caso del estudio, se descubrió que el graduado

<p>auténtico gerente (son los que prefieren asumir responsabilidades, tienen buen desempeño en los cargos de liderazgo, son competitivos) y el generador de ideas (son los que inventan nuevos productos y servicios, construyen o descubren nueva necesidades, encuentran nuevos nichos de mercado).</p>	<p>empresarial se ajusta a un perfil definido por cuatro características del resultado.</p>
---	---

Nota: Elaboración propia

Verificación de la hipótesis: *“El perfil de características de emprendedor de los alumnos egresados de la carrera profesional de Ingeniería Comercial de la Universidad Privada de Tacna y la Universidad Jorge Basadre Grohmann de Tacna corresponde al de emprendedor incubador”.*

Las características del perfil de emprendimiento que mayor valoración tuvieron fueron cuatro y son los siguientes:

- Cuando se enfrenta a problemas estas no representan razón suficiente para renunciar
- El fracaso lo hace más fuerte y sabio.
- Son importantes los conocimientos y la puesta en práctica del proceso administrativo para emprender una actividad productiva.

Y el perfil incubador menciona que *“En su afán por crecer y buscar oportunidades y por preferir la autonomía, crea unidades independientes que eventualmente se convierten en nuevos negocios a partir de uno ya existente”*

Cotejando el perfil obtenido con el perfil incubador se ratifica la hipótesis planteada.

CONCLUSIONES

1. El conocimiento de las características conceptuales sobre emprendimiento de los alumnos egresados de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Privada de Tacna: Analiza la situación y obtener datos específicos del problema considerado como elementos clave para el inicio de un estudio de mercado. En cuanto a conocimientos financieros estos se enfocan más al conocimiento de las finanzas privadas como factor de toma de decisiones. conocimiento de técnicas administrativas está enfocado a estructurar planes de actividades relacionados a la calidad de servicio, así como de dirección de personal.
2. Los egresados de la Universidad Jorge Basadre Grohmann de Tacna, se caracterizan porque analizan la situación y obtiene datos específicos del problema, además analizan interna y externamente una empresa, así como estructuran el plan estratégico. Relacionan las finanzas privadas como un componente significativo de un proyecto empresarial. Planifican actividades de producción, control, de ventas y capacitación de recurso humano en calidad.
3. Respecto a las características ejecutoras de emprendimiento, los egresados de la UPT tienen conocimiento de trayectoria personal y laboral independiente y variada. El conocimiento motivacional para crear empresa se enfoca en los motivos personales y en alguna ocasión relacionado con la oportunidad. Estos planifican y administran, comprenden preveer y decidir hoy las acciones que transformarán la situación actual en una situación futura deseable y posible. Tiene una percepción de conveniencia que tienen que ver con los valores y son resultado de la cultura, estructura socioeconómica, familia, educación, pares y personas influyentes.
4. De los egresados de la UNJBG tienen conocimiento de trayectoria personal y laboral independiente única y variada. La motivación es del tipo personal y en algún caso relacionado con la experiencia laboral. Su percepción está reflejada como de conveniencia y en menor grado de factibilidad.

5. El perfil de características de emprendedor de los alumnos egresados de la carrera profesional de Ingeniería Comercial de la Universidad Privada de Tacna y la Universidad Jorge Basadre Grohmann de Tacna corresponde al de emprendedor incubador.

RECOMENDACIONES

1. Se sugiere incitar a la investigación más profunda de la temática de emprendimiento en las universidades del país ya que permitirá mejorar el proceso de emprendimiento en las universidades de acuerdo a las necesidades profesionales que requiere la comunidad local, regional y nacional.
2. Evaluar periódicamente las competencias emprendedoras que poseen las personas que se están formando en el alma mater, cada uno de ellos con potencialidades muy singulares y puntos de vista diferentes que proporcionará información significativa a los programas de estudio de las carreras empresariales.
3. Asimismo, seguir evaluando el perfil emprendedor de los egresados para medir el emprendedor que se está entregando a la sociedad, sector empresarial público y privado.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ángeles, O. (2004). Emprendimiento. Universidad Pedagógica Nacional de México., (57): <http://www.lie.upn.mx/modules.php?name=News&file=article&sid=57>
- Antúnez, M. (2006) El Papel Directivo y la Promoción de la Participación de las Familias y la Comunidad en las Escuelas Básica. El Caso de la Comuna de Panguipulli-Chile. *Revista Iberoamericana de calidad, eficacia y cambio en educación*. 14(3) 145-165
- Barrios, K. & García, D. (2016). *Características emprendedoras de los estudiantes de administración de empresas de la universidad del atlántico y la universidad del Magdalena*. [Tesis de pregrado, Universidad de Cartagena] Repositorio digital : <https://repositorio.unicartagena.edu.co/bitstream/handle/11227/3977/CARACTER%20C3%8DSTICAS%20EMPREENDEDORAS%20DE%20LOS%20ESTUDIANTES%20DE%20ADMINISTRACION%20DE%20EMPRESAS%20DE%20LA%20UNIVERSIDAD%20DEL%20ATLANTICO%20Y%20LA%20UNIVERSIDAD%20DEL%20MAGDALENA..pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Baron, A. (2000). Beyond Social Capital: How Social Skills can enhance entrepreneurs. *Academy of Management Executive*
- Bland, D. y Osterwalder, A. (2020). *Testing Business Ideas*. Wiley
- Berkeley, J. (1995). En busca de la empleabilidad durante toda la vida: prioridades en materia de formación inicial. *Formación profesional* (5), 58-66
- Clemente, J. (2013). Análisis de la percepción de las competencias genéricas adquiridas en la universidad. *Revista de educación*, 535-561.

- Confebask. (1996). Conclusiones del Foro Universidad-Empresa. *Confebask. Bilbao*.
- Coon (2004) Teorías de emprendimiento: revisión crítica de la literatura y sugerencias para futuras investigaciones. *Revista Espacios*.
- Clemente, I. (2013). Conversation Analysis and Anthropology. In J. Sidnell & T. Stivers (Eds.), *Handbook of Conversation Analysis* (pp. 688-700). Oxford & New York: Blackwell-Wiley
- Corominas, E. (2001). Competencias genéricas en la formación universitaria. *Revista de educación.*, 299-321.
- Drucker, P. (1985). *Innovation and Entrepreneurship*. Harper & Row. 293 páginas
- EMPRETEC (2021). *Impulsando el emprendimiento: el aporte de Empretec en el resurgimiento de las micro y pequeñas empresas post-COVID19*
- Farreny, R. (2015). *Create your Green Business! The Handbook for Green Entrepreneurs in the Mediterranean*. Switchmed.
- Fernández, J. (2012). *Desarrollo de competencias morales en la sociedad del conocimiento*. Tecnológico de Monterrey
- Freire, P. (2005). *La educación como práctica de la libertad*. Siglo XXI
- Gallego, R. (1999). *Competencias cognoscitivas*. Aula Abierta.
- García, M., María, T. & Yolanda, B. (2010). Desarrollo de recursos docentes para la evaluación de competencias genéricas. *Universidad europea de Madrid*, 3(2) 1-22.
- Ginocchio, L. (2006). *Negocios, Oportunidades y Emprendimient.: Manual para el desarrollo local, innovación, competitividad y planes de negocio*.
- Goleman, D. (1996). *Inteligencia emocional*. Editorial Kairós, Barcelona- España

- Goleman, D (2006). *Inteligencia Social*. Editorial Kairós. Barcelona-España.
- González, F. (2010). Formación emprendedora en el contexto de la universidad centroccidental Lisandro Alvarado. *Revista científica digital del centro de investigación y estudios gerenciales*, 2(1), 11-31.
- González, Y. (2016). *Emprendimiento*. Galileo.
- Goñi, G. (1999). Se necesitan emprendedores. ¿Tiene la universidad algo que ofrecer? La educación basada como respuesta. *Boletín de estudios económicos*, 54 (168), 445
- Guédez, V. (2003). *Aprender a emprender. De la gerencia del conocimiento a la ética de la sabiduría*. Editorial Planeta
- Hernández, R. (2014). *Metodología de la Investigación científica*. Editorial McGraw/Interamericana editores S.A
- Hernández, M. (2016). *Características emprendedoras en universitarios próximos a egresar de la facultad de comercio y administración de Tampico. Psicología y ciencias del comportamiento de la Universidad Autónoma de Tamaulipas*, 6 (2), 21-35
- Hindle, K. (2020) Skillful dreaming: Testing a General Model of Entrepreneurial Process with a specific narrative of venture creation. W. B. (Ed.), ENTER. Entrepreneurial Narrative: Theory, Ethnomethodology and Reflexivity (pp. 97-136). Clemson University.
- Lanzas, V. (2006). *Modelo administrativo para una unidad de emprendimiento en instituciones públicas de educación superior. Scientia et Technica*, 30. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4832363.pdf>

- Lulo, L. (2013). *Diferencias entre las características emprendedoras de los estudiantes de administración y contabilidad de la facultad de ciencias empresariales-UNH, periodo 2013*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Huancavelica]
Repositorio digital: <https://repositorio.unh.edu.pe/handle/UNH/296>
- María, G. (2012). Correlación de variables académico-laborales de egresados de Ciencias Contables de la UNMSM. *QUIPUKAMAYOC*, 109-122.
- Marulanda, F; Montoya, Y; Vélez, J., (2019). El individuo y sus motivaciones en el proceso emprendedor. *Revista Unidad y Empresa*.
- Mc Clelland, D. (1961). *The Achieving Society*. Princeton, NJ: Van Nostrand.
- Morris, L. (2002). Actitudes empresariales y creación de empresas en los estudiantes universitarios. *Universidad Almería. Servicio de publicaciones*, 9(1), 28-40. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3797740.pdf>.
- Novack, J. (1987). *El constructivismo humano: un consenso emergente*. Editorial Jabor.
- Olivera, E. & Olmedo, L. (2009). Características emprendedoras de egresados de contador auditor e ingeniería en administración de empresas de la universidad católica del Maule. *Revista académica* (37), 47-72
- Osterwalder, A. y Pigneur, Y. (2011). *Generación de modelos de negocio*. Deusto.
- Pardinas, F. (1995). *Metodología y técnicas de investigación en ciencias sociales*. (12va ed.). Editorial Siglo XXI.
- Pastas, A. (2019). Influencia de la innovación de producto en el desempeño organizacional. *Revista venezolana*

- Pinchot, G. (1999) *Entrepreneuring: Why you dont leave the Corporation to become an Entrepreneur*. Cambridge. USA.
- Ramírez, A. (2016). *La educación con sentido comunitario: reflexiones en tono a la formación del profesorado*. México. Vol. XXVI. N° 51. Pp.77-94
- Rodriguez, C., Betancourt, I. & Pérez, Y., (2011). El enfoque de género desde la formación docente y su relación con la ciencia, la tecnología y la sociedad. *Revista de educación y pensamiento*.
- Sanabria, P. (2015). Interacción universidad y entorno: Marco para el emprendimiento. *Educación*, 111-134.
- Shane, S. (2003). *A general theory of entrepreneurship: The individual-opportunity nexus*. Edward Elgar.
- Sheron, L. (2011). Perfil emprendedor de los estudiantes de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann Tacna-Perú. Tesis de maestría
- Shollhammer, T. (1980). Mapping the motivations and intentions of technology orientated entrepreneurs. *R& D Management*, 33(2), 117.
- Silva, J. (2013). *Hacia un emprendimiento sostenible*.(2da ed.) Editorial Alfaomega.
- Soto, E. (2007). *Ética en las organizaciones*. McGrawHill Interamericana.
- Terán, E. & Guerrero, A. (2020). Teorías de emprendimiento: revisión crítica de la literatura y sugerencias para futuras investigaciones. *Revista Espacios*
- Timmons, J. (1985). *Creación de una nueva empresa: una guia para el emprendimiento*. *Open Journal of Business and Management*.

- Tobón, S. (2010). Formación integral y competencias. Pensamiento complejo, círculo, didáctica y evaluación. *Revista interamericana de educación de adultos*, 90-95.
- Urcuyo, C. (2003). *Reforma Política y Gobernabilidad*. Editorial Juricentro.
- Van der Pijl, P., Lokitz, J. y Solomon, L. (2016). *Design a better business*. Wiley.
- Vara, A. (2010). 7 pasos para una tesis exitosa desde la idea inicial. Facultad dd Ciencias Administrativas y recursos humanos. 451 p.
- Velasco, B. (2009). Elaboración del estado del arte del término emprendedor desde las teorías de Max Eber y David C. McClelland. Universidad de la Salle. Facultad de Economía, empresa y desarrollo sostenible.
- Villa, S. & Poblete, M. (2011). Evaluación de competencias genéricas: Principios, oportunidades y limitaciones. *Bordón*, 63(1), 147-170.
- Villarroel, V., & Bruna, D. (2014). Reflexiones en torno a las competencias genéricas en educación superior: Un desafío pendiente. *Psicoperspectivas*, 23-24.
- Weiner, B. (1979). A theory of motivation of some classrooms experiences. *Journal of Educational Psychology*, 71.

ANEXOS

APÉNDICE A. Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Variables	Metodología	Población
<p>Problema Principal: ¿Cuáles son las características de emprendimiento de los alumnos egresados de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Privada de Tacna y Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann de Tacna?</p> <p>Problemas específicos</p> <p>a. ¿Se tiene conocimiento de las características conceptuales sobre emprendimiento de los alumnos egresados de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Privada de Tacna y la Universidad Jorge Basadre Grohmann de Tacna?</p> <p>b. ¿Existe el conocimiento de las características ejecutoras de emprendimiento de los alumnos egresados de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Privada de Tacna y la Universidad Jorge Basadre Grohmann de Tacna?</p> <p>c. ¿Hay un perfil de características de emprendedor de los alumnos egresados de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Privada de Tacna y la Universidad Jorge Basadre Grohmann de Tacna?</p>	<p>Objetivo General Determinar las características de emprendimiento de los alumnos egresados de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Privada de Tacna y Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann de Tacna</p> <p>Objetivos Específicos</p> <p>a. Describir el conocimiento de las características conceptuales sobre emprendimiento de los alumnos egresados de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Privada de Tacna y la Universidad Jorge Basadre Grohmann de Tacna</p> <p>b. Averiguar el conocimiento de las características ejecutoras de emprendimiento de los alumnos egresados de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Privada de Tacna y la Universidad Jorge Basadre Grohmann de Tacna.</p> <p>c. Indagar el perfil de características de emprendedor de los alumnos egresados de la carrera profesional de Ingeniería Comercial de la Universidad Privada de Tacna y la Universidad Jorge Basadre Grohmann de Tacna</p>	<p>VI: Características emprendedoras</p> <p>VD: -Conocimiento de características conceptuales sobre emprendimiento. -Conocimiento de características ejecutoras del emprendimiento. -Perfil de características de emprendedor.</p>	<p>Investigación pura o básica.</p> <p>Diseño no experimental, de tipo observacional, descriptivo</p> <p>Metodología cualitativo/cuantitativo</p>	<p>Alumnos egresados de la Escuela profesional de Ingeniería comercial de la UPT y la UNJBG</p>

Fuente: Elaboración propia

Apéndice B. Guía de entrevista para describir el conocimiento de características conceptuales y ejecutoras de emprendimiento

Características conceptuales

1. ¿Cuáles son los conocimientos de estudio de mercadeo que posee?
2. ¿Cree que es necesario tener conocimiento de planificación estratégica al momento de emprender?
3. ¿Para emprender es necesario tener conocimientos financieros?
4. ¿Respecto a las técnicas administrativas, conoce que estas son necesarias para un emprendimiento?

Características ejecutoras

5. ¿Cuál es su trayectoria personal y laboral?
6. ¿Cuáles fueron los motivos para crear una empresa?
7. ¿Cree necesario realizar actividades de planificación y administración dentro de la empresa?
8. ¿Tiene la percepción como valor de su negocio o emprendimiento?

Apéndice C. Cuestionario sobre perfil de características de emprendedor

El objetivo de este cuestionario es identificar las potencialidades de emprendimiento de los estudiantes egresados de la carrera de ingeniería comercial de la Universidad Privada de Tacna y Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann. Para su concretización deberá valorar de 1 a 5 puntos cada una de las frases, la puntuación 5 significa que la frase describe exactamente su personalidad/potencialidades y la 1 denota que no corresponde con sus características, la escala de puntuación está representado por las siguientes categorías:

5=Totalmente de acuerdo (TA)

4= Muy de acuerdo (MD)

3= Neutro (N)

2= Muy en desacuerdo (MD)

1= Totalmente en desacuerdo (TD)

1. Sexo: M () F () 2. Edad: 18-22 años () 23-35 años () 36 en adelante ()

3. Egresado: UPT () UNJBG ()

N°	Items/alternativas	TD	MD	N	MA	TA
1	El manejo de los negocios por las herramientas virtuales representa más una ventaja que una desventaja.					
2	No le gusta el trabajo en equipo porque sus ideas y objetivos no coinciden con la de los demás.					
3	Le resulta cómodo el cambio, incluso lo disfruta					
4	Está convencido que para progresar en la vida debe enfrentar riesgos					
5	No asume riesgos sin evaluar antes las ventajas y desventajas.					
6	Puede tener éxito en cualquier actividad que se proponga ejecutar.					
7	Considera que en cada problema hay una oportunidad para aprovechar.					
8	Disfruta la idea de crear cosas completamente nuevas.					
9	Al realizar una tarea siempre le invierte más tiempo y recursos solo para darle un valor innovador.					
10	Cuando se enfrenta a dificultades estas no representan razón suficiente para renunciar					
11	El fracaso lo hace más fuerte y sabio.					
12	Si no tiene apoyo en una idea que considera emprendedora, usted sigue adelante con ella pues confía plenamente en la misma.					
13	Se da a entender cuando trasmite sus ideas a los demás, aun en situaciones de tensión.					

14	Puede liderar sus propias ideas y la de otras personas, si estas lo piden.					
15	Dentro de su entorno laboral/académico, las personas esperan sus indicaciones antes empezar hacer cualquier actividad.					
16	Sin necesidad de grandes esfuerzos logra que los demás crean y sigan sus ideas.					
17	Le interesan las leyes y los procedimientos legales para crear empresa en Perú.					
18	Invierte tiempo en la búsqueda de información sobre la creación de empresa en Perú, en lugar de buscar información sobre empleos.					
19	Aprovecha de otros medios, conocimientos administrativos y financieros necesarios para poder crear una empresa.					
20	No son importantes los conocimientos administrativos y financieros para poder crear una empresa, se puede crear de forma empírica.					
21	Es vital estar enterado de las noticias económicas y políticas actuales a nivel nacional e internacional.					
22	Aprovecha los espacios de discusión e información de temas de actualidad económica que brinda la universidad.					
23	El estudiante de ingeniería comercial debe conocer la realidad socioeconómica de la región.					
24	Se debe estar atento para percibir las necesidades insatisfechas en la comunidad y generar ideas de negocio.					
25	Puede definir y plantear los objetivos de una empresa, negocio o actividad productiva.					
26	Son importante los conocimientos y la puesta práctica del proceso administrativo de para emprender una actividad productiva.					
27	Lograr continuamente la aprobación de los demás frente a las decisiones tomadas, es clave de éxito para el verdadero emprendedor.					
28	El conocimiento, experiencia y sentido común son claves a la hora de la toma de decisiones.					
29	Consulta las fuentes de información (libros, prensa, internet, artículos científicos), y a partir de la misma puede generar nuevo conocimiento.					
30	Usa las herramientas informáticas básicas (Microsoft office, correos electrónicos, redes sociales).					

Fuente: Investigación del comportamiento emprendedor de David McClelland

Apéndice D. Juicio de expertos

Título de la investigación: Características Emprendedoras de los Egresados de la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Privada de Tacna y Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann de Tacna, año 2018.

Autor: Miguel Ángel Telles Velásquez

N°	Apellidos y Nombres	Grado Académico	Especialidad	Cargo	Institución
1	Margarita Gonzalo	Magister	Administración y Dirección de empresas	Gerente General	Grifo y lubricantes CIFO
2	Rubén Huancapaza	MBA	Ingeniero Comercial	Gerente General	ATHENAS
3	Patricia Linares	Magister	Administración y Dirección de Empresas	Gerente General	ELOHIM

Apéndice E. Evaluación de Juicio de Expertos

N°	Items/alternativas	El ítem es coherente con los objetivos de la investigación		El ítem es coherente con la variable de la investigación		El ítem es coherente con las dimensiones de la investigación		Observaciones
		Sí	No	Sí	No	Sí	No	
1	El manejo de los negocios por las herramientas virtuales representa más una ventaja que una desventaja.							
2	No le gusta el trabajo en equipo porque sus ideas y objetivos no coinciden con la de los demás.							
3	Le resulta cómodo el cambio, incluso lo disfruta							
4	Está convencido que para progresar en la vida debe enfrentar riesgos							
5	No asume riesgos sin evaluar antes las ventajas y desventajas.							
6	Puede tener éxito en cualquier actividad que se proponga ejecutar.							
7	Considera que en cada problema hay una oportunidad para aprovechar.							
8	Disfruta la idea de crear cosas completamente nuevas.							
9	Al realizar una tarea siempre le invierte más tiempo y recursos solo para darle un valor innovador.							
10	Cuando se enfrenta a dificultades estas no representan razón suficiente para renunciar							
11	El fracaso lo hace más fuerte y sabio.							
12	Si no tiene apoyo en una idea que considera emprendedora, usted sigue adelante con ella pues confía plenamente en la misma.							
13	Se da a entender cuando trasmite sus ideas a los demás, aun en situaciones de tensión.							
14	Puede liderar sus propias ideas y la de otras personas, si estas lo piden.							
15	Dentro de su entorno laboral/académico, las personas esperan sus indicaciones antes empezar hacer cualquier actividad.							
16	Sin necesidad de grandes esfuerzos logra que los demás crean y sigan sus ideas.							
17	Le interesan las leyes y los procedimientos legales para crear empresa en Perú.							
18	Invierte tiempo en la búsqueda de información sobre la creación de empresa en Perú, en lugar de buscar información sobre empleos.							
19	Aprovecha de otros medios, conocimientos administrativos y financieros necesarios para poder crear una empresa.							
20	No son importantes los conocimientos administrativos y financieros para poder crear una empresa, se puede crear de forma empírica.							
21	Es vital estar enterado de las noticias económicas y políticas actuales a nivel nacional e internacional.							
22	Aprovecha los espacios de discusión e información de temas de actualidad económica que brinda la universidad.							
23	El estudiante de ingeniería comercial debe conocer la realidad socioeconómica de la región.							
24	Se debe estar atento para percibir las necesidades insatisfechas en la comunidad y generar ideas de negocio.							

25	Puede definir y plantear los objetivos de una empresa, negocio o actividad productiva.						
26	Son importante los conocimientos y la puesta práctica del proceso administrativo de para emprender una actividad productiva.						
27	Lograr continuamente la aprobación de los demás frente a las decisiones tomadas, es clave de éxito para el verdadero emprendedor.						
28	El conocimiento, experiencia y sentido común son claves a la hora de la toma de decisiones.						
29	Consulta las fuentes de información (libros, prensa, internet, artículos científicos), y a partir de la misma puede generar nuevo conocimiento.						
30	Usa las herramientas informáticas básicas (Microsoft office, correos electrónicos, redes sociales).						

Grado Académico: _____

Nombre y Apellido:

Firma _____