

UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN - TACNA

Escuela de Posgrado

Maestría en Gestión Empresarial

**PERFIL EMPRENDEDOR DE LOS ESTUDIANTES DE
LA UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE
GROHMANN - TACNA - PERÚ - 2011**

TESIS

PRESENTADA POR:

LEONARDO ANTONIO SHERON RAMÍREZ

Para optar el Grado Académico de:

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

TACNA - PERÚ

2012

UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN – TACNA

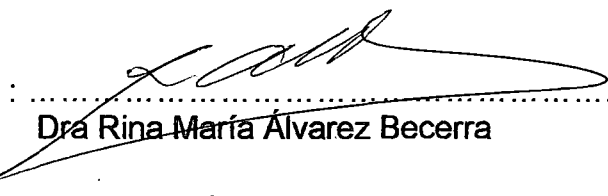
ESCUELA DE POSGRADO

MAESTRÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

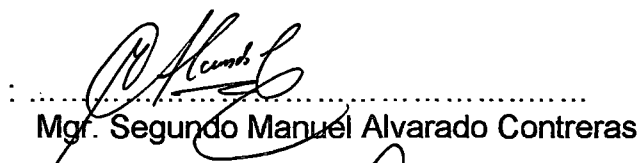
PERFIL EMPRENDEDOR DE LOS ESTUDIANTES DE LA
UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN - TACNA -
PERÚ – 2011

Tesis sustentada y aprobada el 22.de octubre del 2012; estando el jurado calificador integrado por:

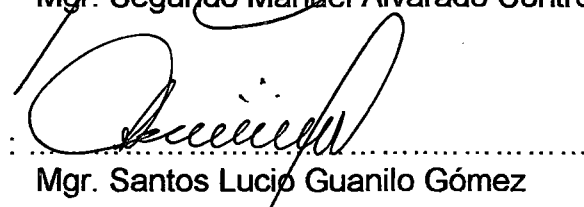
PRESIDENTE


:
Dra Rina María Álvarez Becerra

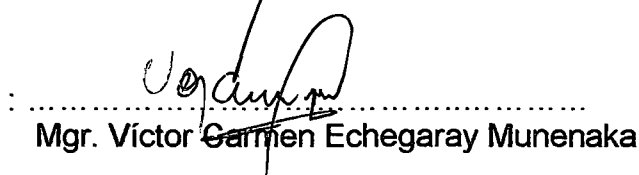
SECRETARIO


:
Mgr. Segundo Manuel Alvarado Contreras

MIEMBRO


:
Mgr. Santos Lucio Guanilo Gómez

ASESOR


:
Mgr. Víctor Carmen Echegaray Munenaka

AGRADECIMIENTOS

*A la Facultad de Ciencias Empresariales de la
Universidad Privada de Tacna por el apoyo
desinteresado brindado en la persona del Dr.
Winston Castañeda Vargas*

*Al Lc. Mario Matos Peña por su apoyo incondicional
para la concreción de la presente tesis*

*Al MSc. Víctor Carmen Echegaray Munenaka
por el gran apoyo para la culminación de la
presente tesis*

DEDICATORIA

A mi esposa Zoila e hijos Christian y Gianmarco por su constante aliento y comprensión para la culminación de la presente investigación

A la memoria de mi padre Manuel Sheron Salcedo por haberme legado el espíritu de esfuerzo y dedicación para lograr alcanzar mis metas en la vida

CONTENIDO

AGRADECIMIENTOS.....	I
DEDICATORIA.....	II
CONTENIDO.....	III
ÍNDICE DE CUADROS.....	VIII
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	XII
ÍNDICE DE ANEXOS.....	XV
RESUMEN.....	XVI
ABSTRACT.....	XVII
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	4
EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	4
1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.....	4
1.1.1 Problema General.....	4
1.1.2 Problemas Específicos.....	5
1.2 OBJETIVOS.....	7
1.2.1. Objetivo General.....	7

1.2.2. Objetivos Específicos.....	7
1.3 HIPÓTESIS.....	8
1.3.1. Hipótesis general	8
1.3.2. Sub- Hipótesis.....	9
1.4 IDENTIFICACIÓN DE LA VARIABLE Y CLASIFICACIÓN DE LOS COMPONENTES	9
1.4.1. Caracterización de la variable	9
1.4.2. Caracterización de las dimensiones.....	9
1.4.3. Definición operacional de las dimensiones.....	10
1.5 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	11
CAPÍTULO II.....	13
MARCO TEÓRICO.....	13
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.....	13
2.2 EL COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR	35
2.2.1. Dimensiones del comportamiento emprendedor	39
2.2.2 El perfil del emprendedor	44
2.3. LA EDUCACIÓN DEL COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR Y DESARROLLO DE APTITUDES.	

LOS MODELOS UNIVERSITARIOS Y EL ENTORNO DISPONENTE.....	48
CAPÍTULO III.....	52
MARCO METODOLÓGICO.....	52
3.1. CLASIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	52
3.2. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	52
3.3. IDENTIFICACIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE.....	55
3.3.1 Identificación de la variable y sus dimensiones.....	55
3.3.1.1 Perfil Emprendedor.....	55
3.3.2 Operacionalización.....	60
3.4. POBLACIÓN	63
3.5. INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	65
3.6. PROCEDIMIENTO DE ANÁLISIS DE DATOS.....	65
CAPÍTULO IV.....	66
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	66
4.1 CARACTERÍSTICAS SOCIO-DEMOGRÁFICAS	66
4.2 EVALUACIÓN DE LAS DIMENSIONES DEL PERFIL EMPREENDEDOR DE TODOS LOS ESTUDIANTES.....	67
4.2.1 Aptitudes emprendedoras.....	68

4.2.2 Actitudes emprendedoras.....	70
4.2.3 Factores disponentes de las aptitudes y actitudes emprendedoras.	71
4.2.4 Limitaciones a las iniciativas emprendedoras.....	73
4.2.5 Evaluación del perfil emprendedor	74
4.3 EVALUACIÓN DE LAS DIMENSIONES DEL PERFIL EMPRENDEDOR DE LOS ESTUDIANTES DE LAS ESCUELAS ACADÉMICA PROFESIONALES DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, INGENIERÍA COMERCIAL E INGENIERÍAS PRODUCTIVAS.....	75
4.3.1. Aptitud emprendedora de los estudiantes de cada grupo, Ciencias Administrativas, Ingeniería Comercial e Ingenierías Productivas.....	76
4.3.2 Actitudes emprendedoras de los estudiantes de cada grupo, Ciencias Administrativas, Ingeniería Comercial e Ingenierías Productivas.....	79
4.3.3 Factores disponentes de las aptitudes y actitudes emprendedoras de los estudiantes de cada grupo, Ciencias Administrativas, Ingeniería Comercial e Ingenierías Productivas.....	84

4.3.4 Limitaciones a las iniciativas emprendedoras de los estudiantes de cada grupo, Ciencias Administrativas, Ingeniería Comercial e Ingenierías Productivas	87
4.3.5 Perfil emprendedor de los alumnos de Ciencias Empresariales, Ingeniería Comercial e Ingenierías Productivas	88
4.4 EVALUACIÓN DE LOS COMPONENTES DEL PERFIL	
EMPRENDEDOR POR GÉNERO.....	90
4.4.1 Aptitudes emprendedoras por género.	90
4.4.2 Actitudes emprendedoras por género.	92
4.4.3 Factores disponentes de las aptitudes y actitudes emprendedoras por género	96
4.4.4 Limitaciones a las iniciativas emprendedoras por género.	98
4.4.5 Perfil emprendedor por género.....	99
4.4.6 Comparación del perfil emprendedor entre géneros	100
CONCLUSIONES	105
RECOMENDACIONES.....	108
REFERENCIAS	110
ANEXOS.....	126

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Evaluación de la consistencia interna del cuestionario. Prueba Piloto.....	54
Cuadro 2: Operacionalización de la variable Perfil Emprendedor	60
Cuadro 3: Población del quinto año de estudios que se tomó como muestra para evaluar el Perfil Emprendedor.....	64
Cuadro 4: Características sociodemográficas de los alumnos matriculados en el quinto año de las Escuelas Académico Profesionales de Ciencias Administrativas, Ingeniería Comercial e Ingenierías Productivas. Año Académico 2011. UNJBG.....	66
Cuadro 5: Aptitudes emprendedoras e indicadores de los alumnos matriculados en el quinto año de las Escuelas Académico Profesionales de Ciencias Administrativas, Ingeniería Comercial e Ingenierías Productivas. Año 2011. UNJBG.....	68
Cuadro 6: Actitudes emprendedoras e indicadores de los alumnos matriculados en el quinto año de las Escuelas Académico Profesionales de Ciencias Administrativas, Ingeniería Comercial e Ingenierías Productivas. Año Académico 2011. UNJBG.....	70

Cuadro 7: Factores disponentes de las aptitudes y actitudes emprendedoras e indicador de los alumnos matriculados en el quinto año de las Escuelas Académico Profesionales de Ciencias Administrativas, Ingeniería Comercial e Ingenierías Productivas. Año Académico 2011. UNJBG.....	72
Cuadro 8: Limitaciones a las iniciativas emprendedoras e indicador: Frenos y Limitaciones auto percibidos de los alumnos matriculados en el quinto año de la Escuelas Académico Profesionales de Ciencias Administrativas, Ingeniería Comercial e Ingenierías Productivas. Año Académico 2011. UNJBG.....	73
Cuadro 9: Perfil emprendedor de los alumnos matriculados en el quinto año de las Escuelas Académico Profesionales de Ciencias Admiistratvas, Ingeniería Comercial e Ingnierías Productivas. Año Académico 2011. UNJBG.....	74
Cuadro 10: Aptitud emprendedora de los alumnos en el quinto año en las Escuelas Académico Profesionales de Ciencias Administrativas, Ingeniería Comercial e Ingenierías Productivas. Año Académico 2011. UNJBG.....	76
Cuadro 11: Si tienen aptitudes emprendedoras los alumnos matriculados en el quinto año en las Escuelas Académico Profesionales de	

	Ciencias Administrativas, Ingeniería comercial e Ingenierías Productivas. Año Académico 2011. UNJBG.....	78
Cuadro 12:	Actitudes emprendedoras de los alumnos matriculados en el quinto año en la Escuelas Académico Profesionales de Ciencias Administrativas, Ingeniería Comercial e Ingenierías Productivas. Año Académico 2011. UNJBG.....	81
Cuadro 13:	Si tienen Actitudes emprendedoras loa alumnos matriculados en el quinto año en las Escuelas Académico Profesionales de Ciencias Administrativas, Ingeniería Comercial e Ingenierías Productivas. Año Académico 2011. UNJBG.....	82
Cuadro 14:	Factores disponentes de las aptitudes y actitudes emprendedoras de los estudiantes matriculados en las Escuelas Académico Profesionales de Ciencias Administrativas e Ingeniería Comercial e Ingenierías Productivas. Año Académico 2011. UNJBG.....	85
Cuadro 15:	Si tienen factores disponentes de las aptitudes y actitudes emprendedoras los alumnos matriculados en el quinto año en la Escuelas Académico Profesionales de Ciencias Administrativas, Ingeniería Comercial e Ingenierías Productivas. Año Académico 2011. UNJBG.....	86

Cuadro 16: Limitaciones a las iniciativas emprendedoras de los alumnos matriculados en el quinto año en las Escuelas Académico Profesionales de Ciencias Administrativas, Ingeniería Comercial e Ingenierías Productivas. Año Académico 2011. UNJBG.	87
Cuadro 17: Perfil emprendedor de los alumnos de Ciencias Empresariales, Ingeniería Comercial e Ingenierías Productivas.	88
Cuadro 18: Aptitudes emprendedoras por género.....	90
Cuadro 19: Si tienen aptitudes emprendedoras según género.....	91
Cuadro 20: Actitudes emprendedoras por género.....	94
Cuadro 21: Si tienen actitudes emprendedoras por género.	95
Cuadro 22: Factores disponentes de las aptitudes y actitudes emprendedoras por género.	96
Cuadro 23: Si tienen factores disponentes de las aptitudes y actitudes emprendedoras por género.	96
Cuadro 24: Limitaciones a las iniciativas emprendedoras por género.....	98
Cuadro 25: Perfil emprendedor por género.	99
Cuadro 26: Resumen estadístico según género.....	100
Cuadro 27: Prueba de diferencia de medias según género.....	100

ÍNDICE DE GRÁFICOS

- Gráfico 1: Características sociodemográficas de los alumnos matriculados en el quinto año de las Escuelas Académica Profesionales de Ciencias Administrativas, Ingeniería Comercial e Ingenierías Productivas. Año Académico 2011. UNJBG.....67
- Gráfico 2: Aptitudes emprendedoras de los alumnos matriculados en el quinto año de las Escuelas Académico Profesionales de Ciencias Empresariales, Ingeniería Comercial e Ingenierías Productivas. Año Académico 2011. UNJBG.....69
- Gráfico 3: Actitudes emprendedoras de los alumnos matriculados en el quinto año de las Escuelas Académico Profesionales de Ciencias Empresariales, Ingeniería Comercial e Ingenierías Productivas. Año Académico 2011. UNJBG.....71
- Gráfico 4: Factores disponentes de las aptitudes y actitudes emprendedoras e indicadores de los alumnos matriculados en el quinto año de las Escuelas Académico Profesional de Ciencias Administrativas, Ingeniería Comercial e Ingenierías Productivas. Año Académico 2011. UNJBG.....72
- Gráfico 5: Limitaciones a las iniciativas emprendedoras de los alumnos matriculados en el quinto año de las Escuelas Académico

Profesionales de Ciencias Administrativas, Ingeniería
Comercial e Ingenierías Productivas. Año Académico 2011.
UNJBG.....73

Gráfico 6: Perfil emprendedora de los alumnos matriculados en el quinto
año de las Escuela Académico Profesionales de Ciencias
Empresariales, Ingeniería Comercial e Ingenierías Productivas.
Año Académico 2011. UNJBG.....74

Gráfico 7: Tienen aptitud emprendedora los alumnos matriculados en el
quinto año en la Escuela Académico Profesionales de Ciencias
Administrativas, Ingeniería Comercial e Ingenierías
Productivas. Año Académico 2011. UNJBG.....79

Gráfico 8: Tienen actitud emprendedora los alumnos matriculados en el
quinto año en las Escuelas Académico Profesionales de
Ciencias Administrativas, Ingeniería Comercial e Ingenierías
Productivas. Año Académico 2011. UNJBG.....83

Gráfico 9: Si tienen factores disponentes de las aptitudes y actitudes
empreendedoras los alumnos matriculados en el quinto año en
las Escuelas Académico Profesionales de Ciencias
Administrativas, Ingeniería Comercial e Ingeniería Productivas.
Año Académico 2011. UNJBG.....86

Gráfico 10: Limitaciones a las iniciativas emprendedoras de los matriculados en el quinto año en las Escuelas Académico Profesionales de Ciencias Administrativas, Ingeniería Comercial e Ingenierías Productivas. Año Académico 2011. UNJBG.	88
Gráfico 11: Perfil emprendedor de los estudiantes del quinto año de las Escuelas Académico Profesionales de Ciencias Administrativas, Ingeniería Comercial e Ingenierías Productivas. Año Académico 2011. UNJBG.....	89
Gráfico 12: Los estudiantes evaluados por género si tienen aptitudes emprendedoras.	92
Gráfico 13: Los estudiantes por género si tienen actitudes emprendedoras.	95
Gráfico 14: Si tienen factores disponentes de las aptitudes y actitudes emprendedoras por género.	97
Gráfico 15: Limitaciones a las iniciativas emprendedoras por género.....	98
Gráfico 16: Perfil emprendedor por género.	99
Gráfico 17: Caja y Bigotes.....	101
Gráfico 18: Densidades Suavizadas.....	102

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A: MATRIZ DE DIMENSIONES, INDICADORES E ITEMS	127
ANEXO B: VALIDACIÓN POR JUECES. HOJA DE INSTRUCCIONES PARA EVALUACIÓN.....	130
ANEXO C: VALIDACIÓN POR JUECES - HOJA RESPUESTAS	131
ANEXO D: ENCUESTA.....	136

RESUMEN

El estudio tiene como propósito conocer el perfil emprendedor de los estudiantes de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann (UNJBG) y su relación con las dimensiones: aptitudes emprendedoras, actitudes emprendedoras, factores disponentes de las aptitudes y actitudes emprendedoras y limitaciones a las iniciativas emprendedoras en una muestra de 134 estudiantes matriculados en el quinto año, en las Escuelas Académica Profesionales de Ciencias Administrativas, Ingeniería Comercial e Ingenierías Productivas (Ingenierías: Pesquería, Industrias Alimentarias, Agronomía, Química, Minas, Metalúrgica y Mecánica). Los resultados indican, menos del 50% de los alumnos tienen perfil emprendedor. Evaluado las dimensiones por escuela académica la mayoría de los estudiantes no tiene perfil emprendedor. Evaluado el perfil emprendedor de los alumnos según género son las mujeres las que más aspiran a tener una empresa.

ABSTRACT

The study aims to determine the entrepreneurial profile of the students of the National University Jorge Basadre Grohmann (NUJBG) and its relationship with the dimensions: entrepreneurial aptitudes, entrepreneurial attitudes, disposed factors of entrepreneurial aptitudes and attitudes and limitations to entrepreneurship in a sample of 134 students registered in the fifth year of study in the Professional Academic School of Administrative Sciences, Commercial Engineering and Production Engineering (Engineering: Fisheries, Food Industry, Agriculture, Chemical, Mining, Metallurgical and Mechanical). The results show less than 50% of students have entrepreneurial profile. Dimensions assessed by academic school most students have no entrepreneurial profile. Assessed the entrepreneurial profile of students by gender are more women who aspire to own a business.

INTRODUCCIÓN

La relación entre la educación y la creación de empresas, ha sido estudiada por la literatura internacional desde distintas perspectivas y enfoques. De todos ellos, existe un enfoque que analiza la relación positiva entre el nivel educativo de los individuos y su propensión a emprender (Roth y Lacoa, 2009; Selamé, 1999; Vargas, 2007; Loli, Del Carpio y La Jara, 2009, Huamán, 2005). Estos estudios documentan que la educación formal universitaria aumenta significativamente las competencias emprendedoras (Vara, 2007; Vargas, 2007; Loli et al, 2009; Blanco y Alvarado, 2005). Otro enfoque, de índole más psicológico, se centra en estudiar los distintos tipos de emprendedores y sus diferencias en aptitudes y actitudes (Roth y Lacoa, 2009; Vargas, 2007; Vara, 2007). Sin embargo, los estudios que analizan la relación entre la formación universitaria y el desarrollo de las aptitudes y actitudes emprendedoras son escasos en nuestra región, no existen antecedentes empíricos sobre la materia. Dentro del contexto de la investigación aplicada, existe aún la necesidad de incrementar el nivel de conocimiento sobre el proceso de aprendizaje-enseñanza del comportamiento emprendedor, más conocido como "emprendimiento". De la revisión sistemática y meta-analítica realizada por Valera-Loza (2006), se puede asumir que la investigación

de comportamiento emprendedor, desde una perspectiva psicopedagógica, es reciente y aún en crecimiento.

Este vacío contrasta con la fuerte necesidad de promover el desarrollo de competencias emprendedoras en los estudiantes, sobre todo en los de negocios y administración de empresas, por lo que se requiere realizar investigaciones sobre la materia; como también en las carreras productivas en las ingenierías relacionadas con los recursos naturales de nuestro país, como pesca, minería, agropecuarios. En efecto, recientes investigaciones llevadas a cabo en países de América Latina, muestran que aproximadamente el 50% de los emprendedores más dinámicos son graduados universitarios (Vara, 2007), dando indicios para afirmar la enorme influencia de la educación en el desarrollo de la conducta emprendedora (Vara, 2007; Varela y Bedoya, 2005), demostrando su necesidad de estudio y, principalmente en el Perú.

Valera-Loza (2010) nos da a conocer que la tercera función universitaria está abriendo muchas posibilidades y oportunidades al mundo académico; sin embargo, también está generando conflictos. En los últimos años, se ha estimulado a las universidades para que adopten la tercera misión, relacionada con la aplicación y explotación del conocimiento y de otras capacidades universitarias, fuera de las aulas. Sin embargo, surge la interrogante de si la universidad es la institución

adecuada para transferir y comercializar el conocimiento, y si conviene convertirse en una universidad emprendedora.

Frente a todo lo manifestado, y debido a que las investigaciones teóricas muestran que las universidades deben jugar un papel clave en el desarrollo de nuevas empresas y empresarios, en sus respectivas áreas de influencia (Vara, 2007), es necesario investigar las aptitudes y actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios, identificar su perfil y determinar los principales factores de influencia en su desarrollo.

El estudio tiene como propósito conocer el perfil emprendedor de los estudiantes de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann (UNJBG) y su relación con las dimensiones: aptitudes emprendedoras, actitudes emprendedoras, factores disponentes de las aptitudes y actitudes emprendedoras y limitaciones a las iniciativas emprendedoras. La contribución del trabajo es la sustentación de la condición del desarrollo emprendedor en la región. Por ello, tomamos como arquetipo a la Escuelas Académico Profesionales: Ciencias Administrativas, Ingeniería Comercial e Ingenierías Productivas (Escuelas Académica Profesionales de Ingeniería: Pesquera, Ingeniería en Industrias Alimentarias, Ingeniería Metalúrgica, Ingeniería de Minas, Ingeniería Química, Agronomía e Ingeniería Mecánica).

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

1.1.1 Problema General

El fomento del emprendimiento ha sido una constante en la política de empleo de la Unión Europea (UE) en tanto se considera un motor de la innovación, la competitividad y el crecimiento. Sin embargo, el potencial emprendedor de los países de la UE, se encuentra en la actualidad inmerso en una problemática que impide su desarrollo. En este sentido, los datos del Eurobarómetro 2007 señalan que, mientras un 47% de los ciudadanos preferirían el empleo autónomo, sólo un 17% lo hace realidad. Igualmente, se observan diferencias de actitud respecto a países como EE.UU. donde sólo el 29% de los ciudadanos opina que no se debería poner en marcha una empresa si existe riesgo al fracaso, cuando en la UE esta cifra alcanza el 44% (Fuentes y Sánchez, 2010).

La interpretación de la figura del empresario, tiene un fuerte componente cultural. Así en los EE.UU. la figura del empresario es muy importante dentro de la sociedad. En otras culturas, como en la japonesa, los empresarios son catalogados como personas de éxito, y el cierre de la

empresa ya sea pequeña, mediana o grande se considera un fracaso que es marcado en la persona de por vida (Espíritu, 2011).

En nuestro país, actualmente, la conducta emprendedora es de interés del gobierno y de muchos ámbitos sociales y económicos, porque es alternativa de desarrollo de los egresados de las universidades, así como por sus beneficios asociados: mayor innovación comercial, aumento de la riqueza y creación de empleo (Espinoza, 2004; Huamán, 2005; Vara, 2007; Vargas, 2007; Loli et al 2009; Vicuña, Tarazona, Hernández, Solís, Rivera, y Quezada, 2009; Valera-Loza, 2010; Portocarrero, Mayorga, García, 2010). Por ello nos planteamos la siguiente pregunta:

¿Cómo es el perfil emprendedor de los estudiantes del último año de estudios de las Escuelas Académica Profesionales de Ciencias Administrativas, Ingeniería Comercial e Ingenierías Productivas?

1.1.2 Problemas Específicos

La universidad, lejos de formar a empresarios, se ha centrado en preparar profesionales cuya inserción en el mercado laboral se consigue, de forma mayoritaria, a través del trabajo por cuenta ajena en empresas ya existentes, o mediante su incorporación a la Administración Pública (ni siquiera las Facultades de Ciencias Económicas y Empresariales, las teóricamente más relacionadas con el tema, han realizado un gran esfuerzo en formación de empresarios), en los últimos años se atisba una

mayor sensibilidad de la Universidad hacia este tema, y al amparo de los nuevos planes de estudio se empiezan a ofrecer cursos de carácter optativo sobre creación de empresas (Pablo, Santos y Bueno., 2004). Valera-Loza (2010) manifiesta: "la Universidad en el proceso de generación de nuevos emprendedores, no debería limitarse a la mera formación académica sino que le correspondería ir más allá. Así, entre los nuevos objetivos de la educación superior, debe encontrarse el desarrollo de la capacidad de empleo a través de la adquisición de competencias necesarias para promover, a lo largo de toda la vida, la creatividad, la flexibilidad, la capacidad de adaptación y la habilidad para aprender a aprender y resolver problemas, capacidades características del comportamiento emprendedor. Por otro lado, hay que resaltar la influencia que la Universidad puede tener en la motivación de los estudiantes, a través del impulso de los rasgos característicos de la actividad empresarial (motivación de logro, independencia, etc.), así como el apoyo institucional que puede proporcionar a los universitarios con inquietudes emprendedoras (orientación, asesoramiento, infraestructura, etc.)".

Naturalmente, el éxito de la Universidad en la potenciación de la práctica emprendedora dependerá, en parte, de la inicial propensión a emprender de los estudiantes, lo que nos lleva a preguntarnos, entre otras cuestiones, lo siguiente:

- ¿Tienen aptitudes emprendedoras los estudiantes con deseos de emprender y aquellos que no ansían ser empresarios?
- ¿Tienen actitudes emprendedoras los estudiantes con deseos de emprender y aquellos que no ansían emprender?
- ¿Los factores disponentes de las aptitudes y actitudes emprendedoras los estudiantes tienen influencia en el comportamiento emprendedor?
- ¿Tienen limitaciones a las iniciativas emprendedoras los estudiantes con deseos de emprender y aquellos que no ansían ser empresarios?

1.2 OBJETIVOS

1.2.1. Objetivo General

Evaluar el Perfil Emprendedor de los estudiantes del último año de estudios de las Escuelas Académica Profesionales de Ciencias Administrativas, Ingeniería Comercial e Ingenierías Productivas.

1.2.2. Objetivos Específicos

Evaluar:

- Aptitudes emprendedoras de los estudiantes del último año de estudios de las Escuelas Académica Profesionales de Ciencias Administrativas, Ingeniería Comercial e Ingenierías Productivas.

- Actitudes emprendedoras de los estudiantes del último año de estudios de las Escuelas Académica Profesionales de Ciencias Administrativas, Ingeniería Comercial e Ingenierías Productivas.

- Los Factores disponentes de las aptitudes y actitudes emprendedoras de los estudiantes del último año de estudios de las Escuelas Académica Profesionales de Ciencias Administrativas, Ingeniería Comercial e Ingenierías Productivas.

- Limitaciones a las iniciativas emprendedoras de los estudiantes del último año de estudios de las Escuelas Académica Profesionales de Ciencias Administrativas, Ingeniería Comercial e Ingenierías Productivas.

1.3 HIPÓTESIS

1.3.1. Hipótesis general

Los estudiantes que cursan el 5to año de estudios de las Escuelas Académica Profesionales de Ciencias Administrativas, Ingeniería Comercial e Ingenierías Productivas tienen en su mayoría un perfil emprendedor.

1.3.2. Sub- Hipótesis

Existe diferencia en el perfil emprendedor, según género, en los alumnos que cursan el 5to de estudios en las Escuelas Académica Profesionales de Ciencias Administrativas, Ingeniería Comercial e Ingenierías Productivas

1.4 IDENTIFICACIÓN DE LA VARIABLE Y CLASIFICACIÓN DE LOS COMPONENTES

1.4.1. Caracterización de la variable

Perfil emprendedor: consiste en la habilidad de un individuo para convertir ideas en actos. Incluye las aptitudes emprendedoras y actitudes emprendedoras.

1.4.2. Caracterización de las dimensiones

Aptitudes emprendedoras: Capacidades y competencias necesarias para emprender con éxito un negocio.

Actitudes emprendedoras: Tendencia a pensar, sentir o actuar favorable o desfavorablemente hacia aspectos relacionados al trabajo y la formación de empresas.

Factores disponentes de las aptitudes y actitudes emprendedoras: Factores que aumentan, directa o indirectamente, la

probabilidad de emprender una empresa o una actitud favorable hacia ello.

Limitaciones a las iniciativas emprendedoras: Frenos y limitaciones auto percibidos para hacer empresa.

Socio-demográficas: Identificación social y demográfica para establecer comparaciones.

1.4.3. Definición operacional de las dimensiones

Aptitud emprendedora, tendencia exploratoria, curiosidad productiva, tendencia al liderazgo, autoconfianza, tenacidad, tendencia a asumir riesgos, planificación escrupulosa.

Actitud emprendedora, responsabilidad, motivación, energía, determinación, confianza en uno mismo, persistencia/tenacidad, iniciativa, planificación, organización y capacidad para las relaciones interpersonales.

Factores disponentes de las actitudes y aptitudes, entorno familiar, disposición previa, influencia de la universidad, experiencia previa, disposición al autoempleo.

Limitaciones a las iniciativas emprendedoras, frenos y limitaciones auto percibidos.

1.5 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

La conducta emprendedora despierta actualmente un fuerte interés en muchos ámbitos sociales y económicos, tanto porque es una alternativa laboral para la gran cantidad de egresados universitarios, así como por sus beneficios asociados: mayor innovación comercial, aumento de la riqueza y creación de empleo (Vara, 2007).

Vara (2007) nos indica que las universidades nacionales deben reaccionar y dar respuesta a las exigencias que le imponen la sociedad y las nuevas relaciones económicas. La reciente “universidad emprendedora” es definida, ahora, como la institución que capitaliza o comercializa el conocimiento, haciendo que éste sea utilizado por el sector empresarial y la sociedad; así, la universidad no debe limitarse solamente a la formación, investigación y transmisión cultural, sino que además debe contribuir al crecimiento económico-social de las regiones o del área geográfica en la que está inmersa.

La relación entre la educación y la creación de empresas ha sido estudiada por la literatura internacional, desde distintas perspectivas y enfoques. De todos ellos, existe un enfoque que analiza la relación positiva entre el nivel educativo de los individuos y su propensión a emprender. Estos estudios documentan que la educación formal universitaria aumenta significativamente las competencias

emprendedoras. Otro enfoque, de índole más psicológico, se centra en estudiar los distintos tipos de emprendedores y sus diferencias en aptitudes y actitudes. Sin embargo, los estudios que analizan la relación entre la formación universitaria y el desarrollo de las aptitudes y actitudes emprendedoras son escasos. En nuestro país, hay pocos trabajos al respecto (Vara, 2007). Dentro del contexto de la investigación aplicada, existe aún la necesidad de incrementar el nivel de conocimiento sobre el proceso de aprendizaje-enseñanza del comportamiento emprendedor, más conocido como "emprendizaje" (Vara, 2007). Podemos manifestar que en nuestra región Tacna no existen trabajos de investigación al respecto.

Este vacío contrasta con la fuerte necesidad de promover el desarrollo de competencias emprendedoras en los estudiantes, por lo que se requiere realizar investigaciones sobre la materia, en especial en la Región de Tacna.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

Existen pocos antecedentes sobre investigaciones de actitudes empresariales en estudiantes universitarios en el Perú. Específicamente en la Región de Tacna, no existe ninguna investigación que determine el Perfil emprendedor de los estudiantes universitarios.

A nivel nacional se han realizado algunas investigaciones que miden la actitud empresarial.

Jaramillo y Parodi (2003) en la investigación: Jóvenes emprendedores; en Proyecto Formación Empresarial de la Juventud(Proyecto JUMP), ejecutado por CARE-Perú entre octubre de 1999 y marzo de 2001 y el Programa de Calificación de Jóvenes Creadores de Microempresas, conducido por el Colectivo Integral de Desarrollo (CID) entre julio de 1999 y noviembre de 2001, nos manifiestan “el Programa de Apoyo a Jóvenes Emprendedores, muestra efectos positivos en cuanto a la permanencia de las empresas en el mercado, e indirectamente en la generación de empleo. Estos resultados plantean algunos retos y

consideraciones relevantes en la perspectiva de elevar la efectividad de este tipo de intervenciones”.

Vargas (2003) en su trabajo: Formación profesional: mito y realidad (Universidad Nacional Mayor de San Marcos), nos entrega un análisis de los alumnos que han ingresado entre los años 1997 y 1998 y les tocó vivir un escenario nacional y universitario sumamente difícil para su formación profesional, por la intervención militar y nos presenta un perfil emprendedor bajo, con 14,2% con optimismo al futuro.

Espinoza (2004), en su estudio “sobre aptitudes y actitudes empresariales de los estudiantes de administración, en tres universidades públicas de Lima y Callao, Perú”, el autor trata de demostrar la escasa actitud de emprendimiento de los estudiantes, explicando que aquellos que dicen tener negocio propio se refiere al negocio de sus padres. No existen estrategias pedagógicas en las facultades de administración de las universidades públicas; no están orientadas a formar empresarios ni a promover aptitudes y actitudes empresariales.

Huamán (2005) en su trabajo de investigación: Empresarialidad de nuevas empresas de Huacho y Huamanga, nos indica que el género

femenino en Huacho son emprendedoras y en Huamanga el género masculino; con limitaciones al emprendimiento

Vargas (2007) en el trabajo de investigación "Influencia de la motivación de logro, actitud emprendedora, y autoeficacia emprendedora, sobre la intención emprendedora en los estudiantes del área de ciencias Empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco", manifiesta que al aplicar el análisis de modelo de ecuaciones estructurales hace una aportación significativa a la literatura empírica que estudia la influencia de factores psicológicos, factores motivacionales y factores cognitivos como la autosuficiencia sobre la intención emprendedora en los estudiantes de ciencias empresariales. Los estudiantes de la carrera profesional de Administración de Empresas, presentan mayor intencionalidad emprendedora. Asimismo, presentan mayor nivel de conocimientos empresariales y mayor nivel de preparación empresarial y además mayor nivel de autoeficacia emprendedora. Lo cual representa un potencial para la creación de empresas en la Región Cusco.

Vara (2007) en su estudio "Perfil emprendedor de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos" de la Universidad Particular San Martín de Porres, hace un estudio en la cual

arriba a actitudes y aptitudes positivas de sus estudiantes, tomando como instrumento de medición desarrollado por Grande Esteban (2001) en España. Los resultados que encontró fueron positivos en los items que consideró: a) Aptitudes emprendedoras: tendencia exploratoria, curiosidad productiva, tendencia al liderazgo, autoconfianza, tenacidad, tendencia a asumir retos riesgosos, planificación escrupulosa; b) Actitudes emprendedoras: concepciones sobre emprender, actitudes ante el trabajo en equipo, actitudes ante las actuaciones de las empresas, actitudes ante el trabajo; c) Factores disponentes de las aptitudes y actitudes emprendedoras: entorno familiar de negocio, disposición previa, Influencia de la universidad, experiencia previa, disposición al autoempleo; d) Limitaciones a las Iniciativas emprendedoras: frenos y limitaciones auto percibidos, e) Socio-demográficas: sexo (género), edad, actividad laboral, ciclo en curso, escuela profesional.

Tinoco (2008) en su estudio: Medición de la Capacidad Emprendedora de ingresantes a la Facultad de Ingeniería Industrial de la UNMSM, manifiesta de acuerdo al instrumento utilizado una habilidad alta de emprendimiento.

Loli et al (2009) en el estudio: Emprendimiento en los estudiantes de la UNMSM y su relación con algunas variables sociodemográfica, en una muestra de 182 sujetos que realizan estudios universitarios, en su

mayoría de ingeniería en las diversas especialidades, encontrándose todos ellos entre el tercero y quinto año de estudios. Los resultados nos indican que la mayoría de los estudiantes universitarios tienen una actitud positiva hacia la creatividad y el emprendimiento; igualmente, existe una correlación significativa y positiva entre sus componentes. Sobre las variables demográficas y psicosociales, y su relación con los componentes, existe diferencia significativa de acuerdo a los grupos de edad, ciclos de estudio cursado, Facultad y Escuela Académico Profesional de pertenencia, desarrollo de emprendimiento y sector de actividad para el emprendimiento; es decir, la intervención de dichas variables permiten inferir diferencias de percepción respecto a algunos factores de la creatividad y el emprendimiento. Es posible también que los resultados varíen en algunos aspectos con la ampliación de la muestra; no obstante, es pertinente hacer algunos ajustes a las variables demográficas para obtener y aprovechar mejor los resultados; existen vacíos que deben ser explorados añadiendo variables relacionadas, por ejemplo, a la procedencia del estudiante y a la de su familia, y otras variables que, sin duda, serán de mucha utilidad para ir consolidando estos resultados.

Mavila, Tinoco y Campos (2009) en el estudio: Factores influyentes en la capacidad emprendedora de los alumnos de la Universidad Mayor de

San Marcos, indican que los estudiantes tienen un potencial emprendedor, obtiene porcentajes mayores a 60% en las dimensiones que se plantean, como son: relacionarse socialmente, realización, creatividad y planificación

Vicuña et al (2009) en la investigación “Disposición psicológica y expectativas del estudiante universitario para la formación de empresa y el rol gerencial”, no experimental, descriptivo comparativo con diseño transversal, se propuso despejar la interrogante: ¿difieren las disposiciones y expectativas psicológicas para la formación de empresas y asumir el rol gerencial según la facultad académico profesional a la que pertenece el estudiante y el género?. La muestra fue 736 estudiantes del 4to y 5to año de estudios de la UNMSM de diferentes facultades y agrupadas en tres áreas académico profesionales, encontrando que tanto las Facultades Académico Profesionales ni el género, plantean diferencias sobre las disposiciones psicológicas para la formación de empresas y el rol gerencial, pero si se encuentran diferencias significativas en la motivación según facultades y no por el género; donde la motivación de afiliación caracteriza prioritariamente al estudiante sanmarquino próximo a egresar.

Pérez (2009) en su trabajo: La universidad en la formación de emprendedores empresariales y el apoyo en la creación de nuevas empresas, nos manifiesta: "Es fundamental que las universidades jueguen un rol mucho más protagónico en el nacimiento y consolidación de las nuevas empresas, reduciendo la tasa de mortalidad de las nuevas compañías y acrecentando sus posibilidades de éxito, formando una nueva generación de líderes empresariales dispuestos a asumir riesgos, sin temor a los nuevos retos, perseverantes y con redes de apoyo sólidas. En esta nueva concepción muy pocas universidades han incursionado, por lo que existe un gran mercado como la Universidad Nacional Mayor de San Marcos; todo depende del consenso entre autoridades y estudiantes.

Serida, Nakamatsu y Uehara (2010) en el informe Global Entrepreneurship Monitor: Perú 2009, nos manifiestan que el GEM (Global Entrepreneurship Monitor) estandariza los indicadores de nivel educativo con la finalidad de hacerlos comparables entre los países participantes. Utiliza cuatro categorías de acuerdo con el máximo grado alcanzado de estudios: educación secundaria inconclusa, educación secundaria concluida, educación post-secundaria (incluye educación técnica y profesional) y grado académico (incluye educación universitaria y postgrados). El perfil emprendedor predominante se

encuentra entre los que tienen educación superior, en primer lugar, y los que tienen secundaria completa, en segundo lugar. De otro lado, la distribución de los emprendedores establecidos muestra un incremento de empresarios con nivel educativo superior. Estos resultados nos señalan un panorama favorable y, si se mantiene esta tendencia, podríamos esperar una mejor calidad de los emprendimientos y mayores posibilidades de consolidación y crecimiento.

Para Valera-Loza (2010) la motivación universitaria está abriendo muchas posibilidades y oportunidades al mundo académico; sin embargo, también están generando conflictos. En los últimos años se ha estimulado a las universidades para que adopten la tercera misión, relacionada con la aplicación y explotación del conocimiento y de otras capacidades universitarias, fuera de las aulas. Sin embargo, surge la interrogante de si la universidad es la institución adecuada para transferir y comercializar el conocimiento, y si conviene convertirse en una universidad emprendedora.

Portocarrero, Mayorga y García (2010) en la investigación: Capacidad emprendedora y coeficiente empresarial en estudiantes de Administración y de Psicología de la Universidad Nacional Federico Villarreal concluyen: "Los resultados permiten establecer que la formación recibida por los

estudiantes de administración contribuiría a su interés, particularmente en el grupo femenino, por la generación de sus propias fuentes laborales. Por el contrario, en los estudiantes de psicología contribuiría mayormente al desarrollo de su espíritu emprendedor”.

Giurfa (2012) nos manifiesta en su estudio: “Estudio de desarrollo emprendedor de la población joven en la Provincia de Tacna”, que el 2% tiene solamente educación primaria, el 11% no culminó la educación secundaria, el 33% logró culminar la educación secundaria y de inmediato emprendieron un negocio propio, el 9% continuó estudiando pero no logrando terminar la carrera técnica, mientras que el 15% culminó satisfactoriamente la carrera técnica, el 8% no culminó la universidad y el 22% término la universidad satisfactoriamente; como se aprecia es un dato global. Una de las conclusiones es: “otro factor a tomar en cuenta es la escasa o nula educación y capacitación para el emprendimiento, esto también es ocasionado por la poca cohesión que existe entre los actores que deberían estar involucrados en este tema como lo son GOBIERNO-UNIVERSIDAD-EMPRESA, si no corregimos esta deficiencia será mínima la posibilidad de desarrollar nuevos emprendedores que sean exitosos en la Región”.

En el ámbito internacional, existen diversos estudios importantes que miden los niveles de actitudes y aptitudes emprendedoras de estudiantes universitarios. A continuación se resumen las más significativas.

Rusque, Guzmán, Torres, Ramírez y Castillo (1998) en la ponencia “Medición de capacidad emprendedora de estudiantes de escuelas de administración de Europa y América Latina (Red ALFA (América Latina Formación Académica): Comunidad Europea)” en el XII Congreso Latinoamericano sobre espíritu empresarial San José Costa Rica, nos indican: el grupo de trabajo decidió considerar como relevantes las siguientes variables para definir en un emprendedor: 1) Creatividad e innovación, 2) Tenacidad, 3) Auto-confianza, 4) Liderazgo y coordinación, 5) Comunicación, 6) Negociación, 7) Responsabilidad, 8) Capacidad para asumir riesgo, 9) Altruismo, y 10) Honestidad.

Selamé (1999) en el estudio “Emprendimiento juvenil” (Chile) nos indica: “luego de efectuar la revisión de la literatura especializada, el análisis de datos secundarios, y de sostener conversaciones con expertos, se llegó a la conclusión que existe un conjunto de rasgos centrales que caracterizan el perfil del emprendedor de negocios, conjunto que estaría constituido por los elementos siguientes: a) Capacidad de innovación b) Valor para enfrentar situaciones inciertas o capacidad para

asumir riesgos moderados c) Visión de futuro d) Motivación de logro (decisión de lograr determinados objetivos y deseo de superación y progreso) e) Autonomía en la acción, iniciativa propia f) Autoconfianza g) Optimismo h) Habilidad para formular planes de acción y; i) Habilidad de persuasión”.

Kantis, Ishida y Komori (2002) en la revista “Empresarialidad en economías emergentes: Creación y desarrollo de nuevas empresas en América Latina y el Este de Asia” indican: “la adquisición de la motivación, es el hecho crítico inicial del proceso emprendedor por qué es lo primero que impulsa a las personas a convertirse en empresarios. Por eso, conocer los factores y los ámbitos que inciden en la formación de la motivación son cruciales para quienes desean promover la vocación empresarial. La adquisición de las competencias necesarias para ser empresario, es un proceso de naturaleza social. Por tal motivo, es relevante conocer cómo los distintos ámbitos – la familia, el sistema educativo, las empresas, las instituciones de formación profesional – contribuyen a forjar la vocación y las actitudes de los emprendedores, sus habilidades y sus conocimientos. En ambas regiones, la contribución del sistema educativo al desarrollo de capacidades es más limitado. Sin embargo, los empresarios latinoamericanos reconocieron la importancia de los conocimientos técnicos específicos aportados por las universidades

en las que estudiaron y, en menor proporción, su contribución al desarrollo de capacidades para resolver problemas. Los empresarios asiáticos, por el contrario, tendieron a asignar un papel mucho más excluyente al conocimiento adquirido a través de la experiencia laboral.

Borjas (2003) en su estudio: "Espíritu empresarial, creatividad empresarial, en estudiantes universitarios venezolanos. Un nuevo reto", nos manifiesta: "...el desarrollo del espíritu empresarial es una actividad que involucra a diferentes organizaciones: Estado, centros educativos, universidades, sector empresarial, con la finalidad de la divulgación e incorporación en los diferentes subsistemas de educación y formación, así como involucrar a los medios de comunicación para que el Espíritu Empresarial adquiera un papel social. En esta actividad, juega un papel fundamental el desarrollo del personal docente y de investigación, para que pueda cumplir con las exigencias propuestas en el modelo propuesto en este trabajo para el desarrollo del Espíritu Empresarial. Las Universidades necesitan formar a su profesionales con un alto Espíritu Empresarial como una forma de contribuir al fomento de nuevas competencias, las cuales deben estar vinculadas a los proceso de desarrollo en las organizaciones en las cuales se desenvuelvan.

Amaury (2003) en su trabajo de investigación "Formação de empreendedores: proposta de abordagem metodológica tridimensional para a identificação do perfil do empreendedor" (Brasil) nos manifiesta: "...se tiene una metodología para descubrir emprendedores, está construida para servir de soporte para los profesores, para evaluar el comportamiento de un emprendedor. Se entrega una matriz para la evaluación de un emprendedor. Esta investigación nos entrega cómo identificar el perfil del emprendedor, procura contribuir al proceso educacional para una formación emprendedora. Recomienda investigar sobre el perfil de emprendedores en otros segmentos productivos, a los emprendedores del segmento de base tecnológica. Investigar a los profesores y alumnos en el emprendimiento, para implementar los cambios en el currículo y cambien el paradigma de formación al autoempleo".

Liñán y Rodríguez (2005) en el documento de trabajo "Actitudes empresariales de los estudiantes universitarios Andaluces" (España, Andalucía) nos indica: "...la investigación empírica se ha basado en los modelos de intención empresarial. La intención de llevar a cabo un comportamiento empresarial, dependerá de las percepciones del individuo sobre su deseabilidad (atracción personal hacia el mismo y valoración social) y factibilidad, así como de su nivel de conocimiento sobre la

actividad empresarial”. Podemos manifestar que cada grupo humano tiene características diferentes en el emprendimiento.

Saboia y Martín (2006) en el estudio “Rasgos Psicológicos del Emprendedor y la Continuidad del Proyecto Empresarial: Un Estudio Empírico de Emprendedores Brasileños”, nos manifiesta: “ ...los factores que influyen sobre el fenómeno del emprendedorismo, ha recibido un gran interés por parte de la literatura académica. Existe un gran consenso acerca de lo que significa ser emprendedor; sin embargo, todavía se desconoce bastante – por lo menos desde un punto de vista empírico - acerca del perfil del individuo con mayor probabilidad de convertirse en emprendedor y, más aún, se desconoce los rasgos personales que llevan a un emprendedor al éxito”.

Krauss (2006) en su investigación: “Las actitudes emprendedoras en los estudiantes de la Universidad Católica del Uruguay”, estudia las actitudes emprendedoras de nuevos estudiantes en todas las carreras de la Universidad Católica del Uruguay que hace el énfasis especial en la toma de riesgos, control interno, amor propio, planificación y anticipación al futuro así como su reconocimiento. Se ha determinado la actitud que cada estudiante, tienen al momento de ingresar a la universidad y la relación entre su educación y los padres como emprendedores o no.

Borjas y Marvez (2006) en su investigación "Percepciones de los estudiantes y creencias de los docentes sobre el espíritu emprendedor y su enseñanza: Caso Universidad Metropolitana – Venezuela" concluye: "La Universidad Metropolitana consciente de la actividad y compromiso en su actividad formativa, muestra a través de este estudio información de su rol de formadora en conductas emprendedoras, y cómo es percibida su acción educativa por los estudiantes y profesores. Las consideraciones de los estudiantes en cuanto al significado de C.E. (conducta emprendedora), muestran una categorización con base a rasgos personales: creatividad, liderazgo, motivación para crecer, características que no difieren en cuanto a las percepciones por género, en los estudiantes; sin embargo llama la atención que competencias como: planificación, organización, toma de decisiones, trabajo en equipo, no aparezcan reflejadas como competencias fundamentales en el repertorio del perfil del emprendedor. Estas percepciones coinciden con las creencias de los profesores, para quienes los rasgos personales son calificados de mayor importancia, y las características técnicas como menos importantes. Lo anterior, evidencia la no existencia de sinergia entre las asignaturas del eje de emprendimiento (desarrollo de competencias, proyecto emprendedor) y las asignaturas de formación básica. Este estudio, debe replicarse en otras Facultades con el

objetivo no sólo de evaluar la acción educativa, sino generar transformaciones en el proceso educativo”.

Quintero (2007) en su estudio “Generación de competencias en jóvenes emprendedores” (Colombia) modela su estudio con terapias de grupo, casuística y análisis testimonial.

Espíritu y Sastre (2007) en su estudio “La actitud emprendedora durante la vida académica de los estudiantes universitarios” (España, Madrid) nos manifiesta: “Existen todavía muchas incógnitas por descifrar en relación con la influencia de las características individuales hacia la actitud emprendedora sobre la creación de empresas. La descripción sobre los comportamientos, habilidades y actitudes del ser humano, casi siempre ha sido acompañada de intentos por conocer los orígenes causales de tales conductas. En el ámbito de la Universidad, podemos encontrar personas con enorme potencial para emprender, que por su alta capacitación, sus empresas podrían tener mayor probabilidad de supervivencia, especialmente si el objeto de sus actividades requiere conocimientos especializados y de alto nivel. Sin embargo, aunque el espíritu emprendedor puede surgir desde cualquier rincón del aula universitaria, su fomento y realización dependerá de las condiciones de las universidades y apoyos que se reciban. Sin embargo, la formación

específica en creación de empresas debe ser positivamente valorada, ya que los estudiantes que han recibido este tipo de formación, manifiestan una actitud más favorable hacia el autoempleo. No obstante, somos conscientes de que también podría presentarse un problema de causalidad inversa, ya que es posible que los estudiantes con mayor inclinación al autoempleo hayan buscado profundizar en su formación hacia la creación de empresas en mayor proporción que los demás estudiantes”.

Borjas (2007) en su trabajo “Actitudes empresariales en jóvenes universitarios venezolanos”, nos manifiesta: “...la intención de ser empresario, representa la percepción en el momento actual, la valoración de los estudiantes entrevistados la colocan en un alto porcentaje, 72%, lo cual manifiesta su intención de ser empresarios. Estos resultados confirman las relaciones propuestas en el modelo de Liñán y Rodríguez (2004) en la interrelación de las variables deseabilidad, valoración social, factibilidad y conocimiento empresarial. En este caso, cabe destacar la valoración social percibida hacia la actividad empresarial por encima del deseo de trabajar como asalariado. En el grupo encuestado, en la información aportada sobre el EE (Estudiante Encuestado), se hizo manifiesto la percepción de competencias: autodeterminación, creatividad, honestidad, sensibilidad social, capacidad de asumir riesgos, manejarse

efectivamente en procesos de cambio, relacionarse en grupo y en menor grado la participación en eventos”.

Lanzas, Pacheco, y Velandia (2007) en su artículo: “Medición del espíritu empresarial en la Universidad Tecnológica de Pereira” (Colombia) nos indica: “El presente artículo tiene como finalidad mostrar cuáles son las necesidades que se identificaron al interior de la comunidad Universitaria, en lo referente al desarrollo del espíritu empresarial, y describir brevemente, cuáles deben ser las estrategias a implementarse para ello”. Recomienda “El emprendimiento debe incluirse como una competencia transversal en los programas académicos de diversas áreas del conocimiento”.

Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2008) en capítulo Executive Report. Special Topic: Entrepreneurship Education and Training, nos indica “Los niveles de educación y la disponibilidad de programas de formación de espíritu emprendedor, son determinantes posibles de habilidades percibidas. El modelo de GEM identifica a Educación de Espíritu emprendedor y su formación como una condición de marco empresarial que afecta niveles de actitudes empresariales, aspiraciones y actitudes, que afectan el nivel de nuevas empresas en la economía”.

Vera (2008) en la investigación “Una innovación pedagógica para la formación de universitarios emprendedores” (Brasil, Curitiba) nos manifiesta: “...el desarrollo del espíritu emprendedor requiere de un entorno favorable y de la constitución de fuertes redes de apoyo externo para que profesionales y personas, ajenas al cuerpo académico, participen de esta formación (docentes contratados, empresarios, emprendedores exitosos, dirigentes sociales, consultores, de proyectos, etc.), en formas diversas (docentes, tutores, testimonios, jurados de concursos, etc.)”. Recomienda: “.....la Universidad debe flexibilizar su normativa para abrirse a estas aportaciones; el fortalecimiento de la actividad emprendedora necesita un cambio cultural y, en particular, una nueva consideración del riesgo, y la eventualidad del fracaso que permita sacar las lecciones positivas y revalorar críticamente esa experiencia, sin estigmatizar socialmente al emprendedor de que se trate; esta nueva consideración del riesgo, debe también ser incorporada por los académicos que acepten innovar y desarrollar la formación emprendedora y la institución universitaria, debe generar los incentivos y mecanismos adecuados de evaluación de esta tarea académica”.

Roth y Lacoa (2009) en su trabajo de investigación “Análisis Psicológico del Emprendimiento en Estudiantes Universitarios: Medición, Relaciones y Predicción” estudio, llevado a cabo con estudiantes

universitarios bolivianos, pretendió obtener información acerca de tres aspectos relacionados con la conducta emprendedora desde una perspectiva psicológica: su medición válida y confiable, su vinculación con otras expresiones afines, y su predicción a partir únicamente de variables psicológicas que, en estudios previos, demostraron plausibilidad causal. Con respecto a la medición del constructo “actitud emprendedora”, el instrumento aquí utilizado tuvo que ser ajustado a las condiciones socioculturales de la muestra. Dicho ajuste, supuso un cambio radical en su estructura que terminó en una escala monofactorial compacta de 15 ítems. La actitud emprendedora fue medida en base a afirmaciones que destacaban la pro-actividad en la iniciativa, la disposición a la excelencia, la búsqueda de la eficiencia, la confianza en el éxito y la capacidad resiliente, atributos presentes en las consideraciones conceptuales. En este estudio, pareció importante enfocarse en la medición de la actitud emprendedora, debido a que la población que sirvió de base a la investigación no estaba involucrada de manera directa con emprendimiento alguno y, por lo tanto, parecía razonable estudiar la tendencia o disposición a emprender.

Lanzas, Lanzas, Lanzas (2009) en el trabajo de investigación “Propuesta para medir el perfil de los emprendedores de base tecnológica”, a lo largo de este documento destaca “...la importancia que

tiene el apoyo y el fomento al emprendimiento y la creación de nuevas empresas de base tecnológica en el desarrollo económico y social sostenido del país e identificar el perfil del emprendedor de base tecnológica es fundamental, ya que esto permitirá sentar bases para la creación de un marco teórico general y analítico sobre las nuevas empresas y sus creadores, y contribuir a las entidades de apoyo a conocer a sus clientes objetivos, para desarrollar estrategias de apoyo que le garanticen mejores resultados y por ende empresas sostenibles en el mediano y largo plazo”.

Díaz, García, Ruíz, Jaimez y Hernández (2010) en su trabajo: “Actitudes, valores y comportamientos emprendedores en la población universitaria”; se expone el estudio llevado a cabo sobre las actitudes emprendedoras de universitarios españoles y chilenos. Los resultados preliminares obtenidos, muestran patrones actitudinales y comportamentales diferenciados tanto en la muestra española como en la chilena así como diversas variables (personales, valores, formativa o familiares) que afectarían a la decisión de los universitarios, hacia su intención de crear una empresa de manera individual o colectiva.

GEM (2010) nos indica: “.....ligeramente más del 60 % de aquellos que han recibido la formación, por término medio, ha recibido la formación

informal, exclusivamente o además de la formación formal. Este nivel alto de la formación informal sugiere que, a pesar de haber obtenido la educación de espíritu emprendedor formal, las personas también quedan enfocadas en su formación. La fuente más frecuente de formación informal, en la mayor parte de los países, es el autoestudio, seguido de programas universitarios informales y cursos ofrecidos por asociaciones comerciales. En este informe, la educación del espíritu emprendedor es definida en amplios términos como el edificio de conocimiento y habilidades "sobre" "o para" el espíritu emprendedor generalmente, como la parte de programas de educación reconocidos en primario, secundario o nivel terciario instituciones educativas. La formación de espíritu emprendedor es definida como el edificio de conocimiento y habilidades en la preparación para comenzar un negocio. Así, el objetivo de la formación de espíritu emprendedor es muy específico, a diferencia del objetivo de la educación de espíritu emprendedor, que puede ser mucho más amplia".

Morales (2009) en su estudio "El clima de emprendimiento, un determinante clave en la intención emprendedora de los estudiantes de Escuelas de Negocio" en estudiantes de pregrado de las carreras de negocios pertenecientes a las universidades chilenas, ha introducido un nuevo concepto, "el clima de emprendimiento", que emerge como un

factor determinante para acrecentar la intención emprendedora de los estudiantes universitarios, el cual es posible potenciar a través de acciones concretas llevadas a cabo por las instituciones educativas. Para llegar a señalar lo anterior, se testeó la aplicabilidad del modelo de intención emprendedora de Liñán (2004) a través de una herramienta de medición de elaboración propia. Una vez corroborado esto, se testeó la incidencia del clima de emprendimiento en la intención emprendedora de los estudiantes, comprobando la hipótesis inicial de que el “clima de emprendimiento” existente en una facultad específica, incentiva la intención emprendedora de sus estudiantes.

En este contexto, la presente investigación, pretende describir el perfil emprendedor; y las dimensiones: aptitudes emprendedoras, actitudes emprendedoras, factores disponentes de las aptitudes y actitudes emprendedoras, y limitaciones a las iniciativas emprendedoras de los estudiantes de Ingeniería, Administración e Ingeniería Comercial.

2.2 EL COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR

Sin entrar en discusiones improductivas sobre las múltiples acepciones que diversos autores han atribuido al término emprendedor – entrepreneur originariamente–, lo cierto es que se trata de un vocablo cuyo significado ha ido variando a lo largo del tiempo, careciéndose,

incluso hoy, de una definición clara y universalmente aceptada. No obstante, existe un acuerdo generalizado en otorgar a Cantillón (1755), la primacía de su utilización con un significado económico a comienzos del siglo XVIII. Dicho autor, empleó el término *entrepreneur* para identificar a las personas de la época, que asumían la responsabilidad de poner en marcha y llevar a cabo un proyecto, asignándoles, además, una función esencial: la asunción de riesgo. De esta forma, la noción de empresario surgía de la experiencia de la vida económica y, por ello, habrá de ser entendida sin desvincularse del contexto empresarial en que tiene lugar. (Toledano, 2006)

Toledano (2006) indica que a partir de entonces, se pueden diferenciar dos grandes enfoques económicos en el estudio de esta figura:

- Identificativo, cuyo objetivo primordial es reconocer al *entrepreneur* entre los agentes de la vida diaria.
- Funcional, que pretende definir al *entrepreneur* a partir de las funciones que éste realiza.

Jean Baptiste Say es el segundo autor que se interesó en las actividades del emprendedor. Este autor concebía el desarrollo de la economía a través de la creación de empresas. Cantillón y Say veían al emprendedor, sobre todo, como un tomador de riesgos, puesto que invierte su propio dinero. (Vara, 2007; Espíritu, 2011)

Say distingue entre el emprendedor y el capitalista, entre las utilidades de uno y del otro. En ese sentido, Say asocia el emprendedor con la innovación, viéndolo como un agente de cambio. Al respecto, Say fue el primero en definir el conjunto de parámetros de lo que hace el emprendedor en el sentido actual, constituyéndose en el padre del estudio del empresariado. (Vara, 2007)

Vara (2007) nos indica que Joseph Schumpeter (1934) es el autor que le da importancia al dominio del empresariado, asociándolo particularmente con la innovación y demostrando su implicancia en el desarrollo económico.

Actualmente, los investigadores de las ciencias administrativas ven al emprendedor, como un descubridor de oportunidades de negocios (Vara, 2007).

Vara (2007) nos manifiesta que un concepto de bastante aceptación sobre el emprendedor es el siguiente: "...habilidad de la persona para transformar las ideas en actos. Está relacionado con la creatividad, la innovación y la asunción de riesgos, así como con la habilidad para planificar y gestionar proyectos con el fin de alcanzar objetivos".

Espíritu (2011) nos indica que, en las ciencias de la conducta, Max Weber (1930) fue uno de los primeros en interesarse en la conducta

empresaria. Weber veía a los emprendedores como innovadores, independientes y poseedores de una fuerte autoridad formal.

David McClelland (1960) impulsó las investigaciones del entrepreneurship. Asoció el comportamiento emprendedor con las necesidades de realización (logro) y poder. Después de McClelland, los conductistas dominaron el campo de investigación del empresariado hasta principios de los años 80, intentando establecer un perfil psicológico del emprendedor. Este intento aún no ha concluido. (Vara (2007))

Vara (2007) nos da a conocer, en las últimas tres décadas, el estudio del emprendedorismo es acaparado por las ciencias humanas y administrativas. En 1982 aparece la primera enciclopedia presentando el estado de los conocimientos en el campo (Kent, Sexton y Vesper, 1982), así como la realización de la Conferencia Anual de Babson (College Entrepreneurship Research, 1981-1989) donde se presenta las Frontiers of Entrepreneurship Research, colección de artículos de investigación empíricos sobre el emprendimiento (Kuratko, 2005). Actualmente, existen muchas revistas especializadas sobre emprendimiento, siendo las más conocidas Entrepreneurship & Regional Development, Journal of Developmental Entrepreneurship, International Journal of Entrepreneurship & Innovation Management, International Journal of Entrepreneurship & Innovation, Academy of Entrepreneurial Journal,

Journal of Business Venturing, New England Journal of Entrepreneurship, Technovation, Entrepreneurship Theory and Practice, International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, Journal of Research in Marketing & Entrepreneurship. Global Award for Entrepreneurship Research. La más antigua data del año 1976 (Entrepreneurship, theory and practice) y la más reciente de 2005 (Journal of Small Business and Entrepreneurship).

2.2.1. Dimensiones del comportamiento emprendedor

En la presente investigación se define al emprendedor como una persona que se responsabiliza por iniciar, mantener y consolidar una unidad empresarial orientada al lucro, a través de la producción o distribución de bienes y servicios económicos. (Vara, 2007). El comportamiento emprendedor ha sido operacionalizado y validado en tres dimensiones: innovación, toma de riesgo y proactividad (Kreiser, Marino y Weaver, 2002). Cada una de estas tres dimensiones brinda una determinada contribución hacia el emprender natural de una empresa (Vara, 2007) Se tienen estudios que, los emprendedores, tienden a ser moderados en su voluntad para asumir riesgos (McClelland, 1961).

Muchos investigadores consideran a la innovación como el núcleo de la acción emprendedora (Vara, 2007). La innovación emprendedora puede ser definida como la "...capacidad para sustentar la creatividad y

experimentación al introducir nuevos productos/servicios, así como novedad y liderazgo tecnológico en el desarrollo de nuevos procesos... (Vara, 2007 y Coultrad, 2007).

Las investigaciones de percepciones, describen al emprendedor con términos como innovador, flexible, dinámico, capaz de asumir riesgos, creativo y orientado al crecimiento. Los medios informativos, ya sea impresos, televisivos o virtuales, a menudo, definen el término emprendedor como la capacidad de iniciar y operar empresas nuevas. En todo caso, ninguna definición del emprendimiento es lo suficientemente precisa o descriptiva para señalar a la persona o grupo (en sentido empresarial, social, investigativo o cualquier otro) que desea ser innovador, flexible y creativo (Mavila, Tinoco y Campos 2009) .

El incipiente interés por estos tópicos, ha conllevado a que se realicen algunos estudios en nuestro país; encontraron siete competencias necesarias para crear y gestionar exitosamente pequeñas y micro empresas. Éstas son: a) Capacidad de comunicación fluida y empática, b) Iniciativa y capacidad para tomar decisiones en situaciones normales o de riesgo, c) Resolver problemas, buscar permanentemente soluciones creativas, tener vocación por la innovación, el cambio y la mejora continua en todos los ámbitos de su empresa, d) Actuar en función de valores, e) Obtener, interpretar y establecer prioridades en la

información, f) Desarrollar métodos de trabajo sistemáticos y g) Orientar los esfuerzos hacia la generación de riqueza. (Portocarrero et al, 2010)

Las perspectivas del individuo emprendedor, abordan y tratan de comprender el emprendimiento desde la singularidad de un sujeto, que facultan a un individuo para actuar como un emprendedor: logro, innovación, creatividad o energía creativa, toma de riesgos, autonomía, introversión, neuroticismo, motivación son aspectos que se evidencian en mayor o menor grado y que determinan ese potencial de emprendimiento de un sujeto. (Rosero y Molina, 2008)

Moriano, Trejo y Palaci (2001), mencionan a Robinson y colaboradores (1991) que, han desarrollado y validado el Entrepreneurial Attitude Orientation (EAO), un cuestionario que mide actitudes sobre cuatro ámbitos estrechamente relacionados con los emprendedores: 1) Logro en los negocios; 2) Innovación en los negocios; 3) Control personal percibido de los resultados de los negocios; y 4) Autoestima percibida en los negocios. Desde nuestro punto de vista, el estudio de los rasgos de personalidad y las actitudes no son aproximaciones contrapuestas, sino que son complementarias. El emprendedor, debe ser la persona que puede poseer las características que desde los estudios de los rasgos de personalidad se relacionan con los emprendedores, y su actitud puede ser positiva hacia el logro y la innovación, pero si no valora, por ejemplo, la

independencia, disfrutar con aquello que hace la libertad, puede que no dé el paso para volverse trabajador por cuenta propia y/o crear su propia empresa.

Dependiendo del grado de incertidumbre y riesgo, el emprendedor busca tomar decisiones para aprovechar oportunidades que existen en el entorno, con base en su pensamiento creativo e innovador para elaborar, mejorar y transformar productos y servicios, para sacarlos al mercado, decidiendo sobre sus especificaciones y características. En este contexto, las decisiones, desde lo antropológico, son producto de los imaginarios, representaciones o mentalidades sobre la forma de concebir las oportunidades de innovación, de creación y de negocio. (Rodríguez, 2009)

Bojica (2009), Fuentes y Sánchez (2010) indican que basándose en teorías psicológicas, encuentran que los propietarios de pequeños negocios, son más comparables con los directivos que con los emprendedores; éstos son más propensos a asumir riesgos, están más motivados para tener logros y prefieren la innovación; este perfil coincide con lo que hoy llamamos literatura clásica sobre emprendedores.

Hoy no es posible identificar el perfil psicológico del emprendedor, de manera que sea reproducible (Filion, 2001) . Lo que permitieron identificar estas investigaciones son ciertas características personales, no

exclusivas del emprendedor, pero sí, presentes, como la necesidad de logro, la disposición a asumir riesgos, entre otros. (Pereira, 2007).

Zahara y Covin (1995) nos indica que el proceso en sí, de creación del nuevo negocio, a la hora de caracterizarlas se han empleado muchas dimensiones comunes como la orientación a la innovación, la proactividad y la asunción de riesgos, y a la hora de evaluarlas empíricamente, muchas de las medidas coinciden que bajo la etiqueta "corporate entrepreneurship", usan la medición y la definición generalmente asociadas a la orientación emprendedora). Resulta una nueva forma de medir el entrepreneurship, a nivel de empresa que evalúa cuatro dimensiones: puesta en marcha de nuevos negocios, orientación a la innovación, renovación organizativa y proactividad, incluyendo la última tanto la asunción de riesgos como la agresividad competitiva.

En conjunto, la innovación de productos, la proactividad y la asunción de riesgos de captura de la esencia de la Corporate entrepreneurship (CE). (Bojica, 2009)

El espíritu emprendedor, actualmente, es sinónimo de innovación y toma de riesgos. (Espíritu, 2011: 40)

Mientras que numerosos estudios han examinado los roles que la innovación y la toma de riesgos, asumen en determinar el nivel de

orientación emprendedora de una empresa, el concepto de proactividad ha recibido menos atención académica. Vara (2007 referencia a Knight (1997) sostiene que el énfasis de la proactividad está sobre "...la ejecución agresiva y el continuar, llegando hacia el logro de los objetivos de la empresa a través de cualquier medio razonable que sea necesario".

2.2.2 El perfil del emprendedor

Vara (2007) nos referencia que varios estudios se han dedicado a identificar cuál es el perfil del emprendedor. Selamé (1999) recopila algunas características: capacidad de innovación, capacidad creativa, valor para enfrentar situaciones inciertas o capacidad para asumir riesgos moderados, visión de futuro, motivación al logro, autonomía en la acción, iniciativa propia, autoconfianza, optimismo, habilidad para formular planes de acción y habilidad de persuasión.

En general, las investigaciones en el campo psicológico muestran una serie de características atribuidas a los emprendedores (Filión, 1998).

Existen muchas investigaciones, sin embargo, tienen resultados variados y contradictorios, sin posibilidades, hasta hoy, de contar con un perfil psicológico absoluto del emprendedor (Vara, 2007). En efecto, diferencias metodológicas como la variabilidad muestral, dispersión de instrumentos de medición y teorías, generan disparidad de resultados

(Valera-Loza, 2006). De lo manifestado, no se ha llegado al punto de predecir si una persona triunfará o no como emprendedor, sí se puede identificar si esa persona posee características y aptitudes que con más frecuencia se encuentran entre los emprendedores.

Las formulaciones teóricas permiten encontrar, en orden de importancia decreciente (de acuerdo a la importancia establecida de acuerdo con el número de características involucradas), ámbitos y características típicas de los emprendedores. (Selamé, 1999).

Selame (1999) nos manifiesta que se examinaron una serie de elaboraciones teórico-conceptuales realizadas por autores nacionales y extranjeros, y se llegó a la conclusión que los rasgos destacados por dichos autores pueden asumirse pertenecientes a los distintos ámbitos del ser. En orden de importancia decreciente (importancia establecida de acuerdo con el número de rasgos involucrados), tales ámbitos y rasgos son los siguientes:

a) Rasgos de personalidad. Como características vinculadas a la personalidad del individuo pueden citarse las siguientes: el emprendedor (de negocios) es impaciente, autónomo, dispuesto a asumir fracasos, decidido, flexible, persistente, auto-partidor, tolera la ambigüedad, tiene motivación al logro, se tiene auto-confianza, tiene cierto de control interno, entre otros atributos.

b) Conductas y actitudes: el emprendedor es responsable, eficiente, busca información, comprometido con su trabajo, se preocupa por la imagen de sus productos, busca tener buenas relaciones con sus empleados y con el medio ambiente.

c) Capacidades intelectuales: entre otras cualidades de orden intelectual, el emprendedor se presenta como una persona creativa, orientada a metas, capaz de resolver problemas, de planificar, de detectar y actuar en las oportunidades, de reconocer sus propias limitaciones.

d) Habilidades y talentos: en este ámbito, las características del perfil del emprendedor que se destacan son la capacidad de liderazgo, el tener capacidad de persuasión, de usar estrategias de influencia, ser asertivo.

e) De los conocimientos específicos: experticia (sic) o habilidades en las áreas de finanzas, marketing, conocimiento del negocio.

Cabe señalar que no siempre resulta factible asociar un determinado rasgo o elemento del perfil del emprendedor con uno y sólo uno de estos ámbitos. (Selame, 1990).

Ante la disyuntiva, de si el emprendedor de negocios nace o se hace, fue posible concluir que no ocurre, en exclusiva, ni lo uno ni lo otro.

Si, por un lado, existe un núcleo básico de características innatas, sin las cuales la personalidad emprendedora no sería posible, por otro lado, se afirma, que son los agentes de socialización y los factores del contexto social, político y económico los que constituyen eventuales potenciadores de tales características, y los que, en definitiva, determinarán si tales cualidades se desplegarán o no. (Selame, 1990)

Los elementos que conforman el perfil emprendedor (rasgos de personalidad, actitudes y conductas, capacidades intelectuales, etc.), se “gatillan” (se relacionan) y se desarrollan a partir de y mediante factores genéticos y de otros que se derivan de los procesos de socialización. No son inmutables en el tiempo. Por el contrario, van siendo continuamente modificados. Por otro lado, la posibilidad de que estos “recursos potenciales” se traduzcan finalmente en conductas emprendedoras, está mediatizada por la acción de factores macro-sociales, los cuales pueden ser favorecedores, inhibidores u obstaculizadores de la acción innovadora. (Selame, 1990).

El perfil del emprendedor gira alrededor de la aptitudes y actitudes emprendedoras. (Vara, 2007 y Grande, 2001).

2.3. LA EDUCACIÓN DEL COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR Y DESARROLLO DE APTITUDES. LOS MODELOS UNIVERSITARIOS Y EL ENTORNO DISPONENTE

La vieja discusión acerca de si el emprendedor nace o se hace está lejos de estar resuelta. Por lo tanto, queremos dar una explicación de la actitud emprendedora que reúna todas las explicaciones o teorías al respecto, y que puede contribuir a identificar, de manera conjunta, los factores explicativos y las variables que influyen en la actitud de los estudiantes universitarios hacia la creación de empresas. Existen estudios que se han desarrollado para explicar la actitud emprendedora, hacia crear una empresa a partir de las características sociodemográficas como la edad, el sexo, el ámbito de desarrollo, la posición que ocupa entre hermanos, los antecedentes familiares y la experiencia laboral. Son éstos aspectos importantes que se deben tomar en cuenta, para determinar ciertos efectos en el comportamiento de los individuos y su intención de emprender, de tal forma que agruparemos estas características dentro de un modelo que nos permitirá conocer nuevas aportaciones en esta área. (Vera (2007))

Asimismo, se han desarrollado estudios acerca del nivel educativo como elemento distintivo de los emprendedores, debatiendo la idea de si son los individuos que reciben un mayor nivel de

educación formal los más proclives a crear una empresa con alta posibilidad de supervivencia, ya que en la actualidad aspectos relacionados con el entorno, exigen mayor formación en los empresarios, pero no es claro si incide positivamente sobre la actitud emprendedora lo cual será analizado en el presente trabajo.

El contexto social y cultural - valores, actitudes y hábitos - de los miembros de una sociedad, condicionan en alto grado las decisiones que llevan a determinados comportamientos. En el caso de la creación de nuevas empresas, las percepciones de la deseabilidad y viabilidad son producto del entorno cultural y social que determinan qué acciones o comportamientos serán considerados y a la postre adoptados. (Shapero, 1982; Veciana y Urbano, 2004; Fuentes. y Sánchez, 2010; Toledano, 2006)

Shapero (1982) examina el concepto de deseabilidad usando información sobre la familia, grupos de amigos, grupos étnicos, entorno educativo y profesional de los empresarios potenciales. En el caso de la familia, afirma dicho autor que particularmente el padre o la madre juegan un papel muy importante en la consideración de la deseabilidad y credibilidad de la función empresarial por parte del futuro empresario.

La Universidad no fomentará, en los planes de estudio o en la transmisión de valores, el arraigo del espíritu empresarial entre los

estudiantes, se observaría una creciente dificultad entre los jóvenes para acceder al mercado de trabajo. Esto es debido, en parte, a la escasez de empleo disponible para una cada vez más numerosa juventud universitaria, y al complejo perfil profesional demandado en la actualidad por las empresas, más propio, tal vez, de aquel que pone en marcha una iniciativa empresarial (creatividad, iniciativa, esfuerzo, etc.). (Toledano, 2006; Valera-Loza, 2010; Portocarrero et al, 2010)

En el Perú, algunas universidades se declaran como emprendedoras: Universidad Nacional de Tumbes, Universidad Nacional del Centro, Universidad San Ignacio de Loyola, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Universidad de Chiclayo, Universidad de San Martín de Porres por ejemplo; pero sus modelos de gestión y resultados no son coherentes con sus declaraciones. (Valera-Loza, 2006)

Pérez (2009) y Tinoco (2008) nos manifiestan que, a pesar del gran número de universidades existentes a nivel nacional, son muy pocas las que promueven el espíritu emprendedor en sus estudiantes; aquellas universidades que sí lo hacen, usan como herramienta las incubadoras de empresas. Para cumplir con dicho fin, han creado instancias universitarias dedicadas al emprendimiento e incubación de empresas; a continuación, se describen algunas de ellas:

- Universidad ESAN: ha creado el Centro de Desarrollo Emprendedor.
- Pontificia Universidad Católica del Perú: cuenta con el Centro de Innovación y Desarrollo Emprendedor (CIDE).
- Universidad de Piura: cuenta con la Incubadora de base tecnológica e innovación (IncubaU-deP).
- Universidad San Martín de Porres: trabaja a través del Instituto de Innovación y Promoción para el Emprendimiento Universitario (IPPEU).
- Universidad Continental: ha creado la Incubadora de Empresa CONTI INCUBA (Junín – Huancayo).
- Universidad Ricardo Palma: acaba de crear el Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIE)

La Universidad Privada de Tacna ha creado el Centro de Emprendimiento, Innovación y Desarrollo (CEID) en el año 2007, dependiente de la Facultad de Ciencias Empresariales, FACEM - INCUBA (Giufra, 2012).

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1. CLASIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

El tipo de investigación es cuantitativa y cualitativa de corte transversal, porque la información se obtiene en un determinado espacio y tiempo, que nos permite evaluar el perfil emprendedor de los alumnos del quinto año de pregrado de las Escuelas Académico Profesionales de Ciencias Empresariales, Ingeniería Comercial e Ingenierías Productivas de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann Tacna 2011.

3.2. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

El presente estudio es una investigación descriptiva predicativa no causal, considerando que se estudia a la variable tal como se presenta en la realidad, la cual nos permitirá conocer el perfil emprendedor de los estudiantes de la Escuelas Académico Profesionales de Ciencias Empresariales, Ingeniería Comercial e Ingenierías Productivas de la Universidad.

Mejía (2005) manifiesta: "las investigaciones descriptivas predicativas no causales que se adecuan a la fórmula: *¿cómo es X?* Estas

investigaciones se llaman predicativas (y no predictivas) porque pretenden decir algo, predicar algo, acerca del fenómeno que se estudia; están encaminadas a establecer predicaciones acerca de los fenómenos o de los hechos. Y se les denomina no causales porque en ellas no existe la preocupación de establecer las causas de los fenómenos que describen, que tampoco podrían hacerlo debido a que sólo estudian una variable, la variable que van a describir. De ahí su denominación de predicativas no causales”.

Para el presente trabajo de investigación se agrupó a los estudiantes del quinto año de estudios de la siguiente manera:

- 1) Ciencias Administrativas.
- 2) Ingeniería Comercial.
- 3) Ingenierías Productivas (Ingeniería Pesquera, Ingeniería en Industrias Alimentarias, Agronomía, Ingeniería de Minas, Ingeniería Metalúrgica, Ingeniería Química, e Ingeniería Mecánica).

El trabajo de campo se realizó en tres etapas:

Primera etapa: Elaboración y evaluación del cuestionario para la evaluar del perfil emprendedor de los alumnos del quinto año de estudios y sus dimensiones.

Considerando a Barraza (2007) quien referencia a Rosenthal (2003) en García, 2005) y Ho-Won y Goldenson (2007) proponen una confiabilidad de 0,50 a 0,70 para propósitos de investigación; también Mohsen (2011) referencia a DeVellis (2003) plantea un nivel entre 0,70 a 0,95 niveles aceptables. Por lo tanto, el instrumento es aplicable en la presente investigación.

Tercera Etapa: Aplicación de la encuesta a los estudiantes quinto año de estudios de las Escuelas Profesionales de Ciencias Administrativas, Ingeniería Comercial e Ingenierías Productivas (ANEXO D).

3.3. IDENTIFICACIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE

3.3.1 Identificación de la variable y sus dimensiones

3.3.1.1 Perfil Emprendedor

Consiste en la inquietud por los cambios, por hacer las cosas de una forma diferente que aporte algún beneficio, que mejore una situación, consiste en encontrar posibilidades que para otras personas no son evidentes.

Para la evaluación de perfil emprendedor de los estudiantes, en el presente trabajo de investigación, se ha operacionalizado de la siguiente

manera: si el promedio de las calificación del cuestionario mediante la escala de Likert fue menor o igual a 3,5, no tiene perfil emprendedor, en caso contrario mayor que 3,5 si tiene perfil emprendedor.

Dimensiones:

1) Aptitudes emprendedoras de los estudiantes, capacidades y competencias necesarias para emprender con éxito un negocio; evaluación:

Indicadores

- Tendencia exploratoria.
- Curiosidad productiva.
- Tendencia al liderazgo.
- Autoconfianza.
- Tenacidad
- Tendencia a asumir retos riesgosos.
- Planificación escrupulosa.

Para la evaluación de aptitudes emprendedoras de los estudiantes, en el presente trabajo de investigación, se ha operacionalizado de la siguiente manera: si el promedio de la calificación del cuestionario mediante la escala de Likert fue menor o igual a 3,5, no

tiene aptitud emprendedora, en caso contrario mayor de 3,5 si tiene aptitud emprendedora.

2) Actitudes emprendedoras de los estudiantes, tendencia a pensar, sentir o actuar favorable o desfavorablemente hacia aspectos relacionados al trabajo y la formación de empresas; evaluación:

Indicadores

- Concepciones sobre emprender
- Actitudes ante el trabajo en equipo.
- Actitudes ante las actuaciones de las empresas.
- Actitudes ante el trabajo.

Para la evaluación de Actitudes emprendedoras de los estudiantes, en el presente trabajo de investigación, se ha operacionalizado de la siguiente manera: si el promedio de la calificación del cuestionario mediante la escala de Likert fue menor o igual a 3,5, no tiene actitudes emprendedoras; en caso contrario mayor de 3,5, si tiene actitudes emprendedoras.

3) Factores disponentes de las aptitudes y actitudes emprendedoras; factores que aumentan, directa o indirectamente, la

probabilidad de emprender una empresa o una actitud favorable hacia el éxito.

Indicadores

- Entorno familiar de negocio
- Disposición previa
- Influencia de la universidad
- Experiencia previa
- Disposición al autoempleo
- Frenos y limitaciones auto percibidos

Para la evaluación de los factores disponentes de las aptitudes y actitudes emprendedoras de los estudiantes, en el presente trabajo de investigación, se ha operacionalizado de la siguiente manera: si el promedio de las calificación del cuestionario mediante la escala de Likert fue menor o igual a 3,5, no tiene factores disponentes de las aptitudes y actitudes emprendedoras; en caso contrario mayor de 3,5 si tiene factores disponentes de las aptitudes y actitudes emprendedoras.

4) Limitaciones a las iniciativas emprendedoras, barreras que limitan las posibilidades del ejercicio de actividades emprendedoras.

Indicador

- Frenos y limitaciones auto percibidos, para hacer empresa en el Perú

Para la evaluación de las limitaciones a las iniciativas emprendedoras de los estudiantes, en el presente trabajo de investigación, se ha operacionalizado de la siguiente manera: si el promedio de las calificación del cuestionario mediante la escala de Likert fue menor o igual a 3,5, no tiene limitaciones a las iniciativas emprendedoras; en caso contrario mayor a 3,5, si tiene limitaciones a las iniciativas emprendedoras.

En el caso de los ítems respuestas dicotómicas (SI y NO), para la respuesta SI se le evaluó con cinco y NO se le evaluó con uno.

3.3.2 Operacionalización

Cuadro 2: Operacionalización de la variable Perfil Emprendedor

VARIABLE	Dimensiones	Indicador(N° ítems)	Escala	
PERFIL EMPRENDEDOR	Aptitudes emprendedoras	1. Tendencia exploratoria	11	
		2. Curiosidad productiva	5	
		3. Tendencia al liderazgo	4	
		4. Autoconfianza	6	
		5. Tenacidad	5	
		6. Tendencia a asumir retos riesgosos	7	
		7. Planificación escrupulosa	7	
	Actitudes emprendedoras	1. Concepciones sobre emprender	Significado de logro	6
			Significado económico	4
			Significado creativo	3
		2. Actitudes ante el trabajo en equipo	Significado Pro-Social	2
			Significado de disponibilidad de tiempo	3
			Significado de autonomía	4
			3. Actitudes ante las actuaciones de las empresas	8
			4. Actitudes ante el trabajo	5
			5. Disposición al autoempleo	3
Factores disponibles de las aptitudes y actitudes emprendedoras	1. Entorno familiar de negocio	3		
	2. Disposición previa	2		
	3. Influencia de la universidad	5		
	4. Experiencia previa	3		
	5. Disposición al autoempleo	3		
Limitaciones a las iniciativas emprendedoras	Frenos y limitaciones auto percibidos	13		

FUENTE: Elaboración propia.

El cuestionario para la evaluación del Perfil Emprendedor de estudiantes está compuesto de 4 dimensiones.

Dimensión 1: Aptitudes emprendedoras con 7 indicadores, como son:

1. Tendencia exploratoria, tendencia a buscar la novedad comercial, explorar nuevos productos y disfrutar de la búsqueda, con 11 ítems.

2. Curiosidad productiva, tendencia creativa para revisar, producir o modificar manualmente productos mecanizados o artefactos, con 5 ítems

3. Tendencia al liderazgo, motivación por el ejercicio de la autoridad, con 4 ítems.

4. Autoconfianza, confianza en las propias capacidades, con 6 ítems.

5. Tenacidad Diligencia, mantener niveles de esfuerzo y dedicación constante en el cumplimiento de tareas, con 5 ítems.

6, Tendencia a asumir retos riesgosos, tendencia a asumir situaciones estimulantes, riesgosas y que implican un reto competitivo, con 7 ítems.

7. Planificación Escrupulosa, organización y planificación mediata de las actividades, con 7 ítems.

Dimensión 2: Actitudes emprendedoras con 4 indicadores (un indicador tiene 6 subindicadores), como son:

1. Concepciones sobre emprender, significados que los estudiantes atribuyen al negocio o empresa propia.

Sub Indicadores:

- Significado de logro, 6 ítems.
- Significado económico, 4 ítems.
- Significado creativo, 3 ítems.
- Significado Pro-Social, 2 ítems.
- Significado de disponibilidad de tiempo, 3 ítems.
- Significado de autonomía, 4 ítems.

2. Actitudes ante el trabajo en equipo, 5 ítems.

3. Actitudes ante las actuaciones de las empresas, 8 ítems.

4. Actitudes ante el trabajo, 5 ítems.

Dimensión 3: Factores disponentes de las aptitudes y actitudes emprendedoras, factores que aumentan, directa o indirectamente, la probabilidad de emprender una empresa o una actitud favorable hacia ello, con 5 indicadores, como son:

1. Entorno familiar de negocio, 3 ítems.
2. Disposición previa, 2 ítems.
3. Influencia de la universidad; 5 ítems.
4. Experiencia previa, 3 ítems.
5. Disposición al autoempleo, 3 ítems.

Dimensión 4: Limitaciones a las iniciativas emprendedoras, barreras que limitan las posibilidades del ejercicio de actividades emprendedoras, un indicador, el cual es:

1. Frenos y limitaciones auto percibidos, 13 ítems.

3.4. POBLACIÓN

La población para el presente trabajo de investigación estuvo constituido por los alumnos matriculados en el quinto año de las Escuelas Académico Profesionales de: Ciencias Empresariales, Ingeniería Comercial e Ingenierías Productivas, del año académico 2011.

Cuadro 3: Población del quinto año de estudios que se tomó como muestra para evaluar el Perfil Emprendedor.

Población del quinto año de estudios	Alumnos Matriculados (*)	Alumnos que respondieron el cuestionario (**)
Escuelas Académico Profesionales:		
1. Ciencias Administrativas	70	24
2. Ingeniería Comercial	50	23
3. Ingenierías Productivas:		
• Ingeniería Pesquera	6	5
• Industrias Alimentarias	40	21
• Agronomía	22	21
• Ingeniería Química	6	6
• Ingeniería de Minas	15	15
• Ingeniería Metalúrgica	11	11
• Ingeniería Mecánica	20	8
Total	240	134

(*) Datos tomados de Registro Académico de cada escuela

(**) No fue posible aplicar el cuestionario a todos los alumnos de cada una de las escuelas, de modo que asumimos que la muestra es de 134 alumnos.

FUENTE: Elaboración propia.

Tomamos el criterio de inclusión y exclusión, son características que sirven para diferenciar quién participa como población y quién no. Los criterios de inclusión y exclusión son límites que discriminan entre los que serán parte del estudio y los que no lo serán (Vara, 2010, p. 212; Roth y Lacoa, 2009, p.13; Morales, 2009, p. 7; Krauss, 2006, p.10; Ruíz, 2005, p. 150). De acuerdo al Cuadro N° 3 tomamos como muestra los alumnos que respondieron el cuestionario.

3.5. INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Para la recolección de datos se utilizó el cuestionario (ver Anexo D) estructurado de acuerdo a recomendaciones hechas por los expertos y, validado de acuerdo al diseño de investigación.

Para la ejecución del presente trabajo de investigación, se siguieron los siguientes pasos:

- Para la recolección de datos se hicieron las coordinaciones respectivas.
- Para la aplicación del instrumento, se procuró tener un ambiente tranquilo.

3.6. PROCEDIMIENTO DE ANÁLISIS DE DATOS

Los datos obtenidos a través de los cuestionarios inicialmente fueron codificados y luego se vaciaron a una base de datos manualmente y posteriormente a una hoja electrónica para la elaboración de cuadros y gráficos, y los cálculos de los estadísticos descriptivos correspondientes.

Para el análisis estadístico se utilizó la siguiente prueba estadística:

- Prueba de hipótesis para proporciones
- Prueba de diferencia de promedios para dos poblaciones.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En este capítulo se presenta cuadros estadísticos descriptivos y sus gráficos correspondientes.

4.1 CARACTERÍSTICAS SOCIO-DEMOGRÁFICAS

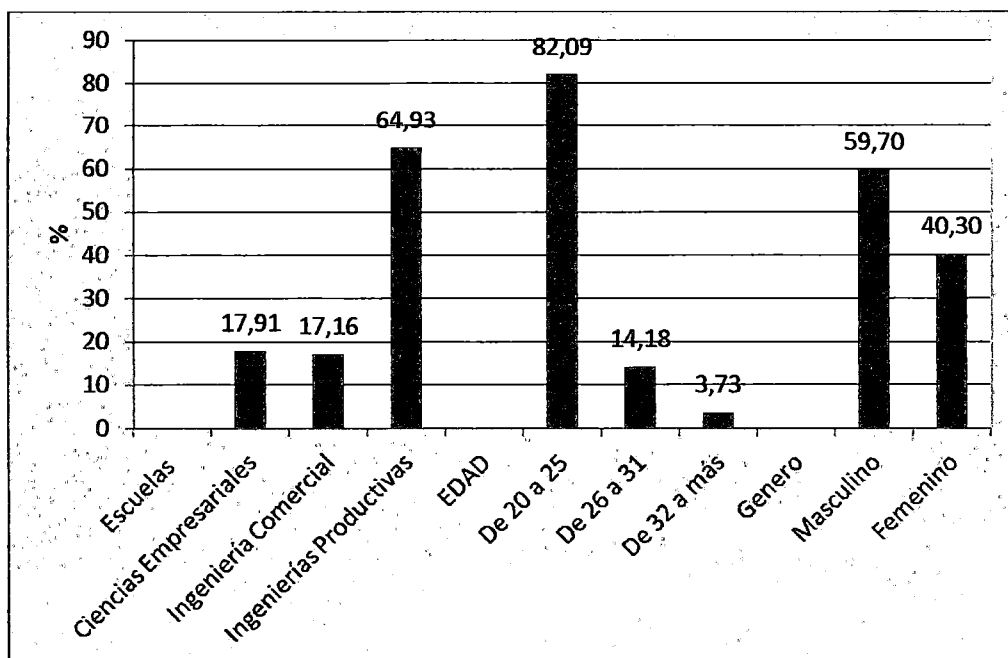
Cuadro 4: Características sociodemográficas de los alumnos matriculados en el quinto año de las Escuelas Académico Profesionales de Ciencias Administrativas, Ingeniería Comercial e Ingenierías Productivas. Año Académico 2011. UNJBG.

Sociodemográficas	n _i	%
Ciencias Empresariales	24	17,91
Ingeniería Comercial	23	17,16
Ingenierías Productivas	87	64,93
EDAD		
De 20 a 25	110	82,09
De 26 a 31	19	14,18
De 32 a más	5	3,73
Género		
Masculino	80	59,70
Femenino	54	40,30
Total	134	100,00

FUENTE: Elaboración propia.

Del cuadro podemos observar que el 64,93% de los respondieron al cuestionario son de la especialidad de Ingenierías y Productivas que la mayoría de los alumnos, tienen una edad entre 20 a 25 años; en cuanto

al Género de los estudiantes, está constituido de 59,70% masculino y 40,30% femenino.



FUENTE: Elaboración propia.

Gráfico 1: Características sociodemográficas de los alumnos matriculados en el quinto año de las Escuelas Académica Profesionales de Ciencias Administrativas, Ingeniería Comercial e Ingenierías Productivas. Año Académico 2011. UNJBG.

4.2 EVALUACIÓN DE LAS DIMENSIONES DEL PERFIL EMPRENDEDOR DE TODOS LOS ESTUDIANTES.

Se evaluó las dimensiones del Perfil Emprendedor de los estudiantes en relación a todos los estudiantes que participaron en el presente estudio (Ciencias Empresariales, Ingeniería Comercial e Ingenierías Productivas). Evaluamos las Actitudes emprendedoras,

Aptitudes emprendedoras, los Factores disponentes de las aptitudes y actitudes emprendedoras y Limitaciones a las iniciativas emprendedoras de todos los estudiantes.

Los calificativos han sido obtenidos de los grupos en estudio, de acuerdo a lo planteado en la metodología de la investigación: **SI TIENE** y **NO TIENE**.

4.2.1 Aptitudes emprendedoras.

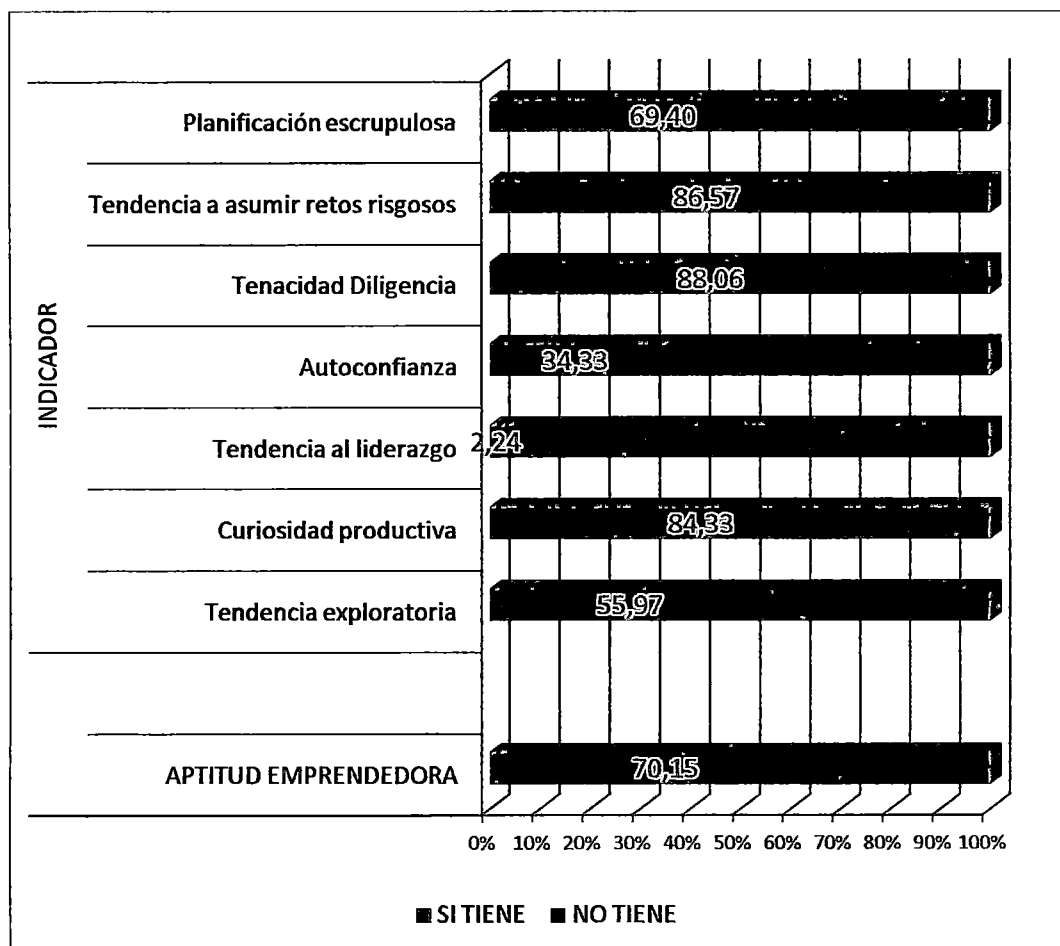
Cuadro 5: Aptitudes emprendedoras e indicadores de los alumnos matriculados en el quinto año de las Escuelas Académico Profesionales de Ciencias Administrativas, Ingeniería Comercial e Ingenierías Productivas. Año 2011. UNJBG.

Aptitudes emprendedoras	SI TIENE		NO TIENE	
	n _i	%	n _i	%
	94	70,15	40	29,85
Tendencia exploratoria	75	55,97	59	44,03
Curiosidad productiva	113	84,33	21	15,67
Tendencia al liderazgo	3	2,24	131	97,76
Indicador Autoconfianza	46	34,33	88	65,67
Tenacidad Diligencia	118	88,06	16	11,94
Tendencia a asumir retos riesgosos	116	86,57	18	13,43
Planificación escrupulosa	93	69,40	41	30,60

FUENTE: Elaboración propia.

Como podemos observar el 70,15% de los alumnos si tiene Aptitudes emprendedoras y solo un 29,85% de ellos no lo tiene. Evaluado los indicadores de la aptitud emprendedora: la Tendencia exploratoria, Planificación escrupulosa, Curiosidad productiva, Tendencia a asumir retos riesgosos y Tenacidad Diligencia, con más del 55,9% de los

alumnos tienen estos indicadores y ha excepción el indicador Autoconfianza que tienen el 34,33% y Tendencia al liderazgo con solo un 2,24%.



FUENTE: Elaboración propia.

Gráfico 2: Aptitudes emprendedoras de los alumnos matriculados en el quinto año de las Escuelas Académico Profesionales de Ciencias Empresariales, Ingeniería Comercial e Ingenierías Productivas. Año Académico 2011. UNJBG.

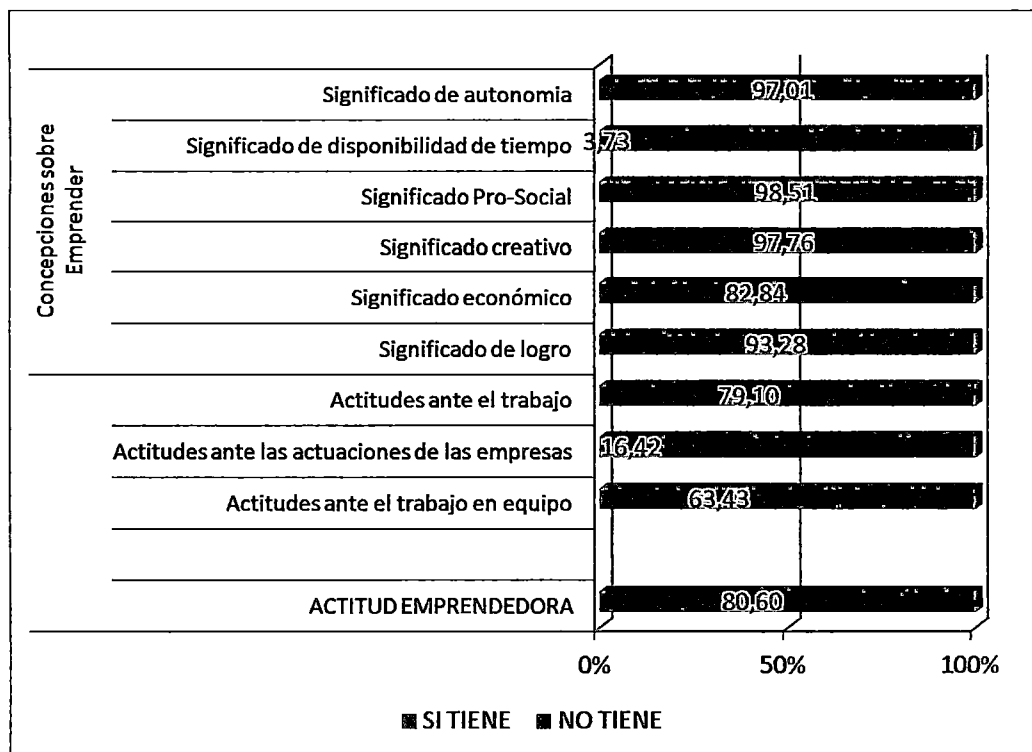
4.2.2 Actitudes emprendedoras.

Como podemos observar el 80,60% de los alumnos tienen Actitudes emprendedoras y solo un 19,40% de ellos no lo tiene. Evaluado el indicador Concepciones sobre emprender apreciamos que los sub indicadores: Significado económico, Significado de logro, Significado de autonomía, Significado creativo y Significado Pro-social con más de 80%; observamos a excepción del Significado disponibilidad de tiempo tienen 3,73% de los alumnos. En las dimensiones Actitudes ante el trabajo los alumnos tienen 63,43%, Actitudes ante el trabajo en equipo los alumnos tienen el 79,10% y, Actitudes ante las actuaciones de las empresas apreciamos que el 16,42% de alumnos si tiene Actitudes ante las actuaciones de las empresas.

Cuadro 6: Actitudes emprendedoras e indicadores de los alumnos matriculados en el quinto año de las Escuelas Académico Profesionales de Ciencias Administrativas, Ingeniería Comercial e Ingenierías Productivas. Año Académico 2011. UNJBG.

Actitudes emprendedoras				SI TIENE		NO TIENE	
				n _i	%	n _i	%
				108	80,60	26	19,40
Indicador	Concepciones sobre emprender	Sub indicadores	Significado de logro	125	93,28	9	6,72
			Significado económico	111	82,84	23	17,16
			Significado creativo	131	97,76	3	2,24
			Significado Pro-Social	132	98,51	2	1,49
			Significado de disponibilidad de tiempo	5	3,73	129	96,27
	Significado de autonomía	130	97,01	4	2,99		
	Actitudes ante el trabajo en equipo	85	63,43	49	36,57		
Actitudes ante las actuaciones de las empresas	22	16,42	112	83,58			
Actitudes ante el trabajo	106	79,10	28	20,90			

FUENTE: Elaboración propia.



FUENTE: Elaboración propia.

Gráfico 3: Actitudes emprendedoras de los alumnos matriculados en el quinto año de las Escuelas Académico Profesionales de Ciencias Empresariales, Ingeniería Comercial e Ingenierías Productivas. Año Académico 2011. UNJBG.

4.2.3 Factores disponentes de las aptitudes y actitudes emprendedoras.

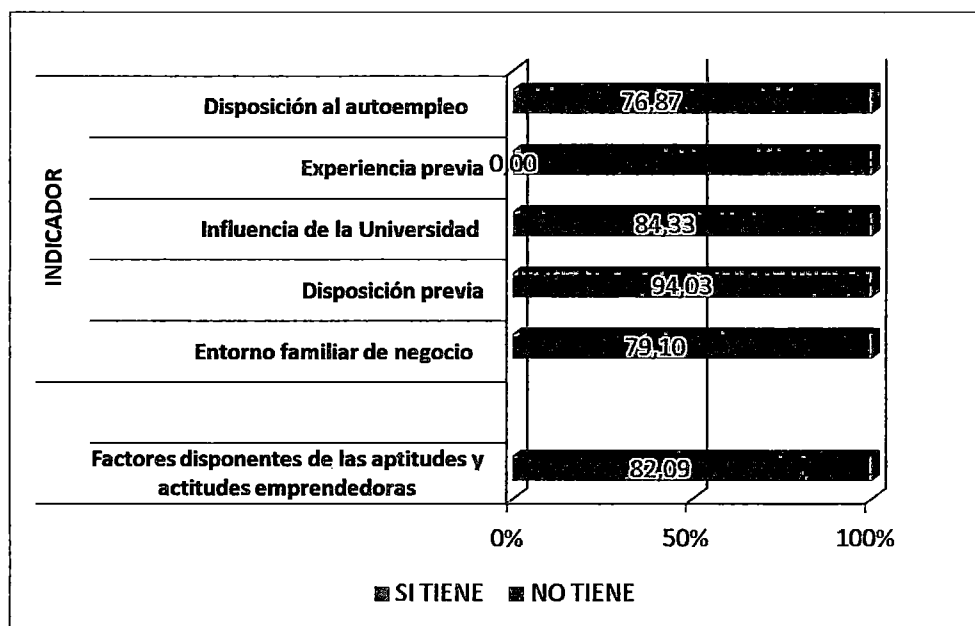
Como podemos apreciar el 82,09% de los alumnos tiene Factores disponentes de aptitudes y actitudes emprendedoras y sólo un 17,91% de ellos no lo tiene. Evaluado los indicadores de los Factores disponentes de aptitudes y actitudes emprendedoras: Disponibilidad al autoempleo, Entorno familiar de negocio, Influencia de la universidad y Disposición

previa con más del 76%, a excepción del indicador Experiencia previa la mayoría de estudiantes no lo tienen.

Cuadro 7: Factores disponentes de las aptitudes y actitudes emprendedoras e indicador de los alumnos matriculados en el quinto año de las Escuelas Académico Profesionales de Ciencias Administrativas, Ingeniería Comercial e Ingenierías Productivas. Año Académico 2011. UNJBG.

Factores disponentes de las aptitudes y actitudes emprendedoras	SI		NO	
	n _i	%	n _i	%
	110	82,09	24	17,91
Entorno familiar de negocio	106	79,10	28	20,90
Disposición previa	126	94,03	8	5,97
Influencia de la universidad	113	84,33	21	15,67
Experiencia previa	0	0,00	134	100,00
Disposición al autoempleo	103	76,87	31	23,13

FUENTE: Elaboración propia.



FUENTE: Elaboración propia.

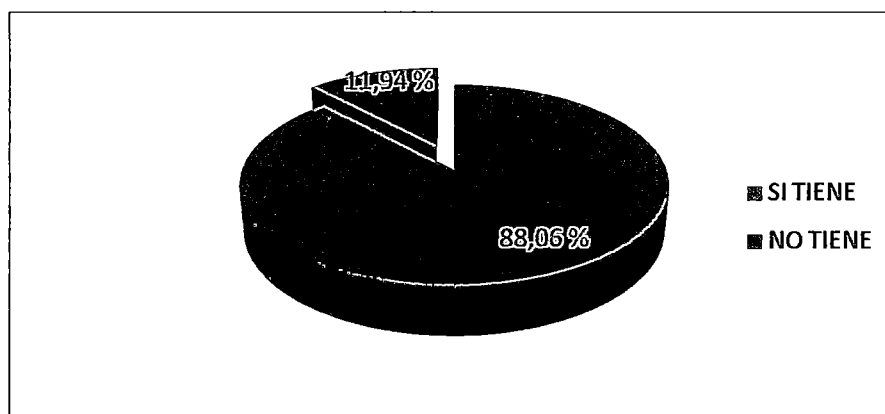
Gráfico 4: Factores disponentes de las aptitudes y actitudes emprendedoras e indicadores de los alumnos matriculados en el quinto año de las Escuelas Académico Profesional de Ciencias Administrativas, Ingeniería Comercial e Ingenierías Productivas. Año Académico 2011. UNJBG.

4.2.4 Limitaciones a las iniciativas emprendedoras.

Cuadro 8: Limitaciones a las iniciativas emprendedoras e indicador: Frenos y Limitaciones auto percibidos de los alumnos matriculados en el quinto año de la Escuelas Académico Profesionales de Ciencias Administrativas, Ingeniería Comercial e Ingenierías Productivas. Año Académico 2011. UNJBG.

INDICADOR	Limitaciones a las iniciativas emprendedoras	
	n _i	%
Frenos y limitaciones auto percibidos		
Si	118	88,1
No	16	11,9
Total	134	100,0

FUENTE: Elaboración propia.



FUENTE: Elaboración propia.

Gráfico 5: Limitaciones a las iniciativas emprendedoras de los alumnos matriculados en el quinto año de las Escuelas Académico Profesionales de Ciencias Administrativas, Ingeniería Comercial e Ingenierías Productivas. Año Académico 2011. UNJBG.

Podemos apreciar que de acuerdo al indicador Frenos y Limitaciones auto percibidos que el 88,06% de los estudiantes tienen Limitaciones a las iniciativas emprendedoras y el 11,94% no tiene.

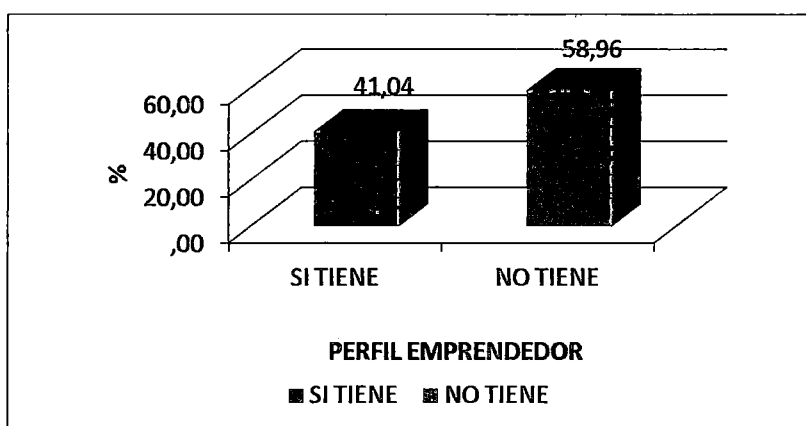
4.2.5 Evaluación del perfil emprendedor

Luego de la evaluación de las dimensiones: aptitudes, actitudes, factores disponentes de las aptitudes y actitudes emprendedoras y limitaciones a las iniciativas emprendedoras y sus indicadores, se evaluó el perfil emprendedor y tenemos los siguientes resultados:

Cuadro 9: Perfil emprendedor de los alumnos matriculados en el quinto año de las Escuelas Académico Profesionales de Ciencias Administrativas, Ingeniería Comercial e Ingenierías Productivas. Año Académico 2011. UNJBG.

PERFIL EMPRENDEDOR	n_i	%
SI TIENE	55	41,04
NO TIENE	79	58,96

FUENTE: Elaboración propia.



FUENTE: Elaboración propia.

Gráfico 6: Perfil emprendedora de los alumnos matriculados en el quinto año de las Escuela Académico Profesionales de Ciencias Empresariales, Ingeniería Comercial e Ingenierías Productivas. Año Académico 2011. UNJBG.

Podemos observar que el 58,96% no tiene perfil emprendedor, este resultado debe ser influenciado por la dimensión limitaciones a las

iniciativas emprendedoras, el cual es en el contexto social por los frenos y limitaciones autopercebidos como son: Papeleos, burocracia, trámites muy complicados, miedo al fracaso, falta de: asesoramiento para realizar el plan de negocio, ideas originales, información sobre los trámites para iniciar un negocio, estudios de mercado para conocer las posibilidades de negocio, organizaciones que ayuden a emprendedores, conocimiento sobre gestión de empresas, ayuda del gobierno a la creación de empresas, asesoramiento jurídico, programas de formación para emprendedores, apoyo por parte de las personas que te rodean y apoyo de la universidad. El 41,04% de estudiantes tiene perfil emprendedor.

4.3 EVALUACIÓN DE LAS DIMENSIONES DEL PERFIL EMPRENDEDOR DE LOS ESTUDIANTES DE LAS ESCUELAS ACADÉMICA PROFESIONALES DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, INGENIERÍA COMERCIAL E INGENIERÍAS PRODUCTIVAS.

Se evaluó las dimensiones del Perfil Emprendedor de los estudiantes en relación al Grupo Ciencias Empresariales, Ingeniería Comercial e Ingenierías Productivas. Evaluamos las Aptitudes emprendedoras, Actitudes emprendedoras, los Factores disponentes de las aptitudes y actitudes emprendedoras y Limitaciones a las iniciativas emprendedoras de los estudiantes del quinto año de estudios de cada grupo.

4.3.1. Aptitud emprendedora de los estudiantes de cada grupo, Ciencias Administrativas, Ingeniería Comercial e Ingenierías Productivas

Cuadro 10: Aptitud emprendedora de los alumnos en el quinto año en las Escuelas Académico Profesionales de Ciencias Administrativas, Ingeniería Comercial e Ingenierías Productivas. Año Académico 2011. UNJBG.

Aptitud emprendedora	SI TIENE		NO TIENE	
	n _i	%	n _i	%
Ciencias Administrativas	16	66,67	8	33,33
Ingeniería Comercial	16	69,57	7	30,43
Ingenierías Productivas	62	71,26	25	28,74
Tendencia exploratoria				
Ciencias Administrativas	14	58,33	10	41,67
Ingeniería Comercial	14	60,87	9	39,13
Ingenierías Productivas	47	54,02	40	45,98
Curiosidad productiva				
Ciencias Administrativas	18	75,00	6	25,00
Ingeniería Comercial	18	78,26	5	21,74
Ingenierías Productivas	77	88,51	10	11,49
Tendencia al liderazgo				
Ciencias Administrativas	24	100,00	0	0,00
Ingeniería Comercial	23	100,00	0	0,00
Ingenierías Productivas	3	3,45	84	96,55
INDICADOR	Autoconfianza			
Ciencias Administrativas	12	50,00	12	50,00
Ingeniería Comercial	6	26,09	17	73,91
Ingenierías Productivas	28	32,18	59	67,82
Tenacidad Diligencia				
Ciencias Administrativas	20	83,33	4	16,67
Ingeniería Comercial	18	78,26	5	21,74
Ingenierías Productivas	80	91,95	7	8,05
Tendencia a asumir retos riesgosos				
Ciencias Administrativas	23	95,83	1	4,17
Ingeniería Comercial	21	91,30	2	8,70
Ingenierías Productivas	72	82,76	15	17,24

FUENTE: Elaboración propia.

Podemos apreciar que el 71,26% de los alumnos matriculados en las escuelas académicas profesionales de Ingenierías Productivas tienen

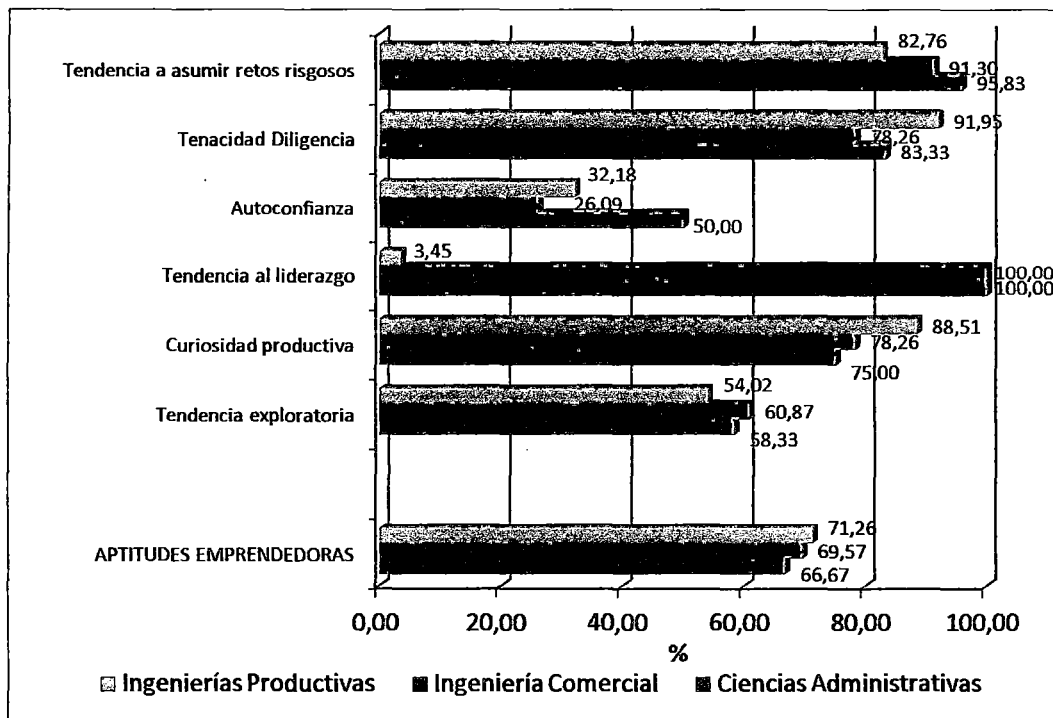
aptitud emprendedora, no tienen el 28,74%. Los alumnos de la escuela académico profesional de Ingeniería comercial tienen aptitud emprendedora el 69,57% y no tienen 30,43%. Los alumnos de Ciencias Administrativas tienen aptitud emprendedora el 66,67% y no tienen 33,33%. En los resultados de los tres grupos con respecto a los indicadores apreciamos que en Tendencia a asumir retos riesgosos es mayor de 82,76%. En Tenacidad y Diligencia es mayor a 83,33%. En Curiosidad Productiva apreciamos que es mayor a 75,00%, Tendencia a Liderazgo observamos que tienen el 100% de los alumnos, a excepción de los estudiantes de Ingenierías Productivas que no tiene tendencia al liderazgo 96,55%, tienen tendencia al liderazgo 3,45% de los estudiantes. En la tendencia exploratoria es mayor a 54,02% de los estudiantes de las escuelas Académico Profesionales de Ingenierías Productivas tienen tendencia exploratoria a 60,87% de los estudiantes de la Escuela de Ingeniería Comercial tienen tendencia exploratoria. En el indicador autoconfianza observamos que el 26,09% de los estudiantes de Ingenierías Comercial tienen autoconfianza y 73,91% no tienen autoconfianza; el 32,18% de los estudiantes de Ingenierías Productivas tienen autoconfianza y 67,82% no tienen autoconfianza; y los alumnos de Ciencias Administrativas tienen autoconfianza el 50% y no tienen el 50%.

Evaluando en forma conjunta los indicadores podemos apreciar que va de 50% de los estudiantes de Ciencias Administrativas tienen autoconfianza a 100,00% de estudiantes que tienen tendencia al liderazgo. La evaluación de autoconfianza 26,09% de los estudiantes de Ingeniería Comercial tiene autoconfianza y 100,00% de los estudiantes tienen tendencia al liderazgo. En las escuelas académico profesional de Ingenierías Productivas 32,18% tiene autoconfianza y 91,95% tiene tenacidad y diligencia.

Cuadro 11: Si tienen aptitudes emprendedoras los alumnos matriculados en el quinto año en las Escuelas Académico Profesionales de Ciencias Administrativas, Ingeniería comercial e Ingenierías Productivas. Año Académico 2011. UNJBG.

Aptitud emprendedoras	SI TIENEN					
	Ciencias Administrativas		Ingeniería Comercial		Ingenierías Productivas	
	n _i	%	n _i	%	n _i	%
	16	66,67	16	69,57	62	71,26
Tendencia exploratoria	14	58,33	14	60,87	47	54,02
Curiosidad productiva	18	75,00	18	78,26	77	88,51
Tendencia al liderazgo	24	100,00	23	100,00	3	3,45
Indicador Autoconfianza	12	50,00	6	26,09	28	32,18
Tenacidad Diligencia	20	83,33	18	78,26	80	91,95
Tendencia a asumir retos riesgosos	23	95,83	21	91,30	72	82,76

FUENTE: Elaboración propia.



FUENTE: Elaboración propia.

Gráfico 7: Tienen aptitud emprendedora los alumnos matriculados en el quinto año en la Escuela Académico Profesionales de Ciencias Administrativas, Ingeniería Comercial e Ingenierías Productivas. Año Académico 2011. UNJBG.

4.3.2 Actitudes emprendedoras de los estudiantes de cada grupo, Ciencias Administrativas, Ingeniería Comercial e Ingenierías Productivas

Podemos apreciar el 81,61% de los estudiantes de las escuelas de Ingenierías Productivas tienen actitudes emprendedoras y 18,39% no tienen actitudes emprendedoras. El 79,17% de los estudiantes de la escuela académico profesional de Ciencias Empresariales, tienen actitudes emprendedoras y 20,83% no tienen actitudes emprendedoras. El 78,26% de los estudiantes de la escuela académico profesional de

Ingeniería Comercial tienen actitudes emprendedoras y 21,74% no tienen actitudes emprendedoras.

Con respecto al indicador Concepciones sobre emprender en el sub indicador significado de disponibilidad de tiempo tienen 2,30% de los estudiantes de Ingenierías Productivas y no tienen 97,70%; 4,35% de los estudiantes de la escuela académico profesional de Ingenierías Comercial tienen significado de disponibilidad de tiempo y no tienen 95,65% y; 8,33% de estudiantes de Ciencias Administrativas tienen significado de disponibilidad de tiempo y 91,67% no tienen. Con respecto al resto de sub indicadores, observamos que van en las escuelas académico profesional va de 86,96% de los alumnos de Ingeniería Comercial tienen significado de logro a 100,00% de estudiantes de Ingeniería Comercial en los sub indicadores significado pro social y significado de autonomía.

En la dimensión Actitudes, ante las actuaciones de las empresas, se observa que varía de 13,79% de los alumnos de las escuelas académico profesionales de Ingenierías Productivas a 26,09% de estudiantes de Ingeniería Comercial si tienen, no tienen 86,21% y 73,91% respectivamente.

Con respecto a las dimensiones actitudes ante el trabajo en equipo y actitudes ante el trabajo observamos que varía de 54,17% de estudiantes

de Ciencias Administrativas tienen actitudes ante el trabajo en equipo y no tienen 45,83%; a 82,61% de estudiantes de Ingeniería Comercial tienen actitudes ante el trabajo y no tienen 17,39%.

Cuadro 12: Actitudes emprendedoras de los alumnos matriculados en el quinto año en la Escuelas Académico Profesionales de Ciencias Administrativas, Ingeniería Comercial e Ingenierías Productivas. Año Académico 2011. UNJBG.

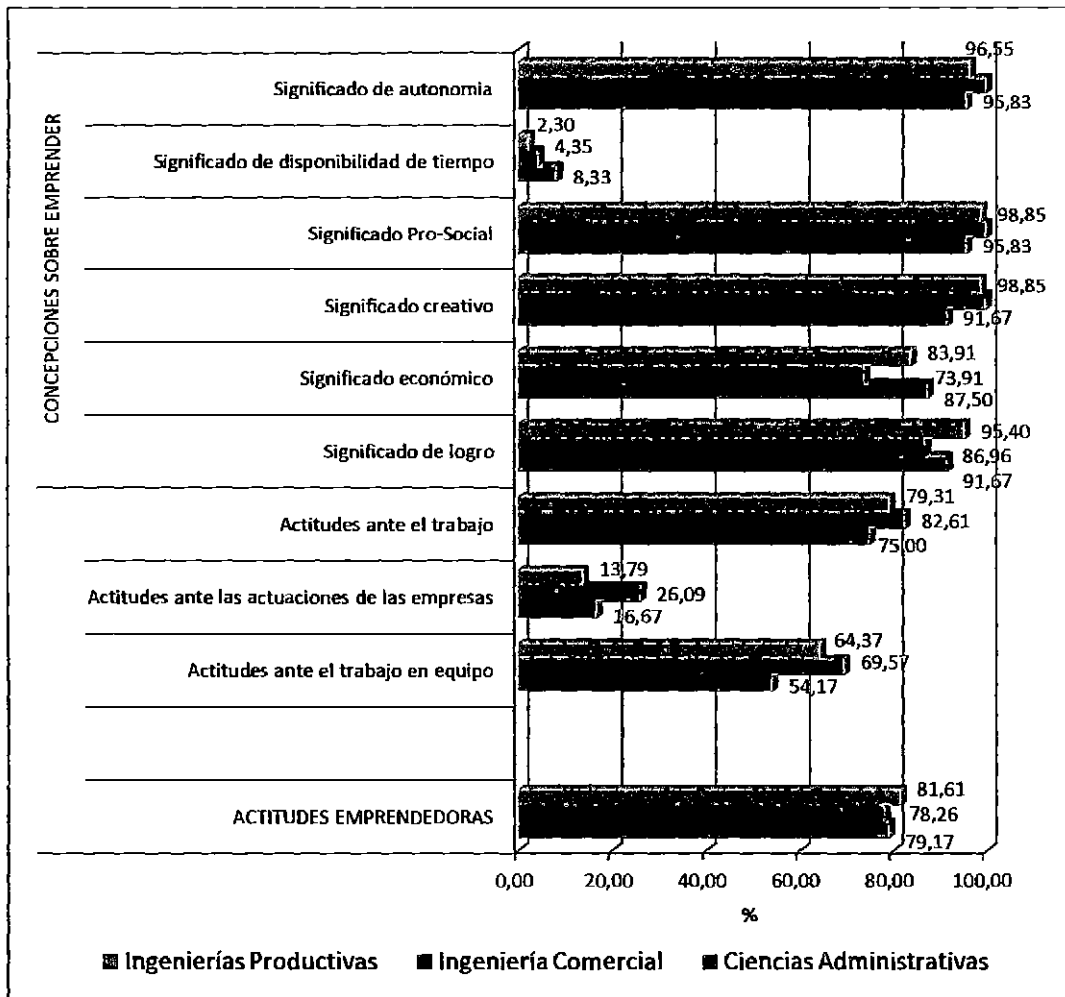
Actitud emprendedora	SI TIENEN		NO TIENEN	
	n _i	%	n _i	%
Ciencias Administrativas	19	79,17	5	20,83
Ingeniería Comercial	18	78,26	5	21,74
Ingenierías Productivas	71	81,61	16	18,39
Significado de logro				
Ciencias Administrativas	22	91,67	2	8,33
Ingeniería Comercial	20	86,96	3	13,04
Ingenierías Productivas	83	95,40	4	4,60
Significado económico				
Ciencias Administrativas	21	87,50	3	12,50
Ingeniería Comercial	17	73,91	6	26,09
Ingenierías Productivas	73	83,91	14	16,09
Significado creativo				
Ciencias Administrativas	22	91,67	2	8,33
Ingeniería Comercial	23	100,00	0	0
Ingenierías Productivas	86	98,85	1	1,15
Significado Pro-Social				
Ciencias Administrativas	23	95,83	1	4,2
Ingeniería Comercial	23	100,00	0	0,00
Ingenierías Productivas	86	98,85	1	1,15
Significado de disponibilidad de tiempo				
Ciencias Administrativas	2	8,33	22	91,67
Ingeniería Comercial	1	4,35	22	95,65
Ingenierías Productivas	2	2,30	85	97,70
Significado de autonomía				
Ciencias Administrativas	23	95,83	1	4,17
Ingeniería Comercial	23	100,00	0	0,00
Ingenierías Productivas	84	96,55	3	3,45
Actitudes ante el trabajo en equipo				
Ciencias Administrativas	13	54,17	11	45,83
Ingeniería Comercial	16	69,57	7	30,43
Ingenierías Productivas	56	64,37	31	35,63
Actitudes ante las actuaciones de las empresas				
Ciencias Administrativas	4	16,67	20	83,33
Ingeniería Comercial	6	26,09	17	73,91
Ingenierías Productivas	12	13,79	75	86,21
Actitudes ante el trabajo				
Ciencias Administrativas	18	75,00	6	25,00
Ingeniería Comercial	19	82,61	4	17,39
Ingenierías Productivas	69	79,31	18	20,69

FUENTE: Elaboración propia.

Cuadro 13: Si tienen Actitudes emprendedoras los alumnos matriculados en el quinto año en las Escuelas Académico Profesionales de Ciencias Administrativas, Ingeniería Comercial e Ingenierías Productivas. Año Académico 2011. UNJBG.

Actitudes emprendedoras		SI TIENEN					
		Ciencias Administrativas		Ingeniería Comercial		Ingenierías Productivas	
		n _i	%	n _i	%	n _i	%
		19	79,17	18	78,26	71	81,61
Concepciones sobre emprender	Significado de logro	22	91,67	20	86,96	83	95,40
	Significado económico	21	87,50	17	73,91	73	83,91
	Significado creativo	22	91,67	23	100,00	86	98,85
	Significado Pro-Social	23	95,83	23	100,00	86	98,85
	Significado de disponibilidad de tiempo	2	8,33	1	4,35	2	2,30
	Significado de autonomía	23	95,83	23	100,00	84	96,55
Actitudes ante el trabajo en equipo		13	54,17	16	69,57	56	64,37
Actitudes ante las actuaciones de las empresas		4	16,67	6	26,09	12	13,79
Actitudes ante el trabajo		18	75,00	19	82,61	69	79,31

FUENTE: Elaboración propia.



FUENTE: Elaboración propia.

Gráfico 8: Tienen actitud emprendedora los alumnos matriculados en el quinto año en las Escuelas Académico Profesionales de Ciencias Administrativas, Ingeniería Comercial e Ingenierías Productivas. Año Académico 2011. UNJBG.

4.3.3 Factores disponentes de las aptitudes y actitudes emprendedoras de los estudiantes de cada grupo, Ciencias Administrativas, Ingeniería Comercial e Ingenierías Productivas

Con respecto a la dimensión Factores disponentes de las Aptitudes y Actitudes Emprendedoras podemos apreciar si tienen: los alumnos de matriculados en las escuelas académico profesionales de Ciencias Administrativas 95,83%, Ingeniería Comercial 86,96%, luego Ingenierías Productivas 77,01% y; no tienen 4,17%, 13,04% y 22,99% respectivamente.

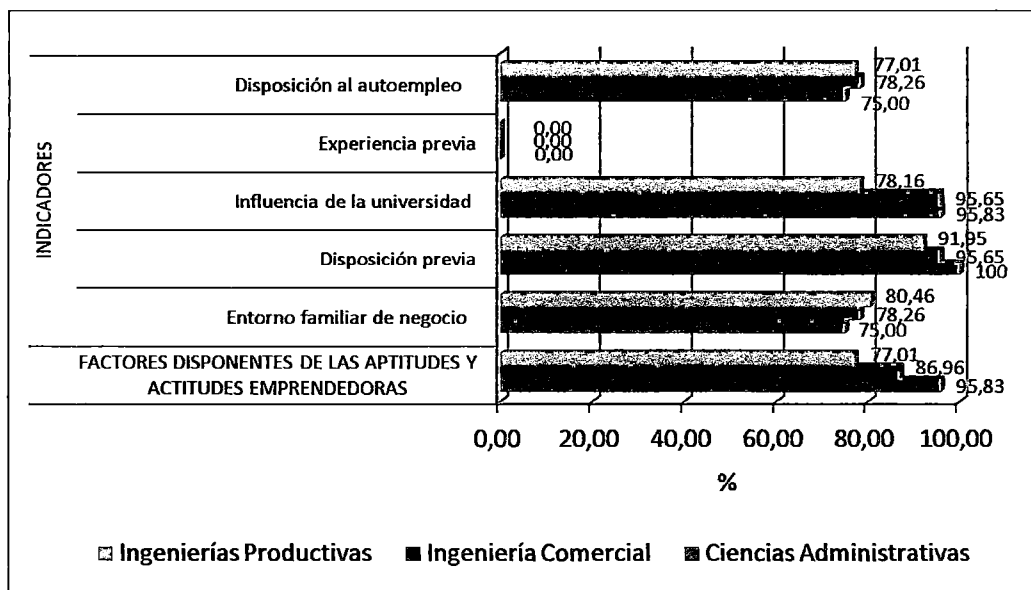
Con respecto a los indicadores podemos observar que el 100% de estudiantes, de los tres grupos estudiados, no tiene experiencia previa; los indicadores entorno familiar, disposición previa, influencia de la universidad y disposición al auto empleo; varía de 75,00% de estudiantes de Ciencias Administrativas tienen entorno familiar y no tienen 25,00% a 80,46% de estudiantes de Ingenierías Productivas tienen entorno familiar y no tienen 19,54%; disposición previa varía de 91,95% de estudiantes de Ingenierías Productivas tienen disposición previa y no tienen 8,05%, a 100,00% de los estudiantes de Ciencias Administrativas si tienen disposición previa; la influencia de la universidad varía de 78,16% de estudiantes de Ingenierías Productivas tienen influencia de la universidad

y 21,84% no tienen, a 95,83% de estudiantes de Ciencias Administrativas tienen influencia de la universidad y no tienen 4,17%; disposición al auto empleo varia de 75,00% de estudiantes de Ciencias Administrativas tienen disposición al auto empleo y no tienen 25,00%, a 78,26% de estudiantes de Ingeniería Comercial tienen disposición al auto empleo y no tienen 21,74%.

Cuadro 14: Factores disponentes de las aptitudes y actitudes emprendedoras de los estudiantes matriculados en las Escuelas Académico Profesionales de Ciencias Administrativas e Ingeniería Comercial e Ingenierías Productivas. Año Académico 2011. UNJBG.

Factores disponentes de las aptitudes y actitudes emprendedoras	SI TIENEN		NO TIENEN	
	n _i	%	n _i	%
Ciencias Administrativas	23	95,83	1	4,17
Ingeniería Comercial	20	86,96	3	13,04
Ingenierías Productivas	67	77,01	20	22,99
Entorno familiar de negocio				
Ciencias Administrativas	18	75,00	6	25,00
Ingeniería Comercial	18	78,26	5	21,74
Ingenierías Productivas	70	80,46	17	19,54
Disposición previa				
Ciencias Administrativas	24	100,00	0	0,00
Ingeniería Comercial	22	95,65	1	4,35
Ingenierías Productivas	80	91,95	7	8,05
Influencia de la universidad				
Ciencias Administrativas	23	95,83	1	4,17
Ingeniería Comercial	22	95,65	1	4,35
Ingenierías Productivas	68	78,16	19	21,84
Experiencia previa				
Ciencias Administrativas	0	0,00	24	100,00
Ingeniería Comercial	0	0,00	24	100,00
Ingenierías Productivas	0	0,00	24	100,00
Disposición al autoempleo				
Ciencias Administrativas	18	75,00	6	25,00
Ingeniería Comercial	18	78,26	5	21,74
Ingenierías Productivas	67	77,01	20	22,99

FUENTE: Elaboración propia.



FUENTE: Elaboración propia.

Gráfico 9: Si tienen factores dispuestos de las aptitudes y actitudes emprendedoras los alumnos matriculados en el quinto año en las Escuelas Académico Profesionales de Ciencias Administrativas, Ingeniería Comercial e Ingeniería Productivas. Año Académico 2011. UNJBG.

Cuadro 15: Si tienen factores dispuestos de las aptitudes y actitudes emprendedoras los alumnos matriculados en el quinto año en la Escuelas Académico Profesionales de Ciencias Administrativas, Ingeniería Comercial e Ingenierías Productivas. Año Académico 2011. UNJBG.

Factores dispuestos de las aptitudes y actitudes emprendedoras		SI TIENEN					
		Ciencias Administrativas		Ingeniería Comercial		Ingenierías Productivas	
		ni	%	ni	%	ni	%
		23	95,83	20	86,96	67	77,01
Indicadores	Entorno familiar de negocio	18	75,00	18	78,26	70	80,46
	Disposición previa	24	100,00	22	95,65	80	91,95
	Influencia de la universidad	23	95,83	22	95,65	68	78,16
	Experiencia previa	0	0,00	0	0,00	0	0,00
	Disposición al autoempleo	18	75,00	18	78,26	67	77,01

FUENTE: Elaboración propia.

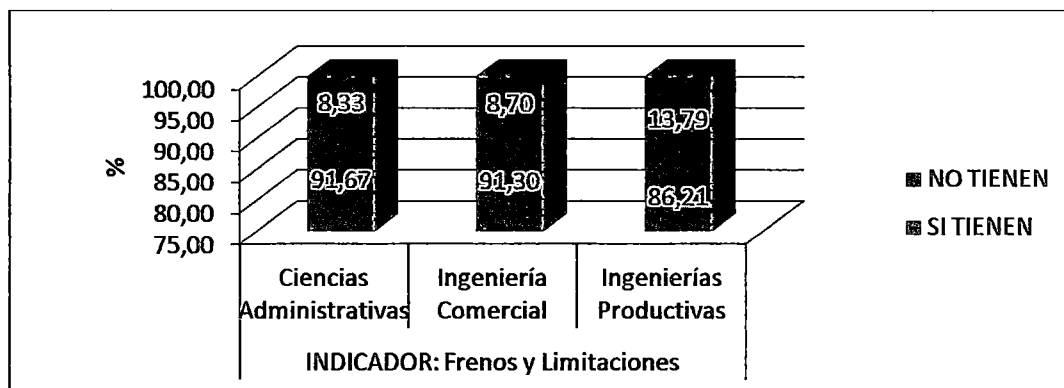
4.3.4 Limitaciones a las iniciativas emprendedoras de los estudiantes de cada grupo, Ciencias Administrativas, Ingeniería Comercial e Ingenierías Productivas

Apreciamos que los alumnos de la escuela académico profesional de Ciencias Administrativas, el 91,67% tienen limitaciones a las iniciativas emprendedoras con el indicador Frenos y limitaciones auto percibidos y no tienen 8,33%; los alumnos de Ingeniería Comercial tienen 91,30% de los estudiantes tienen Limitaciones a las iniciativas emprendedoras con el indicador Frenos y limitaciones auto percibidos y no tienen 8,70% y; los estudiantes de Ingenierías Productivas el 86,21% si tienen limitaciones a las iniciativas emprendedoras con el indicador Frenos y limitaciones auto percibidos y no tienen 13,79%..

Cuadro 16: Limitaciones a las iniciativas emprendedoras de los alumnos matriculados en el quinto año en las Escuelas Académico Profesionales de Ciencias Administrativas, Ingeniería Comercial e Ingenierías Productivas. Año Académico 2011. UNJBG.

Limitaciones a las iniciativas emprendedoras		SI TIENEN		NO TIENEN	
		n _i	%	n _i	%
Frenos y Limitaciones auto percibidos	Ciencias Administrativas	22	91,67	2	8,33
	Ingeniería Comercial	21	91,30	2	8,70
	Ingenierías Productivas	75	86,21	12	13,79

FUENTE: Elaboración propia.



FUENTE: Elaboración propia.

Gráfico 10: Limitaciones a las iniciativas emprendedoras de los matriculados en el quinto año en las Escuelas Académico Profesionales de Ciencias Administrativas, Ingeniería Comercial e Ingenierías Productivas. Año Académico 2011. UNJBG.

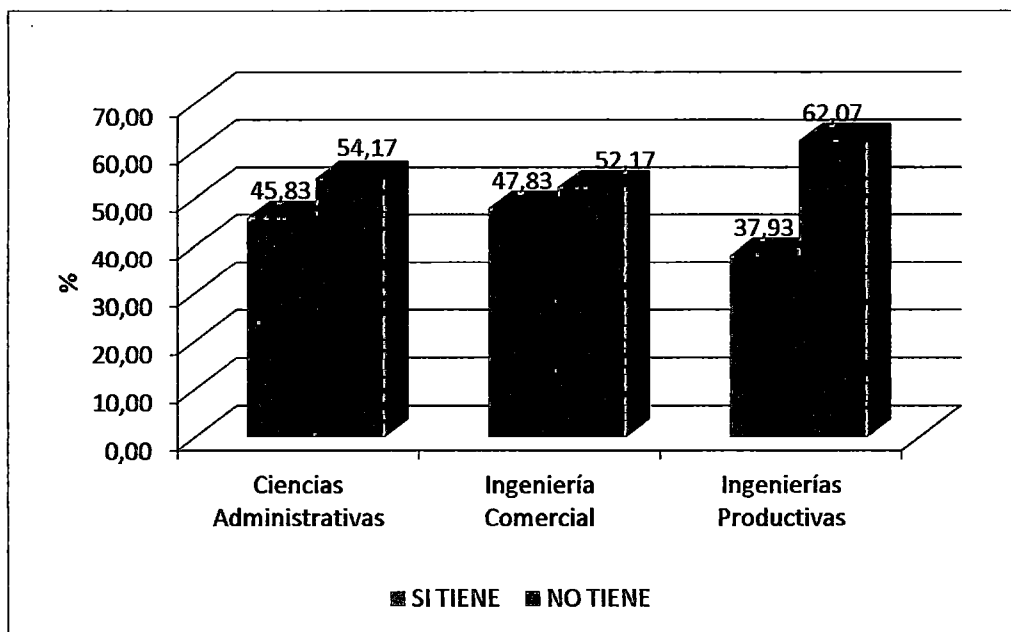
4.3.5 Perfil emprendedor de los alumnos de Ciencias Empresariales, Ingeniería Comercial e Ingenierías Productivas.

Luego de la evaluación de las dimensiones: aptitudes, actitudes, factores disponibles de las aptitudes y actitudes emprendedoras y limitaciones a las iniciativas emprendedoras y sus indicadores por escuela académico profesional, se evaluó el perfil emprendedor y tenemos los siguientes resultados:

Cuadro 17: Perfil emprendedor de los alumnos de Ciencias Empresariales, Ingeniería Comercial e Ingenierías Productivas.

GRUPO	PERFIL EMPRENDEDOR			
		SI TIENE		NO TIENE
	n _i	%	n _i	%
Ciencias Administrativas	11	45,83	13	54,17
Ingeniería Comercial	11	47,83	12	52,17
Ingenierías Productivas	33	37,93	54	62,07

FUENTE: Elaboración propia.



FUENTE: Elaboración propia.

Gráfico 11: Perfil emprendedor de los estudiantes del quinto año de las Escuelas Académico Profesionales de Ciencias Administrativas, Ingeniería Comercial e Ingenierías Productivas. Año Académico 2011. UNJBG.

El 37,93% de estudiantes de Ingenierías Productivas tienen perfil emprendedor y no tienen Perfil Emprendedor el 62,07%, 45,83% de estudiantes de la escuela académico profesional de Ciencias Administrativas tiene perfil emprendedor y 54,17% no tiene perfil emprendedor, y 47,83% de estudiantes de la escuela académico profesional de Ingeniería Comercial tienen perfil emprendedor y 52,17% no tienen perfil emprendedor. Estos resultados deben ser influenciados por la dimensión limitaciones a las iniciativas emprendedoras, con el indicador frenos y limitaciones auto percibido.

4.4 EVALUACIÓN DE LOS COMPONENTES DEL PERFIL EMPRENDEDOR POR GÉNERO.

4.4.1 Aptitudes emprendedoras por género.

Cuadro 18: Aptitudes emprendedoras por género.

Aptitud emprendedoras	SI TIENEN		NO TIENEN	
	ni	%	ni	%
Masculino	55	68,75	25	31,25
Femenino	39	72,22	15	27,78
Tendencia exploratoria				
Masculino	40	50,00	40	50,00
Femenino	35	64,81	19	35,19
Curiosidad productiva				
Masculino	71	88,75	9	11,25
Femenino	42	77,78	12	22,22
Tendencia al liderazgo				
Masculino	2	2,50	78	97,50
Femenino	1	1,85	53	98,15
Autoconfianza				
Indicadores Masculino	28	35,00	52	65,00
Femenino	18	33,33	36	66,67
Tenacidad Diligencia				
Masculino	71	88,75	9	11,25
Femenino	47	87,04	7	12,96
Tendencia a asumir retos riesgosos				
Masculino	70	87,50	10	12,50
Femenino	46	85,19	8	14,81
Planificación escrupulosa				
Masculino	50	62,50	30	37,50
Femenino	43	79,63	11	20,37

FUENTE: Elaboración propia.

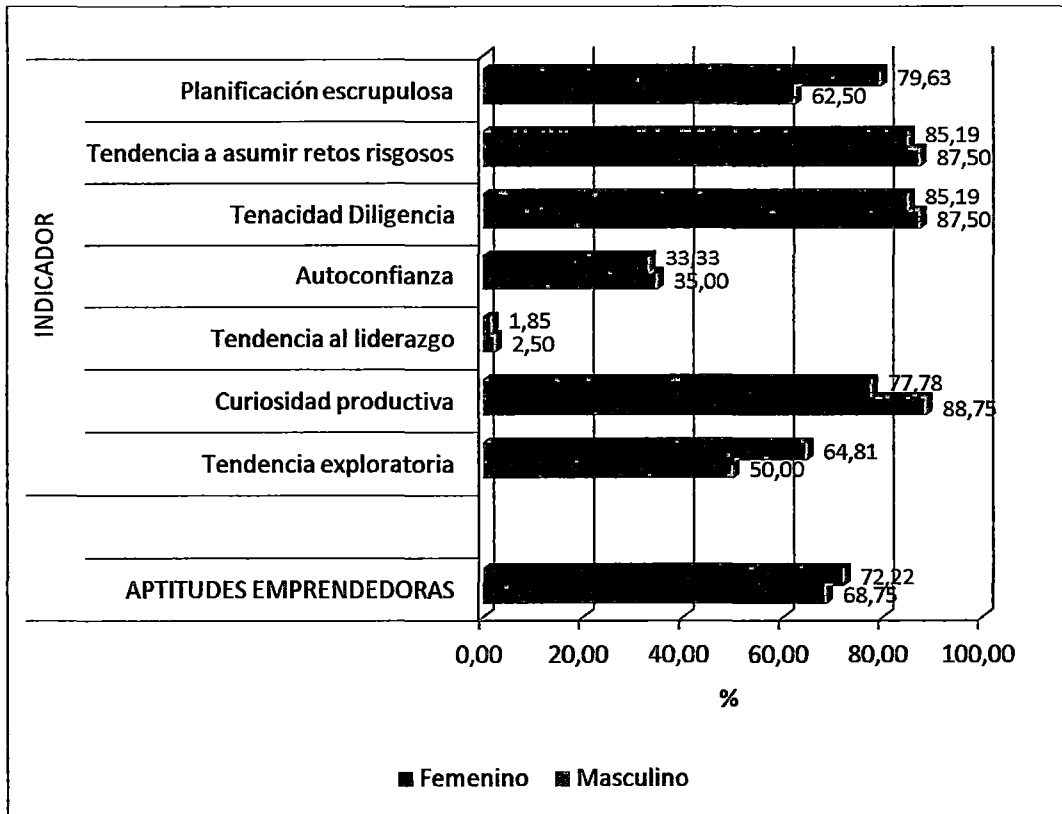
Apreciamos que el género femenino si tienen aptitud emprendedora el 72,22% y no tiene 27,78%, el género masculino tiene el 68,75% y no tiene 31,25%. Con respecto al indicador tendencia al liderazgo apreciamos que el género masculino si tiene 2,50% de los estudiantes y

no tiene 97,50% y el género femenino si tiene 1,85% y no tiene 99,15% esta apreciación es corroborado en las aptitudes emprendedoras de todos los estudiantes. En lo referente autoconfianza observamos que el género masculino si tiene autoconfianza el 35,00% y no tiene autoconfianza 65,00%, el género femenino si tiene autoconfianza el 33,33% y no tiene confianza 66,67%; esto se refleja en la dimensión aptitudes emprendedoras de todos los estudiantes. Con respecto a los indicadores tendencia exploratoria, curiosidad productiva, tenacidad diligencia, tendencia a sumir retos riesgosos y planificación escrupulosa, varían en el género masculino de 50,00% si tienen tendencia exploratoria y no tienen 50%, a 88,75% si tienen tendencia exploratoria y no tienen 11,25% no tienen; dentro de esta variación se encuentran los demás indicadores.

Cuadro 19: Si tienen aptitudes emprendedoras según género.

Aptitudes emprendedoras según genero		SI TIENEN			
		Masculino		Femenino	
		n _i	%	n _i	%
		55	68,75	39	72,22
Indicadores	Tendencia exploratoria	40	50,00	35	64,81
	Curiosidad productiva	71	88,75	42	77,78
	Tendencia al liderazgo	2	2,50	1	1,85
	Autoconfianza	28	35,00	18	33,33
	Tenacidad Diligencia	70	87,50	46	85,19
	Tendencia a asumir retos riesgosos	70	87,50	46	85,19
	Planificación escrupulosa	50	62,50	43	79,63

FUENTE: Elaboración propia.



FUENTE: Elaboración propia.

Gráfico 12: Los estudiantes evaluados por género si tienen aptitudes emprendedoras.

4.4.2 Actitudes emprendedoras por género.

Apreciamos que el 73,75% del género masculino tiene actitudes emprendedoras y 26,25% no tiene aptitud emprendedora; 90,74% del género femenino tiene actitud emprendedora y 9,26% no tienen actitud emprendedora. En el indicador concepciones sobre emprender, observamos en el sub indicador significado de disponibilidad de tiempo el 6,25% tiene el significado de disponibilidad de tiempo y 93,75% no tiene, con respecto al género femenino no tiene el significado de disponibilidad

de tiempo el 100,00%, esta apreciación es corroborada en la evaluación dimensión actitudes emprendedoras de todos los estudiantes. Los demás indicadores se encuentran del sub indicador significado económico, el género masculino si tiene el 78,75% y no tiene 21,25% al indicador significado pro social si tiene 97,50% no tienen 2,50%. Con respecto al género femenino del sub indicador también el género el significado económico el 88,89% si tienen y 11,11% no tienen a 100% en los sub indicadores significado creativo y significado pro social. Apreciamos en el indicador actitudes ante las actuaciones de las empresas, el 12,50% del género masculino si tienen actitudes antes las actuaciones de las empresas y 87,50% no tienen, con respecto al género femenino 22,22% tienen actitudes ante las actuaciones de las empresas y 77,78% no tienen. En los indicadores actitudes ante el trabajo en equipo y actitudes ante el trabajo, se aprecia que varía de 56,25% del género masculino si tiene actitudes ante el trabajo en equipo y no tiene 43,75%, a 76,25% si tienen actitudes ante el trabajo y no tienen 23,75%. En género femenino, en los indicadores actitudes ante el trabajo en equipo y actitudes ante el trabajo podemos manifestar: 74,07% del género femenino si tiene actitudes ante el trabajo en equipo y no tienen 25, 93%, tienen actitudes ante el trabajo 83,33% y no tienen 16,67%.

Cuadro 20: Actitudes emprendedoras por género.

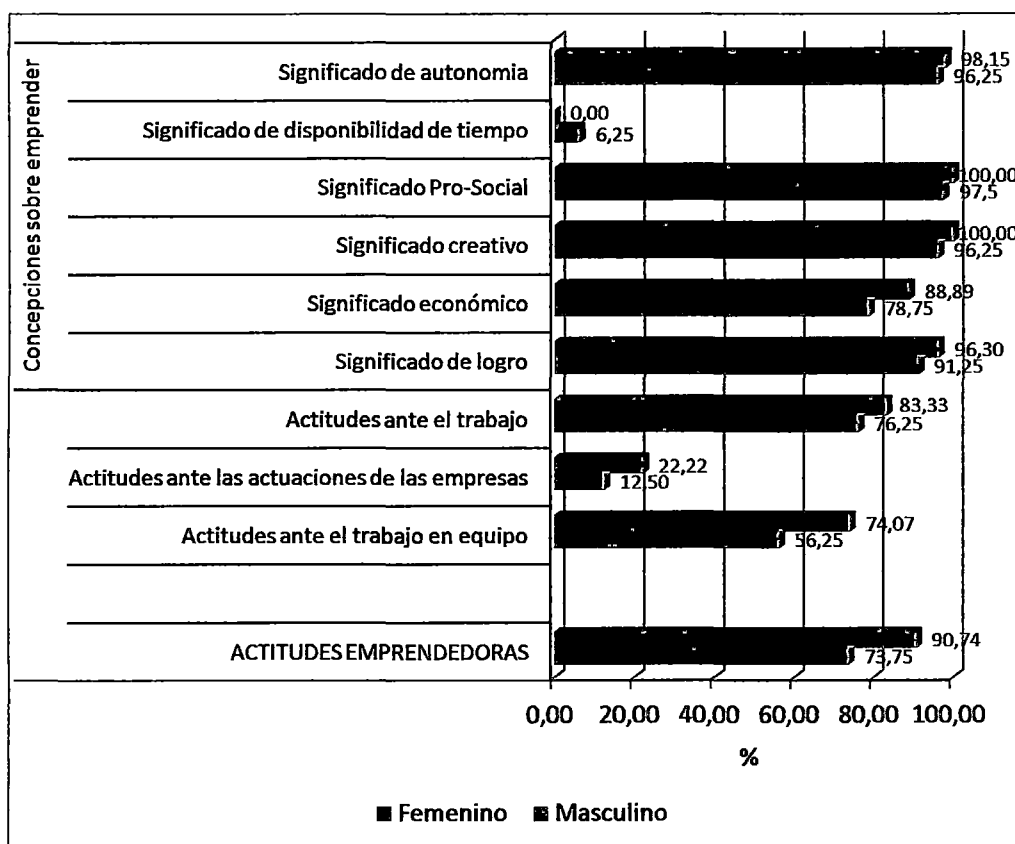
Actitudes emprendedoras	SI TIENEN		NO TIENEN		
	n _i	%	n _i	%	
Masculino	59	73,75	21	26,25	
Femenino	49	90,74	5	9,26	
CONCEPCIONES SOBRE EMPREENDEDOR	Significado de logro				
	Masculino	73	91,25	7	8,75
	Femenino	52	96,30	2	3,70
	Significado económico				
	Masculino	63	78,75	17	21,25
	Femenino	48	88,89	6	11,11
	Significado creativo				
	Masculino	77	96,25	3	3,75
	Femenino	54	100,00	0	0,00
	Significado Pro-Social				
	Masculino	78	97,50	2	2,50
	Femenino	54	100,00	0	0,00
	Significado de disponibilidad de tiempo				
	Masculino	5	6,25	75	93,75
	Femenino	0	0,00	54	100,00
	Significado de autonomía				
Masculino	77	96,25	3	3,75	
Femenino	53	98,15	1	1,85	
Actitudes ante el trabajo en equipo					
Masculino	45	56,25	35	43,75	
Femenino	40	74,07	14	25,93	
Actitudes ante las actuaciones de las empresas					
Masculino	10	12,50	70	87,50	
Femenino	12	22,22	42	77,78	
Actitudes ante el trabajo					
Masculino	61	76,25	19	23,75	
Femenino	45	83,33	9	16,67	

FUENTE: Elaboración propia.

Cuadro 21: Si tienen actitudes emprendedoras por género.

Actitudes emprendedoras		SI TIENEN			
		Masculino		Femenino	
		ni	%	ni	%
		59	73,75	49	90,74
Indicador	Concepciones sobre emprender				
	Significado de logro	73	91,25	52	96,30
	Significado económico	63	78,75	48	88,89
	Significado creativo	77	96,25	54	100,00
	Significado Pro-Social	78	97,50	54	100,00
	Significado de disponibilidad de tiempo	5	6,25	0	0,00
	Significado de autonomía	77	96,25	53	98,15
	Actitudes ante el trabajo en equipo	45	56,25	40	74,07
	Actitudes ante las actuaciones de las empresas	10	12,50	12	22,22
	Actitudes ante el trabajo	61	76,25	45	83,33

FUENTE: Elaboración propia.



FUENTE: Elaboración propia.

Gráfico 13: Los estudiantes por género si tienen actitudes emprendedoras.

4.4.3 Factores disponibles de las aptitudes y actitudes emprendedoras por género.

Cuadro 22: Factores disponibles de las aptitudes y actitudes emprendedoras por género.

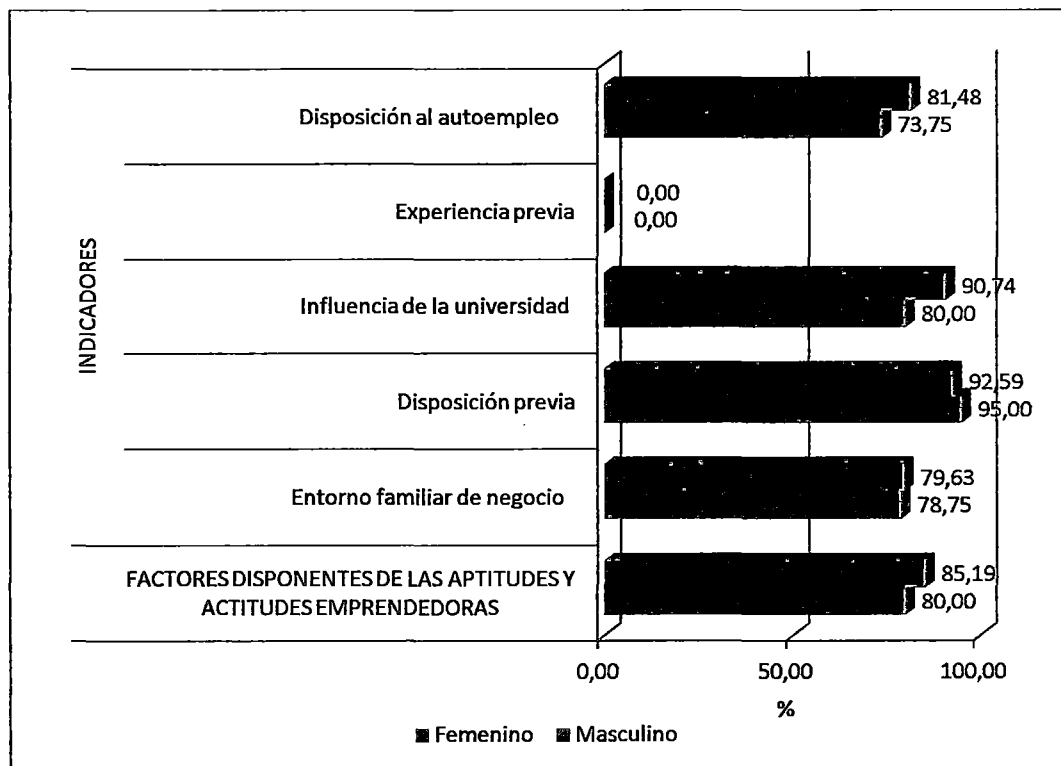
Factores disponibles de las aptitudes y actitudes emprendedoras		SI TIENEN		NO TIENEN	
		n _i	%	n _i	%
Masculino		64	80,00	16	20,00
Femenino		46	85,19	8	14,81
	Entorno familiar de negocio				
	Masculino	63	78,75	17	21,25
	Femenino	43	79,63	11	20,37
	Disposición previa				
	Masculino	76	95,00	4	5,00
	Femenino	50	92,59	4	7,41
	Influencia de la universidad				
INDICADOR	Masculino	64	80,00	16	20,00
	Femenino	49	90,74	5	9,26
	Experiencia previa				
	Masculino	0	0,00	80	100,00
	Femenino	0	0,00	24	100,00
	Disposición al autoempleo				
	Masculino	59	73,75	21	26,25
	Femenino	44	81,48	10	18,52

FUENTE: Elaboración propia.

Cuadro 23: Si tienen factores disponibles de las aptitudes y actitudes emprendedoras por género.

Factores disponibles de las aptitudes y actitudes emprendedoras	SI TIENEN			
	Masculino		Femenino	
	ni	%	ni	%
	64	80,00	46	85,19
Entorno familiar de negocio	63	78,75	43	79,63
Disposición previa	76	95,00	50	92,59
Indicadores Influencia de la universidad	64	80,00	49	90,74
Experiencia previa	0	0,00	0	0,00
Disposición al autoempleo	59	73,75	44	81,48

FUENTE: Elaboración propia.



FUENTE: Elaboración propia.

Gráfico 14: Si tienen factores dispuestos de las aptitudes y actitudes emprendedoras por género.

Podemos apreciar que el 80,00% del género masculino si tiene factores dispuestos de las aptitudes y actitudes emprendedoras y el 20,00% no tienen; con respecto al género femenino el 85,19% si tienen factores dispuestos de las aptitudes y actitudes emprendedoras y no tienen 4,81%. Con respecto al indicador experiencia previa el 100,00% de ambos géneros no tienen; los demás indicadores se aprecian en la disposición al autoempleo, en el género masculino 73,75% si tienen disposición al auto empleo y no tienen 26,25%; 95,00% del género masculino si tiene disposición previa y no tienen 5,00%. (Cuadro 22 y Gráfico 14)

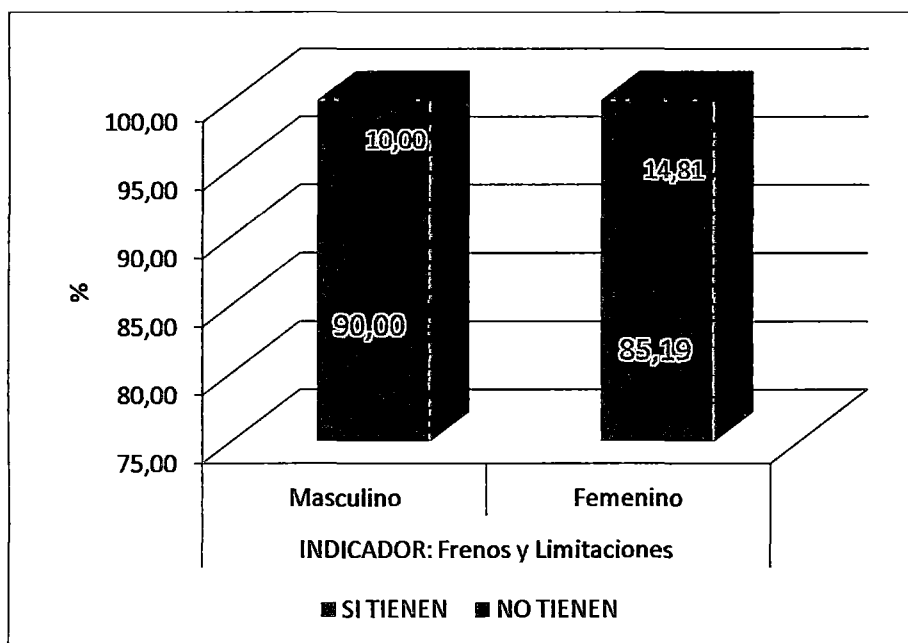
4.4.4 Limitaciones a las iniciativas emprendedoras por género.

Apreciamos en esta dimensión en el indicador frenos y limitaciones auto percibidos el género masculino si tiene 90,00% y no tiene 10%, el género femenino si tiene 85,19% y no tiene el 14,81%

Cuadro 24: Limitaciones a las iniciativas emprendedoras por género.

Sexo	Limitaciones a las iniciativas emprendedoras Indicador: Frenos y limitaciones auto percibidos			
	SI TIENE		NO TIENE	
	ni	%	ni	%
Masculino	72	90,00	8	10,00
Femenino	46	85,19	8	14,41

FUENTE: Elaboración propia.



FUENTE: Elaboración propia.

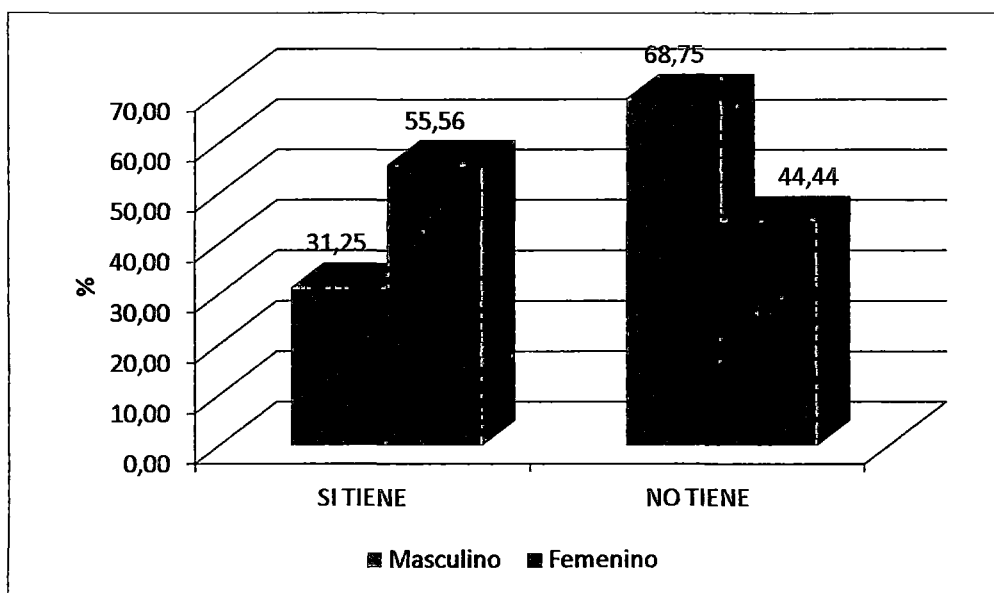
Gráfico 15: Limitaciones a las iniciativas emprendedoras por género.

4.4.5 Perfil emprendedor por género.

Cuadro 25: Perfil emprendedor por género.

GENERO	PERFIL EMPRENDEDOR			
	SI TIENE		NO TIENE	
	n _i	%	n _i	%
Masculino	25	31,25	55	68,75
Femenino	30	55,56	24	44,44

FUENTE: Elaboración propia.



FUENTE: Elaboración propia.

Gráfico 16: Perfil emprendedor por género.

Observamos que el 31,25% del género masculino tiene perfil emprendedor y 55,56% del género femenino tiene perfil emprendedor, esto es influenciado por la dimensión limitaciones a las iniciativas emprendedoras.

4.4.6 Comparación del perfil emprendedor entre géneros

Para evaluar el perfil emprendedor de los géneros masculino y femenino, nos planteamos las siguientes hipótesis, con 95% de confianza:

H_0 : No hay diferencia de perfil emprendedor entre el género masculino y femenino

H_1 : Si hay diferencia de perfil emprendedor entre el género masculino y femenino.

Cuadro 26: Resumen estadístico según género.

Género	n_i	Media	D.E.	Error típico de la media
Masculino	80	3,4345	0,18685	0,02089
Femenino	54	3,5171	0,16521	0,02248

FUENTE: Elaboración propia.

Cuadro 27: Prueba de diferencia de medias según género.

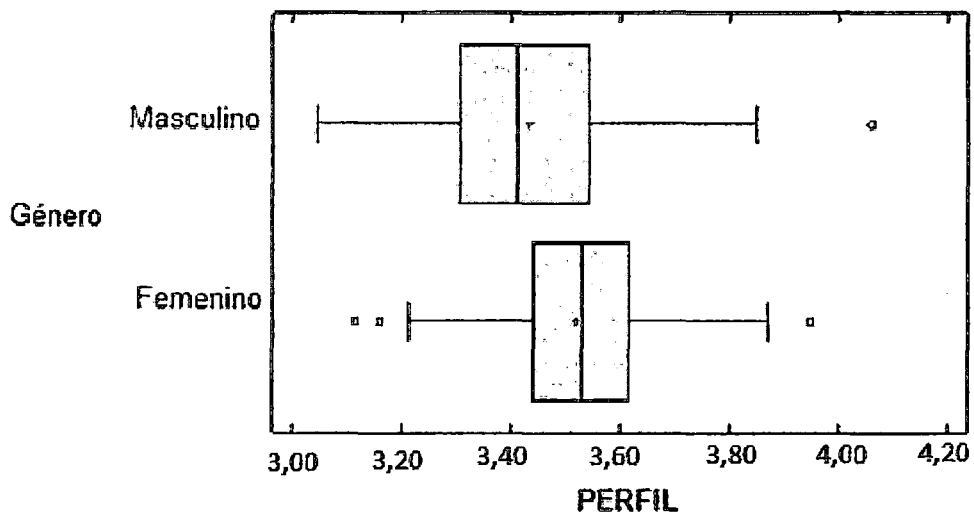
Perfil Emprendedor	Prueba de Levene para igualdad de varianzas		Prueba de muestras independientes						
			Prueba T para igualdad de medias					95% de intervalo de confianza para la diferencia	
	F	Sig.	t	df	Sig. (bilateral)	diferencia de medias	Error tip. De la diferencia	Inferior	Superior
Se ha asumido varianzas iguales	0,724	0,396	-2,625	132	0,00968378	-0,08252	0,03143	-0,14470	-0,02034
No se ha asumido varianzas iguales			-2,689	122,675	0,008	-0,08252	0,03069	-0,14327	-0,02177

FUENTE: Elaboración propia.

Del Cuadro 26 observamos que la media del género femenino es mayor que la media del género masculino y que coeficiente de variación del género femenino (4,70%) es menor que del género masculino (5,44%)

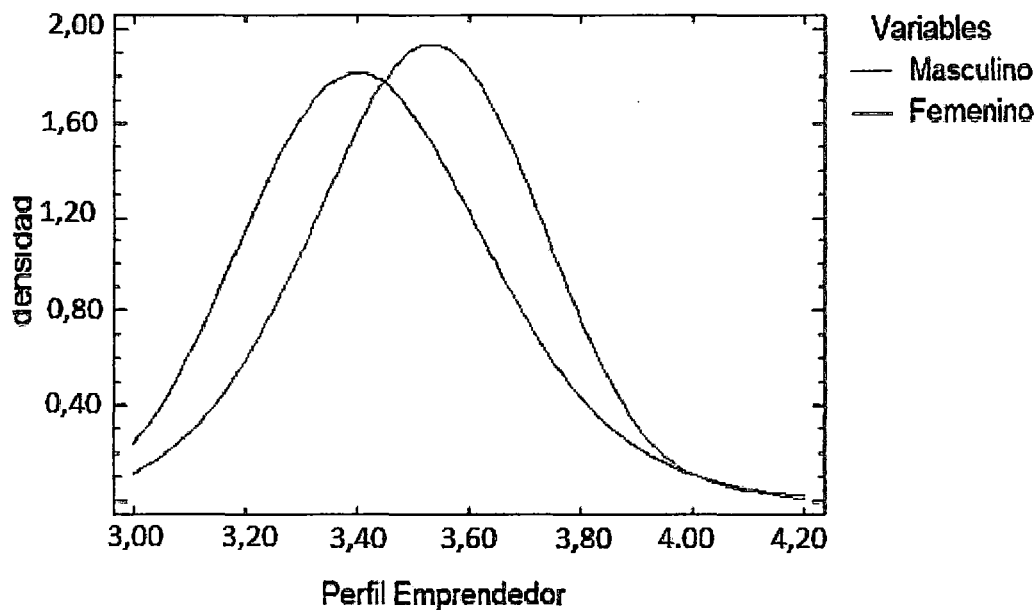
Así mismo del Cuadro 27 donde se pueden observar los resultados de la prueba de diferencia de medias, sostiene que hay una diferencia altamente significativa ($p= 0,00968378 < \alpha=0,01$); por lo tanto aceptamos la hipótesis alterna, con lo que concluimos que el género femenino es más propenso a tener empresa.

De los Gráficos N° 17 y 18 podemos observar que el género femenino tiene un perfil emprendedor mayor que el masculino.



FUENTE: Elaboración propia.

Gráfico 17: Caja y Bigotes



FUENTE: Elaboración propia.

Gráfico 18: Densidades Suavizadas

De los resultados obtenidos para el perfil emprendedor de los estudiantes de la UNJBG, podemos comparar con los trabajos hechos en el Perú en especial en Lima en la Universidad Mayor de San Marcos: Vargas (2007), Tinoco (2008), Vicuña et al (2009), Loli et al. (2009), Mavila et al. (2009) y; Universidad Particular San Martín de Porres, Vara (2007); quienes en sus estudios nos dan como resultado que los estudiantes en su mayoría tienen características de emprendimiento. Estos resultados difieren de los resultados encontrados en el perfil emprendedor de los estudiantes de la UNJBG, esta diferencia debe deberse a que el instrumento que se ha planteado, es una evaluación total de dimensiones aptitudes emprendedoras, actitudes emprendedoras,

factores disponentes a las aptitudes y actitudes emprendedoras y, limitaciones a las iniciativas emprendedoras, este hace que el 41, 04% de los estudiantes si tienen perfil emprendedor. Es corroborado por Bernales (2010: p. 87) quien nos manifiesta: "...El mercado laboral peruano tiene una relación directa con el nivel educativo de la sociedad peruana, que es muy bajo. Otra posible explicación es que la universidad, no prepara a los estudiantes para enfrentar escenarios de incertidumbre, y particularmente la incertidumbre económica. Otra posibilidad pudiera ser la percepción de ventaja o desventaja frente a la competencia, particularmente en el recurso humano. En cualquier caso, es un factor que nos abre una serie de interrogantes, y frente al cual no tenemos una respuesta categórica".

Evaluado las dimensiones: aptitudes emprendedora, actitudes emprendedoras, factores disponentes a aptitudes y actitudes empresariales y limitaciones a las iniciativas emprendedoras de los estudiantes del último año de estudios de las Escuelas Académico Profesionales de Ciencias Administrativas, Ingeniería Comercial e Ingenierías Productivas, se ha obtenido los siguientes resultados: no tienen Perfil Emprendedor el 52,17% de estudiantes de Ingeniería Comercial, 54,17% de Ciencias Administrativas y 62,07% de Ingenierías Productivas; con lo que podemos concluir que en las tres escuelas que se ha evaluado, la mayoría de los estudiantes no tiene perfil emprendedor

para formar empresa, como se podrá apreciar esto afirma lo encontrado en el perfil emprendedor de todos los estudiantes de la muestra total tomada, estos resultados es corroborado por Bernales (2010) manifestado anteriormente.

Portocarrero et al (2010), Universidad Nacional Federico Villarreal, manifiestan que la formación recibida por los estudiantes de administración contribuiría a su interés particularmente en el grupo femenino por la generación de sus propias fuentes laborales; esto confirma los resultados encontrados, son las mujeres las que más aspiran a tener una empresa. Nuestros resultados difieren de los resultados encontrados por Bernales (2010: p. 77), quien nos indica: "...Los resultados no muestran diferencias importantes entre la intención emprendedora entre hombres y mujeres, y aunque hay una ligera mayoría de hombres sobre las mujeres, esta no es estadísticamente significativa".

CONCLUSIONES

- Del presente trabajo de investigación, 41,04% de los alumnos matriculados en el quinto de las Escuelas Académico Profesionales de Ciencias Administrativas, Ingeniería Comercial e Ingenierías Productivas tienen perfil emprendedor, así mismo elaborado el intervalo de confianza para el porcentaje total de los alumnos que tiene perfil emprendedor, este puede fluctuar entre 32,61% a 49,48% del total de alumnos matriculados en el año académico 2011.
- Probada la hipótesis general planteada en el presente trabajo de investigación:
 $H_0: P \geq 0,5$ (La mayoría tiene un perfil emprendedor)
 $H_a: P < 0,5$ (La mayoría no tiene un perfil emprendedor)
Debido a que el valor $p=0,0188321$ para esta prueba es menor que el nivel de significación $\alpha=0.05$, se rechaza la hipótesis nula planteada. Por lo tanto, podemos rechazar la hipótesis planteada y aceptamos, menos del 50% de los alumnos tienen perfil emprendedor.
- Evaluado la aptitud emprendedora de los estudiantes del quinto año de estudios, se ha obtenido: Ingenierías Productivas 71,26%, Ingeniería Comercial 69,58%, y Ciencias Empresariales 66,67%, tienen

aptitudes emprendedoras; concluimos, los alumnos de las tres escuelas evaluadas, la mayoría de los estudiantes si tiene aptitud emprendedora para formar una empresa.

- Evaluado la actitud emprendedora de los estudiantes del quinto año de estudios matriculados en al año académico 2011, se ha obtenido: Ingenierías Productivas 81,61%, Ciencias Administrativas 79,17%, e Ingeniería Comercial 66,67%, tienen actitudes emprendedoras; concluimos, los alumnos de las tres escuelas evaluadas, la mayoría de los estudiantes, si tienen actitudes emprendedoras para formar empresa.
- Evaluado los factores disponentes de las aptitudes y actitudes emprendedoras de los estudiantes del quinto año de estudios matriculados en al año académico 2011, se han obtenido: Ciencias Administrativas 95,83%, Ingeniería Comercial 86,96%, e Ingenierías Productivas 77,01%, tienen factores disponentes a aptitudes y actitudes empresariales; concluimos, que los alumnos de los tres grupos evaluados, la mayoría de los estudiantes, si tienen factores disponentes de las aptitudes y actitudes emprendedoras para formar empresa.
- Evaluado las limitaciones a las iniciativas emprendedoras de los estudiantes del quinto año de estudios matriculados en al año

académico 2011, se han obtenido: Ciencias Administrativas 91,67%, Ingeniería Comercial 91,30%, e Ingenierías Productivas 86,21%, tienen limitaciones a las iniciativas emprendedoras, con lo que, podemos concluir, los tres grupos que se ha evaluado la mayoría de los estudiantes, si tienen limitaciones a las iniciativas emprendedoras para formar empresa.

- Evaluado las dimensiones aptitudes emprendedora, actitudes emprendedoras, factores disponentes de las aptitudes y actitudes empresariales y limitaciones a las iniciativas emprendedoras de los estudiantes matriculados en el quinto año de estudios en año académico 2011, se ha obtenido: no tienen Perfil Emprendedor el 52,17% de Ingeniería Comercial, 54,17% de Ciencias Administrativas y 62,07% de Ingenierías Productivas; con lo que podemos concluir, en las tres escuelas que se ha evaluado, la mayoría de los estudiantes no tiene perfil emprendedor para formar empresa.
- Evaluado el perfil emprendedor de los alumnos según género, los resultados fueron: 55,56% del género femenino, si tiene perfil emprendedor y solo un 31,25% del género masculino, con lo que podemos concluir, para el caso de los alumnos del quinto año matriculados en al año académico 2011, son las mujeres las que más aspiran a tener una empresa.

RECOMENDACIONES

- Ampliar el estudio, hacer seguimiento de egresados que realmente han llegado a constituir su empresa para buscar factores que expliquen los diferentes niveles de éxito logrado por los mismos.
- Desarrollar mayores investigaciones en relación a las intenciones emprendedoras, a través de análisis multivariantes centradas en factores psicológicos motivadores, cognitivos, aptitudes, actitudes, factores disponentes de las aptitudes y actitudes emprendedoras y limitaciones a las iniciativas emprendedoras que impulsan el desarrollo del perfil emprendedor.
- Incorporar en los currículos de estudios de la UNJBG actividades tendientes mejorar el perfil emprendedor.
- Impulsar la participación de instituciones relacionadas con el emprendimiento (crediticias, tecnológicas y empresariales entre otros) que no son reconocidas por los estudiantes y contribuir a la generación de redes entre los diversos actores ligados al emprendimiento. Generar actividades que contribuyan a crear una cultura de emprendimiento en el entorno estudiantil, tales como conferencias, concurso de emprendedores, club de emprendedores

- y asesoramiento a nuevos emprendimientos con la tutoría de docentes.
- Estimular actividades emprendedoras interdisciplinarias para facilitar la complementariedad de conocimientos entre alumnos con distintas formaciones.

REFERENCIAS

- Amaury F., J (2003). Formação de empreendedores: proposta de abordagem metodológica tridimensional para a identificação do perfil do empreendedor. Título de Mestrem Engenharia de Produção no Programa de Pós-graduação em Engenharia de Produção da Universidade Federal de Santa Catarina (Brasil).
- Barraza M., A. Apuntes sobre metodología de la investigación, confiabilidad. Universidad de Durango. México. No. 6 enero de 2007.
- Bernales, M. I. (2010). *Intención emprendedora y factor de migración en estudiantes universitarios del Perú*. Salamanca - España: Tesina para optar el Grado de Doctor en Psicología Social y Antropología de Organizaciones. Universidad de Salamanca.
- Blanco, N. y Alvarado, M. E. Escala de actitud hacia el proceso de investigación científico social. *Revista de Ciencias Sociales*. [Online]. sep. 2005, vol.11, no.3 [citado 05 Noviembre 2008], p.537-546. Disponible en la World Wide Web: <http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=

S1315-95182005000300011&Ing=es&nrm=iso>. ISSN 1315-9518.

Bojica A. M. (2009). *Entrepreneurship a nivel organizacional: Influencia del conocimiento desde una perspectiva relacional*. Tesis Doctoral. Departamento de Organización de Empresas. Editor: Editorial de la Universidad de Granada – España.

Borjas P., L. (2003). *Espíritu empresarial, creatividad empresarial. Un nuevo reto*. Anales Facultad de Ciencias Económicas y Sociales Universidad Metropolitana. Distribuidor Universidad, Terrazas del Ávila Caracas, Venezuela. Vol. 3, N° 2 (Nueva Serie): pp 133-156.

Borjas, L y Marvez, G. (2006) *Percepciones de los estudiantes y creencias de los docentes sobre el espíritu emprendedor y su enseñanza: caso Universidad Metropolitana Venezuela* web:http://ares.unimet.edu.ve/academic/investigaciones/informes-investigaciones/resumen_borjas_octubre06.doc). – *XVII Congreso de Espíritu empresarial*. Ciudad de Panamá (2006). Facultad de Ciencias Económicas y Sociales - Departamento de Gerencia y Planificación Educación.

- Borjas P., L. (2007). Actitudes empresariales en jóvenes universitarios venezolanos. Universidad Metropolitana/ Terrazas de Ávila, Caracas Venezuela/ Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. XVIII Congreso Latinoamericano sobre Espíritu Empresarial. Perú.
- Bojica A. M. y Fuentes M (2008). Entrepreneurship. Principios de un largo recorrido. Revista de la Agrupación Joven Iberoamericana de Contabilidad y Administración de Empresas N° 1, p. 75. Universidad de Granada. España.
- Coulthard M. (2007). The role of entrepreneurial orientation on firm performance and the potential influence of relational dynamis. Department of management Monash University. Australia. WORKING PAPER SERIES.
- Díaz, F., García, E., Ruíz, C., Jaimez, M., & Hernández, M. J. (22 de octubre de 2009). *Actitudes, valores y comportamientos emprendedores en la población universitaria*. Recuperado el 30 de setiembre de 2012, de <http://www.uv.es/motiva2/Ponencias%20Motiva2009/docs/57.pdf>: <http://www.uv.es/motiva2/Ponencias%20Motiva2009/>

- Espinoza H., N. (2004). Las aptitudes y actitudes empresariales de los estudiantes de administración en las universidades públicas de Lima - Callao. Rev. Gestión en el Tercer Milenio. © UNMSM. Facultad de Ciencias Administrativas. ISSN versión electrónica 2004; 13 (7): 11-18 1728-2969 [online]. [Citado 4 abril 2011]. Disponible en la World Wide Web.
- Espíritu R. y Sastre M. (2007). La actitud emprendedora durante la vida académica de los estudiantes universitarios. Cuadernos de Estudios Empresariales. Universidad Complutense de Madrid. 2007 Vol. 17 95-116
- Espíritu R. (2011). Actitud emprendedora en los estudiantes universitarios: un análisis de factores explicativos en la comunidad de Madrid. Tesis Doctoral. Universidad Complutense de Madrid. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Departamento de Organización de Empresas
- Filion L. J. (1998). Two Types of Entrepreneurs: The Operator and the Visionary Consequences for Education. École des Hautes Études Commerciales (HEC), Montréal.

- Fuentes G, F. J. y Sánchez C, S. M.; (2010). Análisis del perfil emprendedor: una perspectiva de género. Estudios DE Economía Aplicada. Vol. 28-3. Págs. 1-28.
- Giurfa, A. I. (2012) Estudio de desarrollo emprendedor de la población joven en la Provincia de Tacna. Serie de documentos de Trabajo. Universidad Privada de Tacna. Facultad de Ciencias Empresariales. Disponible en: <http://www.eumed.net/libros/2010b/710/Introduccion.htm>. Bajado el 12 de setiembre del 2012.
- Global Entrepreneurship Monitor (GEM). (2008). Executive Report. Special Topic: Entrepreneurship Education and Training, pp 14-41
- GEM Special Report (2010). A Global Perspective on Entrepreneurship Education and Training pp. 5-44.
- Grande E., I. (2001). Características emprendedoras de los/las estudiantes de Universidad Pública de Navarra. CEIN, S.A. Centro Europeo de Empresas e Innovación de Navarra. España.
- 2012.
- Huamán, M. C. (2005). EMPRESARIALIDAD DE NUEVAS EMPRESAS DE HUACHO Y HUAMANGA. *Rev. de*

*Investigación de la Fac. de Ciencias Administrativas,
UNMSM (Vol. 7, N.º 14, Lima, 8.*

Jaramillo, M., & Parodi, S. (2003). *Jóvenes emprendedores*. Lima-Perú: Insituto de Apoyo.

Jung Ho-Won y Goldenson D. R. The Internal Consistency and Precedence of Key Process Areas in the Capability Maturity Model for Software. Korea University Business School Anam-dong 5Ka, Sungbuk-gu, Seoul 136-701, Korea y Software Engineering Institute Carnegie Mellon University Pittsburgh, PA 15213-3890. (2nd Revision) July 22, 2007. Documento disponible en:
[http://biz.korea.ac.kr/~misjung/hwjung/papers/MT-ESE\(accepted\).pdf](http://biz.korea.ac.kr/~misjung/hwjung/papers/MT-ESE(accepted).pdf)

Kantis H., Ishida M, y Komori M. (2002 marzo): *Empresarialidad en economías emergentes: Creación y desarrollo de nuevas empresas en América Latina y el Este de Asia*. Banco Interamericano de Desarrollo Departamento de Desarrollo Sostenible Sub departamento de Empresa Privada y Mercados Financieros. División de Micro, Pequeña y Mediana Empresa. 658.114 K283—dc21.

- Krauss C. (2006). Las actitudes emprendedoras en los estudiantes de la Universidad Católica del Uruguay. Universidad Católica del Uruguay. Uruguay.
- Kreiser P., Marino L., and Weaver M. (2002). Assessing the Psychometric Properties of the Entrepreneurial Orientation Scale: A Multi-Country Analysis. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, Vol. 26.
- Kuratko D. F. (2005). *The Emergence of Entrepreneurship Education: Development, Trends, and Challenges*. Baylor University. Waco, Texas. USA.
- Lanzas A.; Pacheco C. y Velandia A. (2007). Medición del espíritu empresarial en la Universidad Tecnológica de Pereira. *Scientia Et Technica*, diciembre, año/vol. XIII, número 037. Universidad Tecnológica de Pereira. Pereira, Colombiapp. 293-295
- Lanzas D., V. E., Lanzas D., F. D. y Lanzas D., A. M. (2009): Propuesta para medir el perfil de los emprendedores de base tecnológica. *Scientia et Technica* Año XV, No 43, Diciembre de 2009. Universidad Tecnológica de Pereira – Colombia.

- Liñán A., F. y Rodríguez C., J. C. (2005) Actitudes empresariales de los estudiantes universitarios Andaluces. Documentos de Trabajo. Universidad de Jaén. Departamento de Economía.
- Loli, P et al. (2009). El emprendimiento en los estudiantes de la UNMSM y su relación con algunas variables sociodemográficas. Rev. investig. psicol., jul., vol.12, no.1, p.111-130. ISSN 1609-7475.
- Mavila H. D., Tinoco. G y Campos C. C. (2009). Factores influyentes en la capacidad emprendedora de los alumnos de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Revista de la Facultad de Ingeniería Industrial
- McClland, D. (1961). The achieving society. D. Van Nostrand Company, Inc. NJ.
- Mejía M, E. (2005). Metodología de investigación científica. Serie: Textos para la Maestría en Educación. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Facultad de Educación. Unidad de Post Grado. 318 páginas.
- Mohsen T., R. D. Making sense of Cronbach's alpha. International Journal of Medical Education.2011; 2:53-55. Documento

disponible en: <http://www.ijme.net/archive/2/cronbachs-alpha.pdf>.

Morales, M. (4-7 de noviembre de 2009). *El clima de emprendimiento, un determinante clave en la intención emprendedora de los estudiantes de Escuelas de Negocio*. Recuperado el 30 de setiembre de 2012, de http://www.ascolfa.edu.co/memorias/MemoriasCladea2009/upac01_submission_451.pdf:
<http://www.ascolfa.edu.co/memorias/MemoriasCladea2009/Tracks.html>

Morales V., P. (2011). El Análisis Factorial en la construcción e interpretación de tests, escalas y cuestionarios. Universidad Pontificia Comillas, Madrid Facultad de Ciencias Humanas y Sociales. Documento disponible en: <http://www.upcomillas.es/personal/peter/investigacion/AnalisisFactorial.pdf>. 45 pág.

Moriano J. A., Trejo E. y. Palací F. J (2001). El perfil psicosocial del emprendedor: un estudio desde la perspectiva de los valores. Correspondencia con los autores: Francisco Palací. Departamento de Psicología Social y de las

Organizaciones. UNED. Ciudad Universitaria Universidad Nacional de Educación a Distancia. Madrid – España.

Pablo L. I, Santos U. B, Bueno H. Y. (2004). Las dimensiones del perfil del emprendedor: contraste empírico con emprendedores de éxito Universidad Autónoma de Madrid (España).

Pereira L., F. (2007) La evolución del espíritu empresarial como campo del conocimiento. Hacia una visión sistémica y humanista. Cuadernos de Administración, julio-diciembre, año/vol. 20, número 034 Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá, Colombia pp. 11-37.

Pérez P. E. (2009). La universidad en la formación de emprendedores empresariales y el apoyo en la creación de nuevas empresas. Gestión en el Tercer Milenio, Rev. De Investigación de la Fac. de Ciencias Administrativas, UNMSM (Vol. 12, N° 23, Lima.

Portocarrero, C., Mayorga E. y García M (2010). Capacidad emprendedora y coeficiente empresarial en estudiantes de Administración y de Psicología de la Universidad Nacional Federico Villarreal. Facultad de Psicología - Universidad Nacional Federico Villarreal. REVISTA DE

INVESTIGACIONES PSICOLÓGICAS DE LA
UNIVERSIDAD VILLARREAL Vol. 1 – Núm. 1, año 2010,
p. 62-67.

Quintero D., C. (2007). Generación de competencias en jóvenes emprendedores. Universidad Autónoma de Bucaramanga. Colombia.

Rodríguez R., A. (2009). Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. Revista Pensamiento & Gestión. Grupo Gestión Organizacional, Universidad Libre (Colombia). Grupo Humanismo y Gestión, Universidad del Valle (Colombia), p. 106-107.

Rosero S. O. M. y Molina S. L. (2008). Sobre la investigación en emprendimiento Informes Psicológicos, No. 10 p.29-39. Medellín – Colombia. Universidad del Valle, Cali.

Roth, R. y Lacoa, D. (agosto de 2009). Análisis Psicológico del Emprendimiento en Estudiantes Universitarios: Medición, Relaciones y Predicción. Recuperado el 8 de setiembre de 2012, de <http://www.ucb.edu.bo/Publicaciones/Ajayu/>: <http://www.ucb.edu.bo/Publicaciones/Ajayu/v7n1/v7n1.html>

Ruiz, F. (2005). Relación entre la motivación de logro académico, la autoeficacia y la disposición para la realización de una

- tesis. *Rev. Persona*, Núm. 8, 2005. *Universidad de Lima. Perú*, pp. 145-170.
- Rusque, A. M., Ramírez, S. C., Guzmán, S., Gatica, C. C. y Torres, G. (1998). Medición de capacidad emprendedora de estudiantes de escuelas de administración de Europa y América Latina. Documento procedente del XII Congreso Latinoamericano sobre Espíritu Empresarial, San José de Costa Rica.
- Saboia L., F. A. y Martín C., N. (2006): Rasgos Psicológicos del Emprendedor y la Continuidad del Proyecto Empresarial: Un Estudio Empírico de Emprendedores Brasileños. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales Departamento de Organización de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados Campus de Esgueva. Valladolid (España).
- Selamé T, (1999) *Emprendimiento Juvenil*. Instituto Nacional de la Juventud. Santiago de Chile. Disponible en Internet: <http://vyde.ujed.mx/includes/doc/emprendedores/emp06.pdf>. Acceso el 19 de diciembre del 2011.

- Serida, J.; Nakamatsu, K.; Uehara, L. Global Entrepreneurship Monitor (GEM): Perú 2009. – Lima: Universidad ESAN, 2010 – 152p.
- Shapiro, A. (1982): "Social Dimensions of Entrepreneurship", In C. Kent et al. (Eds.), The Encyclopedia of Entrepreneurship, pp.72-90. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Tinoco G., O. (2008). Medición de la Capacidad Emprendedora de ingresantes a la Facultad de Ingeniería Industrial de la UNMSM. Revista de la Facultad de Ingeniería Industrial. Vol.11 (2): pp 18-23 UNMSM.
- Toledano G., N.; 2006: Las perspectivas empresariales de los estudiantes universitarios: un estudio empírico. Revista de Educación, 341. Universidad de Huelva. Pags. 1 – 23.
- Valera-Loza, D. (2006). La enseñanza y promoción del comportamiento emprendedor en la Universidad: Estado de las investigaciones empíricas 1975-2005. Tesina presentada en la Universidad de Sevilla. Programa de Doctorado en Administración de Empresas. Junio de 2006. Sevilla.
- Valera-Loza, D. H. (2010). La universidad emprendedora: nuevos retos en la formación superior. Innovación

- &Emprendimiento. Revista Latinoamericana de Ciencias Empresariales. Facultad de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos. Universidad San Martín de Porres. Volumen 1, Número 1, julio-diciembre, pp. 9-36.
- Vara A. A. (2007). Perfil emprendedor de los estudiantes de la facultad de ciencias administrativas y recursos humanos. Instituto de Investigación. Facultad de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos Universidad de San Martín de Porres. Lima-Perú.
- Vara A. A. (2010). *¿Cómo hacer una tesis en ciencias empresariales?*. Lima-Perú: Facultad de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos de la Universidad San Martín de Porres. Segunda edición (Abreviada).
- Varela R. y Bedoya A., O. L. MODELO CONCEPTUAL DE DESARROLLO EMPRESARIAL BASADO EN COMPETENCIAS. Estudios Gerenciales, 2006 julio-septiembre, año/vol. 22, número 100 Universidad ICESI Cali, Colombia pp. 21-47. Documento disponible en:<http://redalyc.uaemex.mx/pdf/212/21210001.pdf>
- Vargas M., Z. (2003). Formación profesional: mito y realidad (Universidad Nacional Mayor de San Marcos). Facultad de

Ciencias Sociales – UNMSM. Rev. APUNTES
SOCIOLÓGICOS PARA EL DIALOGO. AÑO 3 / No. 03.

- Vargas V, G. (2007). Influencia de la motivación de logro, actitud emprendedora, y autoeficacia emprendedora, sobre la intención emprendedora en los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco. Tesis para optar el Grado Doctora en Psicología. Universidad Mayor de San Marcos. Escuela de Post Grado. Facultad de Psicología. Unidad de Post Grado. Lima – Perú.
- Veciana J y Urbano D. (2004). Actitudes de los estudiantes universitarios hacia la creación de empresas: un estudio empírico comparativo entre Catalunya y Puerto Rico. Universidad Autónoma de Barcelona. Pp. 41.Vol. 12(2): pp 32-39 UNMSM.
- Vera C., P. et al. (2008).Una innovación pedagógica para la formación de universitarios emprendedores Rev. FAE, Curitiba (Brasil), v.11, n.2, p.113-126, jul. /dez
- Vicuña, P. et al (2009). Disposición psicológica y expectativas del estudiante universitario para la formación de empresa y el

rol gerencial. Rev. Psicol, /11. Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

Zahra S A. &Covin J. G. (1995). Contextual influences on the corporate entrepreneurship- performance relationship: a longitudinal analysis. Journal of Business Venturing 10, 43-58. Elsevier Science Inc.

ANEXOS

ANEXO A: MATRIZ DE DIMENSIONES, INDICADORES E ITEMS

DIMENSIÓN	INDICADORES	ITEMS	Nº ITEMS
Aptitudes emprendedoras Capacidades y competencias necesarias para emprender con éxito un negocio.	1. Tendencia exploratoria Tendencia a buscar la novedad comercial, explorar nuevos productos y disfrutar de la búsqueda.	Me gusta mirar catálogos aunque no vaya a comprar nada	p13
		Soy de los que probarían todos los productos nuevos	p14
		Cuando veo una marca nueva la examino	p15
		Me gusta ir de compras y ver nuevos productos	p16
		Rebusco por las tiendas hasta encontrar lo que quiero	p17
		Disfruto explorando distintas marcas cuando compro	p18
		Me entusiasma ir a tiendas o restaurantes de inauguración	p19
		Me gusta probar marcas nuevas simplemente para hacer comparaciones	p20
		Cuando encuentro alguna marca distinta a las demás, la investigo	p21
		Leo los anuncios publicitarios sólo por curiosidad	p22
	Cuando como fuera, trato de probar comidas nuevas	p23	
	2. Curiosidad productiva Tendencia creativa para revisar, producir o modificar manualmente productos mecanizados o artefactos.	Me gusta fabricar mis propias cosas	p24
		Siento curiosidad sobre cómo funcionan las cosas	p25
		Cuando era pequeño, disfrutaba desarmando cosas	p26
		Me gusta arreglar cosas en mi casa	p27
	3. Tendencia al liderazgo Motivación por el ejercicio de la autoridad.	Me interesa saber cómo funciona un producto	p28
		Me gusta que me consideren un líder	p29
		Me gusta destacar ante los demás	p30
		Soy más independiente que la mayoría de la gente	p31
	4. Autoconfianza Confianza en las propias capacidades.	Me gusta mandar a otras personas	p32
		Creo que tengo muchas habilidades	p33
		Confío en mis capacidades. Se que puedo lograr todo lo que me propongo	p34
		Me gusta improvisar. No me gusta la rutina	p35
		Prefiero hacer las cosas por mí mismo	p36
		Me da miedo no saber qué hacer ante situaciones nuevas	p37
	5. Tenacidad Diligencia para mantener niveles de esfuerzo y dedicación constante en el cumplimiento de tareas.	Me siento incómodo haciendo cosas a las que no estoy acostumbrado	p38
		Cuando empiezo algo, no paro hasta terminarlo	p39
		Cuando hay que terminar algo, lo hago, aunque esté harto	p40
		Tengo resistencia física y mental para terminar todo lo que empiezo	p41
		Termino lo que empiezo	p42
	6. Tendencia a asumir retos riesgosos Tendencia a asumir situaciones estimulantes, riesgosas y que implican un reto competitivo.	Cumplo las reglas y disciplina que yo mismo me impongo	p43
		Me gusta tener experiencias estimulantes, aunque sean peligrosas	p44
		Creo que asumir riesgos hace más interesante a la vida	p45
		Me gusta hacer cosas nuevas e impredecibles	p46
		Prefiero arriesgarme así no esté seguro de los resultados	p47
		Me gusta experimentar cosas nuevas	p48
		Me gusta aceptar retos	p49
		Me gusta estar con gente espontánea	p50
	7. Planificación escrupulosa Organización y planificación mediana de las actividades.	Antes de hacer algo, planifico lo que haré	p51
		Presto atención a las tareas que hay que hacer	p52
		Hago listas de lo que tengo que hacer para no olvidarme	p53
		Planifico mis actividades	p54
		Soy meticuloso	p55
		No me gusta dejar la tarea para más tarde	p56
		Soy ordenado	p57

<p>Actitudes emprendedoras: Tendencia a pensar, sentir o actuar favorable o desfavorablemente hacia aspectos relacionados al trabajo y la formación de empresas.</p>	<p>1. Concepciones sobre emprender Significados que los estudiantes atribuyen al negocio o empresa propia.</p>	Significado de logro	
		Hacer frente a problemas más complicados	p58
		Estar inmerso en un proceso de formación continua	p59
		Ser más responsable que un trabajador por cuenta ajena	p60
		Conocer tu entorno económico y social	p61
		Estar al día en conocimientos profesionales	p62
		Incertidumbre económica	p63
		Significado económico	
		Poder ganar más dinero	p64
		Alcanzar una buena posición social	p65
		Asegurarte el empleo	p66
		Ganar calidad de vida	p67
		Significado creativo	
		Investigar, ser creativo	p68
		Poder crear y patentar tus hallazgos	p69
		Crear y desarrollar tus propios procedimientos de gestión	p70
		Significado Pro-Social	
		Prestar un servicio a la comunidad	p71
		Contribuir a generar empleo	p72
		Significado de disponibilidad de tiempo	
		Disponer de más tiempo libre	p73
		Poder pasar más tiempo con tu familia y amigos	p74
		Vivir atado al negocio	p75
		Significado de autonomía	
		Ser tu propio jefe	p76
		Ser dueño de tu vida	p77
		Poner en práctica tus propios proyectos	p78
		Realizar actividades económicas que te gusten	p79
		<p>2. Actitudes ante el trabajo en equipo</p>	Me comprometo con el grupo cuando hay que hacer cosas.
	Prefiero trabajar con otros que solo.		p81
	Me gusta trabajar en grupo.		p82
	Trabajar en grupo es una pérdida de tiempo.		p83
	Me siento limitado cuando trabajo en grupo.		p84
	<p>3. Actitudes ante las actuaciones de las empresas</p>	Las empresas tratan de aprovecharse de los consumidores.	p85
		Los productos no duran tanto como deberían.	p86
		Las empresas se preocupan por sus clientes.	p87
		Las empresas explotan a sus trabajadores.	p88
		Las empresas utilizan publicidad engañosa para vender.	p89
		Las empresas han mejorado el nivel de vida de la sociedad.	p90
		Las empresas contribuyen con el desarrollo del país.	p91
Las empresas solo se preocupan por lucrar, por la ganancia.		p92	
<p>4. Actitudes ante el trabajo</p>	Me gustaría mucho más quedarme en casa sin tener que ir a trabajar.	p93	
	Trabajar es más satisfactorio para mí que quedarme en casa.	p94	
	Si heredara mucho dinero y no necesitara trabajar, no lo haría.	p95	
	Algunas de mis mayores satisfacciones están ligadas a mi trabajo o estudio.	p96	
	Mi trabajo o estudio es uno de los aspectos más gratificante de mi vida.	p97	

Factores disponibles de las aptitudes y actitudes emprendedoras Factores que aumentan, directa o indirectamente, la probabilidad de emprender una empresa o una actitud favorable hacia ello.	1. Entorno familiar de negocio Experiencias cercanas de negocio propio.	En tu hogar tienen un negocio.	p8
		Alguien de tu familia tiene un negocio.	p9
		Alguno de tus amigos tiene negocio	p10
	2. Disposición previa	Has tenido interés por tener tu propio negocio	p11
		Este interés fue: Antes de ingresar a la universidad. En la universidad	p12
	3. Influencia de la universidad	La universidad te motiva a tener tu propia empresa	p98
		La universidad estimula para hacer empresa.	p99
		La universidad te ha enseñado a hacer empresa	p100
		La universidad te ha proporcionado conocimientos para hacer empresa	p101
		Con lo que haz aprendido en la universidad, eres capaz de hacer tu propia empresa	p102
	4. Experiencia previa Antecedentes de realización de proyectos y negocio independiente.	Ayudas en un negocio.	p5
		¿Haz tenido/ tienes un negocio propio?	p6
		¿participado en algún proyecto o concurso de negocios?	p7
	5. Disposición al autoempleo Tendencia para preferir el autoempleo mediante negocios propios.	Prefiero tener mi propio negocio y dirigirlo antes que ser empleado	p103
		Prefiero ser socio de una empresa antes que ser empleado	p104
Prefiero ser empleado en una empresa antes que tener negocio propio		p105	
Limitaciones a las iniciativas emprendedoras Barreras que limitan las posibilidades del ejercicio de actividades emprendedoras, según la opinión de los estudiantes.	Frenos y limitaciones auto percibidos Según tu opinión, y evaluando tu propia experiencia, cuáles crees que son los principales frenos y limitaciones para hacer una empresa en el Perú	Falta de asesoramiento para realizar el plan de negocio.	p106
		Falta de ideas originales.	p107
		Falta de información sobre los trámites para iniciar un negocio.	p108
		Papeleos, burocracia, trámites muy complicados.	p109
		Miedo al fracaso.	p110
		Falta de estudios de mercado para conocer las posibilidades de negocio.	p111
		Falta de organizaciones que ayuden a emprendedores.	p112
		Falta de conocimiento sobre gestión de empresas.	p113
		Falta de ayuda del gobierno a la creación de empresas.	p114
		Falta de asesoramiento jurídico.	p115
		Falta de programas de formación para emprendedores.	p116
		Falta de apoyo por parte de las personas que te rodean.	p117
		Falta de apoyo de la universidad.	p118
Socio - demográficas Variables de identificación social y demográfica para establecer comparaciones.	Sexo	¿A qué sexo perteneces?	p1
	Edad	¿Cuántos años tienes?	p2
	Escuela profesional	¿En qué escuela profesional estudias?	p3
	Actividad laboral	Trabajas en un negocio	p4

ANEXO B: VALIDACIÓN POR JUECES. HOJA DE INSTRUCCIONES PARA EVALUACIÓN

VALIDACIÓN POR JUECES		
HOJA DE INSTRUCCIONES PARA EVALUACION		
CATEGORÍA	CALIFICACIÓN	INDICADOR
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir, debe ser incluido	No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión
	2. Bajo nivel	El ítem tiene una alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide este
	3. Posible o no posible	El ítem es relativamente importante
	4. Moderado nivel	El ítem es relevante puede ser incluido
	5. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión
	2. Bajo nivel	El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión
	3. Posible o no posible	El ítem es relativamente importante
	4. Moderado nivel	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo
	5. Alto nivel	El ítem tiene relación lógica con la dimensión
SUFICIENCIA Los ítems que pertenecen a una misma dimensión bastan para obtener la	1. No cumple con el criterio	Los ítems no son suficientes para medir la dimensión
	2. Bajo nivel	Los ítems miden algún aspecto de la dimensión pero no corresponden con la dimensión total
	3. Posible o no posible	El ítem es relativamente importante
	4. Moderado nivel	Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente
	5. Alto nivel	Los ítems son suficientes
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, sus sintácticas y semánticas son adecuadas	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro
	2. Bajo nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras que utilizan de acuerdo a su significado o por la ordenación de los mismos
	3. Posible o no posible	El ítem es relativamente importante
	4. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos términos de ítem.
	5. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada

ANEXO C: VALIDACIÓN POR JUECES - HOJA RESPUESTAS

TABLA DE CALIFICACIÓN

PUNTOS	CALIFICACION
5	Alto nivel
4	Moderado nivel
3	Posible o no posible
2	Bajo nivel
1	No cumple con el criterio

De acuerdo a la Hoja de instrucciones para la evaluación y la Tabla de calificación adjunta de su calificativo según su apreciación

DIMENSIONES	INDICADOR	ITEMS	CATEGORIA			
			Relevancia	Coherencia	Suficiencia	Claridad
Aptitudes emprendedoras Capacidades y competencias necesarias para emprender con éxito un negocio.	1. Tendencia exploratoria Tendencia a buscar la novedad comercial, explorar nuevos productos y disfrutar de la búsqueda.	Me gusta mirar catálogos aunque no vaya a comprar nada				
		Soy de los que probarían todos los productos nuevos				
		Cuando veo una marca nueva la examino				
		Me gusta ir de compras y ver nuevos productos				
		Rebusco por las tiendas hasta encontrar lo que quiero				
		Disfruto explorando distintas marcas cuando compro				
		Me entusiasma ir a tiendas o restaurantes de inauguración				
		Me gusta probar marcas nuevas simplemente para hacer comparaciones				
		Cuando encuentro alguna marca distinta a las demás, la investigo				
		Leo los anuncios publicitarios sólo por curiosidad				
	Cuando como fuera, trato de probar comidas nuevas					
	2. Curiosidad productiva Tendencia creativa para revisar, producir o modificar manualmente productos mecanizados o artefactos.	Me gusta fabricar mis propias cosas				
		Siento curiosidad sobre cómo funcionan las cosas				
		Cuando era pequeño, disfrutaba desarmando cosas				
		Me gusta arreglar cosas en mi casa				
	3. Tendencia al liderazgo Motivación por el ejercicio de la autoridad.	Me interesa saber cómo funciona un producto				
		Me gusta que me consideren un líder				
		Me gusta destacar ante los demás				
		Soy más independiente que la mayoría de la gente				
	4. Autoconfianza Confianza en las propias capacidades.	Me gusta mandar a otras personas				
		Creo que tengo muchas habilidades				
		Confío en mis capacidades. Se que puedo lograr todo lo que me propongo				
		Me gusta improvisar. No me gusta la rutina				
		Prefiero hacer las cosas por mi mismo				
		Me da miedo no saber qué hacer ante situaciones nuevas				
	Me siento incómodo haciendo cosas a las que no estoy acostumbrado					

DIMENSIONES	INDICADOR	ITEMS	CATEGORIA				
			Relevancia	Coherencia	Suficiencia	Claridad	
Actitudes emprendedoras Capacidades y competencias necesarias para emprender con éxito un negocio.	5. Tenacidad Diligencia para mantener niveles de esfuerzo y dedicación constante en el cumplimiento de tareas.	Cuando empiezo algo, no paro hasta terminarlo					
		Cuando hay que terminar algo, lo hago, aunque esté harto					
		Tengo resistencia física y mental para terminar todo lo que empiezo					
		Termino lo que empiezo					
		Cumplo las reglas y disciplina que yo mismo me impongo					
	6. Tendencia a asumir retos riesgosos Tendencia a asumir situaciones estimulantes, riesgosas y que implican un reto competitivo.	Me gusta tener experiencias estimulantes, aunque sean peligrosas					
		Creo que asumir riesgos hace más interesante a la vida					
		Me gusta hacer cosas nuevas e impredecibles					
		Prefiero arriesgarme así no esté seguro de los resultados					
		Me gusta experimentar cosas nuevas					
		Me gusta aceptar retos					
	7. Planificación escrupulosa Organización y planificación mediata de las actividades.	Me gusta estar con gente espontánea					
		Antes de hacer algo, planifico lo que haré					
		Presto atención a las tareas que hay que hacer					
		Hago listas de lo que tengo que hacer para no olvidarme					
		Planifico mis actividades					
		Soy meticuloso					
		No me gusta dejar la tarea para más tarde					
	Soy ordenado						
	Actitudes emprendedoras: Tendencia a pensar, sentir o actuar favorable o desfavorablemente hacia aspectos relacionados al trabajo y la formación de empresas.	1. Concepciones sobre emprender Significados que los estudiantes atribuyen al negocio o empresa propia. SUBESCALAS	Antes de hacer algo, planifico lo que haré				
			Significado de logro				
Hacer frente a problemas más complicados							
Estar inmerso en un proceso de formación continua							
Ser más responsable que un trabajador por cuenta ajena							
Conocer tu entorno económico y social							
Estar al día en conocimientos profesionales							
Incertidumbre económica							
Significado económico							
Poder ganar más dinero							
Alcanzar una buena posición social							
Asegurarte el empleo							
Ganar calidad de vida							

DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	CATEGORIA			
			Relevancia	Coherencia	Suficiencia	Claridad
Actitudes emprendedoras Tendencia a pensar, sentir o actuar favorable o desfavorablemente hacia aspectos relacionados al trabajo y la formación de empresas.	1. Concepciones sobre emprender Significados que los estudiantes atribuyen al negocio o empresa propia. SUBESCALAS	Significado creativo				
		Investigar, ser creativo				
		Poder crear y patentar tus hallazgos				
		Crear y desarrollar tus propios procedimientos de gestión				
		Significado Pro-Social				
		Prestar un servicio a la comunidad				
		Contribuir a generar empleo				
		Significado de disponibilidad de tiempo				
		Disponer de más tiempo libre				
		Poder pasar más tiempo con tu familia y amigos				
		Vivir atado al negocio				
		Significado de autonomía				
		Ser tu propio jefe				
		Ser dueño de tu vida				
		Poner en práctica tus propios proyectos				
	Realizar actividades económicas que te gusten					
	2. Actitudes ante el trabajo en equipo	Me comprometo con el grupo cuando hay que hacer cosas.				
		Prefiero trabajar con otros que solo.				
		Me gusta trabajar en grupo.				
		Trabajar en grupo es una pérdida de tiempo.				
	3. Actitudes ante las actuaciones de las empresas	Me siento limitado cuando trabajo en grupo.				
		Las empresas tratan de aprovecharse de los consumidores.				
		Los productos no duran tanto como deberían.				
		Las empresas se preocupan por sus clientes.				
		Las empresas explotan a sus trabajadores.				
		Las empresas utilizan publicidad engañosa para vender.				
		Las empresas han mejorado el nivel de vida de la sociedad.				
		Las empresas contribuyen con el desarrollo del país.				
	4. Actitudes ante el trabajo	Las empresas solo se preocupan por lucrar, por la ganancia.				
		Me gustaría mucho más quedarme en casa sin tener que ir a trabajar.				
		Trabajar es más satisfactorio para mí que quedarme en casa.				
		Si heredara mucho dinero y no necesitara trabajar, no lo haría.				
		Algunas de mis mayores satisfacciones están ligadas a mi trabajo o estudio.				
		Mi trabajo o estudio es uno de los aspectos más gratificante de mi vida.				

DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	CATEGORIA				
			Relevancia	Coherencia	Suficiencia	Claridad	
Factores disponentes de las aptitudes y actitudes emprendedoras Factores que aumentan, directa o indirectamente, la probabilidad de emprender una empresa o una actitud favorable hacia ello.	1. Entorno familiar de negocio Experiencias cercanas de negocio propio.	¿Conoces a alguien en tu entorno que tenga su propio negocio? (mi padre o mi madre, familiares, amigos, nadie).					
		¿Tienes algún familiar cercano que tenga su propia empresa?					
		¿Tus padres tienen algún negocio familiar?					
	2. Disposición previa	¿Qué prefieres hacer cuando termines tu carrera?: Trabajar en una empresa, hacer tu propia empresa.					
		¿Desde cuándo haz tenido interés por tener tu propia empresa?					
	3. Influencia de la universidad	¿La universidad te ha motivado a tener tu propia empresa?					
		¿La universidad estimula para hacer empresa.					
		¿La universidad te ha enseñado a hacer empresa?					
		¿Qué tantos conocimientos te ha proporcionado la universidad para hacer empresa?					
		Con lo que haz aprendido en la universidad, ¿te sientes capaz de hacer tu propia empresa?					
	4. Experiencia previa Antecedentes de realización de proyectos y negocio independiente.	¿Has trabajado en algún negocio independiente?					
		¿Trabajas o ayudas en algún negocio familiar?					
		¿Has trabajado o ayudado en algún negocio familiar?					
		¿Has participado en algún proyecto o concurso de negocio?					
	5. Disposición al autoempleo Tendencia para preferir el autoempleo mediante negocios propios.	Prefiero tener mi propio negocio y dirigirlo antes que ser empleado					
		Prefiero ser socio de una empresa antes que ser empleado					
		Prefiero ser empleado en una empresa antes que tener negocio propio					
	Limitaciones a las iniciativas emprendedoras Barreras que limitan las posibilidades del ejercicio de actividades emprendedoras, según la opinión de los estudiantes.	Frenos y limitaciones auto percibidos Según tu opinión, y evaluando tu propia experiencia, cuáles crees que son los principales frenos y limitaciones para hacer una empresa en el Perú: ESCALA	Falta de asesoramiento para realizar el plan de negocio.				
			Falta de ideas originales.				
			Falta de información sobre los trámites para iniciar un negocio.				
Papeleos, burocracia, trámites muy complicados.							
Miedo al fracaso.							
Falta de estudios de mercado para conocer las posibilidades de negocio.							
Falta de organizaciones que ayuden a emprendedores.							
Falta de conocimiento sobre gestión de empresas.							
Falta de ayuda del gobierno a la creación de empresas.							
Falta de asesoramiento jurídico.							
Falta de programas de formación para emprendedores.							
Falta de apoyo por parte de las personas que te rodean.							
Falta de apoyo de la universidad.							

DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	CATEGORIA			
			Relevancia	Coherencia	Suficiencia	Claridad
Socio - demográficas Variables de identificación social y demográfica para establecer comparaciones.	Sexo	¿A qué sexo perteneces?				
	Edad	¿Cuántos años tienes?				
	Actividad laboral	¿Actualmente trabajas?				
	Año de estudios	Año de estudios				
	Escuela profesional	¿En qué escuela profesional estudias?				

OBSERVACIONES Y SUGERENCIAS	
-----------------------------	--

NOMBRES Y APELLIDOS DEL EXPERTO	
---------------------------------	--

NIVEL ACADÉMICO:	
------------------	--

DNI	
-----	--

FIRMA	
-------	--

ANEXO D: ENCUESTA

ENCUESTA ANÓNIMA Y CONFIDENCIAL

Estimado alumno(a)

Estamos realizando una investigación para conocer tus opiniones e intereses. Responde todas las preguntas con la mayor sinceridad posible. Este es un cuestionario anónimo, por favor no escribas tu nombre ni tus apellidos.

I. INFORMACION GENERAL

Nº	Preguntas	Alternativa de respuesta	
1	Sexo	<input type="checkbox"/> Masculino	<input type="checkbox"/> Femenino
2	¿Cuántos años tienes?		
3	¿En qué escuela profesional estudias?	<input type="checkbox"/> Administración <input type="checkbox"/> Ingeniería Comercial <input type="checkbox"/> Pesquería <input type="checkbox"/> Industrias Alimentarias <input type="checkbox"/> Minas <input type="checkbox"/> Metalurgia	<input type="checkbox"/> Química <input type="checkbox"/> Agronomía <input type="checkbox"/> Mecánica
4	Trabajas en un negocio.	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No
5	Ayudas en un negocio.	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No
6	¿Haz tenido/o tienes un negocio propio?	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No
7	¿Haz participado en algún proyecto o concurso de negocios?	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No
8	En tu hogar tienen un negocio.	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No
9	Alguien de tu familia tiene un negocio.	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No
10	Alguno de tus amigos tiene negocio	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No
11	Has tenido interés por tener tu propio negocio	<input type="checkbox"/> Sí Pase Preg . 12	<input type="checkbox"/> No
12	Este interés fue:	<input type="checkbox"/> Antes de ingresar a la universidad <input type="checkbox"/> En la universidad	

CONTINÚA.....

II. INTERESES PERSONALES

Indica si estas de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones.

Nº	Afirmaciones	Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
13	Me gusta mirar catálogos aunque no vaya a comprar nada.					
14	Soy de los que probarían todos los productos nuevos.					
15	Cuando veo una marca nueva la examino.					
16	Me gusta ir de compras y ver nuevos productos.					
17	Rebusco por las tiendas hasta encontrar lo que quiero.					
18	Disfruto explorando distintas marcas cuando compro.					
19	Me entusiasma ir a tiendas o restaurantes de inauguración.					
20	Me gusta probar marcas nuevas simplemente para hacer comparaciones.					
21	Cuando encuentro alguna marca distinta a las demás, la investigo.					
22	Leo los anuncios publicitarios sólo por curiosidad.					
23	Cuando como fuera, trato de probar comidas nuevas.					
24	Me gusta fabricar mis propias cosas.					
25	Siento curiosidad sobre cómo funcionan las cosas.					
26	Cuando era pequeño, disfrutaba desarmando cosas.					
27	Me gusta arreglar cosas en mi casa.					
28	Me interesa saber cómo funciona un producto.					
29	Me gusta que me consideren un líder.					
30	Me gusta destacar ante los demás.					
31	Soy más independiente que la mayoría de la gente.					
32	Me gusta mandar a otras personas.					
33	Creo que tengo muchas habilidades.					
34	Confío en mis capacidades. Se que puedo lograr todo lo que me propongo.					
35	Me gusta improvisar. No me gusta la rutina.					
36	Prefiero hacer las cosas por mi mismo.					
37	Me da miedo no saber qué hacer ante situaciones nuevas.					
38	Me siento incómodo haciendo cosas a las que no estoy acostumbrado.					
39	Cuando empiezo algo, no paro hasta terminarlo.					
40	Cuando hay que terminar algo, lo hago, aunque esté cansado.					
41	Tengo resistencia física y mental para terminar todo lo que empiezo.					
42	Termino lo que empiezo.					

CONTINUA....

II. INTERESES PERSONALES

Marca con una "X" la alternativa que se adecua a tu caso.

Nº	Significados	Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
43	Cumplo las reglas y disciplina que yo mismo me impongo					
44	Me gusta tener experiencias estimulantes, aunque sean peligrosas					
45	Creo que asumir riesgos hace más interesante a la vida					
46	Me gusta hacer cosas nuevas e impredecibles					
47	Prefiero arriesgarme así no esté seguro de los resultados					
48	Me gusta experimentar cosas nuevas					
49	Me gusta aceptar retos					
50	Me gusta estar con gente espontánea					
51	Antes de hacer algo, planifico lo que haré					
52	Presto atención a las tareas que hay que hacer					
53	Hago listas de lo que tengo que hacer para no olvidarme					
54	Planifico mis actividades					
55	Soy meticuloso					
56	No me gusta dejar la tarea para más tarde					
57	Soy ordenado					

III. OPINIONES

Para ti, tener empresa o negocio propio significa.....

58	Hacer frente a problemas más complicados					
59	Estar inmerso en un proceso de formación continua					
60	Ser más responsable que un trabajador por cuenta ajena					
61	Conocer tu entorno económico y social					
62	Estar al día en conocimientos profesionales					
63	Incertidumbre económica					
64	Poder ganar más dinero					
65	Alcanzar una buena posición social					
66	Asegurarte el empleo					
67	Ganar calidad de vida					
68	Investigar, ser creativo					
69	Poder crear y patentar tus hallazgos					
70	Crear y desarrollar tus propios procedimientos de gestión					

CONTINÚA....

III. OPINIONES

Para ti, tener empresa o negocio propio significa.....

N°	Significados	Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
71	Prestar un servicio a la comunidad					
72	Contribuir a generar empleo					
73	Disponer de más tiempo libre					
74	Poder pasar más tiempo con tu familia y amigos					
75	Vivir atado al negocio					
76	Ser tu propio jefe					
77	Ser dueño de tu vida					
78	Poner en práctica tus propios proyectos					
79	Realizar actividades económicas que te gusten					

Indica si estás de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones.

N°	Afirmaciones	Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
80	Me comprometo con el grupo cuando hay que hacer cosas.					
81	Prefiero trabajar con otros que solo.					
82	Me gusta trabajar en grupo.					
83	Trabajar en grupo es una pérdida de tiempo.					
84	Me siento limitado cuando trabajo en grupo.					
85	Las empresas tratan de aprovecharse de los consumidores.					
86	Los productos no duran tanto como deberían.					
87	Las empresas se preocupan por sus clientes.					
88	Las empresas explotan a sus trabajadores.					
89	Las empresas utilizan publicidad engañosa para vender.					
90	Las empresas han mejorado el nivel de vida de la sociedad.					
91	Las empresas contribuyen con el desarrollo del país.					
92	Las empresas solo se preocupan por lucrar, por la ganancia.					
93	Me gustaría mucho más quedarme en casa sin tener que ir a trabajar.					
94	Trabajar es más satisfactorio para mí que quedarme en casa.					
95	Si heredara mucho dinero y no necesitara trabajar, no lo haría.					
96	Algunas de mis mayores satisfacciones están ligadas a mi trabajo o estudio.					
97	Mi trabajo o estudio es uno de los aspectos más gratificante de mi vida.					
98	La universidad te motiva a tener tu propia empresa					

CONTINÚA....

III. OPINIONES

Indica si estás de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones:

N°	Afirmaciones	Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
99	La universidad estimula para hacer empresa.					
100	La universidad te ha enseñado a hacer empresa					
101	La universidad te ha proporcionado conocimientos para hacer empresa					
102	Con lo que haz aprendido en la universidad, eres capaz de hacer tu propia empresa					
103	Prefiero tener mi propio negocio y dirigirlo antes que ser empleado					
104	Prefiero ser socio de una empresa antes que ser empleado					
105	Prefiero ser empleado en una empresa antes que tener negocio propio					

Indica si estás de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones (Frenos y limitaciones para hacer empresa en el Perú)

106	Falta de asesoramiento para realizar el plan de negocio.					
107	Falta de ideas originales.					
108	Falta de información sobre los trámites para iniciar un negocio.					
109	Papeleos, burocracia, trámites muy complicados.					
110	Miedo al fracaso.					
111	Falta de estudios de mercado para conocer las posibilidades de negocio.					
112	Falta de organizaciones que ayuden a emprendedores.					
113	Falta de conocimiento sobre gestión de empresas.					
114	Falta de ayuda del gobierno a la creación de empresas.					
115	Falta de asesoramiento jurídico.					
116	Falta de programas de formación para emprendedores.					
117	Falta de apoyo por parte de las personas que te rodean.					
118	Falta de apoyo de la universidad.					

AÑO DE ESTUDIOS.....

¡MUCHAS GRACIAS!