

UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN - TACNA

Escuela de Posgrado

MAESTRÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

EL EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL Y LA ACTITUD
EMPREDEDORA DE LOS ALUMNOS DE LA ESCUELA
PROFESIONAL DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE
BASADRE GROHMANN DE LA
REGIÓN DE TACNA, 2017

TESIS

PRESENTADA POR:

MIGUEL ROSARIO GUANILO GÓMEZ

Para optar el Grado Académico de:

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

TACNA - PERÚ

2020

UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN – TACNA

Escuela de Posgrado

MAESTRÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

**EL EMPREDIMIENTO EMPRESARIAL Y LA ACTITUD EMPRENDEDORA
DE LOS ALUMNOS DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE
BASADRE GROHMANN DE LA REGIÓN DE TACNA, 2017**

Tesis sustentada y aprobada el 23 de enero del 2020; estando el jurado calificador integrado por:

PRESIDENTE :

Dr. Nicolás Fidél Calderón Urriola

SECRETARIO :

Dr. Luis Alberto Rocchetti Herrera

MIEMBRO :

Dr. Luis Celerino Catacora Lira

ASESOR :

Dr. Luis Celerino Catacora Lira

DEDICATORIA

A Dios por poner en mi corazón el deseo de superación, a mi adorada Madre que está en el cielo, a mi Padre, a mi esposa Margot y a mis adoradas hijas Sheramy y Maryori que son mi razón de ser; a mis hermanos Lucio, Segundo, Elsa, Gloria, Consuelo y Flor, eternamente agradecido por la formación en valores que me dieron en todas las etapas de mi vida y por su incondicional apoyo al logro profesional.

A mis maestros por compartir sus conocimientos y brindarme su amistad.

CONTENIDO

DEDICATORIA.....	iii
CONTENIDO.....	iv
RESUMEN.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.....	3
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	4
1.2.1. Problema general.....	4
1.2.2. Problemas específicos.....	5
1.3. JUSTIFICACIÓN.....	5
1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	6
1.4.1. Objetivo general.....	6
1.4.2. Objetivos específicos.....	6
1.5. HIPÓTESIS.....	6
1.5.1. Hipótesis general.....	6
1.5.2. Hipótesis específicas.....	7
1.6. VARIABLES.....	7
1.6.1. Identificación de las variables.....	7
1.6.2. Caracterización de las variables.....	8
1.6.3. Definición operacional de las variables:.....	9
1.7. LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN.....	9
1.8. DESCRIPCIÓN DE LAS CARACTERÍSTICAS DE LA INVESTIGACIÓN.....	9
1.8.1. Tipo de estudio.....	9

1.8.2. Nivel de investigación.....	9
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	11
2.2. BASES TEÓRICAS	14
2.2.1. Emprendimiento empresarial.....	14
2.2.1.1. Definición de emprendedor	14
2.2.1.2. Definición del Emprendimiento Empresarial.....	17
2.2.1.3. Concepto de emprendedor.....	18
2.2.1.4. ¿Qué es ser un emprendedor?	19
2.2.1.5. Tipos de emprendedores	21
2.2.1.7. Perfil de los emprendedores	27
2.2.1.8. Capacidades de los emprendedores.....	28
2.2.1.9. El emprendedor en la sociedad.....	28
2.2.2. Actitud Emprendedora	30
2.2.2.1. Actitud emprendedora	30
2.2.2.2. Motivos para emprender	30
2.2.2.3. ¿Qué tipo de emprendedor soy?.....	31
2.2.2.4. Tipos de emprendedores	33
2.2.2.5. Diferencias entre emprendedor y empleado	36
2.2.2.6. Diferencias entre emprendedor y empresario	39
2.2.2.7. ¿Quiénes tienen espíritu emprendedor?	39
2.2.2.8. El ADN emprendedor	40
2.2.3. Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann.....	41
2.2.3.1. Historia.....	41
2.2.3.2. Rol Estratégico.....	43
2.2.3.3. Visión	43

2.2.3.4. Misión.....	43
2.2.3.5. Objetivos Estratégicos de la Universidad	43
2.2.3.6. Acciones Estratégicos de la Universidad	44
2.2.3.7. Carrera Profesional de Ciencias Administrativas	47
2.2.3.8. Autoridades	51
2.2.3.9. Personal Administrativo.....	52
2.2.3.10. Estructura Orgánica de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann.....	53
2.3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS.....	55
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO.....	58
3.1. CARACTERÍSTICAS O TIPO DEL DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	58
3.2. POBLACIÓN O MUESTRA	58
3.2.1. Población o muestra.....	58
3.2.2. Muestra.....	59
3.3. ACCIONES Y ACTIVIDADES PARA EJECUCIÓN DEL PROYECTO ...	59
3.4. MATERIALES Y/O INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN	59
3.4.1. Materiales	59
3.4.2. Instrumentos.....	60
3.5. TRATAMIENTO DE DATOS.....	60
CAPÍTULO IV: MARCO FILOSÓFICO	61
CAPÍTULO V: RESULTADOS.....	63
5.1. FIABILIDAD O CONFIABILIDAD Y VALIDEZ DE LOS INSTRUMENTOS	63
5.1.1. Análisis de fiabilidad de los instrumentos de las variables estudiadas ...	63

5.1.2. Consistencia Interna de los Instrumentos.....	64
5.1.3. Análisis de Correlación Ítems-Total.....	65
5.1.4. Análisis de Variabilidad de los Items	67
5.1.5. Datos estadísticos según la naturaleza de la investigación: Prueba de Normalidad - Homoscedasticidad:.....	70
5.2. VALIDEZ DE INSTRUMENTOS	73
5.2.1. Validez de contenido de los instrumentos por jueces.....	73
5.2.2. Resultados sobre la Variable Actitud Emprendedora	76
5.2.2.1. De la variable actitud emprendedora	86
5.2.2.2. De la Variable Emprendimiento Empresarial.....	88
5.2.3. Resultados sobre Emprendimiento Empresarial.....	90
5.3. PRUEBA DE HIPÓTESIS.....	99
5.3.1. Verificación de la primera hipótesis específica Actitud Emprendedora ..	99
5.3.2. Verificación de la segunda hipótesis específica: Emprendimiento Empresarial	100
5.3.3. Hipótesis general	102
CAPÍTULO VI: DISCUSIÓN	104
CONCLUSIONES	107
RECOMENDACIONES	109
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	111
ANEXOS	114

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Caracterización de las variables.	8
Tabla 2.	Características de los emprendedores.	25
Tabla 3.	Perfiles del emprendedor.	27
Tabla 4.	Objetivos Estratégicos Institucionales.	44
Tabla 5.	Acciones Estratégicos de la Universidad.	45
Tabla 6.	Acciones Estratégicos de la Universidad.	46
Tabla 7.	Acciones Estratégicas de Soporte.	47
Tabla 8.	Número de Ingresantes a la Carrera Profesional por Año Académico.	54
Tabla 9.	Alumnos de la Carrera Profesional Ciencias Administrativas Régimen Flexible.	54
Tabla 10.	Alumnos de la Carrera Profesional Ciencias Administrativas Régimen Rígido.	54
Tabla 11.	Alumnos de la Carrera Profesional de Ciencias Administrativas.	58
Tabla 12.	Escala de Alpha de Cronbach	63
Tabla 13.	Apha de Crombach Actitud Emprendedora.	64
Tabla 14.	Alpha de Cronbach: Emprendimiento empresarial.	64
Tabla 15.	Análisis de Correlaciones de la Variable Actitud Emprendedora.	65
Tabla 16.	Análisis de Correlación de la Variable Emprendimiento Empresarial.	66
Tabla 17.	Análisis de Variabilidad de la Variable Actitud Emprendedora.	68
Tabla 18.	Análisis de la Variable Emprendimiento Empresarial.	69
Tabla 19.	Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra.	70
Tabla 20.	Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra.	72

Tabla 21.	Valoración de expertos de la ficha de observación para la variable Actitud Emprendedora.	73
Tabla 22.	Calificación del instrumento para la variable Actitud Emprendedora	74
Tabla 23.	Valoración de expertos de la ficha de observación para la variable Emprendimiento Empresarial.	75
Tabla 24.	Calificación del instrumento para la variable Emprendimiento Empresarial.	75
Tabla 25.	Frecuencia de la Dimensión necesidad de logro.	76
Tabla 26.	Escala de necesidad de logro.	76
Tabla 27.	Frecuencia de la dimensión innovación.	78
Tabla 28.	Escala de valoración de la Dimensión innovación.	78
Tabla 29.	Frecuencia de la Dimensión Control percibido.	80
Tabla 30.	Escala de valoración de la variable control percibido interno.	80
Tabla 31.	Frecuencia de dimensión autoestima.	82
Tabla 32.	Escala de valoración de la Dimensión autoestima.	82
Tabla 33.	Frecuencia de la dimensión riesgo.	84
Tabla 34.	Escala de valoración de la dimensión riesgo.	84
Tabla 35.	Frecuencia de la variable actitud emprendedora.	86
Tabla 36.	Escala de valoración de la Variable Actitud Emprendedora.	86
Tabla 37.	Frecuencia de la Variable Emprendimiento Empresarial	88
Tabla 38.	Escala de valoración de la Variable Emprendimiento Empresarial.	88
Tabla 39.	Frecuencia de la Dimensión Competencias del emprendedor.	90
Tabla 40.	Escala de valoración	90
Tabla 41.	Frecuencia de la Dimensión Apoyo al Emprendimiento	92
Tabla 42.	Escala de valoración.	92
Tabla 43.	Frecuencia de la Dimensión.	94
Tabla 44.	Escala de valoración	94

Tabla 45.	Frecuencia de la Dimensión Condiciones para el Emprendimiento.	96
Tabla 46.	Escala de valoración.	96
Tabla 47.	Tabla Cruzada Actitud Emprendedora Emprendimiento & Empresarial Emprendimiento Empresarial.	98
Tabla 48.	Tabla de Frecuencias para la variable Actitud Emprendedora.	99
Tabla 49.	Prueba del Chi cuadrado.	100
Tabla 50.	Tabla de Frecuencia Emprendimiento Empresarial	101
Tabla 51.	Prueba Chi Cuadrado.	101
Tabla 52.	Prueba Estadística	103

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Elementos constitutivos de la personalidad emprendedora	29
Figura 2. ¿Qué tipo de emprendedor soy?	31
Figura 3. Organigrama de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann	53
Figura 4. Frecuencia relativa porcentual con datos agrupados según escala de valoración de la dimensión necesidad de logro	77
Figura 5. Frecuencia relativa porcentual de la dimensión Innovación	79
Figura 6. Frecuencia relativa porcentual con datos agrupados de la dimensión control percibido.....	81
Figura 7. Frecuencia relativa porcentual de la dimensión Autoestima	83
Figura 8. Frecuencia relativa porcentual con datos agrupados de la dimensión Riesgo.....	85
Figura 9. Frecuencia relativa porcentual con datos agrupados según escala de valoración de la Variable Actitud Emprendedora	87
Figura 10. Frecuencia relativa porcentual con datos agrupados según escala de valoración de la Variable Emprendimiento Empresarial..	89
Figura 11. Frecuencia relativa porcentual con datos agrupados según escala de valoración de la dimensión Competencias del emprendedor	91
Figura 12. Frecuencia relativa porcentual con datos agrupados según escala de valoración de la dimensión Apoyo al emprendimiento	93
Figura 13. Frecuencia relativa porcentual con datos agrupados según escala de valoración de la dimensión Valor Percibido	95
Figura 14. Frecuencia relativa porcentual con datos agrupados según escala de valoración de la Dimensión Confianza	97

RESUMEN

La presente investigación fue conocer sobre el emprendimiento empresarial y la actitud emprendedora de los alumnos de la Escuela Profesional de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann de la Región de Tacna, 2017. Es una investigación de tipo básica, de diseño no experimental y de nivel correlacional. El problema general planteado en la presente investigación fue determinar: Cuál es la relación que existe entre el emprendimiento empresarial y la actitud emprendedora de los alumnos de la Escuela Profesional de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann de la Región de Tacna, 2017; la hipótesis general fue demostrar que “Existe relación significativa entre el emprendimiento empresarial y la actitud emprendedora de los alumnos de la Escuela Académico Profesional de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann de la Región de Tacna, 2017”. Para tal propósito fue necesario encuestar a 198 alumnos de la Escuela Profesional; para procesar datos y probar las hipótesis, se usó la estadística descriptiva e inferencial, software SPSS- versión 24 y Ms-Excel. Los resultados demostraron que la variable emprendimiento empresarial, es medio con un 57,6% y la actitud emprendedora de los usuarios es medio con un 73,2%, en la investigación sobre “el emprendimiento empresarial y la actitud emprendedora de los alumnos de la Escuela Académico Profesional de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann de la Región de Tacna.

Palabras clave: Emprendimiento Empresarial, Actitud Emprendedora.

ABSTRACT

The present investigation was to know about entrepreneurship and the entrepreneurial attitude of the students of the Professional School of Administrative Sciences of the Jorge Basadre Grohmann National University of the Tacna Region, 2017. It is a basic, design type research non-experimental and correlational level. The general problem posed in the present investigation was to determine: What is the relationship between entrepreneurial entrepreneurship and the entrepreneurial attitude of the students of the Professional School of Administrative Sciences of the Jorge Basadre Grohmann National University of the Tacna Region, 2017; The general hypothesis was to demonstrate that “There is a significant relationship between entrepreneurial entrepreneurship and the entrepreneurial attitude of the students of the Professional Academic School of Administrative Sciences of the Jorge Basadre Grohmann National University of the Tacna Region, 2017”. For this purpose it was necessary to survey 198 students of the Professional School; To process data and test the hypotheses, descriptive and inferential statistics, software SPSS-version 24 and Ms-Excel were used. The results showed that the variable entrepreneurial entrepreneurship is medium with 57,6% and the entrepreneurial attitude of the users is medium with 73,2%, in the research on “entrepreneurial entrepreneurship and the entrepreneurial attitude of the students of the Professional Academic School of Administrative Sciences of the Jorge Basadre Grohmann National University of the Tacna Region.

Keywords: Entrepreneurship, Entrepreneurial Attitude.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación titulada “EL EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL Y LA ACTITUD EMPRENDEDORA DE LOS ALUMNOS DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN DE LA REGIÓN DE TACNA, 2017”, aborda el tema sobre la interrogante si existe relación entre el emprendimiento empresarial y la actitud emprendedora, ya que, en la actualidad, el emprendimiento es uno de los principales motores de crecimiento de la economía. La relevancia que ha tomado el apostar por el desarrollo de emprendedores ha sido determinante para fortalecer el ecosistema emprendedor peruano. El Gobierno ha redireccionado sus políticas hacia el fomento del emprendimiento innovador, reconociendo que el emprendimiento es uno de los principales motores de crecimiento de la economía peruana, para hacer referencia a estos nuevos aires que se avecinan, en la Nueva Ley Universitaria 30220, en su Artículo 52°, estableciendo el tema de incubadora de empresas, que a la letra dice: La universidad, como parte de su actividad formativa, promueve la iniciativa de los estudiantes para la creación de pequeñas y microempresas de propiedad de los estudiantes, brindando asesoría o facilidades en el uso de los equipos e instalaciones de la institución. Los órganos directivos de la empresa, en un contexto formativo, deben estar integrados por estudiantes. Estas empresas reciben asesoría técnica o empresarial de parte de los docentes de la universidad y facilidades en el uso de los equipos e instalaciones. Cada universidad establece la reglamentación correspondiente.

El presente trabajo tiene como propósito determinar de qué manera el emprendimiento empresarial se relaciona con la actitud emprendedora de los alumnos de la Escuela Profesional de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann de la Región de Tacna, 2017.

Es necesario mencionar que el presente trabajo de investigación está estructurado en cinco capítulos: El primero referido al problema de investigación; el segundo capítulo, contiene el Marco Teórico que fundamenta el estudio. El Marco Metodológico, corresponde al tercer capítulo en el que se aborda la metodología e instrumentos con los cuales se acopió la información, el cuarto capítulo referido al Marco Filosófico y el quinto a la Discusión.

Finalmente, se consideran las conclusiones y recomendaciones, igualmente se consigna las referencias bibliográficas, instrumentos, la matriz de consistencia y los anexos relativos al presente trabajo de investigación.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Somos conscientes que la educación es un pasaporte de los individuos y de las naciones hacia la sociedad del conocimiento y globalización. La transición de la universidad al mundo laboral supone, en muchos casos, un choque con la realidad que no termina con el acceso al primer empleo, sino que será el inicio de muchos cambios a los que tendrán que enfrentarse los jóvenes, a lo largo de su vida laboral. Estos últimos años hemos entrado en un proceso de reforma del sistema universitario con la acreditación de las universidades dentro de un enfoque hacia la calidad educativa con nuevos diseños curriculares, donde ha de primar la capacitación docente, investigación y equipamiento, etc., pero por si solos no podrán producir cambios estables en la misión institucional, si las autoridades, docentes, administrativos y estudiantes no rompemos esos viejos paradigmas que tanto daño nos han hecho en el pasado y más bien nos preparamos para la incorporación de nuevos paradigmas en el modelo educativo universitario, todas estas reformas con la definición implícita de un compromiso con la realidad social y productiva en la que estén insertos todos los actores, además de una gestión universitaria con criterios de economía y eficiencia, de inversión y expectativas de cambios que mejoren la calidad del servicio educativo.

Un problema latente dentro de los egresados de las universidades del Perú es el tema de la empleabilidad, en el presente trabajo trataremos de abordar qué relación existe entre el emprendimiento empresarial y la actitud emprendedora de los alumnos de la Escuela Profesional de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann de la Región de Tacna, 2017,

porque siendo esta una institución creadora y difusora del conocimiento, tiene un importante papel que cumplir en la generación de emprendimientos productivos, entre estudiantes, graduados y docentes, como también, entre la población de nuestra región Tacna, donde ejerce su influencia. Este protagonismo tiene que transformarse en obligación por parte de la misma, si se tiene en cuenta por un lado los problemas de desempleo que existen en nuestro país y por otro, paradójicamente, la falta de personal calificado para cubrir los puestos que la actividad productiva está necesitando en nuestra región.

Analizando nuestro entorno regional, soy consciente que los alumnos de la Escuela Profesional de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann de la Región de Tacna, tienen un problema latente que es la empleabilidad. En el presente trabajo trataremos de abordar sobre la relación existente entre el emprendimiento empresarial y la actitud emprendedora, porque siendo la universidad una institución creadora y difusora del conocimiento, tiene un importante papel que cumplir en la generación de emprendimientos productivos, entre estudiantes, graduados y docentes, como así también, entre la población de la región Tacna donde ejerce su influencia. Este protagonismo que tiene a de transformarse en obligación por parte de la misma, si se tiene en cuenta por un lado los problemas de desempleo que existen en nuestro país y por otro, paradójicamente, la falta de personal calificado para cubrir los puestos que la actividad productiva está necesitando nuestra región.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1. Problema general

¿Cuál es la relación que existe entre el emprendimiento empresarial y la actitud emprendedora de los alumnos de la Escuela Profesional de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann de la Región de Tacna, 2017?

1.2.2. Problemas específicos

- a. ¿Cuál es el emprendimiento empresarial de los alumnos de la Escuela Profesional de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann de la Región de Tacna, 2017?
- b. ¿Cuál es la actitud emprendedora de los alumnos de la Escuela Profesional de Ciencias de la Región de Tacna, 2017?

1.3. JUSTIFICACIÓN

La situación del empleo en el Perú y en Tacna crece menos, si tomamos como cifras referenciales de los años anteriores. Visto estas cifras, el mercado laboral es un entorno altamente competitivo y cambiante, donde cada profesional debe diferenciarse del resto, destacándose en ciertos aspectos; cada persona, además de la formación, posee unas capacidades y habilidades determinadas y debe aprender a rentabilizar toda la información profesional, para luchar contra el desempleo.

En la actualidad, el estado por un lado y la empresa privada, por otro, ofertan una escasa demanda laboral; ante nosotros se abre ahora la posibilidad de introducir las mejoras que permitan fomentar más el emprendimiento y establecer los mecanismos que den el soporte necesario a las futuras iniciativas emprendedoras por parte de nuestros alumnos, egresados, docentes y miembros de nuestra Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann.

El presente trabajo busca analizar y diagnosticar la actitud emprendedora de los alumnos de la Escuela Profesional de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann de la Región de Tacna, 2017. Además la presente investigación tiene como propósito central obtener información primaria para verificar si, en efecto, existe correspondencia entre los emprendimientos empresariales universitarios y el nivel de empleabilidad de estos; los resultados servirán de insumo para retroalimentar de información

destinados al mejoramiento de los planes curriculares que la Escuela Profesional de Ciencias Administrativas, con la finalidad de potenciar las competencias sobre una educación para emprender de los próximos egresados con los conocimientos, habilidades, destrezas y actitudes necesarias.

1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1. Objetivo general

Determinar cómo se relaciona el emprendimiento empresarial con la actitud emprendedora de los alumnos de la Escuela Profesional de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann de la Región de Tacna, 2017.

1.4.2. Objetivos específicos

- a. Examinar como es el emprendimiento empresarial en los alumnos de la Escuela Profesional de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann de la Región de Tacna, 2017.
- b. Identificar cual es la actitud emprendedora de los alumnos de la Escuela Profesional de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann de la Región de Tacna, 2017.

1.5. HIPÓTESIS

1.5.1. Hipótesis general

Existe relación significativa entre el emprendimiento empresarial y la actitud emprendedora de los alumnos de la Escuela Profesional de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann de la Región de Tacna, 2017.

1.5.2. Hipótesis específicas

- a. El emprendimiento empresarial de los alumnos de la Escuela Profesional de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann, de la Región de Tacna, 2017, es media.
- b. La actitud emprendedora de los alumnos de la Escuela profesional de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann de la Región de Tacna, 2017, es media.

1.6. VARIABLES

1.6.1. Identificación de las variables

Variable independiente: Emprendimiento Empresarial

Variable dependiente: Actitud emprendedora.

1.6.3. Definición operacional de las variables:

Definición operacional de las variables

VARIABLE	DEFINICIÓN OPERACIONAL
EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL	Capacidad de un individuo para asumir el riesgo de aprovechar una oportunidad, con espíritu motivador, creador e innovador en la administración de recursos para iniciar su propia empresa o engrandecer la organización ya existente.
ACTITUD EMPRENDEDORA	Mide las cualidades y comportamientos personales necesarios para ser un emprendedor exitoso, constituida por tres dimensiones: Capacidad de realización, capacidad de planificación y capacidad de relacionarse socialmente. (García F. , 2001)

Fuente: Elaboración Propia

1.7. LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN

Las limitaciones para el desarrollo del presente trabajo en la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann de la Región Tacna, podría estar dada por la poca colaboración de las autoridades y alumnos de esta institución, debiendo entender que esta investigación puede contribuir al proceso de autoevaluación para la acreditación de la Escuela Profesional de Ciencias Administrativas y el hecho de no colaborar con la misma podría tener un impacto no positivo.

1.8. DESCRIPCIÓN DE LAS CARACTERÍSTICAS DE LA INVESTIGACIÓN

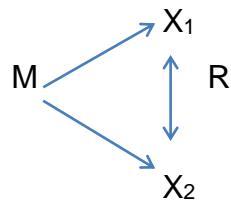
1.8.1. Tipo de estudio

EL tipo de investigación es pura o básica, porque parte de un marco teórico y permanece en él, es más la investigación recogerá información secundaria para enriquecer el conocimiento (Bunge, 2000).

1.8.2. Nivel de investigación

El nivel de investigación exploratorio-descriptivo.

Y es **correlacional**; porque estudia la relación entre la variable dependiente e independiente, es decir estudia la correlación entre las dos variables: Emprendimiento Empresarial y Actitud Emprendedora.



Donde:

M : Muestra

X₁ : Variable Emprendimiento Empresarial

X₂ : Variable Actitud Emprendedora

R : Relación entre ambas variables

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES DE INVESTIGACIÓN

En base a la revisión bibliográfica y también a la búsqueda de direcciones electrónicas, se encontraron algunos antecedentes similares y correlacionados al trabajo que se propone efectuar, tales como:

Fandiño Padilla (2008) en su tesis: “Evaluación del impacto del emprendimiento empresarial en los estudiantes de la carrera de administración de empresas de la Pontificia Universidad Javeriana y estudio de los factores de éxito de sus empresas creadas a partir de los talleres de grado”. Llegó a las siguientes conclusiones:

- Teniendo en cuenta las opiniones de los administradores javerianos a los que les fue aplicada la encuesta de esta investigación, se puede demostrar el buen trabajo que ha venido realizando la Pontificia Universidad Javeriana en cuanto al tema de emprendimiento. Aun así, la generalización de estos resultados se basa en el fortalecimiento del programa de emprendimiento en la carrera. En otras palabras, se nota la necesidad que tienen los estudiantes y la misma carrera de incluir el emprendimiento como algo inherente al pensum de Administración de Empresas, pues es importante que se inculque en los alumnos desde el inicio de la carrera con el fin de despertar la mentalidad emprendedora e innovadora. La Pontificia Universidad Javeriana, por medio de su programa de administración de empresas busca darles a sus estudiantes todas las herramientas necesarias para que se formen como administradores integrales y sensibles de la realidad. Busca también que por medio del conocimiento los estudiantes desarrollen sus habilidades y competencias al máximo con el fin de impulsarlos hacia la creación de proyectos viables, innovadores y bien planeados.

- Existen en Colombia un gran número de políticas y programas que buscan facilitar el desarrollo de nuevas ideas de negocio por medio de herramientas de financiación. A lo largo de los años se ha hecho notable que, a través del apoyo a la creación de empresas, se busca la generación de empleo e ingresos a partir del fortalecimiento de iniciativas empresariales innovadoras y con mucho potencial en el mercado. Se busca también mejorar cada vez más estas ideas para que sean competitivas en sectores cambiantes por medio de la identificación de los riesgos y oportunidades. Además, se busca impulsar el campo de la investigación y de la innovación para generar el desarrollo tecnológico de productos y procesos en el país con el fin de que estos estén al nivel y cumplan los estándares de todos los mercados alrededor del mundo. Es importante entender también que la creación de empresas en un país como Colombia, se convierte en un mecanismo de beneficio público, pues, además de generar beneficios para los involucrados, también genera beneficios para la economía y sociedad en general.
- Aunque el concepto o la definición de éxito empresarial dependen de diversos factores, hay aspectos que quedan completamente claros después de haber realizado este análisis. Si una empresa, cualquiera que sea su actividad principal, quiere alcanzar el éxito en materia de competitividad en el mercado y creación de ventajas competitivas, se requiere que esta invierta en si misma. En otras palabras, las empresas que buscan el éxito deben estar a la vanguardia e invertir en el mejoramiento continuo de sus procesos, productos y servicios, al igual que en la mejora de su cultura interna. Todo esto se debe hacer con el único fin de tener un rumbo claro y todas las herramientas necesarias que faciliten el cumplimiento de los objetivos propuestos.

Otero Vergara (2005) en su tesis: “Diseño de un modelo para promover emprendimiento en estudiantes de secundaria en grados 10° y 11° de estratos 1,2 y 3 en Colombia”. Llegó a las siguientes conclusiones:

- Un modelo para promover el emprendimiento debe ofrecer la posibilidad efectiva de sensibilizar estudiantes de educación secundaria, facilitando la interacción, aprendizaje y la formación de redes a través de procesos de

pedagogía activa, de tal forma que forme emprendedores y facilite los emprendimientos.

- Las diferentes experiencias de modelos de emprendimiento, incluyen en su interior elementos comunes, que buscan atacar en forma integrada las necesidades pedagógicas de las instituciones académicas. Entre estos elementos destacan: software multimedia para la realización de planes de negocio, capacitación y tutoría a profesores y alumnos, redes de apoyo para articular instituciones integrantes de la cadena de valor del emprendimiento, concursos de planes de negocio, portal de internet para informar e integrar los actores del proceso.

Gallardo Moreno (2009) en su tesis: “Propuesta de un programa de desarrollo de emprendedores para la Unidad Académica de Contaduría y Administración de la U.A.G. para fomentar en sus alumnos la actitud emprendedora”, llegó a las siguientes conclusiones:

- La falta de un programa de formación de emprendedores en esta institución, no ha podido que los egresados de la misma desarrollen una actitud emprendedora que les motive a crear sus propias empresas y no solo aspiren a ser empleados de alguna empresa o institución.
- La mayoría de los egresados-empresarios de la UACA no han participado en programa de emprendedores, ya que iniciaron su negocio por iniciativa propia, y consideran que de haber tenido la oportunidad primero se hubieran capacitado como emprendedores, pues reconocen la importancia de capacitarse como tal antes de iniciar un negocio.
- Hoy en día se considera muy importante ser emprendedor en el ámbito social, económico y personal, ya que los tres se entrelazan para el desarrollo y bienestar de una persona, una familia, una comunidad y una nación. Para ser emprendedor es necesario que las personas cuenten con los elementos fundamentales de motivación, liderazgo y de actitud positiva. Son elementos que, si no se cuenta con ellos, pueden ser adquiridos a través de programas de formación de emprendedores.

2.2. BASES TEÓRICAS

2.2.1. Emprendimiento empresarial

2.2.1.1. Definición de emprendedor

Según Castillo (1999) el término emprendedor (entrepreneur) fue introducido a la literatura económica, por primera vez, en los inicios del siglo XVIII por el economista Francés Richard Cantillon. Su aporte ha sido verdaderamente relevante para comenzar a comprender el concepto de emprendedor y el rol que juega el emprendimiento en la economía.

A su vez, a principios del siglo XIX, John Stuart Mill, (de origen británico), enfatizó más, la importancia del emprendimiento para el crecimiento económico. Él expresó que el desarrollo del emprendimiento, requiere de habilidades no comunes y lamentó la inexistencia de una palabra en el idioma inglés que tenga el mismo significado que el término “entrepreneur” en francés. (Formichella M. M., 2004).

La necesidad del emprendimiento para la producción fue formalmente reconocida por primera vez por Alfred Marshall, en 1880. Él introduce un nuevo factor de producción a los tres ya existentes. A los factores tradicionales: tierra, trabajo y capital, le agregó la organización, y la definió como el factor coordinador, el cual atrae a otros factores y los agrupa. Es decir, el emprendimiento es el elemento que está detrás de la organización, dirigiéndola. Además, plantea que los emprendedores son líderes por naturaleza y están dispuestos a actuar bajo las condiciones de incertidumbre que causa la ausencia de información completa. Sin embargo, fue Joseph Schumpeter en 1911, en su libro “La Teoría de la dinámica económica”. Este autor planteó la existencia del desequilibrio dinámico, causado por el empresario innovador, y llamó a las tareas que realizan este tipo de empresarios “destrucción creativa” (Formichella M. M., 2004).

A partir del autor Ludwig Von Mises (1966), citado por Gunning (2000), se comienza a identificar el perfil del emprendedor. Éste autor especifica tres características que considera esenciales para que un individuo sea considerado emprendedor. La primera tiene que ver con que el emprendedor es un evaluador. Es decir que calcula beneficios y costos numéricos; en base a los mismos realiza elecciones, y al realizarlas descubre nuevas necesidades y nuevos factores de producción. A su vez, construye imágenes de las futuras acciones que pueden realizar otros individuos que actúen en el mercado. La segunda característica es la de empresario, el emprendedor construye la decisión de cómo utilizar los factores, para producir mercancías. Por último, rescata que el emprendedor “soporta” la incertidumbre, ya que actúa en función del futuro y no conoce exactamente las acciones que otros seres humanos llevarán a cabo (Formichella M. M., 2004)

Por su parte, Peter Drucker (1985), uno de los autores más importantes en el tema, define al emprendedor como aquel individuo que es innovador y al entrepreneurship como el emprendimiento empresarial, y aclara la común confusión de creer que cualquier negocio pequeño y nuevo es un emprendimiento, y quien lo lleva a cabo un emprendedor. Destaca que, aunque quien abra un pequeño negocio corra riesgos, eso no quiere decir que sea innovador y represente un emprendimiento (Formichella M. M., 2004).

Ismael Kizner (1998) plantea que la función empresarial en el mercado no es fácil de entender, y trata de explicarla mediante lo que denomina elemento empresarial en la acción individual humana. Él lo define como el elemento de impulso y perspicacia, que resulta necesario para definir los fines a alcanzar y los medios que harán posible la consecución de dichos fines. (Formichella M. M., 2004).

Pinchot (1999) utilizó el termino intrapreneurship para aludir al “espíritu empresarial” y hace referencia a los emprendedores dentro de las grandes empresas. Según él, este espíritu es el que hace que existan iniciativas de

proyectos y negocios en las mismas. Este autor expresa que el emprendedor que habita en la empresa posee un importante rol, y que es quién puede hacer realmente que una idea se desarrolle comercialmente, ya que muchas empresas logran crear ideas, pero no llevarlas a cabo. Según él, los intraemprendedores aportan su visión empresarial, su compromiso, su esfuerzo y su investigación en pos de la compañía, y de esta manera se observa que conforman un pilar fundamental para que la empresa crezca (Formichella M. M., 2004).

Formichella (2004) el emprendimiento ha sido estudiado por diversas corrientes del pensamiento económico. Dentro de ésta disciplina se destacan la escuela schumpeteriana, la escuela austriaca y la teoría de la acción planeada. En el presente trabajo se tomará como base los postulados de la teoría de la acción, por las siguientes razones:

- 1) Plantea que la intención del individuo es el factor clave para comprender el proceso del emprendimiento;
- 2) Reconoce al individuo como evaluador de las condiciones requeridas para emprender (condiciones tanto internas como externas);
- 3) Manifiesta la importancia de las redes sociales para desarrollar la actividad emprendedora y;
- 4) Tiene en cuenta otras dimensiones que se relacionan entre sí y que son cruciales para el desarrollo emprendedor y empresarial.

En este trabajo, se retoma los planteamientos de Gartner (1985, 1989) representante de la teoría de la acción planeada. (Formichella M. M., 2004)

Para Formichella (2004) definir el concepto de empresarismo se retomarán los postulados elaborados por Gartner (1989). Para este autor, el empresarismo es un proceso de creación de empresas e implica tener en cuenta dos aspectos:

1. Que las organizaciones son creadas por la gente que no es empresaria y;
2. Que, al evaluar la capacidad de acción como empresario, no hay rasgos que indiquen una forma específica para definir criterios de emprendimiento.

Además, reconoce que el espíritu emprendedor es un aspecto intrínseco del empresarismo.

Según Formichella (2004) los autores mencionados, han desarrollado planteamientos que hacen referencia a las acciones, los procesos de emprender y crear empresa y a los sujetos que las realizan. Los conceptos que desarrollan están relacionados entre sí, puesto que un emprendedor no es un empresario; sin embargo, un empresario requiere tener características de un emprendedor en su empresa. Los procesos de emprendimiento y empresarismo son complementarios e implican características diferentes. En conclusión, la acción emprendedora en el ámbito de la empresa, suele llamarse emprendimiento empresarial. A nivel teórico, el emprendimiento y el empresarismo, han tenido una amplia tradición; diversas autoras se han encargado de definirlos y de describir sus características. En la búsqueda de autores y trabajos sobre el tema del empresarismo, se ha encontrado que hay una tendencia a integrar y mezclar los dos conceptos. Esto conlleva con frecuencia a estipular algunas características del empresarismo como parte del emprendimiento y de igual manera se discute en algunos artículos que el espíritu emprendedor es un aspecto intrínseco del empresarismo. No obstante, en autores como Barba y Martínez (2006), R. Varela (2001), Gartner (1989), Timmons, Murray y Virtanen (1997), se puede identificar algunas características concretas del espíritu empresarial al interior de las empresas y en el desarrollo de nuevas empresas. Análogamente, otros autores que ha sido más específicos en la diferenciación entre empresarismo y emprendimiento han sido Gartner (1989), Castillo (2006) y Ludwig Von Mises los cuales han establecidos algunos postulados y características más precisas para lograr dicha diferenciación.

2.2.1.2. Definición del Emprendimiento Empresarial

García (2001) define el emprendimiento empresarial como la capacidad de una persona para hacer un esfuerzo adicional por alcanzar una meta u objetivo, crear o iniciar un proyecto, una empresa o un nuevo sistema de vida, teniendo como fuente de inspiración la confianza en sí mismo, la determinación de actuar en pro a nuestras inquietudes con perseverancia hasta hacerlos realidad.

Duarte (2007) menciona que: El emprendimiento es la actividad que involucra el proceso de creación de nuevas empresas, el repotenciamiento de las actuales y la expansión de las firmas en los mercados globales, entre otros aspectos clave. Guarda una estrecha relación con la dinámica productiva de los países, el crecimiento económico, el desarrollo social y la formación de una fuerte cultura empresarial necesaria para el progreso (pág. 1).

2.2.1.3. Concepto de emprendedor

Para Lobato (2013) esta pregunta se la han hecho muchos investigadores de las ciencias sociales que, desde perspectivas dispares, han desarrollado respuestas diferentes. Se reproducen aquí tres de las definiciones más significativas:

- Joseph Alois Schumpeter (1935): “Una persona excepcional capaz de destruir de forma creativa un sistema económico mediante la introducción de la innovación”.
- Michael E. Gerber (1996): “Un innovador, un estratega, creador de nuevos métodos para penetrar o desarrollar nuevos mercados, aplicando la creatividad, desafiando a lo desconocido y transformando posibilidades en oportunidades”.
- Álvaro G. R. Lezana y Alexandra Tonelli (1998): “Individuos que innovan, identifican y crean oportunidades de negocio, desarrollan y coordinan nuevas combinaciones de recursos, para lograr mejores beneficios en un medio incierto”.

Por tanto Lobato (2013) define al emprendedor como aquella persona que, aplicando sus capacidades, convierte una idea en un proyecto económico concreto, ya sea en una empresa o en una organización social, generando algún tipo de innovación y beneficios económicos y sociales. De esta definición se desprenden una serie de ideas que conviene aclarar:

- **Proyecto económico:** Conjunto de políticas y estrategias económicas tendentes a lograr diferentes objetivos económicos y sociales.

- **Oportunidad de negocio:** La idea del emprendedor como proyecto económico se desarrolla en la empresa con ánimo de lucro, por lo que genera beneficios económicos.
- **Beneficios sociales:** La idea del emprendedor como proyecto económico se desarrolla en una organización social con el objetivo de lograr mayor bienestar para las personas, por lo que genera beneficios sociales.
- **Innovación:** Aplicación de nuevas ideas y conceptos que han de ser útiles para aumentar la productividad, tanto en la generación de productos como en la satisfacción de necesidades.

2.2.1.4. ¿Qué es ser un emprendedor?

Para Córdoba (2014) cuando hablamos del proceso emprendedor nos referimos a las distintas fases o etapas por las que atraviesa un nuevo emprendimiento, desde el momento que se toma la decisión de emprender, hasta alcanzar la fase de crecimiento de la nueva empresa.

Córdoba (2014) si bien existen muchas definiciones sobre el significado de “emprender”, la mayoría de los especialistas coinciden en que el proceso emprendedor, comprende todas las actividades relacionadas con detectar oportunidades y accionar para concretarlas.

Emprender es una actitud de vida. Es tener iniciativa propia, ser proactivo, no esperar a que nos digan qué y cómo debemos hacer las cosas. Es animarse a tomar decisiones. Es pasar de la idea a la acción. Es salir de la zona de confort (aquella en la que estamos cómodos, pero no nos permite crecer). Es agregar valor a lo que hacemos para diferenciarnos. Es asumir riesgos, comprometerse y perseverar. Es transformar realidades. Es querer mejorar nuestra situación, la de nuestra familia y la de nuestro entorno. Es trabajar en equipo complementando habilidades (Córdoba, 2014).

La motivación para emprender puede tener distintos fundamentos. Puede surgir por la necesidad de generar una fuente de ingreso o porque se detecta una nueva oportunidad de negocio, produciendo algo que no hay o mejorando algo que ya existe. Luego, animarse a emprender, depende de la personalidad de cada persona y de las habilidades que uno haya desarrollado de acuerdo a su experiencia (Córdoba, 2014).

Córdoba (2014) todos somos en alguna medida emprendedores, puesto que todos tomamos decisiones, arriesgamos y enfrentamos el miedo pasando a la acción. La actitud emprendedora depende de la inspiración, imaginación y creatividad, y de pasar a la acción implementando las ideas.

Córdoba (2014) para emprender debemos hacer cosas que nos guste hacer, que nos apasionen y que estén relacionadas con nuestras aspiraciones. De lo contrario, es difícil que nuestro emprendimiento perdure en el tiempo. Además de hacer lo que nos gusta y gustarnos lo que hacemos, debemos desarrollar el talento necesario para poder llevar a cabo el emprendimiento. La capacitación y el trabajo en equipo, son elementos claves. También debemos planificar y estimar si el proyecto nos va a permitir ganar dinero suficiente para que la actividad sea sostenible en el tiempo, para que crezca y nos permita mejorar nuestra situación económica y la de nuestro entorno cercano (Córdoba, 2014).

Para emprender se requiere ideas, pero también de recursos y equipos para pasar a la acción. Es decir, primero debemos planificar qué, cómo y para quién producir. Es muy importante que definamos cuál será la “propuesta de valor” de nuestro emprendimiento, es decir, qué tendrá nuestro producto (ya sea un bien o un servicio) que lo diferencie de la competencia y que nos haga más atractivos para los potenciales clientes. Debemos pensar en ofrecer algo que no exista en la zona o mejorar lo ya existente. Podemos optimizar nuestro producto mejorando la calidad del mismo, su presentación, su precio y la atención al cliente, brindándole información sobre las bondades de consumirlo. Para definir

una estrategia de diferenciación debemos identificar quiénes serán nuestros clientes, conocer sus preferencias, establecer una relación con ellos basada en la confianza y acercarle el producto de la forma más conveniente. Como emprendedores también debemos analizar cómo será el proceso productivo, es decir, cómo producir y qué recursos vamos a necesitar para ello. Esto nos va a permitir calcular nuestros costos. No menos importante es definir quiénes serán nuestros aliados estratégicos: socios, proveedores, empleados. Todos los que participan del proceso productivo y que son claves para el éxito de nuestro proyecto (Córdoba, 2014).

Finalmente, Córdoba (2014) es importante lograr un equilibrio entre la tolerancia al fracaso y el enamoramiento de nuestro producto. Tomar malas decisiones y equivocarnos, es parte de un proceso de aprendizaje que nos permite hacer madurar el emprendimiento, por ello debemos tomar cada fracaso como algo necesario para alcanzar el éxito, debemos perseverar realizando las modificaciones pertinentes para mejorar. Pero al mismo tiempo, debemos tener cuidado de no cometer el error de no ver las señales que el mercado nos da, simplemente porque nuestro producto nos parece el mejor, es decir, aunque nuestro producto nos parezca el mejor, son los consumidores quienes tienen el poder de confirmarlo. Debemos ser flexibles, aceptar el error y saber adaptarnos a los cambios de manera ágil y rápida. Si realizamos las cosas siempre del mismo modo, vamos a obtener los mismos resultados. Si nuestro emprendimiento no funciona no quiere decir que debamos cerrarlo, pero sí debemos analizar el por qué y modificar lo que no esté funcionando, para que nuestro proyecto vaya creciendo y mejorando en el tiempo, adaptándose a las necesidades de la gente.

2.2.1.5. Tipos de emprendedores

Según Lobato (2013) para determinar una tipología universal de emprendedores tiene las mismas dificultades que proponer un concepto único de emprendedor, que radican en las muy diferentes perspectivas desde las que

se puede abordar la cuestión. Se toma la autonomía del emprendedor como criterio de clasificación y, desde este punto de vista, los tipos de emprendedores que se pueden encontrar son:

- **Intrapreneur:** Es el emprendedor dependiente, que aplica las innovaciones en una empresa u organización ya existente y de la que no es titular. Son los directivos y trabajadores de grandes empresas, altos funcionarios de la Administración u otro tipo de instituciones sin ánimo de lucro.
- **Entrepreneur:** Es el emprendedor independiente, que aplica las innovaciones a la creación de su propia empresa o a la mejora de su negocio. Son los empresarios.

Ahora bien, señala Lobato (2013) que dentro del tipo entrepreneur se pueden distinguir cuatro subtipos en función de los objetivos que persiguen:

- **Entrepreneur artesano:** Es el emprendedor que quiere ser el dueño de su propio negocio en el que desarrollar su profesión a su manera, aplicando con autonomía los conocimientos adquiridos en su formación técnica. No tiene grandes aspiraciones de dominio del mercado ni de crecimiento empresarial. Suele crear pequeñas empresas que tienden a desaparecer al cesar el entrepreneur en su profesión.
- **Entrepreneur familiar:** Es el mismo tipo que el anterior pero evolucionado en sus objetivos de crecimiento. Pretende que la empresa que ha creado no termine con su retiro, sino que continúe en manos de sus descendientes de forma que les garantice el futuro.
- **Entrepreneur administrador:** Sus objetivos tienen que ver con el ejercicio del poder y el logro de la calidad. Quiere desarrollar nuevos productos y servicios que satisfagan al mercado, y su labor se orienta al crecimiento. Pretende crear o desarrollar empresas duraderas, con personal al que dirigir. Por ejemplo, el que crea una pequeña tienda de alimentación y la desarrolla hasta convertirla en una cadena de supermercados.
- **Entrepreneur oportunista:** Su principal objetivo es descubrir oportunidades de negocio que generen el máximo beneficio de la forma más rápida. Son muy innovadores y tienen una gran propensión a asumir riesgos muy

elevados. Están dispuestos a que sus negocios sean a corto plazo y a cambiar de negocio si se presenta una oportunidad mejor.

Lobato (2013) para finalizar con la tipología del entrepreneur, se propone una clasificación que toma como base la motivación del emprendedor. Desde este punto de vista se pueden definir:

- **Entrepreneur económico:** Es aquel cuya motivación principal es obtener el máximo beneficio posible con su actividad. Por ejemplo, un empresario comercial.
- **Entrepreneur social:** La motivación que lleva a estas personas a emprender es procurar la mejora de las condiciones de vida de los demás. Por ejemplo, un cooperante que inicia un proyecto de búsqueda de agua en África.
- **Entrepreneur tecnológico:** Su mayor motivación es el desarrollo de innovaciones de producto o de proceso, y la aplicación de los resultados de la investigación científica a la realidad cotidiana. Por ejemplo, un fabricante de aparatos sanitarios de alta tecnología.
- **Entrepreneur político:** Busca detectar el poder y su motivación fundamental es la autorrealización. Por ejemplo, un empleado de una multinacional que propone una innovación buscando un ascenso.

Los emprendedores, o casi todos, están animados por las cuatro motivaciones; lo que les diferencia es la intensidad con la que sienten cada una de ellas.

2.2.1.6. Características de los emprendedores

Alcaraz (2011) señala que de acuerdo con John Kao (1989), el emprendedor es una persona con características muy particulares, entre ellas:

- Compromiso total, determinación y perseverancia.
- Capacidad para alcanzar metas.
- Orientación a las metas y oportunidades.
- Iniciativa y responsabilidad.
- Persistencia en la solución de problemas.
- Realismo.

- Autoconfianza.
- Altos niveles de energía.
- Busca de realimentación.
- Control interno alto.
- Toma de riesgos calculados.
- Baja necesidad de estatus y poder.
- Integridad y confiabilidad.
- Tolerancia al cambio.

Además refiere Alcaraz (2011) que muchos estudiosos del tema coinciden en que los emprendedores poseen una serie de características que los distinguen del resto de las personas. En el Tabla N° 03, elaborado por Sánchez Almagro (2003), se aprecia con claridad cuáles son:

Tabla 2.

Características de los emprendedores

CARACTERÍSTICAS DE LOS EMPRENDEDORES	
Factores motivacionales	Necesidad de logro Necesidad de reconocimiento Necesidad de desarrollo personal Percepción del beneficio económico Baja necesidad de poder y estatus Necesidad de independencia Necesidad de afiliación o ayuda a los demás Necesidad de escape, refugio o subsistencia Iniciativa personal Capacidad de decisión Aceptación de riesgos moderados Orientación hacia la oportunidad Estabilidad emocional/autocontrol Orientación hacia metas específicas
Características personales	Locus de control interno (atribuye a él mismo sus éxitos o fracasos) Tolerancia a la ambigüedad/incertidumbre Es receptivo en sus relaciones sociales Posee sentido de urgencia/tiempo valioso Honestidad/integridad y confianza Perseverancia/constancia Responsabilidad personal Es individualista Es optimista
Características físicas	Energía Trabaja con ahínco Versatilidad/flexibilidad Creatividad/imaginación/innovación Búsqueda de la verdad e información
Características intelectuales	Planificación y seguimiento sistemático de resultados Capacidad para analizar el ambiente (reflexión) Visión comprensiva de los problemas Capacidad para solucionar problemas Planificación con límites de tiempo
Competencias generales	Liderazgo Orientación al cliente Capacidad para conseguir recursos Gerente/administrador de recursos Patrón de factores de producción Exige eficiencia y calidad Dirección y gestión de la empresa Red de contacto Comunicación

Fuente: (Alcaraz Rodríguez, 2011)

Por lo anterior, es aún más complicado definir el término emprender, ya que no se trata sólo de una serie de atributos, sino también de la forma de utilizarlos para sacarles el máximo provecho (ver Tabla N° 03). (Alcaraz Rodríguez, 2011)

Alcaraz (2011) el acuerdo generalizado señala que emprender implica la toma de decisiones, pero decidir de manera correcta requiere contar con las competencias necesarias; las cuales abarcan diversos aspectos que habrán de tomarse en consideración, como lo señalan VanderWerf y Brush (1989) al revisar 25 definiciones de emprender, afirman que emprender es una actividad de negocios que consiste en una intersección de las siguientes conductas y acciones:

- **Creación:** establecimiento de una nueva unidad de negocios.
- **Administración general:** dirección apropiada para una buena utilización de recursos.
- **Innovación:** generación y explotación comercial de nuevos productos, servicios, procesos, mercados, sistemas de organización, etcétera.
- **Aceptación del riesgo:** capacidad para manejar el riesgo de fallas potenciales al tomar decisiones o realizar acciones.
- **Mejor desempeño:** el intento por lograr altos niveles de desempeño o de crecimiento.

Alcaraz (2011) señala que Burch (1986) agrega a la lista de características del emprendedor las siguientes:

- **Trabajadores:** son adictos al trabajo que se enfocan en sus metas y se afanan incansablemente para alcanzarlas.
- **Optimistas:** consideran que cualquier cosa es posible y todo momento es inmejorable para alcanzar metas y logros.
- **Orientación a la excelencia:** su deseo de logro los lleva a hacer las cosas al mejor grado posible para sentirse aún más orgullosos y satisfechos de lo alcanzado.

Alcaraz (2011) el riesgo es un elemento que, para algunos autores constituye una característica fundamental del acto de emprender, pues consideran que el emprendedor es un “tomador de riesgos” que pondera los beneficios y asume los peligros que son inherentes a su consecución (Baty, 1990).

2.2.1.7. Perfil de los emprendedores

Según Lobato (2013) el análisis de las características de los emprendedores se suele hacer en función de las cualidades precisas para dirigir una empresa. Parece adecuado realizar un análisis más riguroso, y para ello se deben analizar los perfiles que conforman las características de un profesional. Estos perfiles son: el perfil demográfico, el perfil psicológico y el perfil sociológico.

Tabla 3.
Perfiles del emprendedor

LOS PERFILES DEL EMPRENDEDOR	
Perfil	Descripción
Demográfico	Define las características demográficas que conforman el perfil del emprendedor. Esas características son: procedencia geográfica, sexo, edad, nivel de formación, experiencia profesional, situación familiar y nivel de renta.
Psicológico	Indica las características personales que hacen a las personas más proclives a emprender, que son: rasgos de liderazgo, habilidades mentales, motivación competitiva, autoconfianza y habilidades sociales.
Sociológico	Analiza los factores ambientales que influyen en el espíritu emprendedor de las personas. Estos factores se pueden dividir en dos tipos: los factores de superación, aquellos que empujan a la persona a emprender para superar una situación crítica (por ejemplo, la pérdida del puesto de trabajo y la necesidad de obtener ingresos para sostener la economía familiar); y los factores de apoyo, aquellos que animan a emprender, como pueden ser los apoyos institucionales, las ayudas financieras, la posibilidad de formación permanente, la dinámica económica y el entorno social.

Fuente: (Lobato, 2013)

2.2.1.8. Capacidades de los emprendedores

Lobato (2013) las capacidades profesionales básicas desarrolladas por una persona emprendedora para que afronte con cierto éxito su proyecto. Las capacidades profesionales son:

- **Capacidad técnica:** El emprendedor debe tener la formación y experiencia suficientes para comprender y manejar todos los recursos técnicos propios del campo profesional en el que quiere establecerse. Una buena forma de cubrir la carencia de esta capacidad es asociarse con alguien que la tenga desarrollada.
- **Capacidad de análisis:** Para emprender es fundamental analizar el entorno que afecta al emprendedor y a la actividad que va a emprender. Esta capacidad de análisis es la que permite al emprendedor descubrir oportunidades de negocio.
- **Capacidad de administración:** La aventura emprendedora requiere siempre, en cualquier lugar y momento, administrar y gestionar recursos de forma eficiente y dentro de la normativa vigente. Como en el caso de la capacidad técnica, es conveniente que el emprendedor la haya desarrollado, pero no indispensable, ya que se puede obtener vía asociación o asesoramiento.

2.2.1.9. El emprendedor en la sociedad

Según Lobato (2013) la visión del emprendedor dentro de la sociedad se puede llevar a cabo desde diferentes perspectivas. Aquí se analiza desde tres puntos de vista: las condiciones sociales que influyen en el espíritu emprendedor, el aporte del emprendedor a la sociedad y la responsabilidad social del emprendedor. Las condiciones sociales que influyen en el espíritu emprendedor Existen una serie de factores sociales claves que favorecen el desarrollo del emprendedurismo:

- **El grado de libertad.** La tarea del emprendedor consiste en innovar, por lo tanto, en crear, investigar y arriesgarse, y esta tarea solo puede ser desarrollada en un marco de oportunidades y, por consiguiente, de libertad.

- **El sistema de educación y formación.** Las capacidades necesarias para emprender se desarrollan de forma óptima cuando el sistema de educación y formación en el que está inmerso el emprendedor le proporciona las herramientas precisas para su desarrollo.
- **El entorno socioeconómico.** Su influencia es determinante. Hay dos factores que son más influyentes: la cultura emprendedora y el nivel de desarrollo socioeconómico. Hay culturas donde el espíritu emprendedor es un valor positivo, y otras donde se toma como contravalor; en el primer caso el desarrollo será mucho mayor que en el segundo.
- **El marco político y legal.** El desarrollo de la actividad del emprendedor depende en gran medida de las facilidades y apoyos que le presten las administraciones, de la complejidad del sistema legal que le pueda afectar y de la estabilidad del sistema socioeconómico.

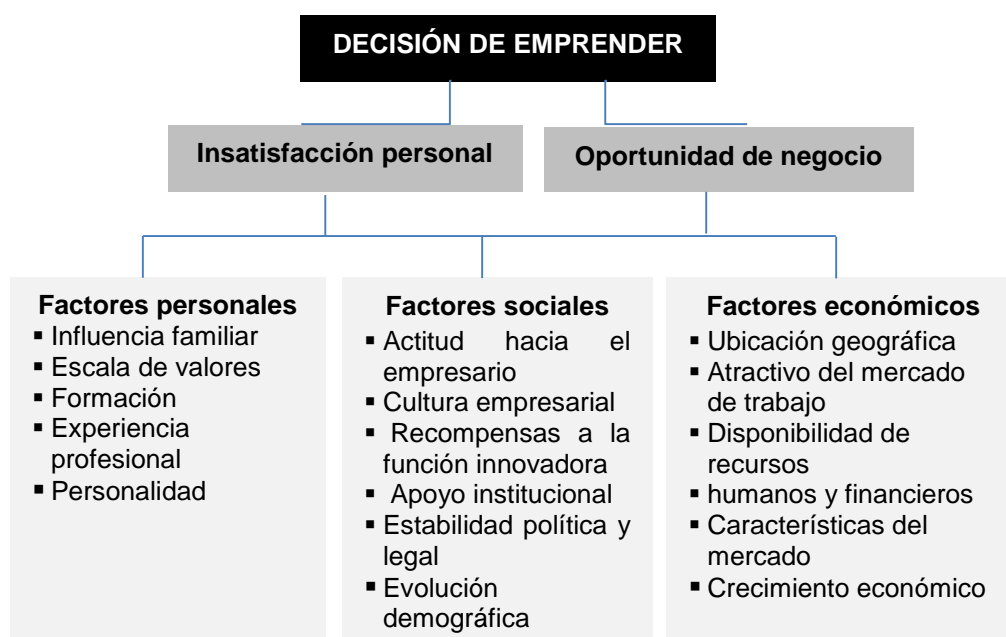


Figura 1. Elementos constitutivos de la personalidad emprendedora

Fuente: (Lobato, 2013)

2.2.2. Actitud Emprendedora

2.2.2.1. Actitud emprendedora

Drucker (1986) La actitud de emprender tiene más de comportamiento que de rasgo de la personalidad. Cualquiera persona que pueda enfrentarse a la toma de decisiones y a la innovación aprende a ser un emprendedor.

García (2001) definió la actitud emprendedora como la “capacidad de crear o iniciar un proyecto, una empresa o un nuevo sistema de vida, e de inspirado con la confianza en sí mismo, la determinación de actuar en pro de nuestras inquietudes con perseverancia hasta hacerlos realidad”. (pág. 7)

La actitud emprendedora incluye el estudio de las fuentes de oportunidades, los procesos de descubrimiento, la evaluación y explotación de oportunidades, y las personas que las descubren, evalúan y explotan las oportunidades. La iniciativa emprendedora puede incluir la creación de nuevas organizaciones. (Shane, S. & Venkataraman, S., 2000)

2.2.2.2. Motivos para emprender

Según Córdoba (2014) señala que generalmente se cree que la principal razón por la que una persona elige y toma la decisión de emprender es puramente económica; sin embargo, esta creencia poco tiene que ver con los motivos más profundos que conducen a alguien a ser protagonista y pasar a la acción.

Además, refiere Córdoba (2014) el deseo de iniciar un negocio puede surgir, además de lograr independencia económica, del aprovechamiento de una oportunidad del mercado, o por la necesidad de un logro personal, por un anhelo, o hasta para ayudar a un sector determinado de la sociedad. Lo cierto es que puede haber tantos motivos como personas existan.

2.2.2.3. ¿Qué tipo de emprendedor soy?

Córdoba (2014) como afirmamos antes, cualquier persona que desee emprender puede hacerlo. Sin embargo, es necesario reflexionar sobre las características actitudinales que hacen a un emprendedor. Cualquier persona puede ser emprendedora, lo que no significa que por defecto lo sea. Es necesario tomar una actitud proactiva, además de tener ideas, acompañada por la tolerancia al fracaso, la perseverancia, la pasión por los desafíos y el inconformismo en el sentido de siempre querer innovar para mejorar.

Córdoba (2014) en la figura N°02, a continuación, podemos ver un ejercicio simple y fácil que analiza en el eje vertical la inspiración o visión creativa y en el eje horizontal la capacidad de acción. Ambos ejes del cuadro debemos interpretarlos de la siguiente forma:

- **Inspiración:** está dada por la capacidad de percibir, reconocer, buscar e imaginar oportunidades. Está estrechamente vinculada con la creatividad.
- **Acción:** está relacionada con la iniciativa de hacer, con el aprovechamiento de las oportunidades percibidas. Está estrechamente vinculada con la motivación.

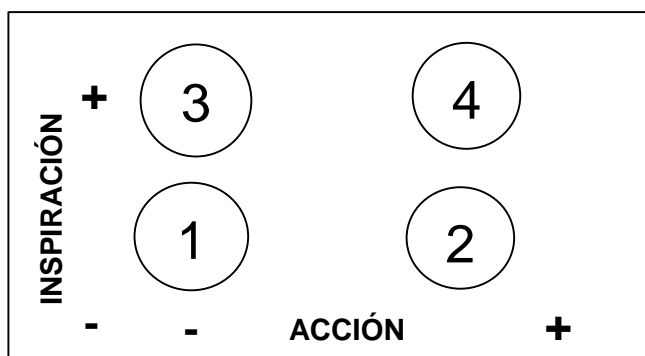


Figura 2. ¿Qué tipo de emprendedor soy?

Fuente: (Córdoba, 2014)

Según Córdoba (2014) cómo saber si soy emprendedor hay que marcar el que corresponda:

1. **Inactivo:** Es cuando no dejamos correr la imaginación, cuando no pensamos en nuevas ideas que nos permitan mejorar las cosas y cuando no hacemos nada para cambiar. Si estás así, es hora de pensar en positivo, siempre se pueden construir buenas cosas. Es tiempo de animarse a imaginar y crear.
2. **Rutinario:** Ocurre cuando estamos todo el tiempo haciendo cosas, pero no sabemos hacia dónde vamos. Es bueno detenerse de vez en cuando para pensar si estamos haciendo lo mejor. Tenemos que preguntarnos de qué manera innovar, pensar cómo hacer mejor las cosas y luego volver a la acción.
3. **Soñador:** Hay momentos que tenemos mil ideas, pero no nos decidimos a ponerlas en práctica o las dejamos para más adelante. No hay que tener miedo, debemos tomar la decisión de emprender, de accionar y poner en marcha ese sueño que siempre tuvimos. A veces puede ayudar comenzar de a poco, pero siempre yendo en la dirección que nos permita convertir en realidad esas buenas ideas.
4. **Emprendedor:** Es cuando somos capaces de accionar a partir de nuestras ideas, esforzándonos para alcanzar un sueño que nos inspira. Es el equilibrio entre acción e inspiración. Es pensar y crear cosas nuevas mientras estamos en acción. Es cuando estamos comprometidos con nosotros mismos y con nuestro entorno. Cuando a pesar de los fracasos, seguimos apostando por nuestros ideales y decidimos liderar nuestro futuro.

Córdoba (2014) señala que la persona emprendedora y una sociedad emprendedora, es aquella que posee un elevado nivel de acción y de inspiración. Este tipo de cultura es característica de las personas, empresas y sociedades en que se perciben, buscan y aprovechan oportunidades constantemente y en todos los niveles con creatividad e iniciativa para la acción.

2.2.2.4. Tipos de emprendedores

Alcaraz (2011) señala que según Schollhammer (1980) divide a los emprendedores en cinco tipos de personalidades:

- El **emprendedor administrativo**: Hace uso de la investigación y del desarrollo para generar nuevas y mejores formas de hacer las cosas.
- El **emprendedor oportunista**: Busca constantemente las oportunidades y se mantiene alerta ante las posibilidades que le rodean.
- El **emprendedor adquisitivo**: Se mantiene en continua innovación, la cual le permite crecer y mejorar lo que hace.
- El **emprendedor incubador**: En su afán por crecer y buscar oportunidades y por preferir la autonomía, crea unidades independientes que al final se convierten en negocios nuevos, incluso a partir de alguno ya existente.
- El **emprendedor imitador**: Genera sus procesos de innovación a partir de elementos básicos ya existentes, mediante la mejora de ellos.

Según Córdoba (2014) hace referencia en su libro que nos estamos concentrando principalmente en los emprendedores económicos, es decir, aquellos que inician un emprendimiento productivo. No todas las personas que deciden emprender tienen las mismas características y, menos aún, las mismas razones para hacerlo. Todo dependerá del ámbito en el que se desempeña y las circunstancias reales que lo llevaron a emprender. Debajo, se detallan los distintos tipos de emprendedores según su ámbito de acción y las circunstancias que lo llevan a emprender:

1. Según Su ámbito de acción:

Como puede visualizarse en el gráfico, según su ámbito de acción, el emprendedor puede ser económico, político, social o corporativo. A continuación, describimos cada uno de ellos para que sepas qué tipo de emprendedor sos o podés ser.

a. Emprendedor económico: hace referencia a una persona que crea una empresa o a alguien que empieza un proyecto por su propia iniciativa. Son aquellos que identifican una oportunidad de negocios y crean una

organización para implementarla. El emprendimiento productivo surge por necesidad o por oportunidad y puede pertenecer a diferentes rubros: industrial, comercial o de servicios. Además, puede comenzar siendo unipersonal y con el tiempo ir incorporando puestos de trabajo.

- b. Emprendedor corporativo** (o intra-emprendedor): son personas con visión empresarial y si bien no crean la empresa o inician el emprendimiento, son creativos e innovadores; son emprendedores dentro de una empresa ajena. “Una empresa es el resultado de un sueño de alguien, pero muchas veces el sueño de alguien no alcanza para poder lograr el éxito y es así donde muchos sueños de muchas personas hacen que algo sea aún más exitoso. Creo que, en el caso de las empresas, es imposible que sea sustentable en el tiempo si no se convierte en el sueño y el proyecto de muchos”, asegura Leonardo Destefano, gerente de Relaciones Externas de Fiat Argentina, un claro ejemplo de emprendedor corporativo.

Sobre los intra-emprendedores, Carolina Szyrko de Bancor, considera que: “es importante contar con empleados emprendedores ya que se trata de personas apasionadas en su trabajo, creadoras de nuevos negocios, ideas o proyectos que generan mayor rentabilidad para la empresa a la que pertenecen”.

- c. Emprendedor Social:** es aquel que se orienta en desarrollar acciones que impacten de forma positiva en la sociedad. Crean capital social, articulando con distintos sectores sociales siendo su principal objetivo convertir al mundo en un lugar mejor. Como afirma Leandro Pisaroni, Director de Incutex: “Lo que motiva a los emprendedores sociales es generar un impacto positivo en la sociedad, crean productos o servicios que buscan solucionar los problemas de sectores más vulnerables o que no son atendidos completamente por las empresas o el mercado”. Encontramos emprendedores sociales, por ejemplo, en organizaciones no gubernamentales (ONG's), como fundaciones, que tienen como finalidad colaborar con algún aspecto del entorno social.

- d. Emprendedor político:** es una persona que pone su capacidad de innovar, crear y hacer, al servicio de la sociedad desde instituciones públicas. Sus acciones trascienden el interés personal y privado buscando en primer lugar alcanzar objetivos para la sociedad. Son personas responsables de diseñar e implementar políticas (acciones) que tiendan a promover el bienestar general, trabajando en forma conjunta con diferentes sectores sociales.

Córdoba (2014) señala que, por supuesto que las anteriores clasificaciones no son mutuamente excluyentes, sino que una misma persona puede ser emprendedor de distintos tipos al mismo tiempo. Además, un emprendedor puede ir cambiando su clasificación a través del tiempo. Por ejemplo, una persona proactiva que hoy es empleado en una fábrica es un emprendedor corporativo, pero si mañana decide tener su propia empresa se convierte en un emprendedor económico. Un emprendedor en un momento de su carrera puede colaborar ocupando un puesto y concretar luego su propio proyecto, ya sea que se trate de un proyecto económico, social o político.

2. Según lo que motiva la acción de emprender:

- a. Emprendedor por necesidad:** hay emprendedores que se ven obligados por las circunstancias a identificar oportunidades en el entorno. Normalmente emprenden por necesidad de generar un ingreso que sustente la vida familiar. Son aquellas personas que se deciden a emprender por una serie de circunstancias concretas de un momento determinado de su vida. La mayor parte de las veces, estas circunstancias tienen que ver con la falta de un empleo estable. Inicialmente no se les ocurre tener un emprendimiento propio, pero cuando ven que han pasado meses y no han encontrado trabajo, empiezan a pensar la posibilidad de emprender como opción.
- b. Emprendedor por oportunidad:** los emprendedores por oportunidad comienzan un negocio porque perciben necesidades de los consumidores no cubiertas por el mercado y desarrollan un producto o un servicio para

satisfacerlas. Son personas muy observadoras y creativas que permanentemente están analizando cómo crear algo nuevo para poder emprender un nuevo proyecto. El emprendedor por oportunidad es una persona que vive con una inquietud permanente en la búsqueda de algo que le permita crecer desde lo personal y lo económico. A diferencia de los emprendedores por necesidad, los emprendedores por oportunidad no se ven en la obligación circunstancial de emprender, sino que deciden serlo por preferencia y elección propia.

Por supuesto que un emprendedor puede detectar una oportunidad a partir de una necesidad. Muchos emprendimientos surgen por necesidad al comienzo, pero luego de un tiempo se convierten en emprendimientos consolidados que generan empleos a muchas personas.

2.2.2.5. Diferencias entre emprendedor y empleado

Según Córdoba (2014) cuando comienza la búsqueda de trabajo, cuando nos llega la hora de entrar en el mundo laboral, hay que cuestionarse desde dónde podemos participar buscando la forma más satisfactoria para cada uno. emprender un trabajo, ya sea desde un ámbito en relación de dependencia o trabajando de manera independiente, presenta un desafío: elegir teniendo en cuenta nuestros intereses personales, habilidades y el posible crecimiento que nos ofrezca el camino a seguir.

Córdoba (2014) pero para poder elegir, primero es necesario conocer algunas características del trabajo en relación de dependencia y de la actividad independiente. Si bien hay algunas diferencias que parecen obvias entre estas dos formas de generar ingresos, en realidad hay más similitudes de las que uno piensa. Y estas similitudes se encuentran principalmente en el hecho de que para que nos vaya bien debemos tener una actitud emprendedora ya sea como empleados en una empresa o como dueños de nuestro propio emprendimiento.

Señala Córdoba (2014) veamos aquí algunos aspectos que debemos tener en cuenta:

- 1. Las horas de trabajo:** Una de las primeras cosas que se analizan al pensar en esta comparación es la cuestión de las horas de trabajo. Existe el mito de que trabajando en un emprendimiento propio no tengo que cumplir horario y puedo manejar mis tiempos. Esto es así parcialmente. Si nosotros decidimos poner un local de venta al público, por ejemplo, no debemos abrir y cerrar el local adecuando el horario diariamente de acuerdo a nuestra conveniencia personal. Debemos respetar un horario todos los días para que nuestro cliente sepa cuándo puede comprar y cuando no. Si nosotros abrimos todos los días en un horario y un día decidimos abrir más tarde, podemos perder parte de nuestra clientela, lo que afecta negativamente a nuestro negocio. Además, cuando encaramos un proyecto propio, ya sea de manera individual o en cooperación con otras personas, seremos nuestros propios jefes. Como todo depende de nuestro trabajo, el tiempo no se mide en horas trabajadas en el local sino en objetivos cumplidos, con lo cual por lo general uno no se limita solamente a un horario laboral fijo. Un proyecto donde uno es dueño, suele significar un trabajo con mucha dedicación horaria, porque mientras más esfuerzo pongamos más probabilidades tendremos que nuestro emprendimiento funcione y crezca en el tiempo. Por su parte, muchas veces se piensa que cuando trabajamos en relación de dependencia sólo debemos cumplir el horario establecido por nuestros jefes. Sin embargo, para destacarnos dentro de la empresa, es importante trabajar por objetivos y comprometernos a cumplir con nuestras metas.
- 2. Las responsabilidades:** Otra de las cuestiones que debemos tener en cuenta es la responsabilidad que implica ser empleado o ser emprendedor. En un trabajo en relación de dependencia, las responsabilidades pueden limitarse a las que requiere el puesto. Sin embargo, es importante para el crecimiento en nuestro lugar de trabajo tener iniciativa y proponer mejoras. Cuando iniciamos un emprendimiento la responsabilidad y el compromiso con que vayamos a encararlo es determinante del logro o fracaso del mismo. Cumplir con la palabra, cobrar lo que el producto vale y atender bien al

cliente, informándolo sobre el bien o servicio que estamos ofreciendo, son algunos ejemplos de este compromiso.

- 3. La estabilidad:** Un tercer punto, en muchos casos crucial al momento de tomar la decisión, es la estabilidad o seguridad que puede brindar un trabajo en relación de dependencia en donde todos los meses nos pagan un ingreso determinado. Es real que da mucha tranquilidad tener previsibilidad sobre cuáles serán nuestros ingresos mensuales y saber que vamos a recibir un sueldo el mismo día todos los meses. En cambio, con un emprendimiento propio, lleva tiempo alcanzar la estabilidad de un ingreso relativamente fijo y aceptable, a veces incluso esto no se logra. Sin embargo, también es cierto que con un emprendimiento propio existe la posibilidad de generar un ingreso superior al que pudiésemos alcanzar como empleados si tenemos éxito con nuestro proyecto. Con paciencia, esfuerzo y perseverancia, se puede alcanzar la estabilidad económica. Como se puede observar, no hay una opción que sea mejor que la otra, son diferentes formas de trabajo y de generar fuentes de ingreso para poder progresar. Incluso muchas personas tienen un empleo en relación de dependencia y en sus horas libres deciden emprender una actividad para generar un ingreso extra. Otras personas emprenden como forma de subsistencia hasta encontrar un puesto de trabajo estable. Nuestra elección dependerá entonces de la etapa por la que estemos pasando en nuestras vidas y de cada situación en particular. Dependerá también de nuestra personalidad y de nuestras habilidades.

Córdoba (2014) dice que otro concepto que debemos aprender y que nos ayuda a tomar la decisión más conveniente para nosotros es el de “costo de oportunidad”. El costo de oportunidad de emprender, por ejemplo, es el dinero que dejamos de percibir por destinar nuestro tiempo a emprender cuando en ese tiempo podríamos estar ganando un sueldo en una empresa tal vez. Ese dinero que dejamos de percibir por no realizar una actividad para desarrollar otra es nuestro costo de oportunidad.

Córdoba (2014) tener una actitud emprendedora significa ser proactivos, creativos, innovadores, comprometidos, perseverantes y generar “propuestas de valor” para diferenciarnos y mejorar nuestro desempeño. Debemos tomar decisiones que nos permita progresar, buscando mejorar nuestra situación, la de nuestra familia y la de nuestro entorno. Esto lleva tiempo y mucho esfuerzo, pero es posible. En esta búsqueda es importante que encuentres tu propio camino y tomes la decisión de transitarlo con pasión, compromiso y honestidad.

2.2.2.6. Diferencias entre emprendedor y empresario

Para Córdoba (2014) en el mundo de las empresas hay una máxima que dice: “no dejes a un emprendedor hacer la tarea de un empresario y viceversa”.

- Un **emprendedor** es una persona que disfruta de un estado de incertidumbre permanente, con la cabeza en las estrellas, pero los pies en el suelo; un soñador con los ojos abiertos que no deja de tener esperanza en su visión aún ante las peores situaciones.
- El **empresario**, por el contrario, tiene metas más prácticas, menos emocionales y no por eso menos importantes y valederas. Busca administrar la empresa en un clima de estabilidad y seguridad.

2.2.2.7. ¿Quiénes tienen espíritu emprendedor?

Para Córdoba (2014) no existe el “ABC” para definir si una persona tiene o no espíritu emprendedor. Sin embargo, la experiencia de empresarios que han logrado el éxito da cuenta de ciertas condiciones o características que ayudan a esquematizar este concepto. El espíritu emprendedor engloba un conjunto de habilidades y cualidades que no necesariamente son innatas a la persona, sino que pueden promoverse y desarrollarse a lo largo de la vida.

Córdoba (2014) refiere que desde la óptica de las cualidades personales, el espíritu emprendedor supone desarrollar la iniciativa personal, la confianza en uno mismo, la creatividad, el dinamismo, el sentido crítico, la

asunción de riesgos y muchos otros valores que hacen a las personas activas ante las circunstancias que lo rodean. En el área de las habilidades sociales, el espíritu emprendedor conlleva al desarrollo de actitudes de cooperación y de trabajo en equipo, así como el hábito de asumir nuevos roles en una sociedad en continuo cambio. También significa capacidad de relación con el entorno y sensibilidad ante las necesidades de los otros. Si se enfoca desde las habilidades de dirección, el espíritu emprendedor supone capacidad para planificar, dirigir equipos, tomar decisiones y aceptar responsabilidades. También significa poder de comunicación.

2.2.2.8. El ADN emprendedor

Para Córdoba (2014) con el objetivo de decodificar el ADN emprendedor y encontrar así patrones comunes a los emprendedores exitosos, la consultora Ernst & Young llevó a cabo un informe que contiene las perspectivas de una encuesta realizada a líderes emprendedores de negocios de todo el mundo. Con los resultados obtenidos se creó un modelo de elementos que componen a un líder emprendedor:

- En el centro del modelo se encuentran las características de una mentalidad oportunista combinada con una actitud positiva hacia el riesgo y el fracaso. El centro está combinado con la idea de “locus de control”; una creencia en el control sobre el entorno de uno mismo. Esto se reafirma con la capacidad de ver (y la disposición para tomar riesgos y aprovechar) oportunidades.
- Alrededor del centro del modelo se encuentran seis guías de acción que los líderes emprendedores viven todos los días: pasión, perseverancia, la capacidad de trabajar con un equipo y, aun así, seguir sus instintos, crear una “cultura de éxito”, tener olfato para encontrar nichos y brechas en el mercado, y enfocarse en crear un ecosistema para sustentar su proyecto.
- Por último, el círculo exterior del modelo menciona las actitudes y valores que poseen los líderes positivos: visión, resistencia, trabajo en equipo, innovación, pasión, liderazgo, integridad, calidad, enfoque en el cliente, flexibilidad y visión.

2.2.3. Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann

2.2.3.1. Historia

Por Decreto Ley No. 18942, del 26 de agosto de 1971, fue creada la Universidad Nacional de Tacna, como una imperiosa necesidad de esta heroica tierra de Caplina buscando formar profesionales para la explotación de los recursos naturales y su eventual transformación, así como para la promoción social y económica de la región sur del país

Nuestra Alma Mater inicio sus actividades académicas el 13 de mayo de 1972 con una Sesión Solemne de Apertura del Año Académico en el Salón de Sesiones del ex-Palacio Municipal, con la presencia de distinguidas personalidades civiles, militares, eclesiásticas, en la que destacamos a quien luego fuera nuestro patrono, el Dr. Jorge Basadre Grohmann. El histórico Local Central, ubicado entre la Av. Bolognesi y la Calle Pinto, cobijo a los primeros ingresantes y pasarían 27 años para que el 07 de noviembre de 1998 se transfiera definitivamente y a título gratuito este local a la Universidad.

A partir del segundo semestre académico, a principios de octubre de 1972, la Universidad empezó a implementar su plana docente estable. Los nuevos profesores, desde 1973 empezaron a asumir responsabilidades de gobierno en sus diversos niveles. El 20 de noviembre de 1979, el Consejo Nacional de la Universidad Peruana -CONUP- expidió la Resolución No. 8161-79-CONUP reconociendo en forma definitiva a la Universidad Nacional de Tacna y ordenando la constitución de sus Órganos de Gobierno.

El primer gobierno estuvo a cargo de la Comisión Organizadora y de Gobierno, conformado por seis profesores representantes de las Universidades patrocinadoras: Universidad Mayor de San Marcos, Universidad Nacional de Ingeniería, Universidad Nacional Agraria La Molina. La Comisión Organizadora y de Gobierno tuvo un Presidente y dos Vice Presidentes. Los otros miembros desempeñaron los cargos de Directores Universitarios.

El 11 de julio de 1980, se expidió la Resolución No. 3058-80-UNTAC denominando a la institución como: "UNIVERSIDAD NACIONAL DE TACNA JORGE BASADRE GROHMANN" en reconocimiento al Dr. Jorge Basadre Grohmann por sus virtudes personales, a su consagración total a la causa del Perú, a su prolífica labor como historiador de la República, Escritor, Ensayista y como Hijo Ilustre de Tacna. Cuando se promulga la ley Universitaria No. 23733, el 09 de diciembre de 1983 por el Presidente de la República Arq. Fernando Belaúnde Terry, oficialmente tomó la denominación de: UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN.

Desde 1985 y al amparo de la ley Universitaria No. 23733 y luego de pasar por una primera etapa con Comisiones Organizadoras y Gobierno y por una segunda etapa de Rectores Interinos, la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann inició su tercera etapa de elección de sus Autoridades y Órganos de Gobierno en forma democrática y en Asambleas Universitarias.

Acorde a los postulados de su creación y en función de la modernidad que comenzó a darse en la Universidad Peruana, la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann tiene establecida como misión: Formar profesionales, investigadores y post-graduados creativos, competentes y de excelencia, comprometidos en la solución de los problemas de la comunidad. Genera y desarrolla conocimientos científicos, tecnológicos y humanísticos, útiles para elaborar alternativas y soluciones integrales, que permitan engrandecer la cultura, promover la justicia, la equidad social y la igualdad de oportunidades en nuestro país.

La sociedad peruana espera de la Universidad, la formación de profesionales e investigadores con el nivel científico-humanístico y con capacidad crítica. Espera también sea capaz de entender la ciencia y generar la tecnología a fin de resolver los problemas de condición y de desarrollo de nuestro país. Ello lo hemos asumido con más entereza en la última década del siglo y hoy en los umbrales de un nuevo milenio buscamos la modernidad y la

acreditación universitaria para constituirnos en una de las mejores universidades de nuestro país.

2.2.3.2. Rol Estratégico

El rol estratégico de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann es garantizar una oferta de educación superior productiva que cumpla con condiciones básicas de calidad.

2.2.3.3. Visión

"Ser una de las mejores universidades, con carreras acreditadas, formando profesionales competitivos que contribuyan al desarrollo del país".
(Desarrollada por el equipo técnico para el proceso de licenciamiento)

2.2.3.4. Misión

"Brindar formación profesional humanista, científica y tecnológica a los estudiantes universitarios con calidad y responsabilidad social".

2.2.3.5. Objetivos Estratégicos de la Universidad

Tomando en consideración el fin de la UNJBG, y comprometidos a contribuir con la meta del sector que es construir un sistema educativo de calidad donde todos los peruanos tengan las oportunidades para desarrollar al máximo su potencial, se definen tres (03) objetivos institucionales, doce (12) acciones estratégicas, una (01) acción estratégica transversal y diecinueve (19) indicadores para medir el avance de la institución en los próximos tres (03) años, teniendo la misión de contribuir con lo proyectado en el Plan Estratégico Sectorial Multianual del Sector de Educación (2016 —2021), en el Plan de Desarrollo Regional Concertado de Tacna (2016 — 2021), y por ende con el Plan Bicentenario (El Perú hacia el 2021).

Los tres (03) Objetivos Estratégicos Institucionales definidos son:

Tabla 4.
Objetivos Estratégicos Institucionales

N°.	OBJETIVO ESTRATÉGICO INSTITUCIONAL	Ind.	INDICADOR
OEI1	Mejorar la calidad de la formación profesional de los estudiantes universitarios	Ind. 1	Porcentaje de egresados que se encuentran laborando, en su especialidad, al primer año de su egreso
OEI2	Fortalecer la investigación científica, tecnológica y humanística de la comunidad académica.	Ind. 2	Porcentaje de investigaciones publicadas en revistas indexadas.
OEI3	Desarrollar responsabilidad social en la comunidad universitaria.	Ind. 3	Porcentaje de miembros de la comunidad universitaria que participa en programas de red social

Fuente: Oficina de Planificación – Unidad de Desarrollo Universitario

2.2.3.6. Acciones Estratégicas de la Universidad

Se presenta las acciones estratégicas por objetivo estratégico institucional, las cuales constituyen el conjunto de actividades orientadas al logro de cada objetivo y de igual forma que los objetivos contemplan sus indicadores.

Tabla 5.

Acciones Estratégicas de la Universidad

N°.	OBJETIVO ESTRATÉGICO INSTITUCIONAL	ACCIONES ESTRATÉGICAS INSTITUCIONALES	INDICADORES
OEI1	Mejorar la calidad de la formación profesional de los estudiantes universitarios	AFI.1.1: Currículo de estudio actualizados para la formación profesional de estudiantes Universitarios.	Ind.1.1. Porcentaje de currículos de estudios actualizados
		AEI.1.2: Programa de fortalecimiento de competencias continuo para los docentes.	Ind.1.2. Porcentaje de estudiantes matriculados de los dos últimos años satisfechos con el desempeño de los docentes.
		AEI.1.3: Servicio de apoyo adecuado para el estudiante universitario.	Ind.1.3. Porcentaje de estudiantes matriculados de los dos últimos años satisfechos con los servicios de apoyo adecuados promovidos por la universidad
		AEI.1.4: Ejecutar el Proyecto de Inversión Pública - Mejoramiento del Servicio Académico de la E.P. de Ingeniarla en informática y Sistemas de la Facultad de Ingeniería - UNJBG Tacna".	Ind.1.4. Porcentaje de la ejecución física del componente de infraestructura del PIP.
		AEI.1.5: ejecutar el Proyecto de Inversión Pública "Mejoramiento del Servicio Académico de la E.P. de Ingeniería Civil FIAG de la UNJBG Tacna".	Ind.1.5. Porcentaje de la ejecución física del componente de infraestructura del PIP
		AEI.1.6: Ejecutar el Proyecto de Inversión Pública "Mejoramiento del Servicio Académico de la E.P. de Ingeniería Geológica - Geotecnia - FIAG de la UNJBG Tacna".	Ind.1.6. Porcentaje de la ejecución física del componente de infraestructura del PIP

Fuente: Oficina de Planificación – Unidad de Desarrollo Universitario

Tabla 6.

Acciones Estratégicas de la Universidad

N°.	OBJETIVO ESTRATÉGICO INSTITUCIONAL	ACCIONES ESTRATÉGICAS INSTITUCIONALES	INDICADORES
OEI2	Fortalecer la investigación Científica, tecnológica y humanística de la comunidad Académica.	AEI.2.1: Institutos de investigación implementados para la comunidad académica AEI.2.2: Fondo de investigación concursable para la comunidad académica. AEI.2.3: Programa de capacitación en investigación dirigida a docentes. AEI.2.4: Fomento de Programa de Investigación dirigida a estudiantes	Ind.2.1. Numero de institutos de investigaciones implementados. Ind.2.2. Porcentaje de fondos de investigación asignados. Ind.2.3. Porcentaje de docentes capacitados que presentan proyectos de investigación Ind.2.4. Porcentaje de estudiantes matriculados que participan en los programas de fomento de la investigación.
OEI3	Desarrollar responsabilidad social en la comunidad Universitaria.	AEI.3.1: Programas de extensión integrada para la comunidad AEI.3.2: Programas de extensión universitaria articulado con las necesidades de la región para la comunidad.	Ind.3.1. Numero de programas de proyección social implementados. Ind.3.2. Porcentaje de beneficiarios que concluyen satisfactoriamente los programas de extensión.

Fuente: Oficina de Planificación – Unidad de Desarrollo Universitario

Tabla 7.

Acciones Estratégicas de Soporte

Acciones Estratégicas De Soporte	INDICADOR
Mejorar la gestión institucional del UNJBG.	Ind.1.1. Porcentaje de cumplimiento de metas institucionales.
	Ind.1.2. Porcentaje de ejecución del Presupuesto Institucional asignado.
	Ind.1.3. Porcentaje de trabajadores capacitados por el Plan de Desarrollo de Personas.
	Ind.1.4. Número de mejoras tecnológicas implementadas para la gestión en los procesos de la institución.

Fuente: Oficina de Planificación – Unidad de Desarrollo Universitario

2.2.3.7. Carrera Profesional de Ciencias Administrativas

Creación de la Carrera Profesional de Ciencias Administrativas

El Consejo Nacional de la Universidad Peruana (ANR) con Resolución Nro. 1533-74-CONUP, resuelve Aprobar la Organización Académica y Administrativa de la Universidad Nacional de Tacna. en el cual se aprueban las direcciones de programas y programas académicos de Administración de Empresas entre otros.

El Consejo Nacional de la Universidad Peruana (ANR) con Resolución Nro. 8161-79-CONUP; Otorga reconocimiento definitivo a la Universidad Nacional de Tacna, con una estructura académica de:

- Departamento Académico de Ciencias Económicas, Contables y Administrativas.
- Dirección del Programa Académico de Administración.

Misión

“Formamos profesionales competitivos en Administración de Empresas, con principios y valores éticos, proactivos y emprendedores, preparados para crear,

innovar y gestionar organizaciones, capaces de adaptarse a las tendencias de cambio del entorno”

Visión

“Ser una Carrera acreditada, líder en la formación académica, investigación y proyección social de la Ciencia Administrativa, bien posicionada a nivel nacional e internacional, que contribuye a la sostenibilidad y solución de los problemas de las organizaciones del sector público y privado”.

Objetivos

1. Ser una Carrera Profesional de Ciencias Administrativas, líder en las regiones de Tacna, Moquegua y Puno ofreciendo programas que mejoran el desempeño de las organizaciones.
2. Mejorar la capacidad de los procesos de atención a estudiantes y egresados.
3. Aumentar la oferta de productos (programas, proyectos e investigaciones) que representen soluciones sostenibles y prácticas a los problemas relacionados a la gestión pública y privada
4. Aumentar la oferta de programas de diplomados y cursos de extensión.
5. Lograr la acreditación.
6. Mejorar el posicionamiento de la Escuela Profesional.
7. Mejorar y diferenciar la calidad de los programas virtuales, simulación de negocios, biblioteca virtual y acceso a la información.

Perfil Profesional

El Licenciado en Ciencias Administrativas de la UNJBG se desarrolla profesionalmente en el sector privado y en el sector público aportando su capital humano en una relación de dependencia colaborativa; sin embargo, también se desenvuelve como emprendedor, empresario y consultor externo. Su formación profesional lo califica para gerenciar organizaciones y equipos multidisciplinares. Su gran misión es lograr que las organizaciones sean competitivas y que sus stakeholders se encuentren satisfechos con el valor agregado proporcionado.

El egresado de la carrera profesional de Ciencias Administrativas de la UNJBG ha logrado desarrollar las siguientes competencias cognitivas, procedimentales y actitudinales:

- Posee los conocimientos para la gestión del marketing, de las finanzas, de presupuesto, del talento humano, de la logística, de operaciones, del comercio exterior y de la gestión pública. Además, conoce las teorías clásicas y contemporáneas de la administración; y el proceso administrativo de planear, organizar, dirigir y controlar.
- Tiene conocimiento interdisciplinario proporcionado por la psicología, sociología, biología, estadística, economía, la contabilidad, derecho con el propósito de hacer un abordaje más integral de la gestión de los recursos y capacidades de las organizaciones.
- Identifica problemas organizacionales y aplica métodos y técnicas para realizar investigaciones cualitativas y cuantitativas y cuyos resultados sirvan de insumo para las propuestas de solución a los problemas de las organizaciones sean públicas o privadas.
- Conoce y utiliza las metodologías y técnicas para la formulación, evaluación e implementación y gestión de proyectos de inversión en el ámbito público y privado.
- Cuenta con habilidades interpersonales, emocionales y principios éticos para la toma de decisiones, trabajar en equipo, negociar, dirigir y lograr los objetivos organizacionales en el marco de las leyes, normas, principios y valores que rigen a la sociedad.
- Dirige organizaciones en el cumplimiento de los objetivos organizacionales a través del liderazgo, motivación y trabajo en equipo.
- Estudia mercados, entornos y organizaciones para formular planes estratégicos, planes de negocio y planes funcionales.
- Posee amplia conciencia social, respeto por el medio ambiente y la persona humana.
- Muestra capacidad para la creatividad, innovación y emprendimiento empresarial en entornos dinámicos y competitivos. Además, pronostica escenarios y actúa de manera proactiva.

- Tiene pensamiento analítico, crítico y sistémico, reflexivo y puede desempeñarse como empresario, gerente, consultor, asesor e investigador.
- Elocuente para comunicarse en forma escrita y verbal ante grupos de interés en su lengua nativa y en un nivel avanzado en el idioma inglés u otro.
- Capacidad para dirigir y liderar equipos de trabajo multidisciplinarios de alto desempeño comprometidos con los desafíos y la experimentación de riesgos en la búsqueda de la competitividad.
- Habilidad para el desarrollo de actividades de diseño e implementación de sistemas de gestión de la calidad en las organizaciones.
- Capacidad para diseñar y utilizar sistemas de información gerencial haciendo uso de las tecnologías de información disponibles y para el diseño de procesos de las organizaciones.
- Actúa con responsabilidad social ante la sociedad, buscando contribuir con la mejora de la calidad de vida de sus ciudadanos y la preservación del medio ambiente.
- Honesto, comprometido, disciplinado, respetuoso, responsable y equitativo con las acciones y decisiones que adopta. Su ética personal y profesional es destacada por las organizaciones.
- Seguridad en sí mismo basada en sus competencias cardinales y específicas nutrientes de su capital humano.
- Respeto a la paz, los derechos humanos y al entorno, al planear las acciones organizacionales que se lleven a cabo, en relación con el efecto que pueden causar en personas, relaciones sociales o el medio ambiente.

Campo ocupacional

Los egresados de la Escuela Profesional de Ciencias Administrativas, se desempeñan en cualquier tipo de organización a nivel regional, nacional e internacional, tanto en el sector público y privado, en empresas industriales, comerciales y de servicios. De igual forma podrá crear su propia empresa y administrar con éxito en las siguientes áreas: Administración, Finanzas,

Mercadotecnia, Comercio Internacional, Gestión del Talento Humano, Operaciones y Logística.

2.2.3.8. Autoridades

Facultad de Ciencias Jurídicas y Empresariales (FCJE)

Mgr. Gerónimo Víctor Damián López

Decano FCJE

Mgr. Miguel Francisco Torres Rebaza

Secretario Académico Administrativo

Carrera Profesional de Ciencias Administrativas (ESAD)

Dr. Oscar Alfredo Begazo Portugal

Director de Escuela

Carrera Profesional Departamento Académico de la Carrera de Administración

Dr. Bartolomé Anyosa Gutiérrez

Director del Departamento

Personal Docente de la Carrera Profesional de Administración

Docentes Nombrados: Dedicación Exclusiva

1. Dr. Anyosa Gutierrez, Bartolomé Jorge
2. Dr. Begazo Portugal, Oscar Alfredo
3. Mgr. Cajahuanca Giraldez, David Franklin
4. Dra. Goicochea Parks, Doris Isabel
5. Mgr. Layme Uchochoque, Ruperto

Docentes Nombrados: Tiempo Completo

1. Lic. Guanilo Gómez, Miguel Rosario
2. Dr. Guanilo Gómez, Santos Lucio
3. Mgr. Rivera Borjas, Saúl Dante
4. Mgr. Torres Rebaza, Miguel Francisco

Docentes Nombrados: Tiempo Parcial

1. Mgr. Gómez Cáceres, Felipe Yony
2. Lic. Wirillos Ortiz, Reynaldo Humberto

Docente Contratado: Tiempo Completo (Auxiliar)

1. Mgr. Mitzi Lourdes del Carmen Linares Vizcarra

Docente Contratado: Tiempo Parcial (Auxiliar)

1. Mgr. Juan Carlos Apaza Paucara
2. Mgr. Edwin Gómez Coapaza
3. Mgr. Williams Remigio Sandoval Hurtado

Docente Contratado: Tiempo Parcial

1. Mgr. Ricardo Leónidas Mendoza Salas

2.2.3.9. Personal Administrativo

Carmen Ríos Adrianzen

Secretaria

Juan Zenón Mendez Valle

Especialista Técnico en Biblioteca

Ing. César Flores Navarro

Especialista en Sistemas PAD

2.2.3.10. Estructura Orgánica de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann

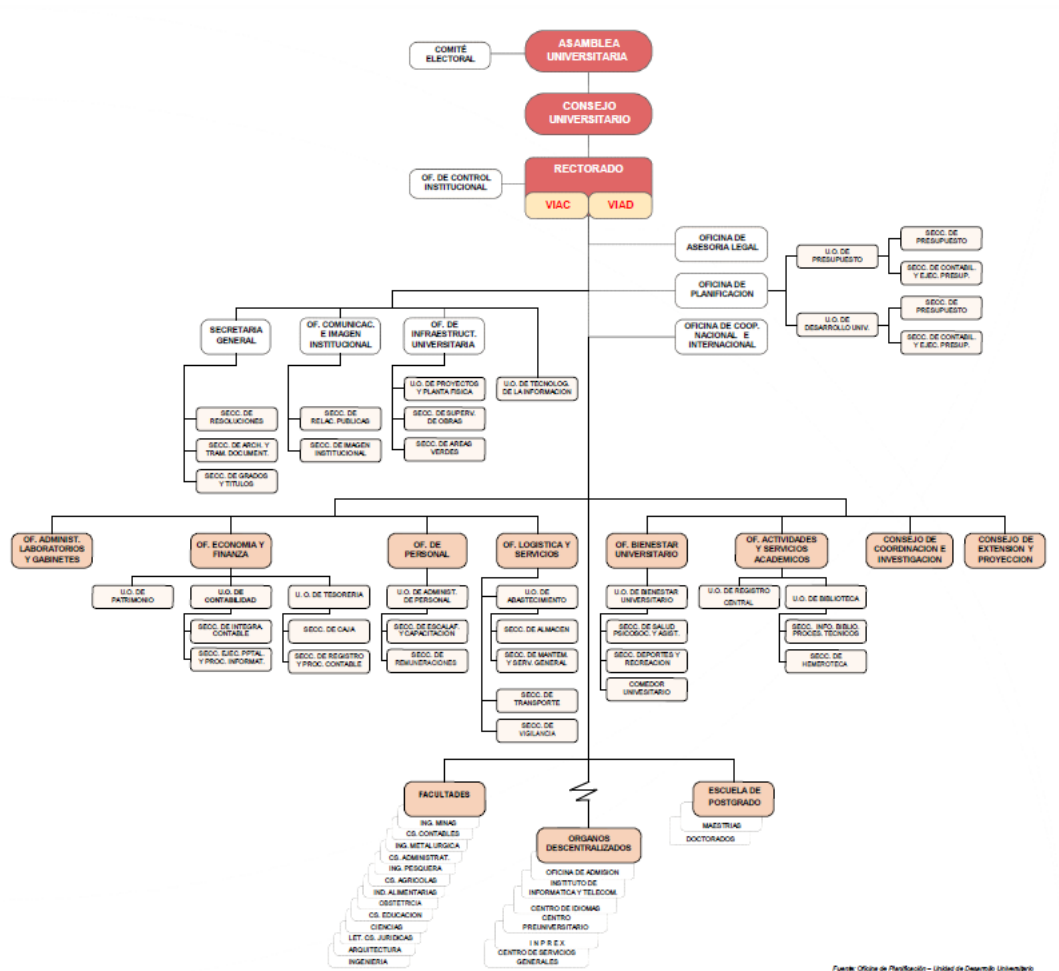


Figura 3. Organigrama de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann
Fuente: Oficina de Planificación – Unidad de Desarrollo Universitario

Ingresantes a la Carrera Profesional por Año Académico

Tabla 8.

Número de Ingresantes a la Carrera Profesional por Año Académico

E.A.P. CS. ADMINISTRATIVAS	TOTAL
Ingresantes	70

Fuente: Unidad de Desarrollo Universitario, Racionalización y Estadística

Alumnos de la Carrera Profesional Ciencias Administrativas – Régimen Flexible

Tabla 9.

Alumnos de la Carrera Profesional Ciencias Administrativas Régimen Flexible

SEMESTRE ACADÉMICO	CANTIDAD	TOTAL
PRIMER SEMESTRE	64	64
SEGUNDO SEMESTRE	67	67
TERCER SEMESTRE	85	85
CUARTO SEMESTRE	85	85
QUINTO SEMESTRE	78	78
SEXTO SEMESTRE	85	85
SETIMO SEMESTRE	87	87
OCTAVO SEMESTRE	78	78
Total de alumnos matriculados		629

Fuente: Unidad de Desarrollo Universitario, Racionalización y Estadística

Tabla 10.

Alumnos de la Carrera Profesional Ciencias Administrativas
Régimen Rígido

SEMESTRE ACADÉMICO	CANTIDAD	TOTAL
QUINTO AÑO	79	79
Total de alumnos matriculados		79

Fuente: Unidad de Desarrollo Universitario, Racionalización y Estadística

2.3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS

- a) Actitud emprendedora:** Conjunto de características que definen que un individuo pueda tener la capacidad de crear o iniciar un proyecto, una empresa o un nuevo sistema de vida, teniendo como fuente de inspiración la confianza en sí mismo y otros factores (Huamaní, s. f.).
- b) Activo:** Conjunto de bienes y derechos reales y personales sobre los que se tiene propiedad. Término contable-financiero con el que se denomina al conjunto de recursos económicos con los que cuenta una persona, sociedad, corporación, entidad, empresa o cualquier organización económica. La fórmula contable del activo es: Activo Pasivo + Capital Contable o Patrimonio.
- c) Características del emprendedor:** Es una serie de valores y actitudes que se identifican con los emprendedores y con niveles altos de iniciativa emprendedora en una sociedad (Huamaní, s. f.).
- d) Costo de oportunidad:** Sacrificio de las alternativas abandonadas al producir una mercancía o servicio. El beneficio que se sacrifica al no seguir en un curso alternativo de acción. Los costos de oportunidad no se registran en las cuentas, pero son importantes al tomar muchos tipos de decisiones comerciales (Glosario de emprendimiento, Economía Colombiana, s. f.).
- e) Cultura de Emprendimiento:** La cultura del emprendimiento es una manera de pensar y actuar, orientada al aprovechamiento de oportunidades, del desarrollo de una visión global y de un liderazgo equilibrado, de la gestión de un riesgo calculado (Huamaní, s. f.).
- f) Economía de escala:** Estructura de organización empresarial en la que las ganancias de la producción se incrementan y/o los costos disminuyen como resultado del aumento del tamaño y eficiencia de la planta, empresa o industria. Dados los precios a que una empresa puede comprar los factores

de producción, surgen economías de escala si el aumento de la cantidad de factores de producción es menor en proporción al aumento de la producción (Glosario de emprendimiento, Economía Colombiana, s. f.).

- g) Educación Universitaria:** Transmitir, descubrir y desarrollar las aptitudes humanas para una vida activa, productiva y satisfactoria (Huamaní, s. f.).
- h) Emprendimiento empresarial:** Es la capacidad de detectar una oportunidad en un nicho donde el emprendedor espera una recompensa, cuando se ha saturado el mercado y no hay más oportunidad para la innovación, el emprendedor desaparecerá para reaparecer en otro mercado con otra Innovación que le permita nuevas ganancias (Huamaní, s. f.).
- i) Formación profesional:** Visto de un enfoque empresarial es el arte de enseñar a emprender, no sólo enseñar a formar empresas, sino que debe ser entendido y trabajado desde un sentido amplio, actitudinal, de desarrollo de competencias, habilidades y destrezas que permitan una mayor generación y aprovechamiento de las oportunidades que brinda el mercado (Huamaní, s. f.).
- j) Gestión:** Son las diferentes acciones que guían a conseguir un entorno favorable para el emprendimiento empresarial de los estudiantes (Huamaní, s. f.).
- k) Gasto:** Son los desembolsos y deducciones causados por la administración de la empresa. Ej.: Sueldos básicos vendedores, arrendamientos, papelería, servicios públicos, transporte, mantenimientos, etc.
- l) Plan de negocios:** Documento que contempla en forma ordenada y coherente las metas, estrategias, políticas, directrices y tácticas en tiempo y espacio, así como los instrumentos, mecanismos y acciones que se utilizarán para llegar a los fines deseados. Un plan es un instrumento dinámico sujeto

a modificaciones en sus componentes en función de la evaluación periódica de sus resultados.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1. CARACTERÍSTICAS O TIPO DEL DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

El tipo de diseño de la presente investigación es no experimental. Estudio que se realiza sin la manipulación deliberadas de variables en análisis por parte del investigador, es en el que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos, Hernández, Fernandez, y Baptista, (2010, p. 152)

3.2. POBLACIÓN O MUESTRA

3.2.1. Población o muestra

Para el estudio se consideró una muestra probabilística simple de 198 alumnos del Quinto, Sexto, Séptimo, Octavo Semestre y el Quinto Año; obtenida con un nivel de confianza del 95% y un Nivel de Precisión del +5%.

Tabla 11.

Alumnos de la Carrera Profesional de Ciencias Administrativas

SEMESTRE ACADÉMICO	CANTIDAD	TOTAL
QUINTO SEMESTRE	78	78
SEXTO SEMESTRE	85	85
SETIMO SEMESTRE	87	87
OCTAVO SEMESTRE	78	78
QUINTO AÑO	79	79
Total de alumnos matriculados		407

Fuente: Elaboración Propia

3.2.2. Muestra

La muestra se estima en 198 alumnos:

$$\text{Tamaño de la muestra} = \frac{p(1 - p).Z^2.N}{D^2 .(N - 1) + p(1 - p).Z^2}$$

N	Población	407	
p	Proporción de éxito	0,5	
Z	Nivel del Confianza	1,96	(95% de confianza)
D	Nivel de Precisión	0,1	-5%
Muestra		198	

Fuente: Elaboración Propia

3.3. ACCIONES Y ACTIVIDADES PARA EJECUCIÓN DEL PROYECTO

Para la ejecución de la presente investigación se procederá a realizar las actividades plasmadas en el siguiente proceso:

- Recolección de datos.
- Procesamiento de datos.
- Análisis de datos.
- Contraste de Hipótesis.
- Conclusiones y recomendaciones.

3.4. MATERIALES Y/O INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

3.4.1. Materiales

Las técnicas empleadas es el cuestionario y los instrumentos son los cuestionarios para cada una de las variables, donde el cuestionario de emprendimiento empresarial consta de 27 preguntas y el cuestionario de actitud emprendedora consta de 18 preguntas.

3.4.2. Instrumentos

Para recopilar los datos de la presente investigación se han utilizado como instrumento la encuesta, y fue diseñado por el investigador teniendo como base el problema, los objetivos, dimensiones e indicadores planteados, con el fin de determinar relación que existe entre el emprendimiento empresarial y la actitud emprendedora de los alumnos de la Escuela Profesional de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann de la Región de Tacna, 2017.

3.5. TRATAMIENTO DE DATOS

Para el tratamiento de datos se utilizará el paquete estadístico SPSS versión 24.0, en español, para ello previamente los datos serán llevados a una hoja Excel.

El análisis de datos, implicará las siguientes técnicas estadísticas:

- a. Tablas de frecuencias y figuras estadísticas.
- b. Estadística descriptiva (media aritmética y desviación estándar) si corresponde.
- c. Análisis de Correlación.
- d. Prueba de Normalidad.
- e. Prueba de Fidelidad y Validez de las variables.
- f. Pruebas Estadísticas Paramétricas o no Paramétricas según corresponda.

CAPÍTULO IV

MARCO FILOSÓFICO

Para la presente investigación, el investigar desde el aspecto ontológico, fija su posición de valor en los alumnos como seres humanos, como eje central y preponderante, en cualquier universidad del país. Empezar es una filosofía de vida cuyo alcance conceptual va mucho más allá de los negocios. Cada ser humano tiene su propia filosofía, su propio modo de ver las cosas y de vivir. Algunos nacen para estudiar, obtener el título y trabajar duro en una gran empresa, aspirando a "escalar" en la pirámide jerárquica y conseguir un importante cargo; otros, también estudian, pero en algún momento sienten una necesidad de construir algo propio y sueñan con lograr una independencia económica y financiera. Desde la postura epistemológica es positivista, toda vez que la presente investigación es de enfoque cuantitativo.

La Nueva Ley Universitaria 30220, en su Artículo 52. Incubadora de empresas, a la letra dice: La universidad, como parte de su actividad formativa, promueve la iniciativa de los estudiantes para la creación de pequeñas y microempresas de propiedad de los estudiantes, brindando asesoría o facilidades en el uso de los equipos e instalaciones de la institución. Los órganos directivos de la empresa, en un contexto formativo, deben estar integrados por estudiantes. Estas empresas reciben asesoría técnica o empresarial de parte de los docentes de la universidad y facilidades en el uso de los equipos e instalaciones. Cada universidad establece la reglamentación correspondiente.

En esta investigación trataremos de abordar qué relación existe entre el emprendimiento empresarial y la actitud emprendedora de los alumnos de la Escuela Profesional de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann de la Región de Tacna, 2017, porque siendo esta una

institución creadora y difusora de conocimiento, tiene un importante papel que cumplir en la generación de emprendimientos productivos, entre los estudiantes de nuestra región Tacna, donde ejerce su influencia. Este protagonismo que tiene, a de transformarse en obligación por parte de la misma, si se tiene en cuenta por un lado los problemas de desempleo que existen en nuestro país y por otro, paradójicamente, la falta de personal calificado para cubrir los puestos que la actividad productiva está necesitando nuestra región.

Respecto al marco teórico-filosófico en que se sustenta una tesis, debo decir en primer lugar que, las variables emprendimiento empresarial y la actitud emprendedora, la unidad de análisis y los criterios metodológicos que maniobran están sujetos coherentemente al pensamiento filosófico que se tiene del emprendimiento, como disciplina y como objeto de ella misma.

En primer lugar, es conocido que, según se tenga la concepción filosófica positivista, se identificará y enfocará las variables y unidades de análisis, así como se recolectará, analizará los datos necesarios y utilizará los criterios metodológicos que considere pertinente.

En segundo lugar, en cuanto a la identificación de las variables y su operacionalización, las corrientes filosóficas sobre el origen del emprendimiento también son trascendentes, pues los positivistas consideran que ser emprendedor y el espíritu emprendedor son variables del ser humano. El emprendimiento ha sido estudiado por diversas corrientes del pensamiento económico. Dentro de ésta disciplina se destacan la escuela schumpeteriana, la Escuela Austriaca y la teoría de la acción planeada.

En tercer lugar, para la determinación de la metodología en que se apoya un investigador, la corriente filosófica de él tiene igual relevancia, pues quien considera al emprendedurismo como hecho social, no podrá negarse a hacer una investigación socio-económico, pudiendo ser un método de investigación es un estudio observacional, no experimental.

CAPÍTULO V

RESULTADOS

5.1. FIABILIDAD O CONFIABILIDAD Y VALIDEZ DE LOS INSTRUMENTOS

Fiabilidad o confiabilidad de los instrumentos:

“Son instrumentos fiables, es decir que dichos cuestionarios si tienen precisión o exactitud de medida”

- Alpha de Crombach: para variables ordinales, escala de Licker
- Kurder-Richardson (KR_20): Para variables dicotómicas

Para la confiabilidad o fiabilidad de los instrumentos aplicados se ha hecho uso de una de las herramientas usadas para estos fines denominadas Alpha de Cronbach, cuya valoración fluctúa entre - 1 y 1 como se muestra en la Tabla siguiente:

Tabla 12.

Escala de Alpha de Cronbach

Escala	Significado
-1 a 0	No es confiables
0,01 – 0,49	Baja Confiabilidad
0,50 – 0,69	Moderada Confiabilidad
0,70 – 0,89	Fuerte Confiabilidad
0,90 – 1,00	Alta Confiabilidad

Fuente: Elaboración propia

5.1.1. Análisis de fiabilidad de los instrumentos de las variables estudiadas

Para dicho cálculo se ha hecho uso del SPSS 24, sin reducir ningún elemento; es decir de una sola medida, se presentan a continuación:

Tabla 13.

Alfa de Cronbach Actitud Emprendedora

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	Nº de elementos
0,924	18

Fuente: elaboración propia

Interpretación:

En la tabla 13, el coeficiente obtenido tiene el valor de 0,924 lo cual significa que el instrumento aplicado a la variable “Actitud Emprendedora” es de Alta confiabilidad.

Tabla 14.

Alfa de Cronbach: Emprendimiento empresarial

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	Nº de elementos
0,959	27

Fuente: elaboración propia

Interpretación:

En la tabla 14, el coeficiente obtenido tiene el valor de 0,959 lo cual significa que el instrumento aplicado a la variable Emprendimiento Empresarial.

5.1.2. Consistencia Interna de los Instrumentos

En cuanto a la validez de un instrumento, existe una validez hacia adentro y una validez hacia afuera. La validez hacia adentro es la validez interna y la validez hacia afuera es la Validez de Criterio. Para tal propósito pasamos a evaluar estadísticamente mediante el índice de correlación. De hecho, debe existir correlación positiva entre cada ítem y de puntajes altos, que de paso indican que hay una opinión positiva y los puntajes bajos que hay una opinión negativa.

Mientras más altos sean estos índices de correlación de cada ítem mejor estarán representados en la suma total, quiere decir que tienen una participación importante en el resultado final del instrumento. A esto se le denomina Consistencia.

5.1.3. Análisis de Correlación Ítems-Total

Tabla 15.

Análisis de Correlaciones de la Variable Actitud Emprendedora

Nº	VARIABLE ACTITUD EMPRENDEDORA	Correlación de Pearson
1	Te consideras una persona creatividad para lograr el desarrollo de la organización	0,608**
2	Siempre estás en búsqueda de nuevas oportunidades de negocios	0,641**
3	Nunca te amilanas ante un obstáculo	0,496**
4	Siempre buscas sobrepasar los estándares existentes de excelencia o mejorar sus performances anteriores	0,651**
5	Asume con responsabilidad y dedicación los compromisos adquiridos con los clientes	0,574**
6	Te consideras una persona que tiene la capacidad de usar todos los recursos disponibles, de encontrar los no disponibles y de evaluar cuando vale la pena buscarlos	0,605**
7	Te consideras una persona con la capacidad de valerse por sí mismo, asumiendo las responsabilidades	0,666**
8	Siempre estás en búsqueda de información acerca de clientes, proveedores y competidores	0,615**
9	Estableces objetivos claros y específicos a corto y a largo Plazo	0,666**
10	Desarrollas y usa una planificación lógica y escalonada para lograr sus objetivos	0,687**
11	Te gusta recoger información rutinariamente	0,732**
12	Sabes utilizar tus recursos financieros	0,743**
13	Crees fuertemente creencia en ti mismo y tus habilidades	0,748**
14	Haces buen uso de contactos para lograr tus objetivos	0,771**
15	Estableces y utilizas estrategias de persuasión para lograr determinado fin	0,711**
16	Muestra aptitud para integrarse al equipo	0,589**
17	Se muestra profesional en el trabajo	0,726**
18	Se identifica fácilmente con los objetivos del equipo	0,662**

Fuente; Elaboración propia

Interpretación:

En la Tabla 15, nos muestra la magnitud de la correlación positiva; es decir cuál es el aporte de cada uno de los ítems con el resultado de su variable Actitud Emprendedora y cómo podemos apreciar el grado de correlación es demasiado alto, tal como lo corrobora el Alfa de Crombach.

Tabla 16.

Análisis de Correlación de la Variable Emprendimiento Empresarial

Nº	VARIABLE EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL	Correlación de Pearson
1	Se te ha dado por desarrollar algún proyecto de emprendimiento	0,742**
2	Tomas el emprendimiento como un reto en la vida	0,695**
3	Eres una persona que siempre toma riesgos	0,757**
4	Has tenido algún tipo de experiencia laboral	0,710**
5	Eres una persona que le gusta trabajar	0,701**
6	Consideras que estas en la edad adecuada para empezar un emprendimiento	0,704**
7	Es adecuada la formación que les damos a nuestros estudiantes un proceso que incrementa su intención emprendedora	0,690**
8	Tu formación académica fue lo que te motivo por iniciar un emprendimiento empresarial	0,716**
9	Cuenta con el capital suficiente para empezar su emprendimiento	0,613**
10	Hay en el mercado fuerza laboral con las habilidades técnicas que requiere tu emprendimiento	0,715**
11	Existe mercado para tus productos	0,546**
12	Consideras que el gobierno apoya al emprendimiento	0,680**
13	Consideras que la universidad apoya al emprendimiento	0,718**
14	Tienes el apoyo de tu familia con las instalaciones	0,671**
15	Considera que hay una sensación de mejora económica en su localidad	0,674**
16	Existe oportunidades de negocio en tu localidad	0,729**
17	Existe empresarios exitosos negocio en tu localidad	0,712**
18	Hay demanda de productos nuevos en tu localidad	0,744**
19	Te resultaría fácil constituir tu propia empresa	0,668**
20	Consideras que las empresas contribuyen al desarrollo	0,673**
21	Siente que hay apoyo de la comunidad empresarial	0,668**
22	Considera que los emprendimientos solucionan la falta de empleo	0,742**
23	Tus procesos están mejorados	0,695**
24	Tus productos son totalmente innovadores	0,757**
25	Existe estabilidad jurídica para los emprendimientos	0,710**
26	Podrías asegurar el gobierno trata de la misma forma a todos los empresarios	0,701**
27	Consideras que con tu emprendimiento contribuyes al desarrollo de la región	0,704**

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

En la Tabla 16, nos muestra la magnitud de la correlación; es decir cuál es el aporte de cada uno de los ítems con el resultado de su variable Orientación Vocacional y cómo podemos apreciar la pregunta 27 es la más baja con un 0,345 y la más alta la pregunta 13 con 0,732.

5.1.4. Análisis de Variabilidad de los Items

Debe existir una buena correlación entre cada uno de los ítems con la suma total; es decir **consistencia interna por medio de la** correlación positiva entre cada ítem, los ítems deben tener **capacidad discriminante**, es decir deben tener variabilidad; que en términos estadísticos significa una buena varianza Para completar su evaluación se requiere analizar la varianza de los ítems. Esta dispersión o variabilidad se mide en términos de varianza. Por tanto, debe haber valores altos de varianza en cada uno de los ítems y también en el puntaje total

Tabla 17.

Análisis de Variabilidad de la Variable Actitud Emprendedora

VARIABLE ACTITUD EMPRENDEDORA		Media	Varianza
1	Te consideras una persona creatividad para lograr el desarrollo de la organización	3,02	0,599
2	Siempre estás en búsqueda de nuevas oportunidades de negocios	3,35	0,919
3	Nunca te amilanas ante un obstáculo	3,36	0,769
4	Siempre buscas sobrepasar los estándares existentes de excelencia o mejorar sus performances anteriores	3,23	0,755
5	Asume con responsabilidad y dedicación los compromisos adquiridos con los clientes	3,16	0,894
6	Te consideras una persona que tiene la capacidad de usar todos los recursos disponibles, de encontrar los no disponibles y de evaluar cuando vale la pena buscarlos	3,26	0,936
7	Te consideras una persona con la capacidad de valerse por sí mismo, asumiendo las responsabilidades	3,35	0,981
8	Siempre estás en búsqueda de información acerca de clientes, proveedores y competidores	3,07	0,970
9	Estableces objetivos claros y específicos a corto y a largo Plazo	3,32	0,890
10	Desarrollas y usa una planificación lógica y escalonada para lograr sus objetivos	3,17	0,772
11	Te gusta recoger información rutinariamente	3,19	0,955
12	Sabes utilizar tus recursos financieros	3,35	1,111
13	Crees fuertemente creencia en ti mismo y tus habilidades	3,36	1,075
14	Haces buen uso de contactos para lograr tus objetivos	3,19	0,772
15	Estableces y utilizas estrategias de persuasión para lograr determinado fin	3,27	0,930
16	Muestra aptitud para integrarse al equipo	3,43	0,876
17	Se muestra profesional en el trabajo	3,27	0,869
18	Se identifica fácilmente con los objetivos del equipo	3,19	0,782

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

En la Tabla 17, se aprecia el nivel de variabilidad de cada una de las preguntas que conforman el cuestionario de la Variable Actitud Emprendedora, la pregunta 18 con una media de 1,88 y una varianza de 15 460, y la pregunta 1 tiene una media de 2,09 y una varianza de 0,996 que sería la menor; sin embargo, muestran todas las preguntas alto nivel discriminante la cual le da validez interna a la variable.

Tabla 18.

Análisis de la Variable Emprendimiento Empresarial

Nº	VARIABLE EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL	Media	Varianza
1	Se te ha dado por desarrollar algún proyecto de emprendimiento	2,96	0,765
2	Tomas el emprendimiento como un reto en la vida	3,26	0,915
3	Eres una persona que siempre toma riesgos	3,27	0,930
4	Has tenido algún tipo de experiencia laboral	3,27	0,877
5	Eres una persona que le gusta trabajar	3,27	0,766
6	Consideras que estas en la edad adecuada para empezar un emprendimiento	3,15	0,647
7	Es adecuada la formación que les damos a nuestros estudiantes un proceso que incrementa su intención emprendedora	3,21	0,866
8	Tu formación académica fue lo que te motivo por iniciar un emprendimiento empresarial	3,23	1,063
9	Cuenta con el capital suficiente para empezar su emprendimiento	3,21	0,916
10	Hay en el mercado fuerza laboral con las habilidades técnicas que requiere tu emprendimiento	3,39	0,939
11	Existe mercado para tus productos	3,22	0,983
12	Consideras que el gobierno apoya al emprendimiento	3,32	0,878
13	Consideras que la universidad apoya al emprendimiento	3,09	0,794
14	Tienes el apoyo de tu familia con las instalaciones	3,26	0,893
15	Considera que hay una sensación de mejora económica en su localidad	3,33	0,963
16	Existe oportunidades de negocio en tu localidad	3,16	0,813
17	Existe empresarios exitosos negocio en tu localidad	3,23	0,897
18	Hay demanda de productos nuevos en tu localidad	3,42	0,752
19	Te resultaría fácil constituir tu propia empresa	3,41	0,842
20	Consideras que las empresas contribuyen al desarrollo	3,48	0,759
21	Siente que hay apoyo de la comunidad empresarial	3,41	0,842
22	Considera que los emprendimientos solucionan la falta de empleo	2,96	0,765
23	Tus procesos están mejorados	3,26	0,915
24	Tus productos son totalmente innovadores	3,27	0,930
25	Existe estabilidad jurídica para los emprendimientos	3,27	0,877
26	Podrías asegurar el gobierno trata de la misma forma a todos los empresarios	3,27	0,766
27	Consideras que con tu emprendimiento contribuyes al desarrollo de la región	3,15	0,647

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

En la Tabla 18 se aprecia el nivel de variabilidad o carácter discriminante de cada una de las preguntas que conforman el cuestionario de la Variable

Emprendimiento Empresarial, la pregunta 12 con una media de 3,40 y una varianza de 0,44, de igual manera la pregunta 16 con una media de 3,64 y una varianza de 0,635 que sería la de menor valor. Sin embargo, todas tienen elevado grado de variabilidad.

5.1.5. Datos estadísticos según la naturaleza de la investigación: Prueba de Normalidad - Homoscedasticidad:

a) Prueba de Normalidad para la variable Actitud Emprendedora

Planteamiento de hipótesis

H₀: La distribución de la variable Actitud Emprendedora tiene una distribución normal

H₁: La distribución de la variable Actitud Emprendedora no tiene una distribución normal

Nivel de significancia: 0,05

Estadístico de prueba:

Tabla 19.

Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra

PRUEBA DE KOLMOGOROV-SMIRNOV PARA UNA MUESTRA		
		Actitud Emprendedora
N		198
Parámetros normales ^{a,b}	Media	2,2727
	Desviación estándar	0,59299
Máximas diferencias extremas	Absoluta	0,329
	Positivo	0,329
	Negativo	-0,247
Estadístico de prueba		0,329
Sig. asintótica (bilateral)		0,000 ^c

a. La distribución de prueba es normal.

b. Se calcula a partir de datos.

c. Corrección de significación de Lilliefors.

Regla de decisión

P (sig asintot) < 0,05: rechazar la Ho.

P (sig asintot) > 0,05: No rechazar la Ho.

SIG o P-valor: 0,000

Decisión estadística:

0,200 > 0,05; por tanto, se rechaza la hipótesis alterna y se acepta la hipótesis nula, es decir los datos de la variable Actitud Emprendedora tiene una distribución normal

Interpretación:

En la tabla 19, la variable Actitud Emprendedora sus datos no presenta una distribución normal.

b) Prueba de Normalidad para la variable Emprendimiento Empresarial**Planteamiento de hipótesis**

H₀: La variable Emprendimiento Empresarial tiene una distribución normal

H₁: La variable Emprendimiento Empresarial no tiene una distribución normal

Nivel de significancia: 0,05

Tabla 20.

Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra

Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra		
		Emprendimiento Empresarial
N		198
Parámetros normales ^{a,b}	Media	2,0859
	Desviación estándar	0,51149
Máximas diferencias extremas	Absoluta	0,390
	Positivo	0,390
	Negativo	-0,342
Estadístico de prueba		0,390
Sig. asintótica (bilateral)		0,000 ^c

a. La distribución de prueba es normal.

b. Se calcula a partir de datos.

c. Corrección de significación de Lilliefors.

Regla de decisión

P (sig asintot) < 0,05: rechazar la Ho

P (sig asintot) > 0,05: No rechazar la Ho

SIG o P-valor: 0,000

Decisión estadística:

0,061 > 0,05; por tanto, se rechaza la hipótesis alterna y se acepta la hipótesis nula es decir los datos de la variable Emprendimiento Empresarial tienen una distribución normal. Consecuentemente le corresponde un estadístico de prueba Paramétricos.

Interpretación:

En la tabla 20, la variable Emprendimiento Empresarial, sus ítems no siguen una distribución normal.

5.2. VALIDEZ DE INSTRUMENTOS

“Validez, se refiere que los cuestionarios midan la variable que pretende medir”. Para ello se desarrollará la validez de contenido, a través de jueces.

5.2.1. Validez de contenido de los instrumentos por jueces

Validez de Contenido de la Variable Actitud Emprendedora

Según la validez efectuada por 3 expertos, resultados que aparecen en el anexo 04, la validez del instrumento para la Variable Actitud Emprendedora, se puede apreciar en la tabla adjunta.

Tabla 21.

Valoración de expertos de la ficha de observación para la variable Actitud Emprendedora.

INDICADORES	CRITERIOS	EXPERTO	EXPERTO	EXPERTO
		1	2	3
1.Claridad	Los ítems están formulados con lenguaje apropiado y entendible.	5	5	3
2.Objetividad	Está expresado en conductas observables.	4	5	3
3.Pertinente	Las preguntas tienen que ver con el tema.	4	4	3
4.Organizacion	Existe una organización lógica de las preguntas.	5	4	3
5.Suficiencia	Se tiene la suficiente cantidad y calidad de ítems para consolidar el concepto general	4	5	3
6.Intencionalid	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias científicas.	4	5	3
7.Consistencia	Existe solidez y coherencia entre sus preguntas.	4	3	3
8.Coherencia	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.	5	4	3
9.Metodologia	El proceso responde al Método científico.	5	4	3
10.Aplicacion	Los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente	4	4	3

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 22.

Calificación del instrumento para la variable Actitud Emprendedora

NUEVA ESCALA	INTERVALO	SIGNIFICADO
0,000 – 2,358	A	Adecuación total
2,359 – 4,717	B	Adecuación en gran medida
4,718 – 7,076	C	Adecuación promedio
7,077 – 9,435	D	Adecuación escasa
9,436 – 11,794	E	Inadecuación

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Según las tablas 21 y 22, y los procesos que figuran en el anexo, la Distancia de Puntos Múltiples (DPP) es 2,315 y cae dentro del Intervalo B. de Adecuación en gran medida. Por tanto, el instrumento supera la prueba de validez.

Validez de Contenido de la Variable Emprendimiento Empresarial

Según la validez efectuada por 3 expertos, resultados que aparecen en el anexo 04 la validez del instrumento para la variable Emprendimiento Empresarial, se puede apreciar en la tabla adjunta.

Tabla 23.

Valoración de expertos de la ficha de observación para la variable Emprendimiento Empresarial

INDICADORES	CRITERIOS	EXPERTO	EXPERTO	EXPERTO
		1	2	3
1.CLARIDAD	Los ítems están formulados con lenguaje apropiado y entendible.	4	5	4
2.OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.	4	4	4
3.PERTINENTE	Las preguntas tienen que ver con el tema.	4	4	4
4.ORGANIZACION	Existe una organización lógica de las preguntas.	5	5	4
5.SUFICIENCIA	Se tiene la suficiente cantidad y calidad de ítems para consolidar el concepto general	4	4	3
6.INTENCIONALID	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias científicas.	5	5	4
7.CONSISTENCIA	Existe solidez y coherencia entre sus preguntas.	4	4	4
8.COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.	4	4	4
9.METODOLOGIA	El proceso responde al Método científico.	4	4	4
10.APLICACION	Los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente	4	4	3

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 24.

Calificación del instrumento para la variable Emprendimiento Empresarial

NUEVA ESCALA	INTERVALO	SIGNIFICADO
0,000 – 2,107	A	Adecuación total
2,108 – 4,215	B	Adecuación en gran medida
4,216 – 6,323	C	Adecuación promedio
6,324 – 8,432	D	Adecuación escasa
8,433 – 10,540	E	Inadecuación

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

Según las tablas 23 y 24, y los procesos que figuran en el anexo 05, la Distancia de Puntos Múltiples (DPP) es 2,059 y cae dentro del Intervalo b, de una Adecuación en gran medida. Por tanto, el instrumento Emprendimiento Empresarial, supera la prueba de validez.

5.2.2. Resultados sobre la Variable Actitud Emprendedora

Análisis por dimensión

Dimensión necesidad de logro

Tabla 25.

Frecuencia de la Dimensión necesidad de logro

		Dimensión Necesidad de logro			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Baja necesidad de logro	28	14,1	14,1	14,1
	Regular necesidad de logro	147	74,2	74,2	88,4
	Alta necesidad de logro	23	11,6	11,6	100,0
	Total	198	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los alumnos de la Escuela Profesional de Administración

Interpretación:

Los resultados de la Tabla 25 y Figura 4, representan la dimensión denominada “Necesidad de logro” de la variable “Actitud Emprendedora”. El resultado obtenido fue de: Capacidad de realización media con un 74,24 %, seguido de “Baja necesidad de logro” con el 14,14 %.

Tabla 26.

Escala de necesidad de logro

Niveles	Puntaje
Bajo necesidad de logro	[5 – 10)
Regular necesidad de logro	[11 – 16)
Alta necesidad de logro	[17 – 20]

Fuente: Elaboración propia

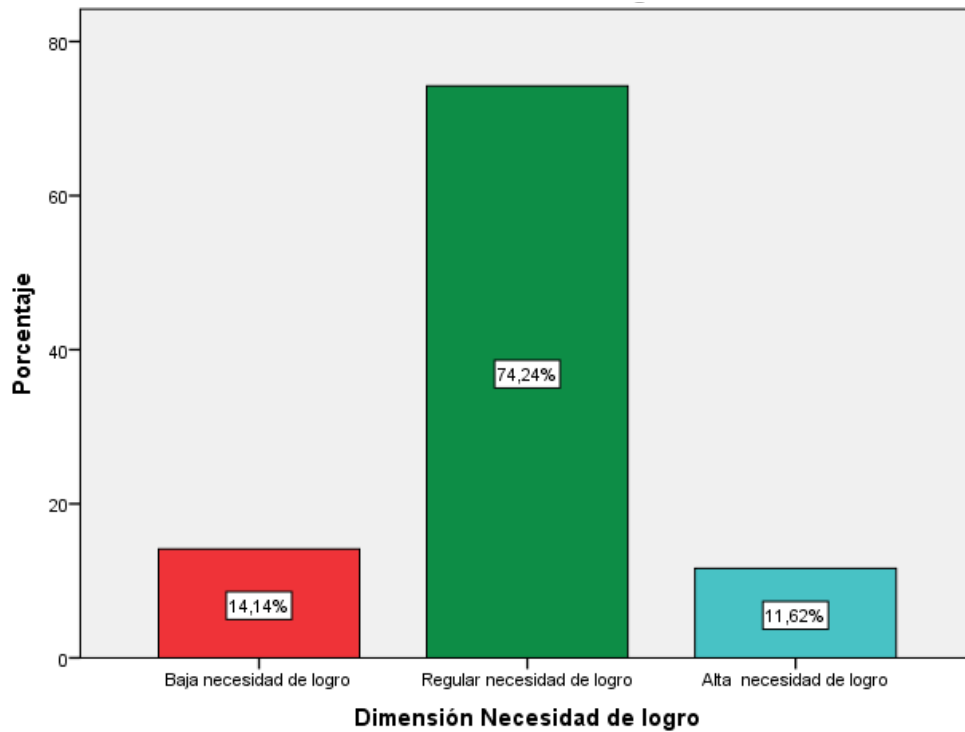


Figura 4. Frecuencia relativa porcentual con datos agrupados según escala de valoración de la dimensión necesidad de logro

Fuente: Tabla 25

Dimensión innovación

Tabla 27.

Frecuencia de la dimensión innovación

	Dimensión Innovación		Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Frecuencia	Porcentaje		
Válido	Bajo nivel de innovación	16	8,1	8,1
	Regular nivel de innovación	152	76,8	84,8
	Alto nivel de innovación	30	15,2	100,0
	Total	198	100,0	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a los alumnos de la Escuela Profesional de Administración.

Interpretación:

Los resultados de la Tabla 27 y Figura 5, representan el comportamiento “Regular nivel de innovación” de la Variable Actitud emprendedora. El resultado obtenido fue de: Regular nivel de innovación con un 76,77 %, seguido de un alto nivel de innovación con el 15,15 %.

Tabla 28.

Escala de valoración de la Dimensión innovación

Niveles	Puntaje
Bajo nivel de innovación	[5 – 11)
Regular nivel de innovación	[12 – 17)
Alto nivel de innovación	[18 – 25]

Fuente: Elaboración propia.

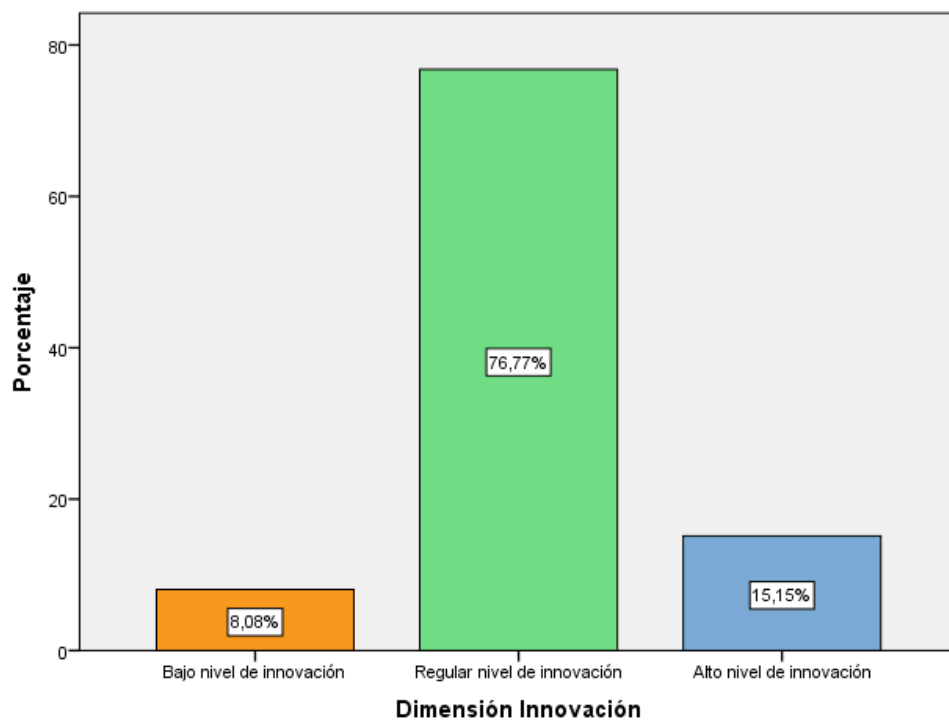


Figura 5. Frecuencia relativa porcentual de la dimensión Innovación

Fuente: Tabla 27

Dimensión control percibido

Tabla 29.

Frecuencia de la Dimensión Control percibido

Dimensión Control Percibido					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo control de lo planeado	43	21,7	22,5	22,5
	Alto control de lo planeado	148	74,7	77,5	100,0
	Total	191	96,5	100,0	
Perdidos	Sistema	7	3,5		
Total		198	100,0		

Fuente: Encuesta aplicada a los alumnos de la Escuela Profesional de Administración.

Interpretación:

Los resultados de la Tabla 29 y Figura 6, representan el comportamiento de la dimensión “Control de lo Percibido”. El resultado obtenido fue de: Alto Control de lo planeado con un 77,46 %, seguido de un “Bajo control de lo planeado” con el 22,51 %.

Tabla 30.

Escala de valoración de la variable control percibido interno

Niveles	Puntaje
Bajo control de lo planeado	[3 – 09)
Alto control de lo planeado	[10 – 15)

Fuente: Elaboración propia.

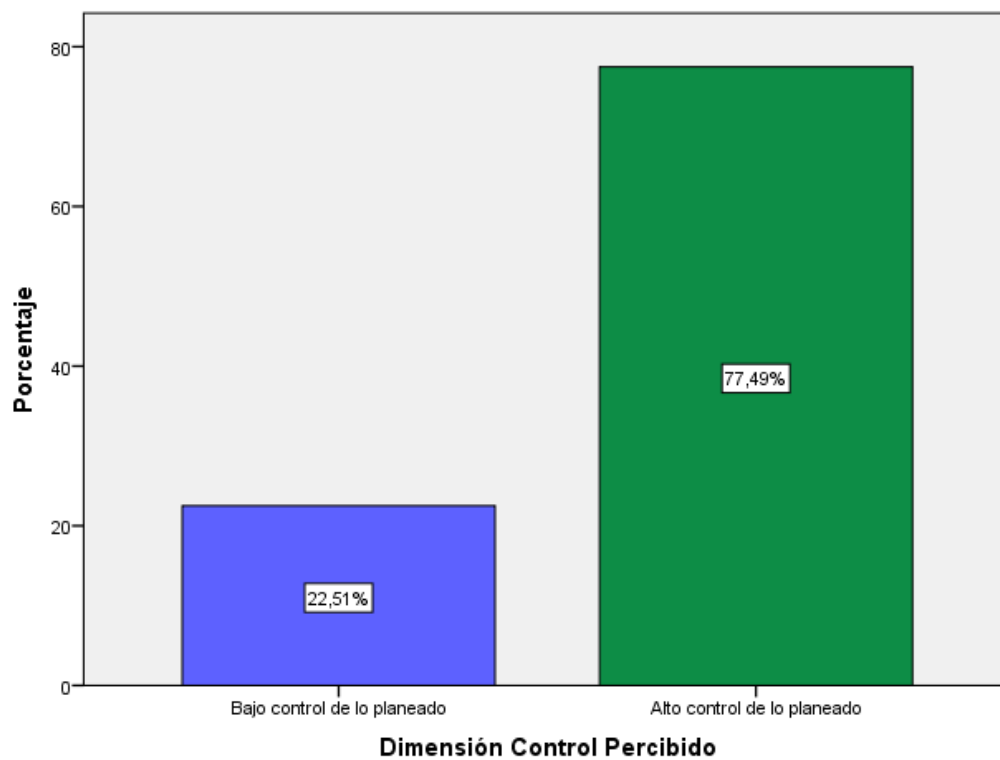


Figura 6. Frecuencia relativa porcentual con datos agrupados de la dimensión control percibido

Fuente: Tabla 29

Dimensión autoestima

Tabla 31.

Frecuencia de dimensión autoestima

Dimensión autoestima					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo nivel de autoestima	39	19,7	20,5	20,5
	Alto nivel de autoestima	151	76,3	79,5	100,0
	Total	190	96,0	100,0	
Perdidos	Sistema	8	4,0		
Total		198	100,0		

Fuente: Encuesta aplicada a los alumnos de la Escuela Profesional de Administración.

Interpretación:

Los resultados de la Tabla 30 y Figura 7, representan el comportamiento de la dimensión autoestima, de la variable Actitud Emprendedora. El resultado obtenido fue de: Alto autoestima con un 79,47 %, seguido de un bajo nivel de autoestima con el 20,53 %.

Tabla 32.

Escala de valoración de la Dimensión autoestima

Niveles	Puntaje
Bajo nivel de autoestima	[5 – 08)
Alto nivel de autoestima	[09 – 15]

Fuente: Elaboración propia.

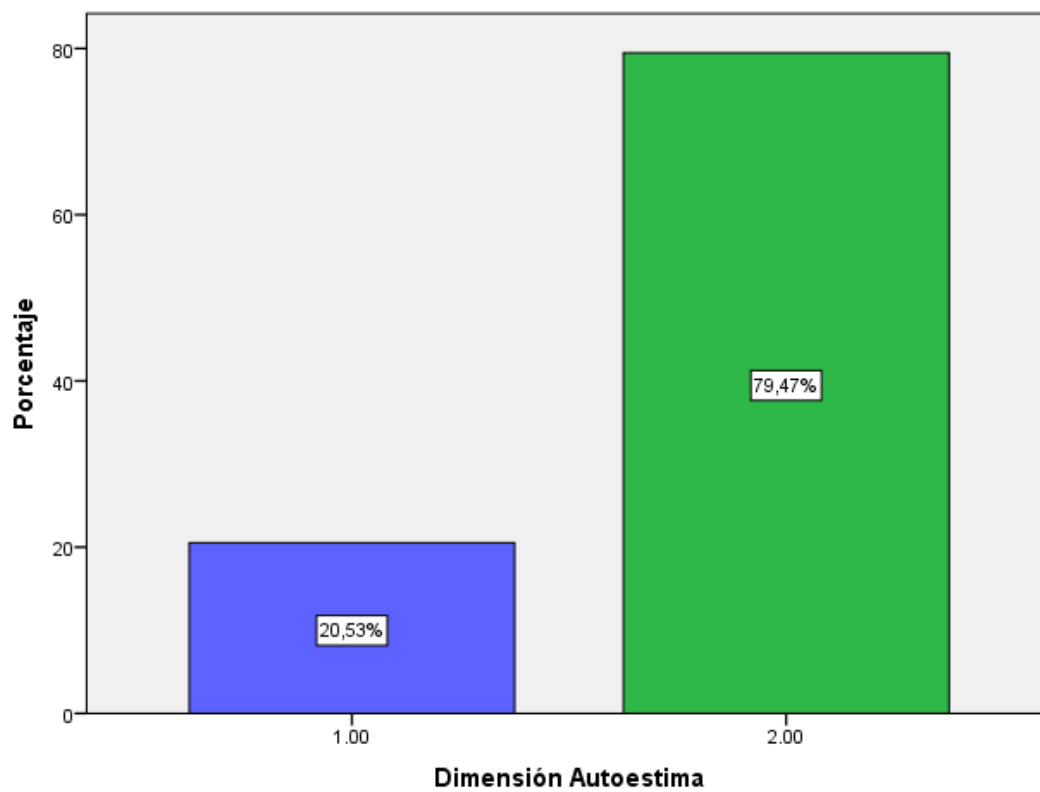


Figura 7. Frecuencia relativa porcentual de la dimensión Autoestima

Fuente: Tabla 31

Dimensión riesgo

Tabla 33.

Frecuencia de la dimensión riesgo

		Dimensión Riesgo			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo nivel de riesgo	35	17,7	18,0	18,0
	Alto nivel de riesgo	159	80,3	82,0	100,0
	Total	194	98,0	100,0	
Perdidos	Sistema	4	2,0		
Total		198	100,0		

Fuente: Encuesta aplicada a los alumnos de la Escuela Profesional de Administración.

Interpretación:

Los resultados de la Tabla 32 y Figura 8, representan el comportamiento de la dimensión riesgo de la variable actitud emprendedora. El resultado obtenido fue de: Alto nivel de riesgo con un 81,96 %, seguido de un “Bajo nivel de riesgo” con el 18,04 %.

Tabla 34.

Escala de valoración de la dimensión riesgo

Niveles	Puntaje
Bajo nivel de riesgo	[5 – 08)
Alto nivel de riesgo	[09 – 15]

Fuente: Elaboración propia.

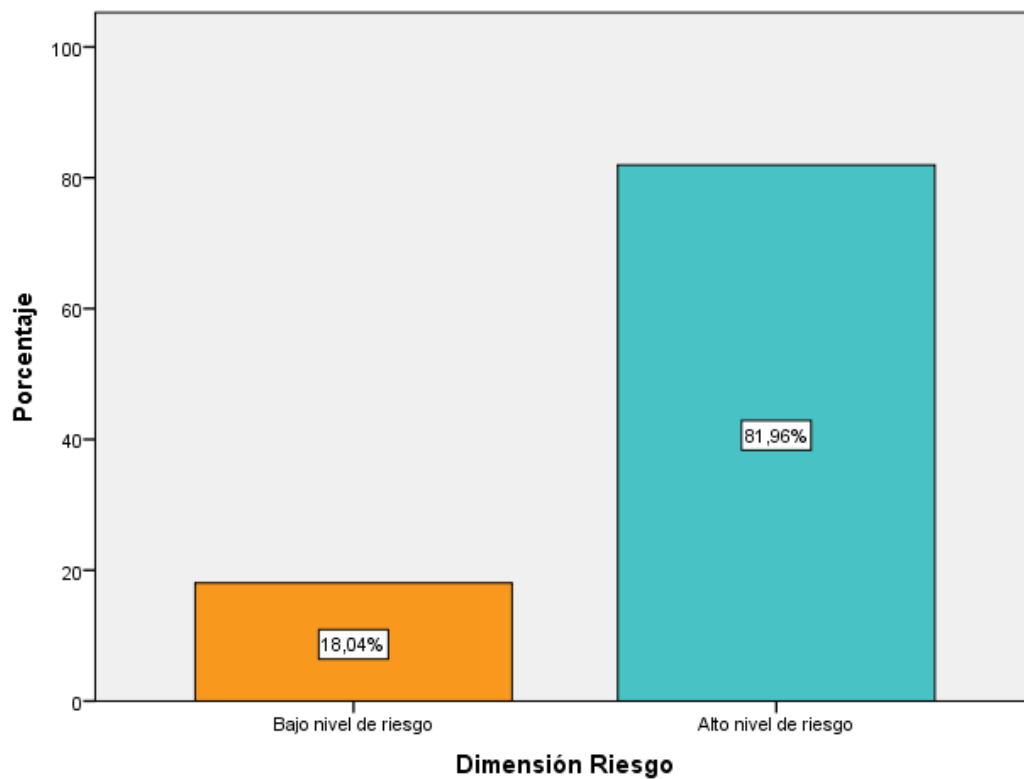


Figura 8. Frecuencia relativa porcentual con datos agrupados de la dimensión Riesgo

Fuente: Tabla 33

5.2.2.1. De la variable actitud emprendedora

Tabla 35.

Frecuencia de la variable actitud emprendedora

		ACTITUD EMPRENDEDORA			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Actitud emprendedora baja	15	7,6	7,6	7,6
	Actitud emprendedora media	114	57,6	57,6	65,2
	Actitud emprendedora alta	69	34,8	34,8	100,0
	Total	198	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los alumnos de la Escuela Profesional de Administración.

Interpretación:

Los resultados de la Tabla 34 y Figura 9, representan la actitud emprendedora. El resultado obtenido fue de: Actitud emprendedora media con un 57,58 %, seguido de una “Actitud Emprendedora Media” con el 34,85 %

Tabla 36.

Escala de valoración de la Variable Actitud Emprendedora

Niveles	Puntaje
Actitud Emprendedora Bajo	[18 – 42)
Actitud Emprendedora Media	[43 – 61)
Actitud Emprendedora Alta	[62 – 90]

Fuente: Elaboración propia.

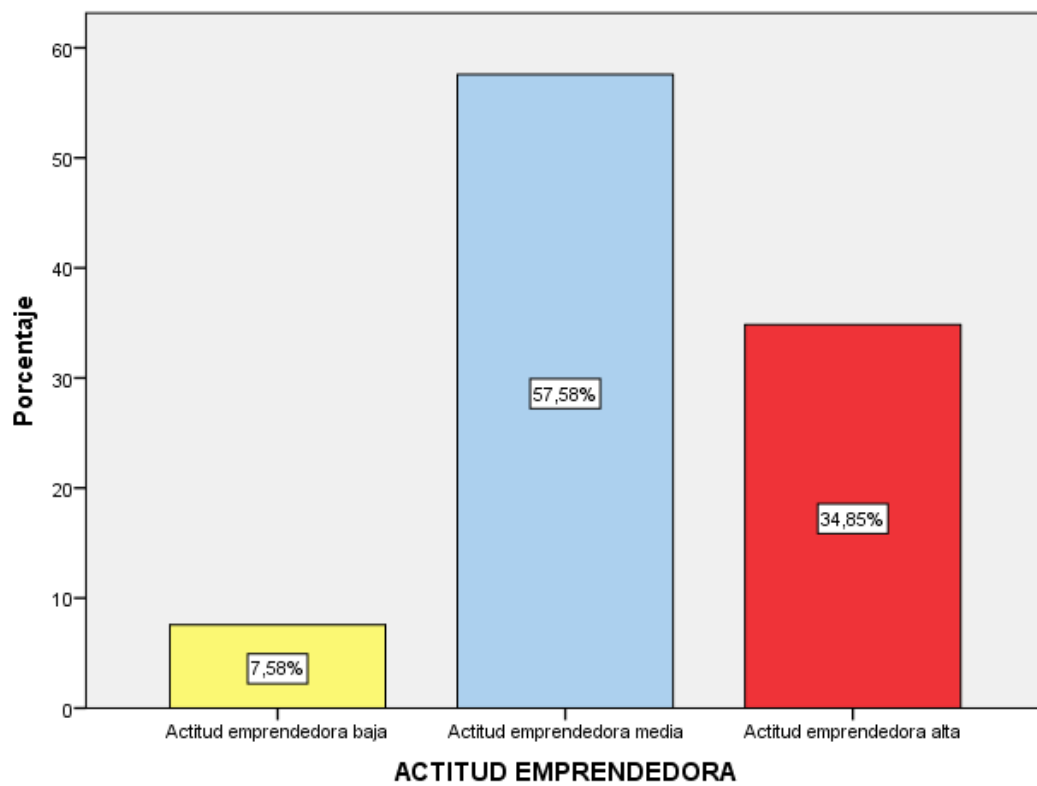


Figura 9. Frecuencia relativa porcentual con datos agrupados según escala de valoración de la variable actitud emprendedora.

Fuente: Tabla 35

5.2.2.2. De la Variable Emprendimiento Empresarial

Tabla 37.

Frecuencia de la Variable Emprendimiento Empresarial

Emprendimiento Empresarial				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Emprendimiento Empresarial Bajo	18	9,1	9,1
	Emprendimiento Empresarial Medio	145	73,2	82,3
	Emprendimiento Empresarial Alto	35	17,7	100,0
	Total	198	100,0	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a los alumnos de la Escuela Profesional de Administración.

Interpretación:

Los resultados de la Tabla 36 y Figura 10, representan el comportamiento de la Variable Emprendimiento Empresarial. El resultado obtenido fue de: Emprendimiento Empresarial Medio con un 73,23 %, seguido de un “Emprendimiento Empresarial Alto” con el 17,68 %.

Tabla 38.

Escala de valoración de la Variable Emprendimiento Empresarial

Niveles	Puntaje
Emprendimiento Empresarial Bajo	[27 – 63)
Emprendimiento Empresarial Medio	[64 – 100)
Emprendimiento Empresarial Alto	[101 – 135]

Fuente: Elaboración propia.

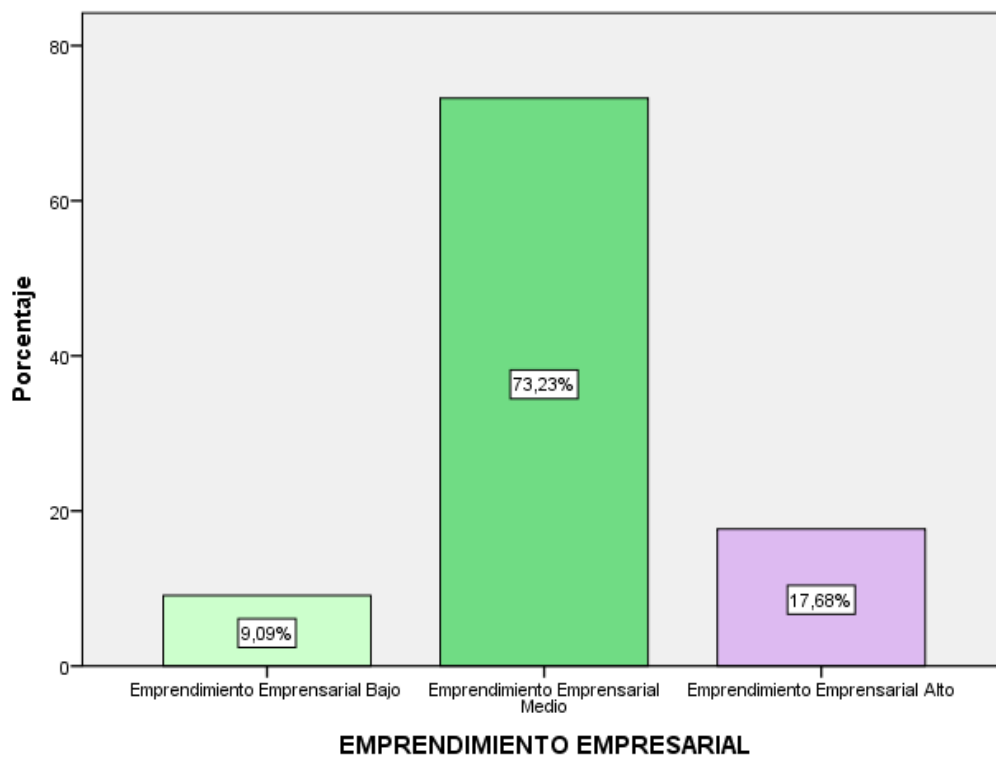


Figura 10. Frecuencia relativa porcentual con datos agrupados según escala de valoración de la Variable Emprendimiento Empresarial

Fuente: Tabla 37

5.2.3. Resultados sobre Emprendimiento Empresarial

Análisis por dimensión

Dimensión Competencias del alumno

Tabla 39.

Frecuencia de la Dimensión Competencias del emprendedor

		Dimensión Competencias del Emprendedor			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajas Competencias del emprendedor	22	11,1	11,1	11,1
	Regular Competencias del emprendedor	150	75,8	75,8	86,9
	Altas Competencias del emprendedor	26	13,1	13,1	100,0
	Total	198	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los alumnos de la Escuela Profesional de Administración.

Interpretación:

Los resultados de la Tabla 38 y Figura 11, representan las competencias del emprendedor de la variable Emprendimiento Empresarial. El resultado obtenido fue de: Regular Competencias del Emprendedor con un 75,76 %, seguido de Altas competencias del emprendedor con Altas competencias del emprendedor con el 13,13 %.

Tabla 40.

Escala de valoración

Niveles	Puntaje
Bajas Competencias del emprendedor	[8 – 19)
Regular Competencia del emprendedor	[20 – 31)
Alta Competencias del emprendedor	[32 – 40]

Fuente: Elaboración propia.

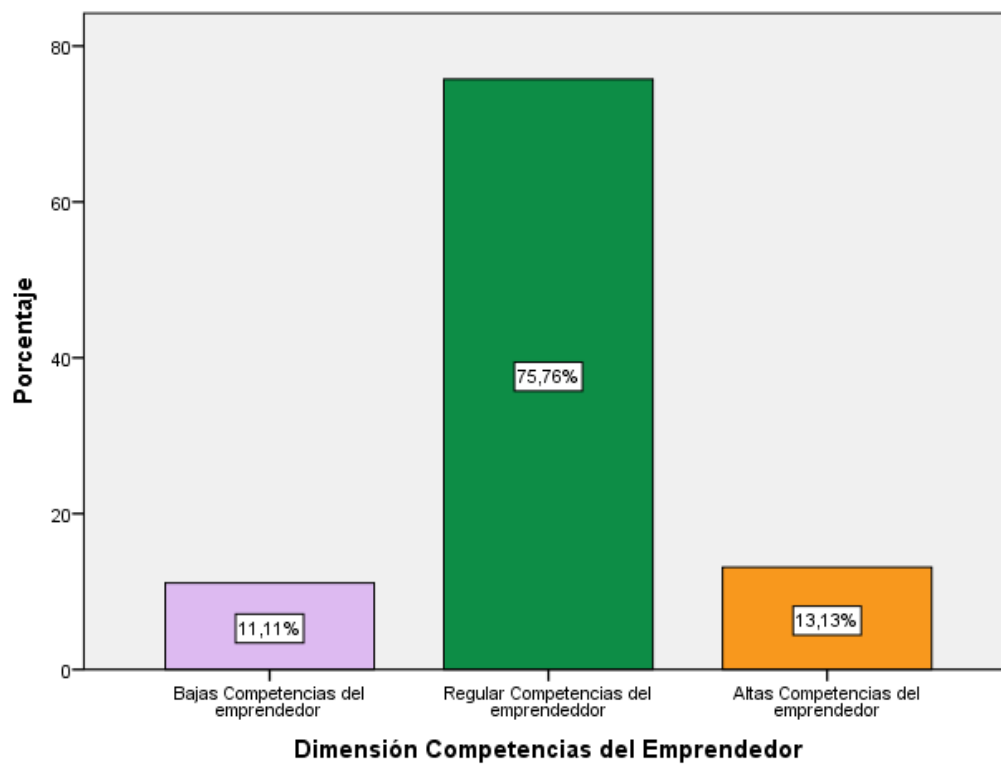


Figura 11. Frecuencia relativa porcentual con datos agrupados según escala de valoración de la dimensión Competencias del emprendedor

Fuente: Tabla 39

Dimensión Apoyo al Emprendimiento

Tabla 41.

Frecuencia de la Dimensión Apoyo al Emprendimiento

		Dimensión Apoyo al Emprendimiento			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo Apoyo al Emprendimiento	16	8,1	8,1	8,1
	Regular Apoyo al Emprendimiento	147	74,2	74,2	82,3
	Alto Apoyo al Emprendimiento	35	17,7	17,7	100,0
	Total	198	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los alumnos de la Escuela Profesional de Administración

Interpretación:

Los resultados de la Tabla 40 y Figura 12, representan el comportamiento de la dimensión Apoyo al Emprendimiento de la Variable Emprendimiento Empresarial.

El resultado obtenido fue de: Regular apoyo al emprendimiento empresarial con un 74,24 %, seguido de una Alto apoyo al emprendimiento con el 17,68 %.

Tabla 42.

Escala de valoración

Niveles	Puntaje
Bajo Apoyo al Emprendimiento	[7 – 16)
Regular Apoyo al Emprendimiento	[17 – 26)
Alto Apoyo al Emprendimiento	[27 – 35]

Fuente: Elaboración propia

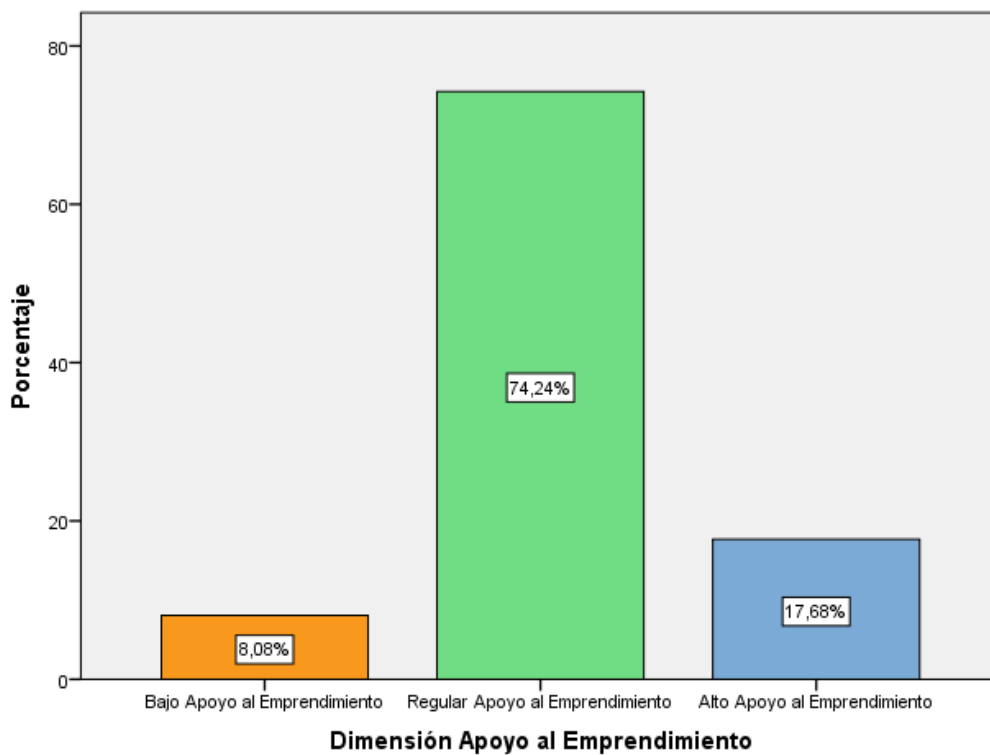


Figura 12. Frecuencia relativa porcentual con datos agrupados según escala de valoración de la dimensión Apoyo al emprendimiento

Fuente: Tabla 41

Dimensión Oportunidades de Emprendimiento

Tabla 43.

Frecuencia de la Dimensión

Oportunidades de Emprendimiento					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajas Oportunidades de Emprendimiento	17	8,6	8,6	8,6
	Regular Oportunidades de Emprendimiento	149	75,3	75,3	83,8
	Altas Oportunidades de Emprendimiento	32	16,2	16,2	100,0
	Total	198	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los alumnos de la Escuela Profesional de Administración

Interpretación:

Los resultados de la Tabla 42 y Figura 13, representan el comportamiento de la dimensión “Oportunidades de Emprendimiento”, de la variable emprendimiento empresarial.

El resultado obtenido fue de: Regular oportunidades de emprendimiento con un 75,25 %, seguido de un “Altas oportunidades de emprendimiento” con el 16,16 %.

Tabla 24.

Escala de valoración

Niveles	Puntaje
Bajo Oportunidades de Emprendimiento	[5 – 11)
Regular Oportunidades de Emprendimiento	[12 – 18)
Altas Oportunidades de Emprendimiento	[19 – 25]

Fuente: Elaboración propia

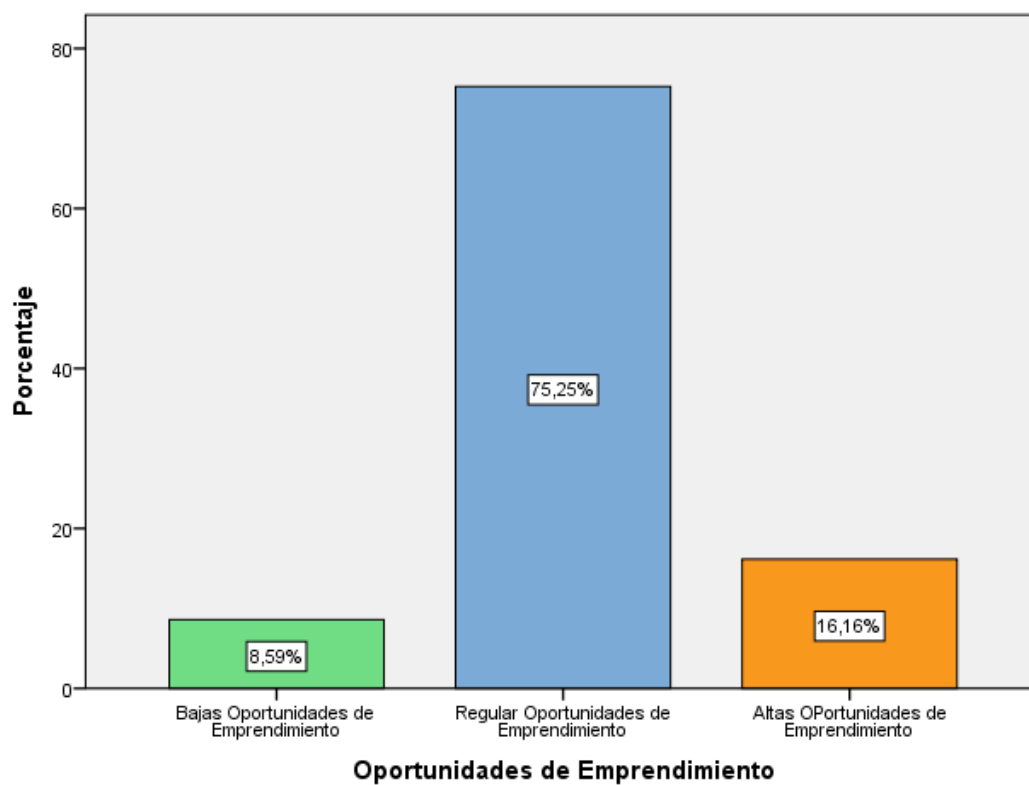


Figura 13. Frecuencia relativa porcentual con datos agrupados según escala de valoración de la dimensión Valor Percibido

Fuente: Tabla 43

Dimensión Condiciones para el Emprendimiento

Tabla 45.

Frecuencia de la Dimensión Condiciones para el Emprendimiento

Condiciones para el Emprendimiento					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajas Condiciones al Emprendimiento	21	10,6	10,6	10,6
	Regular Condiciones para el Emprendimiento	154	77,8	77,8	88,4
	Altas Condiciones para el Emprendimiento	23	11,6	11,6	100,0
	Total	198	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los alumnos de la Escuela Profesional de Administración

Interpretación:

Los resultados de la Tabla 44 y Figura 14, representan el comportamiento de la dimensión Condiciones para el emprendimiento.

El resultado obtenido fue de: “Regular Condiciones para el emprendimiento con un 77,78%, seguido de una “Altas condiciones para el emprendimiento” con el 11,62%.

Tabla 46.

Escala de valoración

Niveles	Puntaje
Baja Condiciones para el Emprendimiento	[5 – 12)
Regular Condiciones para el Emprendimiento	[13 – 20)
Alta Condiciones para el emprendimiento	[21 – 25]

Fuente: Elaboración propia

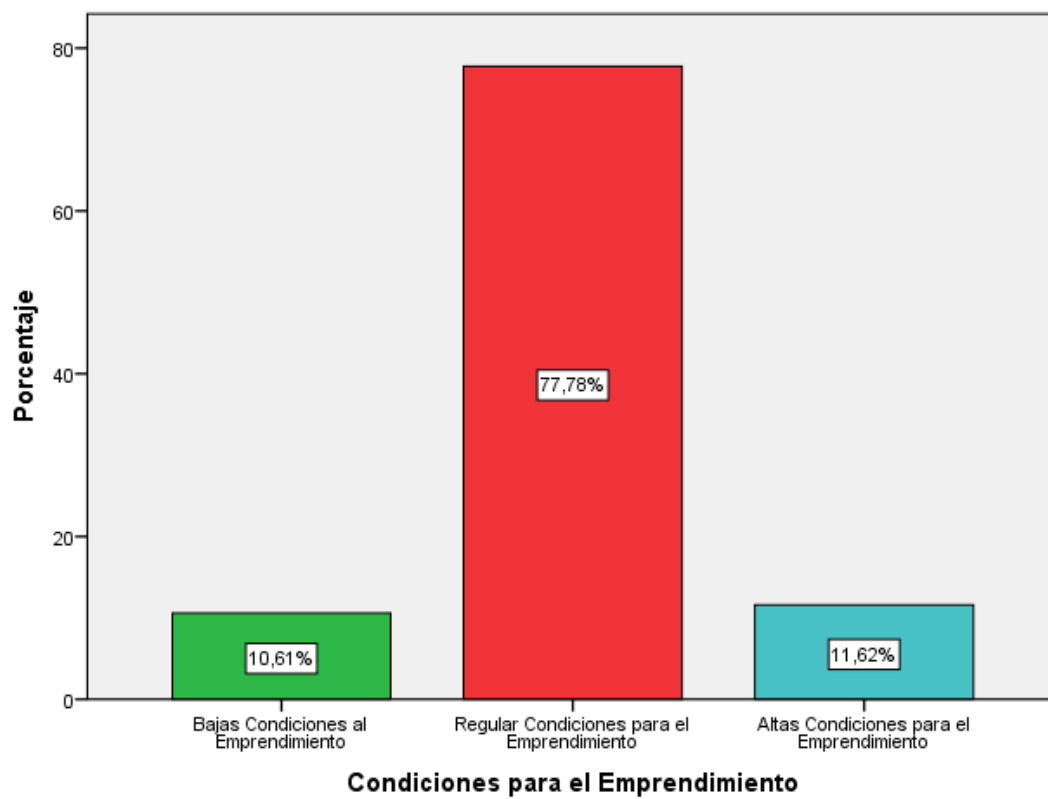


Figura 14. Frecuencia relativa porcentual con datos agrupados según escala de valoración de la Dimensión Confianza

Fuente: Tabla 45

Tablas Cruzadas:

Tabla 47.

Tabla Cruzada Actitud Emprendedora Emprendimiento & Empresarial
Emprendimiento Empresarial

			Emprendimiento Empresarial	Emprendimiento Empresarial	Emprendimiento Empresarial	
			Bajo	Medio	Alto	
ACTITUD EMPREDEDORA	Actitud emprededora baja	Recuento % del total	5 2,5%	8 4,0%	2 1,0%	15 7,6%
	Actitud emprededora media	Recuento % del total	9 4,5%	102 51,5%	3 1,5%	114 57,6%
	Actitud emprededora alta	Recuento % del total	4 2,0%	35 17,7%	30 15,2%	69 34,8%
Total		Recuento % del total	18 9,1%	145 73,2%	35 17,7%	198 100,0%

Fuente: Encuesta aplicada a los alumnos de la Escuela Profesional de Administración.
Elaboración propia

Interpretación:

Según la tabla 24 el nivel de Actitud Emprededora es media con el 57.6% y en relación a la variable Emprendimiento Empresarial es medio con un resultado del 73,2 %.

5.3. PRUEBA DE HIPÓTESIS

5.3.1. Verificación de la primera hipótesis específica Actitud Emprendedora

Ho: Los alumnos de la Escuela Profesional de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann, de la Región de Tacna, 2017, no tienen una Actitud Emprendedora media.

H₁: Los alumnos de la Escuela Profesional de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann, de la Región de Tacna, 2017, tienen una Actitud Emprendedora media.

a) Nivel de Significancia: Para todo valor de probabilidad igual o menor que 0,05, se acepta H₁ y se rechaza H₀.

b) Zona de rechazo: Para todo valor de probabilidad mayor que 0,05, se acepta H₀ y se rechaza H₁.

c) Estadístico de prueba: Prueba Chi cuadrado

Tabla 48.

Tabla de Frecuencias para la variable Actitud Emprendedora

ACTITUD EMPRENDEDORA					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Actitud emprendedora baja	15	7,6	7,6	7,6
	Actitud emprendedora media	114	57,6	57,6	65,2
	Actitud emprendedora alta	69	34,8	34,8	100,0
	Total	198	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 49.

Prueba del Chi cuadrado

Estadísticos de prueba	
Actitud Emprendedora	
Chi-cuadrado	74,455 ^a
gl	2
Sig. asintótica	0,000

a. 0 casillas (0,0%) han esperado frecuencias menores que 5. La frecuencia mínima de casilla esperada es 66,0.

Fuente: Elaboración propia.

a) Regla de decisión:

Rechazar H_0 si la sig. es menor a 0,05

No rechazar H_0 si la sig. es mayor a 0,05

Interpretación:

La Tabla 48 observamos que la Sig. (significancia asintótica) mostrada por el SPSS es 0.000 menor a 0.05, en consecuencia, se toma la decisión de rechazar la Hipótesis nula (H_0) aun nivel de confianza del 95%, y se acepta la Hipótesis Alterna (H_1).; es decir: **“Los alumnos de la Escuela Profesional de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann, de la Región de Tacna, 2017, tienen una Actitud Emprendedora media”**.

5.3.2. Verificación de la segunda hipótesis específica: Emprendimiento Empresarial

Hipótesis específicas:

H_0 : La contribución en emprendimiento empresarial de la Escuela Profesional de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann e la Región de Tacna, 2017, no es media.

H₁: La contribución en emprendimiento empresarial de la Escuela Profesional de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann de la Región de Tacna, 2017, es media.

b) Nivel de Significancia: Para todo valor de probabilidad igual o menor que 0,05, se acepta H₁ y se rechaza H₀.

c) Zona de rechazo: Para todo valor de probabilidad mayor que 0,05, se acepta H₀ y se rechaza H₁.

Estadístico de prueba: Chi Cuadrado

Tabla 503.

Tabla de Frecuencia Emprendimiento Empresarial

EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Emprendimiento Empresarial Bajo	18	9,1	9,1	9,1
	Emprendimiento Empresarial Medio	145	73,2	73,2	82,3
	Emprendimiento Empresarial Alto	35	17,7	17,7	100,0
	Total	198	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 51.

Prueba Chi Cuadrado

Estadísticos de prueba	
EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL	
Chi-cuadrado	144,030^a
gl	2
Sig. asintótica	0,000

a. 0 casillas (0,0%) han esperado frecuencias menores que 5. La frecuencia mínima de casilla esperada es 66,0.

Fuente: Elaboración propia.

d) Regla de decisión:

Rechazar H_0 si la sig. es menor a 0,05

No rechazar H_0 si la sig. es mayor a 0,05

Interpretación:

En la tabla 49 el resultado es un emprendimiento medio y mediante la Tabla 51, observamos que la Sig.(significancia asintótica) mostrada por el SPSS es 0.000 menor a 0.05, en consecuencia se toma la decisión de rechazar la Hipótesis nula (H_0) aun nivel de confianza del 95%, y se acepta la Hipótesis Alterna (H_1).; es decir: **“La contribución en emprendimiento empresarial de la Escuela Profesional de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann de la Región de Tacna, 2017, es media.**

5.3.3. Hipótesis general

H_0 : No existe relación significativa entre el emprendimiento empresarial y la actitud emprendedora de los alumnos de la Escuela Profesional de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann de la Región de Tacna, 2017.

H_1 : Existe relación significativa entre el emprendimiento empresarial y la actitud emprendedora de los alumnos de la Escuela Profesional de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann de la Región de Tacna, 2017.

a) Nivel de Significancia: Para todo valor de probabilidad igual o menor que 0,05, se acepta H_1 y se rechaza H_0 .

b) Zona de rechazo: Para todo valor de probabilidad mayor que 0,05, se acepta H_0 y se rechaza H_1 .

c) Estadístico de prueba: Tau-B de Kendall.

Tabla 52.

Prueba Estadística

CORRELACIONES				
			ACTITUD EMPRENDEDORA	EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL
Tau_b de Kendall	ACTITUD EMPRENDEDORA	Coeficiente de correlación	1,000	0,408**
		Sig. (bilateral)	.	0,000
		N	198	198
	EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL	Coeficiente de correlación	0,408**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	.
		N	198	198

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

a) Regla de decisión:

Rechazar H_0 si la sig. es menor a 0,05

No rechazar H_0 si la sig. es mayor a 0,05

Interpretación:

En Tabla 51 observamos que la Sig.(significancia asintótica) mostrada por el SPSS es 0,000 menor a 0,05, en consecuencia se toma la decisión de rechazar la Hipótesis nula (H_0) aun nivel de confianza del 95 %, y se acepta la Hipótesis Alterna (H_1); es decir: **“Existe relación significativa entre el emprendimiento empresarial y la actitud emprendedora de los alumnos de la Escuela Profesional de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann de la Región de Tacna, 2017”**

CAPÍTULO VI

DISCUSIÓN

La presente tesis el objetivo general que planteábamos era determinar la existencia de relación entre el emprendimiento empresarial con la actitud emprendedora de los alumnos de la Escuela Profesional de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann de la Región de Tacna, 2017. Se tomó en cuenta a 407 alumnos de la Carrera Profesional Ciencias Administrativas; para el estudio se consideró una muestra probabilística simple de 198 alumnos; obtenida con un nivel de confianza del 95% y un nivel de precisión del +5%. En base a esto se plantearon las hipótesis estadísticas en las que se desarrolló la presente investigación.

Los instrumentos según las tablas 13 y 14 son de alta confiabilidad, actitud emprendedora con 0,924 y el Emprendimiento Empresarial con el 0,959. Es más, según tabla 22 y tabla 24, que corresponde a la prueba de Validez de Contenido, la prueba de Validez de los jueces, supera la prueba de validez.

De acuerdo con los resultados encontramos en esta investigación, se puede decir que existe relación significativa entre el emprendimiento empresarial y la actitud emprendedora de los alumnos de la Escuela Profesional de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann de la Región de Tacna, 2017, lo que demuestra que los alumnos de la escuela profesional de administración tienen como visión la de ser empresarios y para ello cuenta con la actitud para el emprendimiento empresarial, resaltando que estos tienen la actitud emprenderá innata y tiene la disposición mental para triunfar.

De las tablas 47 y 49 según la encuesta realizada, la actitud emprendedora y el emprendimiento empresarial es de nivel medio. La Actitud Emprendedora en los alumnos de la Escuela Profesional de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann, no se limita a los individuos que buscan un beneficio económico por actividades comerciales, sino tiene como fuente de inspiración, la confianza en sí mismos y su capacidad para crear o iniciar una empresa, en base a conocimientos adquiridos durante el transcurso de su formación profesional y un gran número de alumnos vienen capacitándose fuera del ámbito universitario para la acción de emprender. Esta actitud les hace ser gestores de ideas innovadoras para, más adelante, transformarlas estas ideas en negocios.

Dentro de esta investigación tenemos una variable de estudio: el emprendimiento empresarial que juega un papel importante para nuestra economía local y en el futuro de los alumnos de la Escuela Profesional de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann. Los alumnos, hoy tienen una preocupación de qué van a hacer cuando culminen su carrera profesional. Muchos de estos jóvenes sueñan con conseguir un buen empleo; sin embargo, otros están resignados a simplemente subsistir por la tan poca oferta laboral en nuestra región. Pero a pesar de las circunstancias, existe una alternativa diferente para hacerle frente a la necesidad de un ingreso, dándole más libertades a quien la profese, ellos ven en el emprendimiento empresarial como una posibilidad de alcanzar al progreso.

El emprendimiento empresarial y la actitud emprendedora, son dos factores de mucha relevancia. Los alumnos de la Escuela Profesional de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann de la Región de Tacna, se ha demostrado que existe un nivel de correlación entre ambas, esto es una evidencia que debería ser usada para enriquecer la malla curricular de esta escuela profesional, donde el egresado no solo salga con un trabajo de investigación o tesis, sino también pueda graduarse con un plan de

negocios. Los escenarios están cambiando y no podemos ser ajenos a estos cambios.

Las limitaciones para el desarrollo del presente trabajo en la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann de la Región Tacna. Una de las primeras limitantes fue poca colaboración de algunos alumnos de esta institución y la otra limitante fue la falta de colaboración de las autoridades.

Para las futuras investigaciones, se recomienda que se realice un análisis con cada una de las variables del instrumento emprendimiento empresarial y actitud emprendedora continuando con el nivel explicativo.

CONCLUSIONES

1. De las variables de estudio investigadas y analizadas, en relación a la hipótesis general planteada a partir de las variables emprendimiento empresarial y la actitud emprendedora, según la Tabla N° 51, se concluye que: “Existe relación significativa entre el emprendimiento empresarial y la actitud emprendedora de los alumnos de la Escuela Profesional de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann de la Región de Tacna, 2017”.
2. En relación a la variable emprendimiento empresarial según la Tabla N°. 49, se concluye que: El nivel de emprendimiento empresarial de la Escuela Profesional de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann de la Región de Tacna, 2017, es media. De esta investigación realizada la variable emprendimiento empresarial tiene que mejorar. Además, se concluye que los alumnos tienen lo siguiente: el 75,8% tienen regular competencias del emprendedor, el 74,2 tienen regular apoyo al emprendimiento, 75,3 tienen regular oportunidades para el emprendimiento y un 77,8 consideran que tienen regular condiciones para el emprendimiento.
3. En relación a la variable dependiente “Actitud Emprendedora”, según Tabla N° 47, se concluye que: El nivel de la Actitud Emprendedora de los alumnos de la Escuela Profesional de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann, de la Región de Tacna, 2017, es media. De la misma manera, según los resultados de esta investigación la variable actitud emprendedora en los alumnos tiene que ser mejorada. Además, se concluye que los alumnos tienen lo siguiente: el 74,2 tienen regular necesidad de logro, 76,8 tienen regular nivel de innovación, 74,7

tienen alto control de lo planeado, 76,3 tienen alto nivel de autoestima y un 80,3 consideran que tienen alto nivel de riesgo.

RECOMENDACIONES

1. De las conclusiones se deduce que existe relación significativa entre el emprendimiento empresarial y la actitud emprendedora de los alumnos de la Escuela Profesional de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann de la Región de Tacna, 2017, planteamos que la escuela profesional tenga como una línea base, la de que los alumnos tengan como una opción primogénita la creación de sus propias empresas, por lo que debemos ayudar a fortalecer en ellos la actitud emprendedora.
2. La escuela profesional y las autoridades universitarias, en mérito al análisis de las dimensiones de la variable emprendimiento empresarial donde los alumnos consideran que el 75,8 % tienen regular competencias del emprendedor, el 74,2 tienen regular apoyo al emprendimiento, 75,3 tienen regular oportunidades para el emprendimiento y un 77,8 tienen regular condiciones para el emprendimiento, deben darle la verdadera importancia al emprendimiento empresarial para el desarrollo económico y social de nuestro entorno, fortaleciendo más los aspectos específicamente relacionados con la creación de empresas en nuestro modelo educativo, teniendo claro que el emprendimiento es uno de los principales motores de crecimiento de nuestra economía regional y nacional.
3. En relación a la variable "Actitud Emprendedora" y en mérito al análisis de las dimensiones donde se concluye que los alumnos en un 74,2 tienen regular necesidad de logro, 76,8 tienen regular nivel de innovación, 74,7 tienen alto control de lo planeado, 76,3 tienen alto nivel de autoestima y un 80,3 consideran que tienen alto nivel de riesgo, se recomienda que la variable actitud emprendedora tiene que ser mejorada, tiene que ser fortalecida en los alumnos la capacidad de crear o iniciar un proyecto, una

empresa o un nuevo sistema de vida, teniendo como fuente de inspiración la confianza en sí mismo, la determinación de actuar en pro de sus sueños, luchando a diario con perseverancia hasta hacerlos realidad. Estos deben pensar y considerar que el emprendimiento no solo contribuye a la creación de empleo, sino también al desarrollo personal y profesional de cada uno de ellos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alcaraz Rodríguez, R. E.-H. (2011). *Alcaraz Rodríguez, Rafael El emprendedor de éxito*. México, D. F.: McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. .
- Álvarez, A. B. (2004). *Empleabilidad profesional*. Cali: Universidad del Valle.
- Andrade, R. E. (2007). *Representaciones y acciones de los alumnos universitarios frente a la empleabilidad*. São Paulo: Universidad de São Paulo.
- Campos, G. (2003). *Implicancias económicas del concepto de empleabilidad*. Mexico: Universidad Autónoma de Puebla.
- Castillo, A. (1999). *Estado del arte en la enseñanza del emprendimiento*. Chile: Programa Emprendedores como creadores de riqueza y desarrollo regional INTEC.
- Córdoba, S. P. (2014). *Emprendiendo: herramientas para emprendedores en formación*. Córdoba: Secretaria Pyme/GOBCBA.
- De Cosmo y Reques, P. (2010). *La importancia de la formación en competencias y la empleabilidad*. Cantabria - España: Universidad de Cantabria.
- Drucker, P. (1986). *La innovación y el empresario innovador: La práctica y los principios*. . Buenos Aires: Editorial Norma.
- Duarte, F. (2007). *Emprendimiento, empresa y crecimiento empresarial*. . Perú: Fondo Editorial. (3ra Ed.). .
- Fandiño Padilla, L. (2008). *Evaluación del impacto del emprendimiento empresarial en los estudiantes de la carrera de Administración de Empresas de la Pontificia Universidad Javaria y estudio de los factores de éxito de sus empresas creadas a partir de los talleres de grado*. Bogota: Pontificia Universidad Javeriana.
- Formichella, M. M. (2004). *El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, empleo y el desarrollo local*. Buenos Aires: INTA.
- Formichella, M. M. (2005). *Reflexiones acerca de la noción de empleabilidad*. Argentina: Consejo Nacional de Investigación Científicas y Técnicas.

- Gallardo Moreno, Y. (2009). *Propuesta de un programa de desarrollo de emprendedores para la Unidad Académica de Contaduría y Administración de la U.A.G. para fomentar en sus alumnos la actitud emprendedora*. Mexico: Insituto Politecnico Nacional.
- García, F. (2001). *Manual del saber emprender*. Brasil: Edición SEBRAE.
- García, F. (2001). *Manual del saber emprender*. Brasil: Edición SEBRAE. Brasil: SEBRAE.
- García, M. R. (2006). *Las competencias de los alumnos universitarios*. Zaragoza: Revista inter-universitaria de formación del profesorado - Universidad de Zaragoza.
- Goleman, D. (2004). *La inteligencia emocional en la empresa*. Buenos Aires: Editorial Vergara.
- González, J. y. (2005). *Tuning educational structures in Europe*. Bilbao: Universidad deDeusto.
- Hernandez Sampieri, R., Fernandez, C., & Baptista, M. (2010). *Metodología de la Investigación*. México DF: INTERAMERICANA EDITORES S.A.
- Lobato Gómez, F. (2008). *Empresa e Iniciativa Emprendedora* . España: MACMILLAN PROFESIONAL .
- Lobato, F. (2013). *Empresa e iniciativa emprendedora*. España: Editorial McMillan Profesional .
- Martínez, J. A. (2010). *La naturaleza de las competencias en el Espacio Europeo de Educación Superior*. Puerto de la Cruz: Escuela Universitaria de Turismo Iriarte de la ULL.
- Medina, R. y. (2005). *La formación de competencias en la Universidad*. Segovia: Revista Electrónica Inter-universitaria de Formación del ProfesoradoEscuela - Universitaria de Magisterio de Segovia.
- Montañana, J. (2005). *Educación las competencias como herramienta de empleabilidad*. España: Tea-Cegos Selección.
- Morales Cartaya, A. C. (2009). *Capital Humano, hacia un sistema de gestión en la empresa cubana*. Cuba: Editora Política.

- Otero Vergara, F. (2005). *Diseño de un modelo para promover emprendimiento en estudiantes de secundaria en grados 10° y 11° de estratos 1,2 y3 en Colombia*. Colombia: Universidad de los Andes.
- Rentería, E. (2004). *Empleabilidad: una lectura psicosocial*. Medellín: Escuela Nacional Sindical ENS.
- Shane, S. & Venkataraman, S. (2000). The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. *Academy of Management Review*, 25 (1), 217-226.
- Silva Duarte, J. E. (2008). *Emprendedor, crear su propia empresa*. Mexico: Alfaomega Grupo Editor.

ANEXOS

Anexo N° 01: Cuestionario de Emprendimiento Empresarial

Estimado alumno(a), el presente cuestionario tiene por finalidad evaluar el Emprendimiento Empresarial, de los alumnos de vuestra institución. A continuación, le presentamos un conjunto de afirmaciones a ser evaluadas según su percepción, coloque un aspa donde corresponda según la escala siguiente:

Muy de acuerdo	Algo de acuerdo	Ni de acuerdo, Ni en desacuerdo	Algo de Desacuerdo	Muy en Desacuerdo
5	4	3	2	1

DATOS GENERALES

A. Genero del Estudiante

- () Femenino
() Masculino

A. Semestre de Estudios

- () Primer Semestre () Sexto Semestre
() Segundo Semestre () Séptimo Semestre
() Tercer Semestre () Octavo Semestre
() Cuarto Semestre () Noveno Semestre
() Quinto Semestre () Decimo Semestre

N°	Emprendimiento Empresarial	Escala				
		1	2	3	4	5
	Dimensión Competencias del Emprendedor					
01	Se te ha dado por desarrollar algún proyecto de emprendimiento					
02	Tomas el emprendimiento como un reto en la vida					
03	Eres una persona que siempre toma riesgos					
04	Has tenido algún tipo de experiencia laboral					
05	Eres una persona que le gusta trabajar					
06	Consideras que estas en la edad adecuada para empezar un emprendimiento					
07	Es adecuada la formación que les damos a nuestros estudiantes un proceso que incrementa su intención emprendedora					
08	Tu formación académica fue lo que te motivo por iniciar un emprendimiento empresarial					
	Dimensión Apoyo al Emprendimiento					
09	Cuenta con el capital suficiente para empezar su emprendimiento					
10	Hay en el mercado fuerza laboral con las habilidades técnicas que requiere tu emprendimiento					
11	Existe mercado para tus productos					
12	Consideras que el gobierno apoya al emprendimiento					
13	Consideras que la universidad apoya al emprendimiento					
14	Tienes el apoyo de tu familia con las instalaciones					
15	Considera que hay una sensación de mejora económica en su localidad					
	Dimensión Oportunidades de Emprendimiento					
16	Existe oportunidades de negocio en tu localidad					
17	Existe empresarios exitosos negocio en tu localidad					
18	Hay demanda de productos nuevos en tu localidad					
19	Te resultaría fácil constituir tu propia empresa					
20	Consideras que las empresas contribuyen al desarrollo					
21	Siente que hay apoyo de la comunidad empresarial					
22	Considera que los emprendimientos solucionan la falta de empleo					
	Dimensión Condiciones para el Emprendimiento					
23	Tus procesos están mejorados					
24	Tus productos son totalmente innovadores					
25	Existe estabilidad jurídica para los emprendimientos					
26	Podrías asegurar el gobierno trata de la misma forma a todos los empresarios					
27	Consideras que con tu emprendimiento contribuyes al desarrollo de la región					

Anexo N° 02: Cuestionario de Actitud Emprendedora

Estimado alumno(a), el presente cuestionario tiene por finalidad evaluar el Actitud Emprendedora, en vuestra institución. A continuación, le presentamos un conjunto de afirmaciones a ser evaluadas según su percepción, coloque un aspa donde corresponda según la escala siguiente:

Muy de acuerdo	Algo de acuerdo	Ni de acuerdo, Ni en desacuerdo	Algo de Desacuerdo	Muy en Desacuerdo
5	4	3	2	1

DATOS GENERALES

B. Genero del Estudiante

- Femenino
 Masculino

B. Semestre de Estudios

- Primer Semestre Sexto Semestre
 Segundo Semestre Séptimo Semestre
 Tercer Semestre Octavo Semestre
 Cuarto Semestre Noveno Semestre
 Quinto Semestre Decimo Semestre

N°	Actitud Emprendedora	Escala				
		1	2	3	4	5
	Necesidad de logro					
1	Te gusta destacar en tu trabajo/estudios					
2	Te gusta trabajar para estar siempre entre los mejores diariamente					
3	Estas orgulloso de los resultados que has logrado en equipo					
4	Te propones siempre hacer algo importante y con sentido cada día					
	Innovación					
5	Sabes cómo generar nuevas ideas y ponerlas en práctica					
6	Te gusta hacer positivas que puedan hacerte crecer					
7	Buscas realizar tus actividades de una forma original					
8	Eres una persona perseverante en la búsqueda de nuevas ideas					
9	Te resulta fácil influenciar en el equipo para encontrar varias soluciones a un mismo problema					
	Control Percibido					
10	Siempre estás en búsqueda de nuevas oportunidades.					
11	Tener ideas estimuladoras para las actividades que realizas					
12	Te motivan los nuevos retos					
	Autoestima					
13	Eres una persona que fácilmente se relaciona con sus compañeros					
14	Tu comportamiento habitual es anímicamente estable					
15	Tienes los conocimientos necesarios para crear tu propio negocio					
	Riesgo					
16	Te sientes cómodo saliendo de tu zona de confort					
17	Consideras que no hay libertad sin independencia					
18	Consideras que las personas que asumen riesgos tienen más probabilidades de progresar					