

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO

FACULTAD DE INGENIERÍA ECONÓMICA

ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA ECONÓMICA



TESIS:

**“ACTITUD EMPRENDEDORA DE LOS
ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE LA
UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO DE
PUNO: 2016”**

PRESENTADA POR:

BACH. SHEYLA MADELEI CHOQUEHUAYTA VILCA

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

INGENIERO ECONOMISTA

PROMOCIÓN 2015-I

PUNO - PERÚ

2017

**UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO
FACULTAD DE INGENIERÍA ECONÓMICA**

**“ACTITUD EMPRENDEDORA DE LOS ESTUDIANTES
UNIVERSITARIOS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL
DEL ALTIPLANO DE PUNO: 2016”**

TESIS

PRESENTADA POR:

BACH. SHEYLA MADELEI CHOQUEHUAYTA VILCA

Para optar el título de: Ingeniero Economista.

Aprobada por el Jurado revisor conformado por:



Presidente

: 


Dr. Felix Olaguivel Loza.

Primer miembro

: 


Mg. Adalberto Calsin Sanchez.

Segundo miembro

: 

Dr. Katia N Barrientos Paredes.

Director

: 

Dr. Manglio Aguilar Olivera.

ÁREA: ECONOMÍA DE LA EMPRESA Y MERCADOS
Tema: EMPRENDIMIENTO.

Fecha de Sustentación: 21/04/2017

DEDICATORIA

A Dios, por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

A mis padres por ser el pilar fundamental en todo lo que soy, en toda mi educación, tanto académica, como de la vida, por su incondicional apoyo perfectamente mantenido a través del tiempo.

AGRADECIMIENTO

A mi madre por darme su apoyo incondicional cuando menos los merecía pero más lo necesitaba... Por ser el apoyo más grande durante mi educación universitaria, ya que es mi motor para lograr mis metas y sueños. Por ser mi ejemplo a seguir... Mi más grande tesoro mi Mamá.

A mi padre por confiar siempre en mí, por enseñarme a seguir aprendiendo todos los días sin importar las circunstancias y el tiempo.

A mis abuelos Alejandrino y Victoria por brindarme su amor y su apoyo incondicional siempre.

A mi asesor Dr Manglio Aguilar Olivera quien hace posible la realización esta investigación; por su paciencia, tiempo y dedicación no solo como asesor también como docente mi más profundo agradecimiento.

A mi familia tíos, primos y sobrinos por alentarme a seguir adelante.

A mis amigas que siempre estuvieron conmigo en las buenas y en las malas.

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE DE FIGURAS

ÍNDICE DE CUADROS

RESUMEN	9
ABSTRACT	11
I. INTRODUCCIÓN	12
1.1. ENUNCIADO DEL PROBLEMA	14
1.1.1. PROBLEMA GENERAL	14
1.1.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS	14
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA.....	15
2.1. ANTECEDENTES	15
2.2. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL.....	22
2.2.1. MARCO TEÓRICO	22
2.2.2. MARCO CONCEPTUAL	47
2.2.3. OBJETIVOS DEL ESTUDIO	50
2.2.4. HIPÓTESIS.....	50
2.2.5. VARIABLES	51
III. MATERIALES Y MÉTODOS	54
3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN	54
3.2. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	55
3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	57
3.4. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	59
3.5. ÁMBITO DE ESTUDIO	63
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	66

4.1. CARACTERÍSTICAS SOCIOECONÓMICAS DE ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO.	66
4.2. INFLUENCIA DE LOS CURSOS (MATERIAS) EN EL EMPRENDIMIENTO DE LOS ESTUDIANTES.....	72
4.3. OBSTÁCULOS PARA EL EMPRENDIMIENTO EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS.	76
4.4. EMPRENDIMIENTO.	79
4.4.1. NIVEL DE EMPRENDIMIENTO	82
4.5. ANÁLISIS ECONÓMICO.....	83
4.5.1. INGENIERÍA AGROINDUSTRIAL.....	84
4.5.2. INGENIERÍA ECONÓMICA	86
4.5.3. CIENCIAS CONTABLES.....	87
4.5.4. ADMINISTRACIÓN.....	89
4.5.5. ODONTOLOGÍA	90
4.5.6. ANÁLISIS GENERAL.....	91
CONCLUSIONES	93
RECOMENDACIONES	96
REFERENCIAS	98
ANEXOS.....	104

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Macro localización del ámbito de estudio	64
Figura 2: Micro localización del ámbito de estudio	64
Figura 3: Nivel socioeconómico de estudiantes de la universidad nacional del altiplano 2016, según ingreso familiar 2016.....	68
Figura 4: Nivel socioeconómico de estudiantes de la universidad nacional del altiplano 2016, según ingreso familiar 2016.....	69
Figura 5: Nivel socioeconómico de estudiantes de la universidad nacional del altiplano 2016, según ingreso familiar 2016.....	72
Figura 6: Plan de estudios y emprendimiento en estudiantes universitarios	76
Figura 7: Obstáculos para el emprendimiento en estudiantes universitarios	79
Figura 8: Nivel de emprendimiento.....	83

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Evolución del emprendimiento.....	25
Cuadro 2 Los diferentes enfoques del emprendimiento	28
Cuadro 3: Perfil del emprendedor.....	34
Cuadro 4: Modelo econométrico.....	57
Cuadro 5: Muestra.....	58
Cuadro 6: Muestra estratificada.....	59
Cuadro 7: Clasificación de escuelas profesionales, según el semestre de estudiantes de la universidad nacional del altiplano 2016	67
Cuadro 8: Clasificación de la edad, según genero en estudiantes de la universidad nacional del altiplano 2016	69
Cuadro 9: Clasificación de hogares por ingresos, según estrato socioeconómico de estudiantes de la universidad nacional del altiplano 2016.....	71
Cuadro 10: Plan de estudios y emprendimiento en estudiantes universitarios.....	73
Cuadro 11: Obstáculos para el emprendimiento en estudiantes universitarios	77
Cuadro 12: Nivel de emprendimiento de los estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano 2015	81
Cuadro 13: Medición del nivel de emprendimiento.....	82
Cuadro 14: Nivel de emprendimiento de los estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano	82

Cuadro 15: Modelo econométrico en estudiantes de ingeniería agroindustrial	84
Cuadro 16: Modelo econométrico en estudiantes de ingeniería económica	86
Cuadro 17: Modelo econométrico en estudiantes de ciencias contables	87
Cuadro 18: Modelo econométrico en estudiantes de administración	89
Cuadro 19: Modelo econométrico en estudiantes de odontología	90
Cuadro 20: Modelo econométrico general en estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano	91

RESUMEN

La investigación tiene como objetivo determinar qué factores son importantes para el desarrollo de la iniciativa emprendedora en Estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano de Puno, para el periodo 2016, analizando clasificación de Hogares por Ingresos y Estrato Socioeconómico, el plan de estudios y los obstáculos para el emprendimiento. La metodología empleada fue la descriptiva-explicativa, para una muestra de 228 estudiantes universitarios. Como resultados se obtuvo que el 37,7% de hogares, tienen el nivel socioeconómico de Clase Baja (C), y el 15,4% se encuentran en la Clase Media (B) y Alta. Por otro lado, los estudiantes, consideran, que los planes de estudios de su escuela profesional tienen asignaturas que formen a los alumnos para ser emprendedores. Otros consideran que, en el plan de estudios de su escuela, no existen estrategias metodológicas para ingresar al mercado laboral al término de sus estudios. Los obstáculos más significativos fueron el riesgo económico, falta de capital inicial, y el desconocimiento sobre regulaciones para poner en marcha una empresa. De hecho y, en consecuencia, a través del análisis econométrico, las variables que determinan el Emprendimiento en los estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano y, al 1% de significancia son la Experiencia laboral (EL) y el Contacto con nuevos emprendedores (CE); mientras al 5% de nivel de significancia, la variable Familiar emprendedor (FE). Cabe mencionar, que el coeficiente de determinación $R^2 = 0,268$; significa que, 26,8% de la variación en la actividad emprendedora de los estudiantes universitarios, se explica por las variables exógenas (CUR, SEM, G, ED, EL, FE, CHE y CE). Sin embargo, un R^2 bajo, no significa que el modelo sea necesariamente malo.

Palabras clave: Actitud emprendedora, emprendimiento, factores socioeconómicos, plan de estudios, obstáculos, Universidad Nacional del Altiplano.

ABSTRACT

The research aimed to determine what factors are important for the development of entrepreneurship initiative in Students of the National University of the High Plateau of Puno, for the period 2016, analyzing the classification of Households by Income and Socioeconomic stratum, curriculum and obstacles For the enterprise. The methodology used was descriptive-explanatory, for a sample of 228 university students. As results it was obtained that 37.7% of households have low socioeconomic status (C), and 15.4% are in the middle class (B) and high. On the other hand, the students, consider, that the curricula of their professional school have subjects that form the students to be entrepreneurs. Others believe that there are no methodological strategies in the school curriculum to enter the labor market at the end of their studies. The most significant obstacles were economic risk, lack of initial capital, and lack of knowledge about regulations to start a business. In fact, and consequently, through the econometric analysis, the variables that determine the Entrepreneurship in students of the National University of the Altiplano and to 1% of significance are the Work experience (EL) and the Contact with new entrepreneurs (CE); While at 5% level of significance, the family entrepreneurial variable (FE). It should be noted that the coefficient of determination $R^2 = 0.268$; Means that 26.8% of the variation in the entrepreneurship activity of university students is explained by exogenous variables (CUR, SEM, G, ED, EL, FE, CHE and CE). However, a low R^2 does not mean that the model is necessarily bad.

Keywords: Entrepreneurial attitude, entrepreneurship, socioeconomic factors, curriculum, obstacles, Universidad Nacional del Altiplano.

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad existe un creciente interés hacia el emprendimiento, tanto desde el ámbito académico como empresarial. En las últimas décadas se ha hecho evidente la importancia que tiene el fenómeno emprendedor en la economía y sociedad actuales, tanto por el desarrollo económico y social que supone para las regiones, como por su contribución para atenuar los problemas de desempleo, y de mejora de la competitividad de las regiones, (Porter, 1991). Por ello, a lo largo de los últimos años, la consideración y el apoyo dados desde los ámbitos sociales, políticos y académicos a la creación de empresas han sido muy reseñables.

El emprendimiento ha sido considerado por varios teóricos como una iniciativa innovadora individual, ya que es la actitud y aptitud que toma un individuo para iniciar un nuevo proyecto a través de ideas y oportunidades. El emprendimiento es un término muy utilizado en el ámbito empresarial, en virtud de su relacionamiento con la creación de empresas, nuevos productos o

innovación de los mismos. Esta palabra es de origen francés “entrepreneur” que significa “pionero”.

El emprendimiento, estudiado desde el ámbito académico, está en una fase inicial por lo que se puede decir que aún es un campo que no está suficientemente explorado. Hoy en día está generalmente aceptado que la universidad es un instrumento importante en la generación de conocimientos, y que esto supone un desarrollo económico y social para las regiones. Además, distintas investigaciones sostienen que la educación es un factor muy importante para construir el espíritu emprendedor en la mente de las personas (Davidsson, 1995) y que la educación influye en las intenciones emprendedoras

Por otro lado, los emprendedores constituyen un factor fundamental para el desarrollo económico y social de los países por lo que la implicación de la Universidad en el fomento de la cultura emprendedora, es una realidad emergente en nuestro entorno y como se dijo anteriormente, el estudio de las intenciones emprendedoras es un campo del que aún falta mucho por investigar, es por lo que resulta de especial interés introducirse en el estudio de las intenciones emprendedoras desde el ámbito universitario. Esto es, investigar qué motivaciones tiene un estudiante universitario para emprender, por qué actúa del modo que lo hace, como influyen las características socioeconómicas; que obstáculos atraviesan y si los cursos (materias) que se dictan en la universidad influyen en el emprendimiento; en definitiva, cuál es el perfil que le conduce a tener una actitud emprendedora. Conociendo en profundidad estos datos se podría fomentar el espíritu emprendedor para así

potenciar la creación de nuevas empresas y en consecuencia el crecimiento del país y por ende la de la región.

En base a lo anterior podemos decir que la escasa actitud emprendedora es una preocupación local por lo que planteamos el siguiente enunciado:

1.1. ENUNCIADO DEL PROBLEMA

1.1.1. PROBLEMA GENERAL

¿Cómo es la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios de la Universidad Nacional del Altiplano de Puno: 2016?

1.1.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS

¿De qué manera influyen las características socioeconómicas de los estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano respecto al emprendimiento?

¿Cómo influyen los cursos (materias) en el emprendimiento de los estudiantes?

¿Cuáles son los principales obstáculos que atraviesan los estudiantes en crear su propia empresa?

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. ANTECEDENTES

Mostramos los siguientes antecedentes de otras investigaciones relacionadas a la nuestra:

Espí, Arana, Heras, & Díaz De Junguitu (2007), con su investigación “*Perfil Emprendedor del Alumnado Universitario del Campus de Gipuzkoa de la UPV/EHU*” las conclusiones más importantes a las que abordaron fueron:

- El perfil emprendedor del alumnado con formación específica en el ámbito de la dirección y la organización empresarial del Campus de Gipuzkoa de la UPV-EHU parece ser de tipo medio-bajo, al menos si se compara con el perfil obtenido en otros estudios empíricos realizados en otras Comunidades Autónomas del Estado.
- En cuanto a la transmisión familiar del espíritu emprendedor se ha detectado también una cuestión de gran interés, pues parece haberse

constatado la existencia de un efecto inverso que desalienta la creación de empresas en el caso de los descendientes directos de empresarios: las personas cuyos padres trabajan por cuenta propia se ven más reacios a trabajar en su propia empresa y existe una mayor proporción, casi un 40%, que muestra un mayor deseo para trabajar para la Administración Pública. Parece, en definitiva, que la experiencia familiar en actividades de emprendizaje tiene un efecto negativo en la proporción de encuestados que han elegido la opción emprendedora.

- Los aspectos más valorados por los encuestados para crear su propia empresa han estado relacionados con la posibilidad de poner en práctica sus propias ideas, la posibilidad de crear algo propio y, asimismo, la independencia personal, entendida como posibilidad de trabajar con mayor libertad de decisión y de acción. Por el contrario, aspectos como la tradición familiar y prestigio o status social del empresariado, parecen tener una influencia muy reducida.
- En cuanto a los principales obstáculos valorados por los encuestados para crear su propia empresa, se señalan la falta de capital inicial y el riesgo demasiado elevado que se ha de asumir al comenzar una iniciativa empresarial.
- En relación a la preparación, la mayoría de los encuestados, consideran que tiene una preparación baja o muy baja y tan sólo un porcentaje reducido considera que tiene una preparación alta o muy alta. Pese a que el alumnado encuestado considera que en conocimientos tienen una preparación mejor que en contactos y experiencia, una de las principales

barreras con que se pueden encontrar y que deberíamos intentar minimizar desde la Universidad es la falta de conocimientos y aptitudes para el emprendizaje.

- Arraut (2013), concluye en su investigación “*La Formación Empresarial y el Emprendimiento en Ingenierías de la Universidad Tecnológica de Bolívar*” lo siguiente:
- Sigue siendo una barrera en los jóvenes la falta de capital para iniciar la empresa o desarrollar la idea de negocio que tienen en mente. Pero, en términos generales de acuerdo a esto falta trabajar más el Emprendimiento, específicamente en desarrollar la mentalidad emprendedora de los jóvenes, para así poderlo encaminar no a obtener el mejor trabajo sino a que piensen y actúen hacia la creación de riquezas, ya que el 69.9% de los Egresados Encuestados, no tienen como proyecto de vida ser Empresario.
- En cuanto a los Egresados Empresarios de la Universidad Tecnológica de Bolívar, a pesar de que el porcentaje no es tan alto debido a que equivale al 20.81% de toda la población en estudio, esto no afecta el buen impacto que ha tenido el Programa de Emprendimiento en dichos Egresados Empresario, debido a que muchos de estos no se deciden a emprender sencillamente porque su proyecto de vida no está orientado hacia la creación de empresas, sino más bien a la generación de Empleos.
- Además, que el hecho de que ya el 20.81% de los Egresados tengan Actividades Empresariales, bien sea con dedicación total o parcial, es

una muestra del Éxito y del buen impacto que ha tenido el Programa de Emprendimiento. Resaltando que este porcentaje se hace aún más significativo debido a que la Materia Cátedra Empresarial no es optativa, es decir que esta cifra es sobre el total de Egresados y no sobre los Egresados que manifestaron interés sobre Creación de Empresas.

- Rodríguez & Prieto (2009), en su artículo de investigación “*La sensibilidad al emprendimiento en los estudiantes universitarios. Estudio comparativo Colombia-Francia*” concluyen:
- Los estudiantes colombianos identifican claramente el acto de emprender con los valores propios de su calidad de vida profesional. El empresarismo es visto como una forma muy respetable de ejercer la profesión. Es vital para las universidades y todas aquellas entidades estatales seguir cultivando esta creencia, profesionalizando los estímulos a través de ferias especializadas, capacitaciones puntuales y dándole una mayor exposición a la labor emprendedora en los medios de comunicación.
- Al analizar los resultados a la luz del modelo de comportamiento planificado de Ajzen, es posible identificar que los estudiantes colombianos perciben que la norma subjetiva impone en ellos una obligación moral para aportar algo útil a la comunidad. Un gran porcentaje de los encuestados considera que crear empresa les permitiría ayudar a sus semejantes. Desde esta perspectiva, el emprendimiento no solo es una alternativa laboral para quien emprende, sino que se cumple con una función social, la cual está representada

básicamente en la capacidad de una iniciativa emprendedora para generar empleo.

- Los estudiantes colombianos, en comparación con los estudiantes franceses, se perciben con una mejor actitud hacia el emprendimiento. Identifican claramente una correlación positiva entre una carrera emprendedora y los valores deseados en la calidad de vida; adicionalmente, consideran que una empresa propia les permitiría lograr esa calidad de vida.
- Romo, Quevedo, & Herrera (2013) en su investigación titulada “*Desarrollo de los Programas de Emprendedores en diferentes Instituciones de Educación Superior*” concluyen lo siguiente:
- Se puede observar del total de carreras que se imparten en la UAA¹, 56 distribuidas en siete Centros Académicos, se tienen 12 carreras que imparten de manera curricular al menos una materia relacionada con emprendedores, y representan un 21.43%. En la UAA las acciones que se han emprendido son además del programa Emprendedor Institucional el cual es optativo para que los alumnos puedan cubrir parte de sus créditos en Formación Humanista, independiente a ello se tiene la Dirección General de Vinculación, en la cual se encuentra la Unidad de Negocios en la cual pueden participar alumnos o sociedad en general interesados en hacer la incubación de algún proyecto de negocios.

¹ Universidad Autónoma de Aguascalientes.

- En cuanto a la UASLP², se observa un porcentaje bajo de programas para una formación emprendedora y éstos se encuentran en la Facultad de Contaduría y Administración, que inicialmente fueron al igual que en la UAA, la Facultad y Centro Académico que acogieron el programa emprendedor en la carrera de Contaduría y Administración de Empresas, aunque en la UAA, tuvo un impacto mayor y fue integrado dentro de la currícula de algunos otros programas, ambas Instituciones han tratado de ofrecer a través Institucional una formación emprendedora de manera que todas sus carreras tengan acceso al conocimiento de metodologías para el emprendimiento de negocios así como cursos motivacionales que fomenten el mismo. La siguiente fase de esta investigación es tener la evidencia empírica tanto con alumnos como egresados para identificar la cultura emprendedora en ambas instituciones.

- Morales (2010) en su investigación titulado “*El Emprendedor Académico: Su Perfil y Motivaciones para Convertirse en Empresario*” concluye con lo siguiente:

- Los emprendedores académicos españoles son investigadores de alto estatus, una amplia experiencia investigadora y con un nivel de calidad científica superior a la media del colectivo de investigadores de las universidades públicas. En general, este perfil se corresponde con el de los emprendedores académicos de otros contextos como el estadounidense, el canadiense, el italiano y el finlandés.

² Universidad Autónoma de San Luis Potosí.

- En términos generales, los resultados sugieren que el perfil de los emprendedores académicos es diferente al de los emprendedores ajenos al contexto académico. Las diferencias radican principalmente en que la mayoría de ellos no cuentan con modelos de rol empresariales entre sus familiares cercanos, carecen de experiencia en la creación de empresas y su decisión de hacerlo es más bien espontánea. El único aspecto en que los emprendedores académicos no presentan grandes diferencias con sus homólogos de otros contextos radica en el nivel de percepción del riesgo asociado a la creación de empresa, ya que no consideran estar asumiendo riesgos importantes.
- Las motivaciones relacionadas con el conocimiento tienen un papel prioritario para el investigador cuando decide crear su empresa. El deseo de aplicar el conocimiento y los problemas para la transferencia en el entorno próximo son aspectos que han sido fundamentales en la decisión de emprender. Es decir, la creación de la spin-off ha estado motivada por la misma fuerza motora que ha marcado el desarrollo de carrera profesional del investigador: el conocimiento. No obstante, es importante cuestionarse acerca del efecto de esta motivación sobre la supervivencia y crecimiento de las empresas, puesto que una de las debilidades más importantes de las empresas basadas en la tecnología es la tendencia a enfocarse en aspectos técnicos que van en detrimento del aspecto empresarial del negocio. Igualmente, es importante que las políticas de desarrollo de las spin-offs se encuentren acompañadas de una adecuada evaluación de la capacidad de gestión de tales compañías con el fin de ayudar a compensar una posible deficiencia. En

este sentido mediante la búsqueda y contratación de personal formado a tal fin, como lo es la incorporación de “emprendedores sustitutos” o socios que provengan del entorno empresarial.

- En síntesis, se puede afirmar que el fenómeno de generación de spinoffs en España surge y se fortalece por el deseo de los emprendedores académicos de continuar con su labor investigadora más que por el deseo de convertirse en empresarios. Este hecho proyecta a los promotores de spinoffs como académicos emprendedores que, mediante sus acciones para el desarrollo del conocimiento, consiguen que estas nuevas organizaciones (spin-off) actúen como unidades periféricas no tradicionales en el marco de la universidad emprendedora.

2.2. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

2.2.1. MARCO TEÓRICO

EMPREDIMIENTO

El Diccionario de la Real Academia de Lengua Española incorpora el término “emprendedor” pero no como nombre sino como adjetivo para referirse al “que emprende con resolución acciones dificultosas o azarosas”.

El “entrepreneurship” nace en Estados Unidos como una disciplina metodológica y cultural cuyo objetivo es impulsar a los emprendedores y a la creación de empresas. Se ha intentado encontrar un vocablo español que sintetizara a la perfección el término anglosajón que se venía utilizando hasta el momento. Veciana afirma que el término “entrepreneurship” engloba tres conceptos – empresario, función empresarial y creación de empresas – y que es de difícil traducción al castellano (Veciana, 1999).

Filológicamente, el término inglés “entrepreneurship” proviene de agregar la terminación “ship” a la palabra “entrepreneur”. La terminación “ship” indica el aspecto genérico de un término. Así pues, si asumimos que la traducción de “entrepreneur” es la de empresario, “entrepreneurship” debe hacer referencia a todo lo concerniente a empresario, su función y a la creación de empresas. Así pues, podemos utilizar la palabra “entrepreneur” o “emprendedor” para designar al empresario y su derivado “entrepreneurship” o “emprendimiento” para referirnos a las competencias, comportamientos y habilidades que requieren los emprendedores, pero también al fenómeno de creación de empresas y a la función empresarial incipiente.

La palabra emprendimiento proviene de la raíz emprender, que significa “Acometer y comenzar una obra o empresa”. Es un rasgo distintivo de un individuo o una institución, es una conducta y su base es conceptual y teórica no meramente intuitiva (Petit, 2007).

Un emprendimiento para que sea de calidad debe constituirse en procesos virtuosos que generen más beneficios que costos y que potencialmente agreguen valor y sustentabilidad a la actividad (Petit, 2007).

El emprendimiento ha sido considerado por varios teóricos como una iniciativa innovadora individual siendo Schumpeter (1911) a lo largo de su obra uno de los primeros y más importantes en asociar innovación con emprendimiento), en la cual son las características propias del emprendedor las que determinan en mayor medida su propensión a desarrollar proyectos empresariales y, por ende también, el éxito o fracaso de sus iniciativas productivas (Gartner, 1985).

También se ha constituido en un área del saber, la cual ha tomado un profundo interés en el campo del desarrollo empresarial en países de economías emergentes, puesto que se percibe como una oportunidad para apalancar el desarrollo económico y social de las comunidades Bonilla Ricardo & Garcia Restrepo (2014).

El emprendimiento es un término últimamente muy utilizado en todo el mundo. Aunque el emprendimiento siempre ha estado presente a lo largo de la historia de la humanidad, pues es inherente a ésta, en las últimas décadas, este concepto se ha vuelto de suma importancia, ante la necesidad de superar los constantes y crecientes problemas económicos.

El emprendimiento permite explorar oportunidades, buscar recursos que sirvan para crear valor en diferentes ámbitos sociales como la educación, medio ambiente, salud, comercio, derechos humanos, etc. Y a la vez crean un efecto positivo en la economía, a través de la generación de empleo, distribución de las utilidades en el caso de las empresas (Moreno Paredes, 2015).

Cuadro 1: Evolución del emprendimiento.

Año	Idea
Edad Media	Persona a cargo de proyectos de gran escala
Siglo XVII	Persona que asume riesgo, utilidades y pérdidas en contratos con el Estado.
1725	Cantillon señala que es una persona que asume riesgos, siendo diferente a un proveedor de capital.
1803	Jean Baptiste Say ganancias del emprendedor separadas de las ganancias del capital.
1876	Francis Walker, distinción entre aquellos que dan fondos y reciben intereses y aquellos que reciben utilidades por sus capacidades administrativas.
1934	Joseph Schumpeter, el emprendedor es un innovador y desarrollador de tecnología.
1961	David McClelland, el emprendedor es un enérgico y tomador de riesgos moderado. 1964 Peter Drucker, el emprendedor maximiza oportunidades
1975	Albert Shapero, el emprendedor toma iniciativas, organiza mecanismos sociales y económicos, aceptando el riesgo de fallar.
1980	Karl Vesper, el emprendedor ve diferente a los economistas, los psicólogos, los empresarios y los políticos
1983	Gifford Pinchot, es alguien que tiene establecida una organización
1985	Robert Hisrich, emprendimiento es el proceso de crear algo con valor diferente, aplicando el tiempo y esfuerzo necesario, asumiendo el acompañamiento financiero, psicológico, y los riesgos sociales, recibiendo las recompensas monetarias y la satisfacción personal.

Fuente: Elaboración propia.

Al revisar la literatura sobre el emprendimiento, Flores y Méndez (2010) evidencian que no existe claridad con respecto a las principales categorías y conceptos que se deben tomar en consideración para que adquieran una validez común. Para corroborar la palabra dicha, cabe señalar que es una

generalidad encontrar que la palabra emprendimiento es utilizada para traducir el término “entrepreneurship”, que se usa tanto en inglés como en francés. Asimismo, en lengua española se utilizan diversas acepciones de dicho término, en general se utiliza como empresariedad, emprendimiento, emprendedorismo, espíritu emprendedor, actitud empresarial, entre otros.

Por otro lado, este término ha sido utilizado para resaltar aquellas personas que tienen iniciativa para crear una nueva empresa o proyecto, término que después fue aplicado a empresarios que fueron innovadores o agregaban valor a un producto o proceso ya existente, esto último con el fin de alcanzar mayores logros en desarrollo de estas empresas que comienzan a incursionar en el mercado (Petit, 2007).

Con base en esta premisa, la esencia del emprendimiento tiene que ver no sólo con los procesos de gerencia del conocimiento sino también con los procesos de gerencia de innovación, cooperación y desarrollo. Así pues, la importancia y alcance del emprendimiento dependerá de las habilidades de una sociedad para gestionar y transferir la creación del conocimiento en forma estratégica y organizada con la finalidad de agregar valor económico y/o social (Petit, 2007).

Desde esta perspectiva Pereira (2007) respalda dicha postura, afirmando que la capacidad emprendedora se ha explicado en un contexto de resolución de problemas sociales aumentando el nivel de incertidumbre que acarrea dicho ejercicio para la persona que va a llevar a cabo su actividad emprendedora, es por esto que puede entenderse según la expresión de la conducta humana, razón por la cual se adopta una concepción holística

aceptando participación de diferentes ciencias convirtiéndose así en un ejercicio multidisciplinar de las ciencias sociales.

Es posible entender el emprendimiento desde cuatro enfoques: antropológico y psicológico, sociológico, geográfico y económico, teniendo en cuenta que éstos no agotan el estudio del objeto. En el enfoque antropológico-psicológico, la empresa al menos durante los primeros años de existencia surge desde el empresario, sus dimensiones individuales, sociales y familiares, su cultura, educación y formación; dentro de él ocurre un desarrollo cognitivo y reflexivo. Este enfoque se relaciona con el paradigma de Schumpeter, sobre el rol central del creador de la empresa, al menos durante sus primeros años. Como lo mencionan, por ejemplo, (Mcdougall, Shane, & Oviatt, 1994).

El emprendimiento es aceptado como un proceso mediante el cual a partir de una idea innovadora se generan bienes, procesos y nuevos servicios que provocan un impacto positivo en el desarrollo productivo y socio-cultural de la sociedad. Además, para lograrlo se necesitan personas caracterizadas por una actitud hacia la incertidumbre, sin saber con certeza qué esperar, creativas, motivadas, innovadoras, flexibles, dinámicas, capaces de asumir riesgos, entre otros aspectos (Flores & Méndez, 2010).

Al respecto Vera (2004), señala que existe coincidencia en cuanto a que se trata de un fenómeno social y económico complejo, en el que intervienen tanto los individuos, los emprendedores, que serían los agentes del cambio y la innovación, y una serie de factores culturales, sociales, económicos, y, en general un entorno que caracterizarían al proceso de cambio. Asimismo, el autor asume que un proceso emprendedor comienza a partir de una idea

innovadora, la cual genera bienes, procesos y servicios nuevos, que provocan un impacto positivo en el desarrollo productivo y socio-cultural de la sociedad.

El emprendimiento ha sido abordado desde la economía, la sociología y la psicología, como disciplinas que influyen en el individuo en el momento de optar por el emprendimiento como alternativa que le permita desenvolver sus capacidades en el entorno sociocultural con el fin de crear empresa según Álvarez & Urbano (2011)

Cuadro 2: Los diferentes enfoques del emprendimiento.

Enfoque	El Empresario	La Empresa o la Organización	El Entorno o el Medio Territorial
Antropologico, psicologico o del comportamiento	Sus características (sus rasgos)	Personal y centralizada.	Mal o no, tomando en cuenta.
Sociologico	Un creador de organización.	En relacion con otras organizaciones y la sociedad	La organización en parte del tejido industrial.
Geografico o de economia regional	Uno de los principales actores, mas no el unico.	Un elemento que puede ser de diversificacion o no serlo.	Fuentes vinculos entre el medio y el emprendimiento.
Economico	El empresario como simple agente economico.	Una parte de a estructura industrial y una respuesta a necesidades del mercado.	El dinamismo de la empresa surge de la coyuntura y de otros ciclos economicos de mediano y largo plazo.

Fuente: Julien (2005)

Los desencadenadores personales o sociales para el emprendimiento pueden identificarse con motivaciones, habilidades y oportunidades. Las motivaciones no son claras y precisas, pero si existe deseo, satisfacción, afirmación, independencia y autonomía. En las habilidades se espera que el emprendedor sepa dirigir y organizar habilidades que se mejorarán en la marcha. La oportunidad, requiere tomar decisión sobre hechos inadvertidos por otros, reaccionar ante una necesidad que está ahí, pero nadie la ha atendido, son llenadores de aire porque toman una oportunidad y la transforman (Julien, 2005).

Respecto a los tipos de empresarios, la OCDE (2003) señala que existen pocos empresarios aventureros. Tomando en cuenta el riesgo y la incertidumbre, el .25% son heroicos, el 12.5% buscan el crecimiento, el 37.5% buscan estimular el cambio continuo, el 25% son emprendedores nacientes y el 25% restante son tradicionales (Julien, 2005)

Autores como Veciana (1999) o Urbano (2007) afirman que el emprendimiento, estudiado desde el ámbito académico, está en una fase inicial o emergente por lo que se puede decir que aún es un campo que no está suficientemente explorado. Hoy en día está generalmente aceptado que la universidad es un instrumento importante en la generación de conocimientos, y que esto supone un desarrollo económico y social para las regiones como señalan Dasgupta y David (1994) y Chrisman, Hynes y Fraser (1995). Además, distintas investigaciones sostienen que la educación es un factor muy importante para construir el espíritu emprendedor en la mente de las personas (Lee et al. 2006; Davidsson, 1995; Liñán y Chen, 2006; Kolvereid y Isaksen, 2006) y que la educación influye en las intenciones emprendedoras (Collins et al. 2004).

El emprendimiento como concepto no ha logrado unanimidad en la comunidad de expertos y académicos, pero en general se relaciona con la creación de algo nuevo y de manera específica a la creación de nuevas empresas, pero también se relaciona con la capacidad de detectar oportunidades de negocio, acceder a ella y explotarla Calderón y otros (Calderón, y otros, 2012).

El emprendimiento hoy en día, ha ganado una gran importancia por la necesidad de muchas personas de lograr su independencia y estabilidad

económica. Todo esto, sólo es posible, si se tiene un espíritu emprendedor. Se requiere de una gran determinación para renunciar a la “estabilidad” económica que ofrece un empleo y aventurarse como empresario. El emprendimiento es el salvador de muchas familias, en la medida en que les permite emprender proyectos productivos, con los que puedan generar sus propios recursos, y les permita mejorar su calidad de vida. Sólo mediante el emprendimiento se podrá salir triunfador en situaciones de crisis. El emprendimiento es el mejor camino para crecer económicamente, para ser independientes, y para tener una calidad de vida acorde a nuestras expectativas (Sandoval, 2015).

El emprendimiento es aquella actitud y aptitud de la persona que le permite emprender nuevos retos, nuevos proyectos; es lo que le permite avanzar un paso más, ir más allá de donde ya ha llegado. Es lo que hace que una persona esté insatisfecha con lo que es y lo que ha logrado, y como consecuencia de ello, quiera alcanzar mayores logros.

El emprendimiento es el salvador de muchas familias, en la medida en que les permite emprender proyectos productivos, con los que puedan generar sus propios recursos, y les permita mejorar su calidad de vida. Sólo mediante el emprendimiento se podrá salir triunfador en situaciones de crisis. El emprendimiento es el mejor camino para crecer económicamente, para ser independientes, y para tener una calidad de vida acorde a nuestras expectativas.

EMPRENDEDOR

Castillo (1999) hace el análisis de cómo siendo la palabra emprendedor proveniente del francés entrepreneur (pionero), fue utilizada inicialmente para

referirse a aventureros como Colón que se venían al Nuevo Mundo sin saber con certeza que esperar, y cómo hoy en día, es esta misma actitud hacia la incertidumbre la que caracteriza al emprendedor. Actualmente dicho término ha sido relegado únicamente a aquellos empresarios innovadores.

A partir de las ideas planteadas por Turgot (1766) y Jean-Baptiste Say (1803) inició su estudio haciendo una distinción entre el capitalista y el emprendedor, así como entre el proveedor de capitales y el coordinador del proceso de generación de riqueza Filion (2003).

Jean-Baptiste (1803) asocia al emprendedor con la innovación al considerarlo un agente de cambio. Así fue el primero en definir el conjunto de parámetros de lo que hace el emprendedor en su sentido actual (por ello muchos lo consideran el iniciador del estudio del emprendimiento).

En muchos ámbitos se ha venido asumiendo el uso del término emprendedor, como un sinónimo de empresario, dicha constante se debe a la influencia anglosajona. En efecto, en inglés el término «entrepreneur» significa y desde siempre se ha traducido al español por «empresario», no por «emprendedor». En los países de habla inglesa, al no disponer de un término anglosajón propio, se utiliza el francés «entrepreneur». Este hecho tiene su origen histórico por haber sido precisamente un economista francés, Jean-Baptiste Say (1767-1832), el primero que desarrolló magistralmente el concepto de empresario como sujeto económico distinto del capitalista.

Schumpeter (1991) en la década del treinta del siglo XX hasta la actualidad, se reconoce la importancia del rol del emprendedor como estimulante de la economía y su contribución en la actividad innovadora, por lo

que existe un amplio interés en los últimos veinte años por conocer los factores que inciden favoreciendo, o alternativamente, obstaculizando el proceso emprendedor (Kantis, Angelelli, & Gatto, 2000).

Ser emprendedor significa ser capaz de crear algo nuevo o de dar uso diferente a algo ya existente y de esa manera generar un impacto en su propia vida y en la comunidad en la que habita, es suficientemente flexible como para adaptar ideas, posee la creatividad necesaria para transformar cada acontecimiento en una oportunidad. Se puede decir que un empresario puede y debe ser emprendedor, pero no necesariamente un emprendedor es empresario (Gartner, 1989).

La dimensión de emprendedor es la que permite al ser humano la propia percepción del marco de medios y recursos, que constituye el punto de partida para la maximización; esta es la parte creativa y activa del ser humano, la verdadera parte humana y rica del individuo (Krizner, 1998).

El término emprendedor ha sido a menudo aplicado al fundador de un nuevo negocio o a la persona que inicia una nueva empresa donde antes no había ninguna según Gartner (1985), Desde este punto de vista, cualquiera que hereda o compra una empresa ya existente, o los gestores y directores que como empleados dan la vuelta a una empresa no son por definición emprendedores. Otros investigadores reservan el término emprendedor para aplicar solo a la actividad creativa de innovador. Con esta última definición la mayoría de los que persigue actividades emprendedoras serían excluidos.

El emprendedor es un individuo que crea y gestiona una empresa con el propósito principal de obtener beneficios, desarrollo y crecimiento (profit ad

growth). El emprendedor se caracteriza principalmente por tener un comportamiento innovador y por emplear prácticas de gestión estratégica en su empresa. Por su parte, el empresario de una pequeña empresa es un individuo que crea y gestiona una empresa con el propósito principal de promover y conseguir objetivos personales. La empresa con el propósito principal de promover y conseguir objetivos personales. La empresa es la principal fuente de ingresos y consume la mayor parte de recursos y tiempo de esta persona. El propietario percibe que la empresa es una extensión de su personalidad estrechamente ligada a los deseos y necesidades de la familia (Gartner, 1985).

Las universidades deben ser estimuladas y asistidas para que adopten un papel clave en el campo de la promoción del desarrollo emprendedor, tal como se observa a nivel internacional (Rodríguez R. A., 2009).

Cuadro 3: Perfil del emprendedor.

CARACTERISTICAS	Autor – Año
Deseo de independencia	Anna, Chandler, Jansen y Mero (200); Barredo y Llorens(1993); Collis, Moore y Unwala (1988); Duchéneaut y Orham (1998); Feesen y Dugan (1989); García y Wandoseeel(2004); Genesca y
Gusto por el riesgo	De Pablo y Bueno (2004); Díez de Castro et al (1995); Douglas y Shepherd (1997); Dubini (1988); Smith, Backerd y Miner (1987).
Elevada necesidad de logro	Anna, Chandler, Jansen y mero (2000); Barredo y Llorens (1993); Box, White y Barr (1993); Collins, Moore y Unwala (1964); De Pablo y Bueno (2004); Díez de Castro et al (1995); Dubini (1988); Jenssen y
Alta necesidad de competencia	Box, White y Barr (1993); Davidsson (1988); De Pablo y Bueno (2004); Duchéneaut y Orham (1998); Feesen y Dugan (1989)
Preferencia por la innovación	Box, White y Barr (1993); Davidsson (1988); De Pablo y Bueno (2004); Duchéneaut y Orham (1998); Feesen y Dugan (1989)

Fuente: Elaboración propia.

La educación en espíritu empresarial combinada con los programas públicos de investigación reúne los ingredientes necesarios para unir la excelencia científica a la comercialización de los resultados (...) el emprendimiento es una forma de pensar, razonar, y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo de un liderazgo equilibrado de la creación de valor (Rodríguez R. A., 2009).

Las sociedades actuales requieren de la creatividad para seguir desarrollándose, especialmente en ámbitos empresariales, considerada como instrumento para avanzar en la competitividad y la mejora de la economía, por lo que en relación con las consideraciones expuestas el emprendimiento surge

como una actividad estratégica en el proceso educativo del entorno universitario, donde la búsqueda de nuevas formas de desarrollo económico y social requiere de cambios en la estructura curricular, generando efectos positivos (Calderon, 2014).

Por otro lado, todos somos emprendedores, según Héctor Navarrete, Editor de la Revista Ventas, quien reitera en su idea que cada persona es emprendedora, porque todos deciden alguna vez en su vida emprender en cualquier ámbito. Todos emprendemos algo en la vida, en la profesión, una idea, una familia, un sueño, etc. Se puede emprender en aquella actividad efectuada a través de un plan trazado con metas y objetivos. Algunos emprenden planes largos, ambiciosos y generan historia y cambios positivos, también existen emprendedores de eventos y planes negativos que han marcado la historia. Así mismo otros simplemente van más despacio realizando emprendimientos pequeños (Navarrete, 2010).

El estudio del perfil del emprendedor de América Latina muestra que es necesario hacer una primera distinción entre los emprendedores que manejan empresas de mayor tamaño y generan empleos para otros trabajadores, y aquellos que se vuelcan a la actividad empresarial de forma unipersonal. Los empleadores de la región, tal como sucede en las economías más desarrolladas, tienden a ser hombres, de mayor edad, con mayor experiencia laboral y nivel educativo que el resto de los trabajadores. Los trabajadores por cuenta propia en América Latina también tienden a ser individuos con mayor edad y experiencia laboral, pero se diferencian de los empleadores en que este grupo está conformado por una mayor proporción de mujeres e individuos con menor nivel educativo.

Aunque no es objeto de este trabajo profundizar en los fundamentos doctrinales de la iniciativa emprendedora, sí parece conveniente definirla como un conjunto de capacidades relacionadas con la identificación, formalización y explotación de oportunidades de negocio en un entorno socioeconómico y cultural determinado. La iniciativa emprendedora transforma retos en oportunidades, encontrando caminos para afrontar los cambios estructurales de los mercados y la sociedad con imaginación, capacidad para captar y hacer un uso eficiente de los recursos adaptando el tejido empresarial a las nuevas condiciones de la sociedad y del mercado (Pérez, 2016).

Por tanto, aunque no es fácil establecer relaciones entre la iniciativa emprendedora y el crecimiento económico, el informe GEM (Global Entrepreneurship Monitor) evalúa, desde hace ya varios lustros, la relación entre ambos indicadores para un amplio número de países y regiones encontrando una correlación directa y positiva entre ellos. Dicho informe concluye que los países que dedican una mayor tasa de su población a poner en marcha iniciativas empresariales son, precisamente, los que obtienen mayores tasas de crecimiento de su PIB.

Esta afirmación genérica admite muchas matizaciones dependiendo de múltiples factores relacionados con el grado de desarrollo del país, su política económica e industrial, su modelo productivo, el ciclo económico, etc., porque en los mercados se producen dinámicas independientes de entradas y salidas de empresas. Así, en épocas de bonanza se agudiza la iniciativa emprendedora, mientras que ésta desciende en tiempos de crisis obedeciendo al proceso schumpeteriano de la “destrucción creativa” inherente a todo

mercado en evolución³⁸. Y, en estas circunstancias, las empresas pequeñas, y de nueva creación, son las más vulnerables.

CARACTERÍSTICAS DE UN EMPRENDEDOR

Una vez definido el concepto de “emprendedor” y relacionándolo con los diferentes tipos de emprendedores, es importante mencionar que un emprendedor es un conjunto de características principales que definen su perfil, las mismas que determinaran a aquella persona llamada emprendedor/a. Para lo cual tomaremos como referencia el estudio de la Cooperación Técnica Alemana (GTZ) basado en la metodología CEFE “Competency based economies through formation of entrepreneurs” que busca el desarrollo de la competencia profesional en los emprendedores (Araque, 2009).

Para entender de mejor manera esta metodología, es necesario conocer la diferencia entre un valor y una competencia. El valor es la cualidad que se le da a un objeto y también es el resultado de la interpretación que hace sobre el mismo de acuerdo a la utilidad, deseo, importancia, interés sobre el objeto. Por otro lado, los valores son principios y creencias a partir de los cuales se juzgan las acciones humanas. Mientras que las competencias son las habilidades y destrezas necesarias para desempeñar un trabajo con éxito (Fronzizi, 1992).

De esta manera y bajo estas premisas podemos hacer un análisis de las competencias del emprendedor a nivel internacional. El economista ecuatoriano y máster en Gerencia Empresarial, Wilson Araque Jaramillo, con base en el estudio de Características Empresariales Personales (CEP) tomadas de la Cooperación Técnica Alemana (GTZ), desarrolló una lista de 10

valores y competencias que considera claves en todo emprendedor según (Araque, 2009).

a) Creatividad e Innovación:

Los emprendedores no solo se encargan de generar ideas, sino también de hacerlas realidad, sin acción no hay emprendimiento.

b) Autoconfianza en las capacidades:

Seguridad en lo que pueden hacer y enfrentar, no tienen dificultad en realizar un nuevo proyecto, no le temen a los riesgos.

c) Arriesgados en sus propuestas y acciones:

Sus proyectos por lo general necesitan la inversión de tiempo y dinero en entornos donde existe un cierto grado de incertidumbre.

d) Olfato para las oportunidades:

Tienen un alto nivel de observación e investigación, lo cual facilita encontrar nueva información relacionada con el negocio abriendo grandes oportunidades que el resto no ve.

e) Calidad y eficiencia:

Tienen el conocimiento de que las tareas tanto internas como externas de la empresa deben ser realizadas eficientemente y en poco tiempo, por lo tanto son capaces de omitir procesos innecesarios.

f) Persistentes en sus objetivos:

A pesar de encontrar obstáculos en el proceso de su empresa no se desaniman, muchas veces se han encontrado en caídas o quiebras, sin

embargo, el grado de superación y logro es más alto que les permite aprender de sus errores y continuar.

g) Puntualidad y compromiso:

Cumplen con las fechas y horas acordadas con clientes o proveedores en las diferentes actividades de la empresa ya sea internas o externas.

h) Planificación:

Para evitar caer en la improvisación, los proyectos que tienden a realizarse basados en la planificación son los que perduran en el futuro.

i) Evaluación en función de objetivos:

Evaluar el desempeño y rendimiento de la empresa y de sus empleados asegura el cumplimiento de los resultados planteados en un inicio.

j) Trabajo en equipo:

La generación de redes de apoyo interna como externamente permiten prevalecer el trabajo el carácter individual.

Estas son las competencias óptimas que según la Cooperación Técnica Alemana cada emprendedor debería tener, sin embargo, como lo analizamos anteriormente, existen diferentes tipos de emprendedores que no poseen las mismas competencias que otros, esto es lo que diferencia a cada uno de ellos y lo que los hace crear diferentes tipos empresas.

- Tiene un modelo, una persona que lo influencia.
- Tiene iniciativa autonomía, auto-confianza, optimismo, necesidad de realización.

- Trabaja solo. El proceso visionarlo es individual.
- Tiene perseverancia y tenacidad para vencer obstáculos.
- Considera al fracaso un resultado como otro cualquiera, pues aprende con los propios errores.
- Es capaz de dedicarse intensivamente al trabajo y concentra esfuerzos para alcanzar resultados.
- Sabe fijar metas y alcanzarlas; lucha contra patrones impuestos: se diferencia.
- Tiene la capacidad de descubrir nichos.
- Tiene siempre alto compromiso. Cree en lo que hace.
- Crea situaciones es para obtener feedback sobre su comportamiento y sabe utilizar tales informaciones para su mejora sabe buscar, utilizar y controlar recursos.
- Es un soñador realista es racional, pero usa también la parte derecha del cerebro.
- Crea un sistema propio de relaciones con empleados. Es comparado a un líder de banda, que da la libertad a todos los músicos, pero consigue transformar el conjunto en algo armónico, siguiendo un objetivo.
- Está orientado a los resultados, al futuro, al largo plazo.
- Acepta dinero como una de la medida de su desempeño.
- Teje redes de relaciones moderadas, pero utiliza intensamente como soporte para alcanzar sus objetivos; considera la red de relaciones internas más importantes que la externa.
- Conoce muy bien el ramo en que actúa.
- Cultiva la imaginación y aprende a definir visiones.

- Traduce sus pensamientos en acciones.
- Define que aprender para realizar sus visiones. Es pro-activo define lo que quiere y donde quiere llegar, después, busca el conocimiento que le permitirá alcanzar el objetivo.
- Crea un método propio de aprendizaje, aprende a partir de lo que hace; emoción y efecto son determinantes para explicar su interés. Aprende indefinidamente.
- Tiene algo de internalidad, que significa la capacidad de influenciar a las personas con las que trata y la creencia de que conseguirá provocar cambios en los sistemas en que actúa.
- Asume riesgos moderados; le gusta el riesgo, pero hace todo para minimizarlo. Es innovador y creativo, (Innovación es relacionado al producto. Es diferente de la invención, que puede no tener consecuencias en la creación de un producto).
- Tiene alta tolerancia a la ambigüedad y a la incertidumbre.
- Mantiene un alto nivel de conciencia del ambiente en que vive, usándola para detectar oportunidades de negocios.

Con esta información podemos resumir que las principales características que tienen una persona emprendedora son:

- Ser Perseverante

Es una persona dedicada a las ideas que tiene para poder poner en marcha su proyecto.

- Ser Innovador

Son personas muy creativas, que siempre gustan de los cambios, su mente siempre está evolucionando para hacer cosas distintas que sean aplicables en la sociedad.

- Ser Luchador

Se esfuerzan por vencer los obstáculos que encuentran día a día y por conseguir el fin que se propone.

- Ser Optimista

Mira los obstáculos que se le presentan de manera positiva ya que el fin es no ver los problemas como tales sino ver la solución.

- Tener capacidad de actuar y querer aprender.

Es decir que se debe conocer lo que se hace y esforzarse por aprender o que no sepamos. El emprendedor por naturaleza es una persona inquieta y debe demostrarlo de la mejor manera, con acción.

- Tener Confianza

Eso implica afrontar con ánimo las épocas menos buenas y tener claro en todo momento que nada se consigue en un día ni dos.

- Ser Paciente

El emprendedor debe de saber que crear y hacer crecer algo es un tema de plazos y que estos suelen ser largos. Las historias de éxito en poco tiempo o sin esfuerzo pueden existir, pero son la excepción a la regla y no el patrón general.

TIPOS DE EMPRENDEDORES

La Revista española Emprendedores publicó en agosto de 2009 el artículo “Los ocho tipos de emprendedores”, un escrito basado en el estudio de la consultora “People Excellence”, el cual combina tres factores: las cualidades necesarias

para emprender con éxito; las motivaciones para iniciar un negocio y la solución que se da una vez detectada la oportunidad. Isabel García, autora del artículo, indica que los tipos de emprendedores se basan en cómo responden a las circunstancias, ya que no es lo mismo satisfacer una necesidad actual que potenciar una existente. De la misma manera se desarrollan emprendedores por azar, y otras veces el emprendedor necesitará de mucho análisis y desarrollo. Estas son las características de cada categoría identificadas con un personaje (García, 2011):

a) Howard Hughes, el visionario:

Este emprendedor puede realizar diferentes tareas y hacerlas todas correctamente. Hughes construyó su primera emisora de radio con ocho años de edad y a los 12 su primera bicicleta motorizada. También fue aviador, industrial, inventor, es decir, multiemprendedor que siempre está buscando en dónde hacer negocios. Este tipo de emprendedores son muy arriesgados y versátiles en cualquier entorno. Son comunicativos y persuasivos en sus actividades, entre otras características los califican como vocacionales y pasionales lo que les permite no tener temor al riesgo. En cuanto a sus debilidades esta la falta de constancia, pues tienden a abrir muchas puertas y pero no cierran ninguna.

b) Robinson Crusoe, emprender por necesidad:

Emprenden por necesidad o porque no están satisfechos con su situación profesional o económica y deciden buscar nuevas alternativas. Este tipo de emprendedores son muy cautelosos cuando tienen que enfrentar al riesgo por lo que suelen tomar proyectos pequeños. Explotan al máximo su desempeño intelectual desarrollando agudamente su olfato para las

oportunidades. Además, son constantes y tenaces lo que los lleva a encontrar mejores maneras de subsistir. Tienen muy identificado el valor del esfuerzo individual y el papel del trabajo en el desarrollo humano y económico. Ante sus debilidades; piensan que la actividad emprendedora los elige a ellos, por lo que les toma tiempo desarrollar el emprendimiento. De igual manera les afecta fácilmente la primera caída económica que se les pueda presentar.

c) El Tío Rico, el empresario inversionista:

Este personaje busca la rentabilidad, ante todo, tienen una visión excepcional para salir indemne de todas las crisis. Estos emprendedores tienen un capital y deciden crear una compañía o comprar una para luego venderla. Por eso son como Tío Rico, siempre están contando sus monedas, siempre acumulando el dinero.

Como su búsqueda constante de la rentabilidad es tan alta, esto ocasiona que presenten miedo al riesgo los lleve a desistir de grandes proyectos, ya que la sola búsqueda de hacer dinero rara vez estimula lo suficiente como para seguir creyendo en un negocio una vez que se hallan obstáculos.

d) Sherlock Holmes, el rastreador de nuevas oportunidades:

El emprendedor con una lupa en mano, como si fuese Sherlock Holmes, se dedica a analizar el mercado en busca de necesidades. Posee una mente analítica que le permite percibir los mínimos detalles para realizar las cosas de manera práctica y por lo general su instinto bien desarrollado le permite obtener conclusiones insospechadas. Estos emprendedores

son muy inquietos llevándolos a experimentar en varios campos y disciplinas. Una de sus debilidades es la tendencia al exceso de análisis, esta característica disminuye el don de gente volviéndolos fríos y menos comunicativos.

e) Forrest Gump, el emprendedor por azar:

En la película Forrest Gump, este personaje se limpia el rostro lleno de barro con una toalla, y aparece el símbolo de los famosos “Smile”, y hace mucho dinero con esta idea. Este es el emprendedor por casualidad o por accidente quien tiene una clara visión del mercado y lo adapta fácilmente a los cambios que este pueda presentar. En los mercados con un alto grado de ineficiencias se presenta el emprendedor por azar quien lanza un producto por casualidad y los exitosos son inesperados. Su debilidad es tener un bajo nivel de decisión para arrancar el proceso, por eso, les falta involucramiento y mucha pasión de emprendimiento.

f) Preston Tucker, el especialista:

Estos emprendedores tienen un perfil muy técnico y especialista como el famoso Tucker, empresario y diseñador de automóviles, quien trabajó toda su vida en empresas de automoción hasta desarrollar los conocimientos suficientes para hacer realidad el sueño de crear su propio auto. Su capacidad visual le permite determinar y conocer el origen del error y encontrar la forma de solucionarlo a través de hacer algo diferente. Son individualistas y como son especialistas se enfocan en una sola área y descuidan el buen funcionamiento de otros departamentos de su empresa.

g) Ernest Shackleton, el empresario persuasivo:

Este emprendedor tiene una gran capacidad de influencia sobre las personas. Es capaz de convencer a todos sus colaboradores y llevarlos hacia un mismo objetivo. Por ejemplo, el explorador Shackleton, quien reunió a 28 expedicionarios a una aventura y les advirtió de que no garantizaba el regreso con vida de ninguno de los integrantes del este grupo. Se caracterizan por tener pequeñas empresas especializadas en un solo sector. Tienen una fe inquebrantable en sí mismos y en su proyecto, son perseverantes, no se desmotivan fácilmente lo que les permite llegar sin dificultad a las personas. Su personalidad puede influenciar en sus seguidores a que sigan al líder y dejen a un lado el verdadero objetivo organizacional.

h) Erin Brockovich, el empresario intuitivo:

La intuición es la característica de este tipo de emprendedor. En este caso la abogada Erin Brockovich tuvo la capacidad de jugar su última carta porque su aguda intuición le decía que esa era la mejor decisión cuando se enfrentó a una de las principales empresas energéticas para defender a los ciudadanos. Tiene gran personalidad y es persistente en sus decisiones. Poseen una gran empatía, capacidad de escucha y son muy apasionados con el emprendimiento. Un aspecto negativo es el exceso de esta pasión, la cual puede generar desconfianza entre sus colaboradores al no poder explicar claramente la razón de sus decisiones.

En conclusión y acorde con García, existen diferentes tipos de emprendedores que se caracterizan por cómo reaccionan frente a una situación. Sin embargo, lo que les lleva a tomar buenas o malas decisiones es el conjunto de

habilidades o competencias del emprendedor que se detallarán a continuación en esta investigación.

2.2.2. MARCO CONCEPTUAL

EMPREDIMIENTO UNIVERSITARIO

Existen diferentes trabajos que se han llevado a cabo desde la experiencia universitaria en emprendimiento hacia la creación de empresa, algunos de los cuales han sido publicados en ponencias y revistas indexadas. Algunos de los resultados que se pueden encontrar en el presente documento evidencian la forma como ha impactado positivamente las actividades de emprendimiento en los programas de ingenierías y como se ha venido realizando actividades de emprendimiento con éxito en la institución. Es por ello que siempre ha sido para el Centro de Emprendimiento Universitario un propósito de fomentar la capacidad emprendedora en los jóvenes estudiantes de la universidad. Motivados por la búsqueda de nuevas formas de generar capacidades emprendedoras se han diseñado programas, realizando relaciones y construcción de procesos que logren ir a la vanguardia (Arraut, 2013).

INNOVACIÓN

El principal objetivo de este portal consiste en agregar valor a las ideas de los colaboradores de la empresa y del público en general, con el fin de que se transformen en procesos de desarrollo interno y que establezcan nuevas oportunidades de negocio. De esta manera, los trabajadores se comprometen más con sus trabajos, pues se sienten más integrados a la empresa, como si fueran socios y no solo empleados. Por otra parte, las personas externas que participan con ideas tienen la oportunidad de una alianza estratégica para

convertirse en nuevos empresarios o ganar un dinero por la negociación de esa idea. (Arraut, 2013).

CREATIVIDAD

La creatividad es un factor que se puede alcanzar y desarrollar con la generación de hábitos y el constante aprendizaje, también es un talento que muchos emprendedores lo poseen. Para desarrollar la creatividad, según el Manual para elaborar planes de negocio (Flores J. R., 2006).

EDUCACIÓN PARA EL EMPRENDIMIENTO

Otero (2005) propone diseñar en la educación media un modelo para desarrollar habilidades de emprendimiento a través del uso de la tecnología como herramienta facilitadora de los procesos de aprendizaje dirigidos al desarrollo del emprendimiento; así mismo, se enfatiza en la necesidad de conformar redes a través de un proceso de pedagogía activa, con la participación del Estado, el sector privado y la Cooperación Internacional, de manera que se enriquezca la creación y el desarrollo de una cultura emprendedora en el país.

LA ENSEÑANZA DEL EMPRENDIMIENTO

Orrego (2008) plantea la necesidad de superar la visión reduccionista del emprendimiento a partir del análisis desde una perspectiva humana, dado que “las investigaciones que se han realizado en este campo de conocimiento hasta la fecha, no han sido exploradas desde la dimensión humana” ; lo anterior, conlleva a que los procesos de formación en emprendimiento se limiten a la creación de empresas con esquemas funcionalistas y operativos como los planes de negocios. Desde la perspectiva humana del emprendimiento, Orrego

(2008) reconoce al “ser humano como portador de la voluntad de emprender” y por tanto, el proceso emprendedor debe basarse en la innovación, la cultura, la autonomía y la libertad en busca del perfeccionamiento personal desde la educación, así se “pretende lograr una transformación en la enseñanza de este campo de conocimiento” a través de la promoción de la responsabilidad social desde la voluntad de los sujetos.

EL ESPÍRITU EMPRESARIAL

El espíritu empresarial impulsa la productividad ya que la creación de empresas, o la orientación de las existentes, obliga a las demás a mejorar la competitividad del entorno. Asimismo, mejora el potencial de las personas, quienes consideran su trabajo como algo más que una forma de ganar dinero. La decisión de llevar a cabo estas iniciativas también involucra otros criterios, como la seguridad, el nivel de independencia, la variedad de las tareas que han de desempeñarse y el interés del trabajo. El emprendedor, además de lo material que muchas veces pasa a segundo plano, elige ser empresario como un medio de realizarse (libertad, independencia y retos). Para aquellos que no encuentran un empleo que los satisfaga, la decisión de convertirse en empresarios puede derivar, en parte o totalmente, de la necesidad económica, aunque más tarde, al convertirse en empresarios, pueden disfrutar de perspectivas de mejora (Arraut, 2013).

LA ENSEÑANZA CREATIVA

La creatividad en la Educación Básica, se caracteriza porque el niño comienza a formarse un concepto de hombre y de su ambiente; en esta etapa, el niño se aferra a los estereotipos o repite a menudo un determinado esquema. De allí, que según De la Torre (2003) en esta etapa, es donde el niño más necesita de

la interrelación, interacción, fecundación y diseminación de la creatividad en todos los componentes educativos: políticas, administración, docente y discente, así como en estrategias de evaluación de cada uno de los ámbitos (Flores & Méndez, 2010).

2.2.3. OBJETIVOS DEL ESTUDIO

OBJETIVO GENERAL

- Determinar la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios de la Universidad Nacional del Altiplano de Puno: 2016.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar los niveles socioeconómicos según el ingreso familiar de los estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano respecto al emprendimiento.
- Determinar si los cursos (materias) influyen en el emprendimiento de los estudiantes.
- Conocer los principales obstáculos que atraviesan los estudiantes en crear su propia empresa.

2.2.4. HIPÓTESIS

HIPÓTESIS GENERAL

- Los estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano poseen un nivel alto de emprendimiento.

HIPÓTESIS ESPECÍFICAS

- El nivel socioeconómico de los estudiantes es de clase baja con un ingreso familiar promedio de S/1400.
- Los cursos (materias) influyen en el emprendimiento de los estudiantes.
- El principal obstáculo que atraviesan los estudiantes en crear su propia empresa es el capital inicial.

2.2.5. VARIABLES

VARIABLES HIPÓTESIS GENERAL

Variable Dependiente (VD):

- Actitud emprendedora.

Indicadores:

- 1= Emprendedor
- 0= No Emprendedor

Variables Independientes (VI):

- Estudios/Semestre
- Genero
- Edad
- Familiar Emprendedor
- Experiencia Laboral
- Confianza en Habilidades empresariales
- Conoce a algún emprendedor

Indicadores:

- 1 = 1 al 4 semestre.
- 2 = 5 al 8 semestre.

- 3 = 9 al 11 semestre

- 1 = Masculino

- 0 = Femenino

- Numérico

- 1 = Estudiantes con mayor experiencia laboral.

- 0 = Estudiantes sin experiencia laboral.

- 1 = Estudiantes con familias emprendedoras.

- 0 = Estudiantes sin familias emprendedoras.

- 1 = Estudiante que confíe en sus habilidades empresariales.

- 0 = Estudiante que desconfíe en sus habilidades empresariales.

- 1 = Conoce a un emprendedor.

- 0 = No conoce a un emprendedor.

VARIABLES HIPÓTESIS ESPECÍFICA 1

Variable Dependiente: Ingreso Familiar

Indicadores:

- Más de 6000

- 2000 a 6000

- 1200 a 2000

- 800 a 1200

- 400 a 800

Variable Independiente: Nivel Socioeconómico

Indicadores:

- Clase alta
- Clase media
- Clase baja
- Clase muy baja
- Clase marginal

VARIABLES HIPÓTESIS ESPECÍFICA 2

Variable Independiente: Cursos (materias)

Indicadores:

- 0 = No cursa materias de emprendimiento.
- 1 = Cursa materias de emprendimiento.

Variable Dependiente Emprendimiento

Indicadores:

- Alto
- Medio
- Bajo

VARIABLES HIPÓTESIS ESPECÍFICA 3

Variable Independiente: Obstáculos para crear su propia empresa

Indicadores:

- Capital Inicial
- Miedo al fracaso.

III. MATERIALES Y MÉTODOS

La investigación es un proceso de constante exploración y descubrimiento (Salkind, 1999). Científicamente la metodología es un procedimiento general para lograr de una manera precisar los objetivos de la investigación. Para definir los alcances de la investigación, es necesario saber primero que existen diferentes tipos de investigación, según Danhke, (1989) citado por Hernandez, Fernandez, & Baptista, (2010) enfoca la investigación hacia 4 tipos que son: exploratorios, descriptivos, correlacionales y explicativos; en nuestro caso, la investigación será de tipo descriptivo – explicativo.

3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

a) INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA

El propósito de la investigación descriptiva es describir la situación prevaleciente en el momento de realizarse el estudio, es decir hace una reseña del estado actual de un fenómeno (Salkind, 1999).

Como señalan (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010, pág. 80) “Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis.” Es decir, solo recabaremos información de manera independiente o conjunta sobre las variables; mas el objetivo no es indicar como se relacionarán éstas.

Para (Cerde, 1998, pág. 71) “Se deben describir aquellos aspectos más característicos, distintivos y particulares de estas personas, situaciones o cosas, o sea, aquellas propiedades que las hacen reconocibles a los ojos de los demás”.

b) INVESTIGACIÓN EXPLICATIVA O CAUSAL

Los estudios explicativos están dirigidos a responder las causas de los eventos, sucesos y fenómenos físicos o sociales. Su interés se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se da este (Pino, 2010, pág. 99).

De esta manera podemos afirmar que la investigación explicativa busca el porqué de los hechos mediante el establecimiento de relaciones causa-efecto.

3.2. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

El diseño de investigación fue experimental, ya que según (Pino, 2010), arguye que es la manipulación deliberada de una o más variables que actúan como “causas” (variables independientes) para determinar sus “efectos” sobre una o más variables dependientes dentro de un

parámetro de control por parte del Investigador. Según lo citado se ha analizado las variables independientes y dependientes a estudiados en el siguiente acápite.

a) **MODELO TEÓRICO ECONOMÉTRICO**

Para evaluar la influencia las variables socio-culturales seleccionadas en la probabilidad de convertirse en emprendedor, se ha generado el siguiente modelo que incluye además las variables de control: Curso, Estudios/Semestre, Genero, Edad, Experiencia laboral, Familiar emprendedor, Confianza en habilidades empresariales y Conoce un emprendedor.

$$EMP = \beta_0 + \beta_1 CUR \pm \beta_2 SEM \pm \beta_3 G \pm \beta_4 ED + \beta_5 EL + \beta_6 FE + \beta_7 CHE + \beta_8 CE \\ + u_i$$

A continuación, se presentan las variables que se investigaran como explicativas y la variable endógena.

Cuadro 4: Modelo econométrico.

Variable	Nombre de la Variable	Definición	Cuantificación
EMP	Emprendedor	Variable dependiente binaria que representa la actividad emprendedora definida como un continuo que involucra estudiantes que recién están comenzando sus actividades empresariales, son nuevos empresarios o bien poseen una actividad consolidada.	1 = Emprendedor. 0 = No emprendedor.
CUR	Curso	Variable independiente que representa los cursos y/o materias sobre emprendimiento que viene estudiando.	1 = Lleva cursos de emprendimiento 0 = No lleva cursos de emprendimiento
SEM	Estudios/Semestre	Variable independiente que representa el semestre en el cual esta estudiando.	1 = 1 al 4 semestre. 2 = 5 al 8 semestre. 3 = 9 al 11 semestre
G	Genero	Variable independiente binaria que representa el género del entrevistado	1 = Masculino 0 = Femenino
ED	Edad	Variable independiente categórica ordenada que representa la edad en años del entrevistado.	Númerica
EL	Experiencia Laboral	Variable independiente dicotomica que representa la experiencia laboral del estudiantes.	1 = Estudiantes con mayor experiencia laboral. 0 = Estudiantes sin experiencia laboral.
FE	Familiar emprendedor	Variable independiente dicotomica que representa los antecedentes familiares respecto al emprendimiento.	1 = Estudiantes con familias emprendedoras. 0 = Estudiantes sin familias emprendedoras.
CHE	Confianza en habilidades empresariales	Variable independiente dicotomica que representa la confianza en habilidades empresariales.	1 = Estudiante que confíe en sus habilidades empresariales. 0 = Estudiante que desconfíe en sus habilidades empresariales
CE	Conoce algun emprendedor	Contacto con nuevos emprendedores o ejemplos exitosos de emprendimiento	1 = Conoce a un emprendedor. 0 = No conoce a un emprendedor.

Fuente: Elaboración Propia

3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA

a) POBLACIÓN

La población a estudiar fueron los estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano de la ciudad Puno, que está dividida en tres áreas: Biomédicas, Ingenierías y Sociales.

b) MUESTRA

El muestreo fue de tipo determinístico, ya que según (Namakforoosh, 2010), está basado en el juicio personal del investigador. Para nuestra

investigación hemos visto por conveniente seleccionar a 5 escuelas profesionales de las diferentes áreas de la Universidad Nacional del Altiplano, por tener relación con nuestra investigación, como sigue:

Cuadro 5: Muestra

Semestre	Ingenieria Agroindustrial	Ingenieria Economica	Ciencias Contables	Administracion	Odontologia	Total
1	33	96	83	72	32	317
2	39	92	122	70	24	349
3	39	130	107	74	30	383
4	28	92	102	54	25	305
5	28	116	106	57	29	341
6	20	67	74	67	50	284
7	18	50	84	66	63	288
8	19	60	81	62	61	291
9	15	59	123	42	64	312
10	44	52	122	67	46	341
11					31	42
Total	283	814	1004	631	455	3187

Fuente: Universidad Nacional del Altiplano

Hemos utilizado el Muestreo Probabilístico, utilizando el “**Muestreo Proporcional**”, la cual tiene la siguiente fórmula.

$$n = \frac{P(1 - P)N.Z^2}{\epsilon^2(N - 1) + P(1 - P)Z^2}$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra.

Z = 1.96 (Nivel de confianza = 95% “Tabla estadística de Distribución Normal)

P = Probabilidad y/o Proporción de éxito (0.8).

ε = 5% ó 0.05 (error máximo)

N = Tamaño de la Población = 3187 estudiantes

$$n = \frac{0.8(1-0.8)(3187)(1.96)^2}{(0.05)^2(3187-1) + 0.8(1-0.8)(1.96)^2}$$

$$n = 228$$

El tamaño de muestra para nuestra investigación fue de 228 estudiantes de las 5 escuelas profesionales de la Universidad Nacional del Altiplano Puno.

Para tal sentido, elaboramos un muestreo proporcional estratificado para los 228 estudiantes como sigue:

$$n_i = n \cdot \frac{N_i}{N}$$

Cuadro 6: Muestra estratificada.

Semestre	Ingeniería Agroindustrial	Ingeniería Económica	Ciencias Contables	Administración	Odontología	Total
1	2	7	6	5	2	22
2	3	7	9	5	2	26
3	3	9	8	5	2	27
4	2	7	7	4	2	22
5	2	8	7	4	2	23
6	2	5	5	5	4	21
7	1	3	6	5	5	20
8	1	4	6	4	4	19
9	1	4	9	3	5	22
10	3	4	9	5	3	24
11					2	2
Total	20	58	72	45	33	228

Fuente: Universidad Nacional del Altiplano

3.4. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

La recolección de información (datos) es un proceso meticuloso y difícil.

Por consiguiente, describiremos las técnicas e instrumentos de recolección de datos en el siguiente detalle:

3.4.1. TÉCNICAS

a) ANÁLISIS DOCUMENTAL

El análisis documental es una forma de investigación técnica, un conjunto de operaciones intelectuales, que buscan describir y representar los documentos de forma unificada sistemática para facilitar su recuperación. Comprende el procesamiento analítico- sintético que, a su vez, incluye la descripción bibliográfica y general de la fuente, la clasificación, indización, anotación, extracción, traducción y la confección de reseñas (Gutiérrez, 2002).

El esquema teórico que se planteó, fue una base fundamental para desarrollar el marco teórico del presente estudio.

b) ENCUESTA

La mejor aplicación de la teoría y la práctica del muestreo probablemente pueda encontrarse en la investigación por encuesta (Salkind, 1999). Mediante esta técnica se logró obtener información directamente desde la muestra. Es un proceso a través del cual conseguimos datos de información primaria que nos permitieron explicar el problema y lograr los objetivos de la investigación.

La investigación por encuesta, también llamadas encuestas de muestreo estudio directamente las características socioeconómicas de la comunidad universitaria de la Universidad Nacional del Altiplano Puno, en la cual indagamos aspectos como edad del jefe de familia, sexo, ingreso familiar entre otras variables de importancia para nuestro estudio.

c) OBSERVACIÓN

Es una técnica que consiste en observar atentamente el fenómeno, hecho o caso, tomar información y registrarla para su posterior análisis.

La observación es un elemento fundamental de todo proceso investigativo; en ella nos hemos apoyado para obtener el mayor número de datos relacionados a nuestras variables de estudio.

d) INTERNET

Las posibilidades presentes y futuras de la red son en la actualidad objeto de múltiples estudios y discusiones. Para el proceso de investigación, internet ofrece recursos de gran importancia. Ha representado una verdadera revolución en lo relativo a la búsqueda de antecedentes y en la actualización temática y disciplinaria. Se trata de una cuestión no menor en nuestro contexto, caracterizado por la pobreza de bibliotecas y las dificultades de obtener información disciplinaria. Desde las bases de referencias bibliográficas hasta las bibliotecas en línea y las revistas electrónicas, internet provee acceso a información que nos ayudó a buscar temas relacionados a nuestra investigación.

Por ende, buscamos temas respecto al emprendimiento y otras fuentes de interés para esta investigación, tanto a nivel nacional, como internacional.

3.4.2. INSTRUMENTOS

a) CUESTIONARIO

Es un instrumento de mayor utilización en las ciencias sociales y es el conjunto de preguntas diseñadas para generar los datos necesarios para alcanzar los objetivos de la investigación.

El cuestionario es un documento formado por un conjunto de preguntas que fueron redactadas de forma coherente, y organizadas, secuenciadas y estructuradas de acuerdo con nuestra investigación, con el fin de que sus respuestas nos puedan ofrecer toda la información que se precisa respecto a actitud emprendedora de los estudiantes universitarios de la Universidad Nacional del Altiplano de Puno.

b) ENTREVISTA

La Entrevista es la comunicación interpersonal establecida entre investigador y el sujeto de estudio a fin de obtener respuestas verbales a los interrogantes planteados sobre nuestro tema. La herramienta básica que se utiliza en la investigación por encuesta es la entrevista.

Para el presente trabajo de investigación, el procesamiento y análisis de datos se utilizó la estadística descriptiva, con lo cual explicaremos los resultados de la investigación utilizando el Software IBM-SPSS versión 22, para la parte de la investigación descriptiva y para el análisis Econométrico y así luego generar las conclusiones y recomendaciones de nuestra investigación.

3.5. ÁMBITO DE ESTUDIO

El trabajo de investigación se centró en la Universidad Nacional del Altiplano, el cual se encuentra ubicado en:

País	:	Perú
Departamento	:	Puno
Provincia	:	Puno
Distrito	:	Puno

La provincia peruana de Puno es una de las 13 provincias que conforman el Departamento de Puno, también llamado Región Puno; es uno de los pocos departamentos andinos que se caracteriza por poseer un relieve plano que oscila entre los 3,800 y 4,000 msnm. Limita al norte con el Lago Titicaca y las provincias de Huancané y San Román, al este con la provincia de El Collao, al sur con la Región Tacna y al oeste con la Región Moquegua.

En la Provincia de Puno, el distrito de Chucuito está ubicado a una distancia de 18 Km al Sur de la ciudad de Puno. Tiene como capital a la ciudad de las Cajas Reales de Chucuito, y se sitúa en la gran meseta del Collao y a orillas del Lago navegable más alto del mundo, el Titicaca.

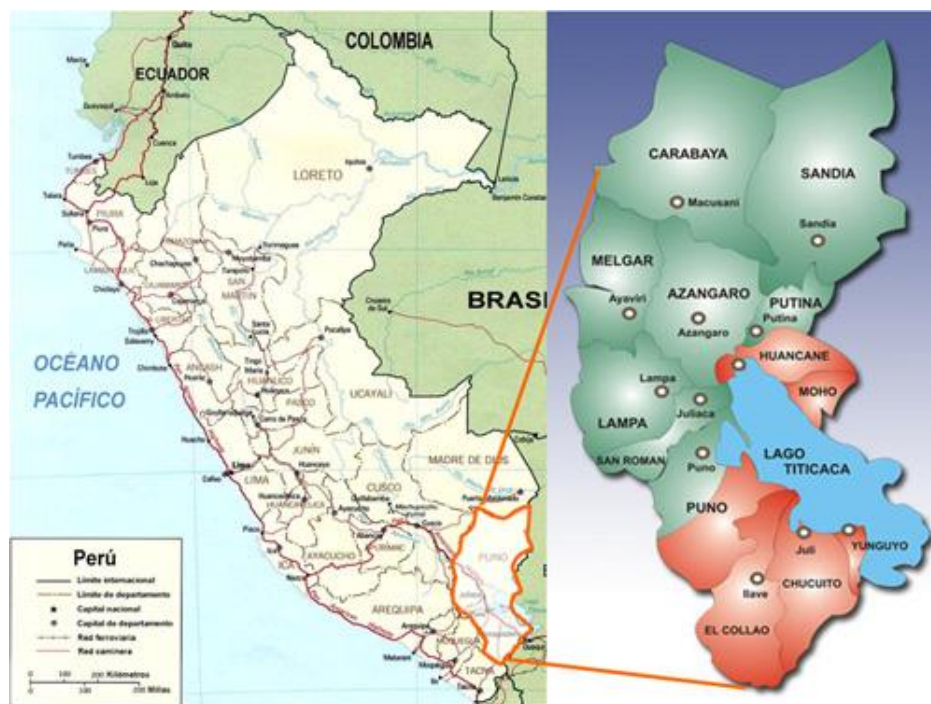


Figura 1: Macro localización del ámbito de estudio

Fuente: Dirección Regional, MINCETUR Puno.



Figura 2: Micro localización del ámbito de estudio.

Fuente: Google earth..

La Universidad Nacional del Altiplano, denominación actual según la Ley Universitaria N° 30220, es una de las primeras universidades públicas fundadas en 1856 a iniciativa de la población del Departamento de Puno siendo la principal casa de Estudios Universitarios en la región gestor de diferentes carreras profesionales.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En este capítulo efectuaremos una exposición y su análisis la información relevante, en base a las encuestas tomadas a los estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano, los cuales nos permitieron mostrar los resultados obtenidos del proceso de la investigación de acuerdo a los objetivos establecidos, que a continuación se exponen:

4.1. CARACTERÍSTICAS SOCIOECONÓMICAS DE ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO.

Escuela Profesional y Semestre

De la población total entrevistada, a estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano de la ciudad de Puno, podemos observar según el cuadro, que de un total de 228 universitarios el 31.6% estudian en la escuela profesional de Ciencias Contables, de los cuales 30 estudiantes, estudian del 1ro al 4to semestre, 24 estudian del 5to al 8vo semestre y 18 estudian del 9no al 11vo semestre. También el 25.4% del total estudian en la escuela profesional de

Ingeniería Económica, donde 30 estudian del 1ro al 4to semestre, 20 estudian del 5to al 8vo semestre y 8 estudian del 9no al 11vo semestre. Así mismo el 19.7% estudian en la escuela profesional de Administración, de los cuales 19 estudian del 1ro al 4to semestre, 18 estudian del 5to al 8vo semestre y 8 estudian del 9no al 11vo semestre. El 14.5% estudian en la escuela profesional de Odontología, de los cuales 9 estudian del 1ro al 4to semestre, 15 estudian del 5to al 8vo semestre y 9 estudian del 9no al 11vo semestre. Por último, el 8.8% estudian en la escuela profesional de Ingeniería Agroindustrial, de los cuales 10 estudian del 1ro al 4to semestre, 06 estudian del 5to al 8vo semestre y 4 estudian del 9no al 11vo semestre.

Cuadro 7: Clasificación de escuelas profesionales, según el semestre de estudiantes de la universidad nacional del altiplano 2015

Escuela Profesional	Semestre							
	1ro al 4to		5to al 8vo		9no al 11vo		Total	
Ingeniería Agroindustrial	10	4.4%	6	2.6%	4	1.8%	20	8.8%
Ingeniería Económica	30	13.2%	20	8.8%	8	3.5%	58	25.4%
Ciencias Contables	30	13.2%	24	10.5%	18	7.9%	72	31.6%
Administración	19	8.3%	18	7.9%	8	3.5%	45	19.7%
Odontología	9	3.9%	15	6.6%	9	3.9%	33	14.5%
Total	98	43.0%	83	36.4%	47	20.6%	228	100.0%

Fuente: Elaboracion propia

Así mismo, de un total de 228 estudiantes, el 43% estudia del 1ro al 4to semestre, el 36.4% estudia del 5to al 8vo semestre y el 20.6% estudia del 9no al 11vo semestre (Ver figura).

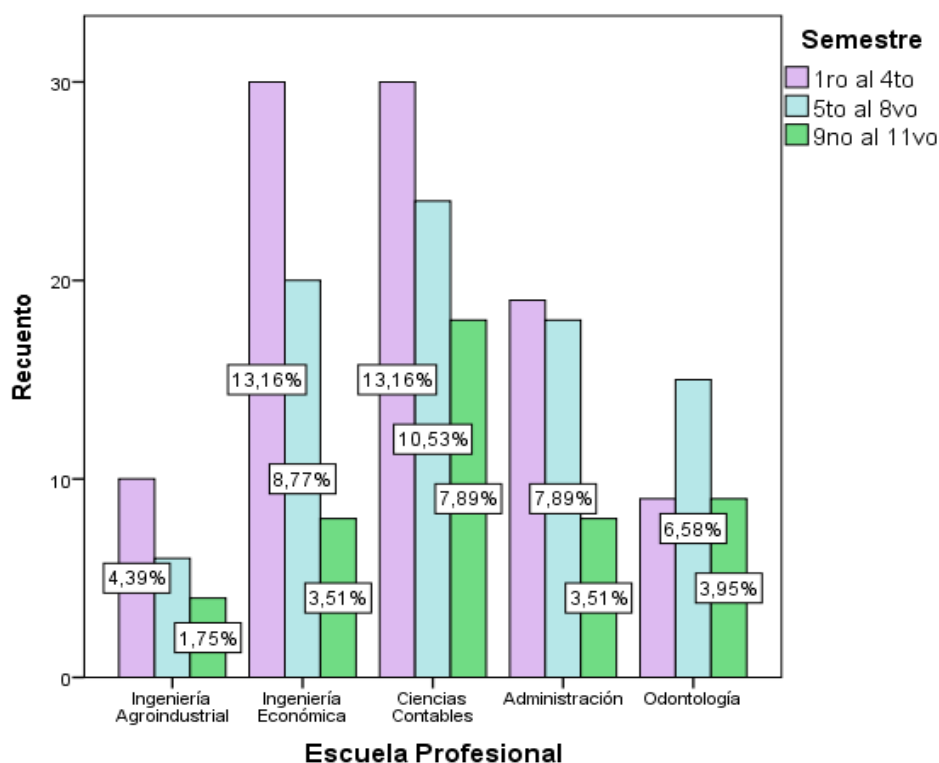


Figura 3: Nivel socioeconómico de estudiantes de la universidad nacional del altiplano 2016, según ingreso familiar 2016

Fuente: Elaboración propia

Edad y Género

De la población total entrevistada, en estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano, podemos observar según el cuadro, de un total de 228 universitarios el 36.4% tienen una edad entre [20, 22> años, de los cuales los 36 estudiantes, son de sexo Femenino y 47 de sexo Masculino. Por otro lado, el 25.4% del total de los estudiantes tienen una edad comprendida entre [18, 20> años, de donde 27 son de sexo Femenino y 31 de sexo Masculino. También el 18,4% del total tienen una edad entre [22, 24> años, de los cuales 20 son de sexo Femenino y 22 Masculino. Y así sucesivamente observando que solo el 1,8% de los estudiantes tienen una edad entre [28, 30> años, de los cuales los 3 son de sexo Femenino y uno de sexo Masculino.

Cuadro 8: Clasificación de la edad, según género en estudiantes de la universidad nacional del altiplano 2016

Edad	Genero				Total	
	Femenino		Masculino			
[16 18>	4	1.8%	9	3.9%	13	5.7%
[18 20>	27	11.8%	31	13.6%	58	25.4%
[20 22>	36	15.8%	47	20.6%	83	36.4%
[22 24>	20	8.8%	22	9.6%	42	18.4%
[24 26>	12	5.3%	4	1.8%	16	7.0%
[26 28>	10	4.4%	2	.9%	12	5.3%
[28 30>	3	1.3%	1	.4%	4	1.8%
Total	112	49.1%	116	50.9%	228	100.0%

Fuente: Elaboracion propia

Cabe mencionar también que, de un total de 228 estudiantes, el 49.1% pertenece al sexo Femenino y el 50.9% al sexo Masculino (Ver figura).

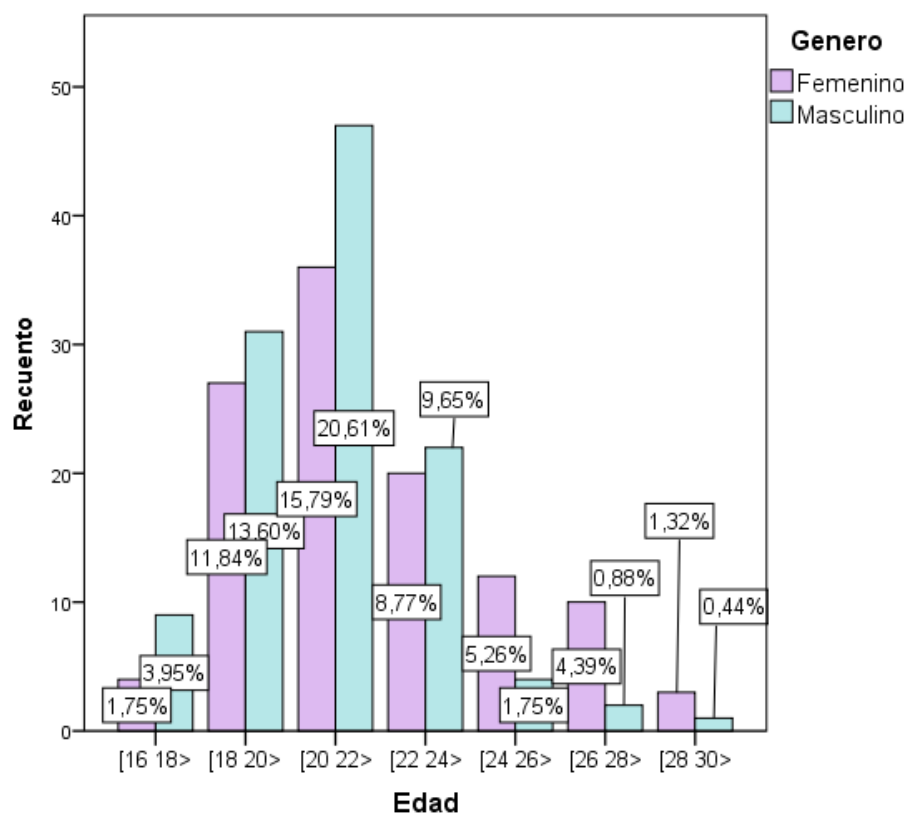


Figura 4: Nivel socioeconómico de estudiantes de la universidad nacional del altiplano 2016, según ingreso familiar 2016.

Fuente: Elaboración propia.

El nivel o estatus socioeconómico es una medida total económica y sociológica combinada de la preparación laboral de una persona y de la posición económica y social individual o familiar en relación a otras personas, basada en sus ingresos, educación, y empleo. Al analizar el nivel socioeconómico de una familia se analizan, los ingresos del hogar, los niveles de educación, y ocupación, como también el ingreso combinado, comparado con el individual, y también son analizados los atributos personales de sus miembros.

Para un mejor entendimiento, se realizó la estratificación socioeconómica, según la (APEIM, 2012)³, quienes estratifican los niveles socioeconómicos de la siguiente manera:

- Nivel A de más de 6000 soles (Clase Media Alta y Alta)
- Nivel B entre 2000 a 6000 soles (Clase Media)
- Nivel B1 entre 4000 a 6000 soles (Clase Media Típica)
- Nivel B2 entre 2000 a 4000 soles (Clase Media Baja)
- Nivel C entre 1200 a 2000 soles (Clase Baja)
- Nivel C1 entre 1600 a 2000 soles (Clase Baja Superior)
- Nivel C2 entre 1200 a 1600 soles (Clase Baja)
- Nivel D entre 800 a 1200 soles (Clase Muy Baja)
- Nivel E entre 400 a 800 soles (Clase Marginal)

Los resultados para los estudiantes universitarios fueron las siguientes.

³ Asociación Peruana de Empresas de Investigación de Mercados

Cuadro 9: Clasificación de hogares por ingresos, según estrato socioeconómico de estudiantes de la universidad nacional del altiplano 2016

Nivel	Ingreso Familiar (S/.)	Nº de Estudiantes por Estrato	Nivel Socioeconómico	% de Hogares Estratificados
A	mas de 6000	4	Clase Media Alta y Alta	1,8%
B	[2000 - 6000>	31	Clase Media	13,6%
B1	[4000 - 6000>	7	Clase Media Típica	3,1%
B2	[2000 - 4000>	24	Clase Media Baja	10,5%
C	[1200 - 2000>	86	Clase Baja	37,7%
C1	[1600 - 2000>	30	Clase Baja Superior	13,2%
C2	[1200 - 1600>	56	Clase Baja	24,6%
D	[800 - 1200>	61	Clase Muy Baja	26,8%
E	[400 - 800>	46	Clase Marginal	20,2%
	Total	228		100,0%

Fuente: Elaboración propia

Según la clasificación de Hogares por Ingresos, y el Estrato Socioeconómico de los Estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano, en el cuadro 7 se tiene que el 37,7% de hogares se encuentran en el nivel socioeconómico de Clase baja (C), de los cuales el 13,2% pertenecen a la clase baja superior (C1) y el 24,6% a la clase baja (C2), cuyo rango de ingresos están entre S/ [1200 - 2000>. Asimismo, el 26,8% de hogares se encuentra con un nivel socioeconómico de Clase Muy Baja (D), cuyo ingreso se encuentra entre los rangos de S/ [800 - 1200>. Por otro lado, el 20,2% corresponden a la Clase marginal (E) cuyo rango de ingresos varía entre S/ [400 - 800>. También, el 13,6% se encuentran en el nivel socioeconómico de Clase media (B), de los cuales el 3,1% pertenecen a la clase media típica (B1) y el 10,5% a la clase media baja (B2), cuyo rango de ingresos están entre S/ [2000 - 6000>. Por último, tan solo el 1,8% de hogares se encuentra con un nivel socioeconómico de Clase media alta y alta (A), que están representados por 4 familias de estudiantes, cuyo ingreso promedio familiar supera los S/ 6000 mensuales por hogar.

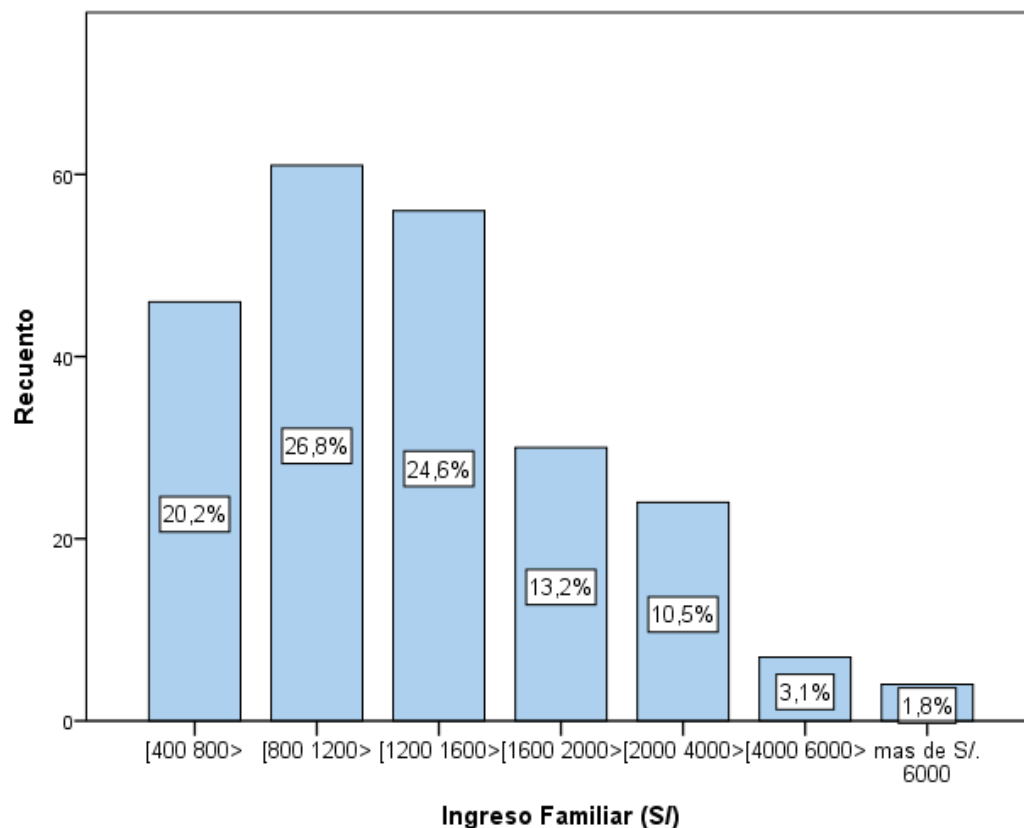


Figura 5: Nivel socioeconómico de estudiantes de la universidad nacional del altiplano 2016, según ingreso familiar 2016.

Fuente: Elaboración propia.

4.2. INFLUENCIA DE LOS CURSOS (MATERIAS) EN EL EMPRENDIMIENTO DE LOS ESTUDIANTES

El emprendimiento puede irse apoyando desde los cursos de formación profesional, es por eso que analizamos si las materias de estudio podrían ser importantes para el emprendimiento, según se expone a continuación:

Cuadro 10: Plan de estudios y emprendimiento en estudiantes universitarios

Plan de Estudios y Emprendimiento	Frecuencia	Porcentaje
• Considera Ud. que el plan de estudios de su escuela tiene asignaturas que formen a los alumnos para ser emprendedores.		
En desacuerdo	88	38,6%
Indiferente	41	18,0%
De acuerdo	99	43,4%
• Su escuela ha promovido o lo ha invitado a participar en algun evento de emprendedores.		
En desacuerdo	64	28,1%
Indiferente	53	23,2%
De acuerdo	111	48,7%
• Tu escuela ofrece cursos alternos al del Plan de estudios para que puedas crear tu propia fuente de empleo.		
En desacuerdo	80	35,1%
Indiferente	83	36,4%
De acuerdo	65	28,5%
• Consideras que en el plan de estudios de tu escuela, existen estrategias metodológicas para ingresar al mercado laboral cuando termines de estudiar.		
En desacuerdo	89	39,0%
Indiferente	58	25,4%
De acuerdo	81	35,5%
• Consideras que cuando termines de estudiar, estarás apto para trabajar en el mercado laboral como emprendedor, creando tu empresa.		
En desacuerdo	100	43,9%
Indiferente	59	25,9%
De acuerdo	69	30,3%
• Como estudiante, te gustaría capacitarte, desarrollar habilidades emprendedoras, para ser emprendedor y crear tu propia empresa.		
En desacuerdo	109	47,8%
Indiferente	39	17,1%
De acuerdo	80	35,1%
• Te gustaría que tu escuela incorpore cursos alternos al plan de estudios, para que puedas ser emprendedor.		
En desacuerdo	101	44,3%
Indiferente	35	15,4%
De acuerdo	92	40,4%

Fuente: Elaboración propia

**El 35.1% de los estudiantes encuestados está de acuerdo en capacitarse, desarrollar habilidades emprendedoras, para ser emprendedor y crear su propia empresa, esto de acuerdo al plan curricular de cada escuela profesional.*

1. Plan de estudios

Según el cuadro 9, el 43,4% de los Estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano, consideran que están de acuerdo que el plan de estudios de su escuela tiene asignaturas que formen a los alumnos para ser emprendedores, el 36,8% opinan que están en desacuerdo o que no se dictan este tipo de materias en la currícula y el 18% se siente indiferente ante esta pregunta.

2. Promoción para el emprendimiento

El 48,7%, respondieron que su escuela ha promovido o lo ha invitado a participar en algún evento sobre emprendimiento; el 28,1% respondieron que no fueron invitados y el 23,2% no tuvo conocimiento alguno sobre dichos eventos.

3. Cursos alternos

Al preguntárseles, si su escuela ofrece cursos alternos al del plan de estudios para que puedan crear su propia empresa, el 36,4% de los Estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano, respondieron que se sienten indiferentes. Por otro lado, el 35,1%, manifiesta que no se ofrecen cursos alternos y el 28,5% explica que si se dieron cursos alternos al plan de estudios.

4. Plan de estudios y estrategias metodológicas

El 39%, considera que, en el plan de estudios de su escuela, no existen estrategias metodológicas para ingresar al mercado laboral al término de sus estudios; el 35,5% considera que si existen estrategias metodológicas y el 25,4% es indiferente ante esta pregunta.

5. Al término de sus estudios

El 43,9%, respondieron que están en desacuerdo, que cuando terminen de estudiar, estarán aptos para trabajar en el mercado laboral como emprendedor, creando su empresa; el 30,3% están de acuerdo que al término de sus estudios formaran su empresa y el 25,9% no sabe ni opina.

6. Desarrollo de habilidades emprendedoras

Se evidencia que el 47,8%, están en desacuerdo con que se les capacite, para desarrollar habilidades emprendedoras y crear su propia empresa. El 35,1% si está de acuerdo con que se les capacite y el 17,1% es indiferente frente a esta pregunta.

7. Implementación de cursos sobre emprendimiento

El 44,3% está en desacuerdo, que su escuela incorpore cursos alternos al plan de estudios, para que les ayude a emprender algo. El 40,4% está de acuerdo en que se implementen los cursos y el 15,4% se manifiesta indiferente.

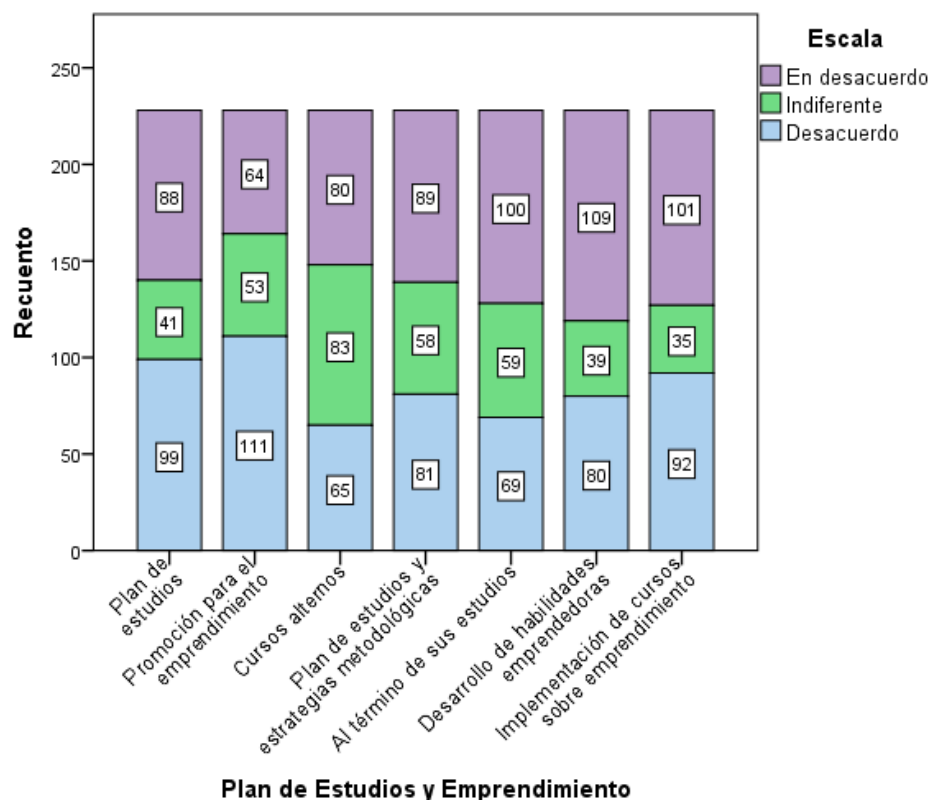


Figura 6: Plan de estudios y emprendimiento en estudiantes universitarios

Fuente: Elaboración propia

4.3. OBSTÁCULOS PARA EL EMPRENDIMIENTO EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS.

Los emprendedores pueden tener muchas excelentes ideas para formar un negocio. También pueden poseer muchas cualidades de gran empresario. Sin embargo, casi todos al principio suelen enfrentarse a miedos y dudas, que podrían convertirse en sus peores obstáculos en el camino al éxito.

A continuación, exponemos los obstáculos para el emprendimiento.

Cuadro 11: Obstáculos para el emprendimiento en estudiantes universitarios

Obstaculos para el Emprendimiento	Frecuencia	Porcentaje
• Riesgo económico (riesgo demasiado elevado, situación económica, falta de un sueldo mínimo asegurado, etc).		
En desacuerdo	97	42,5%
Indiferente	77	33,8%
De acuerdo	54	23,7%
• Tiempo limitado para otras actividades, por tener que trabajar demasiadas horas (tiempo para la familia, pareja, etc).		
En desacuerdo	93	40,8%
Indiferente	82	36,0%
De acuerdo	53	23,2%
• Temor a fracasar y quedar en ridículo		
En desacuerdo	91	39,9%
Indiferente	75	32,9%
De acuerdo	62	27,2%
• Reparos financieros o de capital (falta de capital inicial)		
En desacuerdo	97	42,5%
Indiferente	64	28,1%
De acuerdo	67	29,4%
• Cargas fiscales (SUNAT)		
En desacuerdo	83	36,4%
Indiferente	68	29,8%
De acuerdo	77	33,8%
• Desconocimiento sobre las regulaciones para poner en marcha una empresa		
En desacuerdo	103	45,2%
Indiferente	66	28,9%
De acuerdo	59	25,9%

Fuente: Elaboración propia

**El 39.9% de los estudiantes universitarios encuestados esta en desacuerdo que el temor a fracasar y quedar en ridículo sea un obstáculo para ser emprendedor.*

1. Riesgo económico

Según el cuadro 10, el 42,5% de los Estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano, respondieron que están en desacuerdo de que existe riesgo económico (riesgo demasiado elevado, situación económica,

falta de un sueldo mínimo asegurado, etc.); el 33,8% opina indiferente y el 23,7% contesto que está de acuerdo con que existe riesgo económico.

2. Tiempo limitado para otras actividades

El 40,8%, respondieron que están en desacuerdo, que el tiempo es limitado, por tener que trabajar demasiadas horas (tiempo para la familia, pareja, etc). El 36% no sabe no opina y el 23,2%, están de acuerdo con que el tiempo es limitado para realizar otras actividades.

3. Temor al fracaso

El cuadro muestra, que el 39,9%, no tienen temor al fracaso y quedar en ridículo. El 32,9% contesto indiferente y el 27,9%, está de acuerdo con el pensamiento de poder fracasar y quedar en ridículo.

4. Reparos financieros o de capital

El obstáculo para el emprendimiento: Reparos financieros o de capital; el 42,5% de los Estudiantes, se sienten en desacuerdo con esta afirmación, pues piensan que la falta de capital no es excusa para iniciar algún tipo de emprendimiento, el 29,4% está de acuerdo, con que falta capital inicial para iniciar con algún tipo de emprendimiento y el 28,1% se siente indiferente.

5. Cargas fiscales

El 36,4%, manifestaron que están de acuerdo con que las cargas fiscales son un obstáculo para una iniciativa emprendedora; el 29,8% manifiesta estar indiferente y el 33,8% está de acuerdo, con que existe cargas fiscales como es la SUNAT, para iniciar emprendimiento.

6. Desconocimiento sobre regulaciones

Se evidencia que el 45,2% de los Estudiantes, están en desacuerdo con que existe desconocimiento sobre las regulaciones para poner en marcha una empresa; el 28,9% es indiferente y el 25,9% contestó de acuerdo con esta situación.

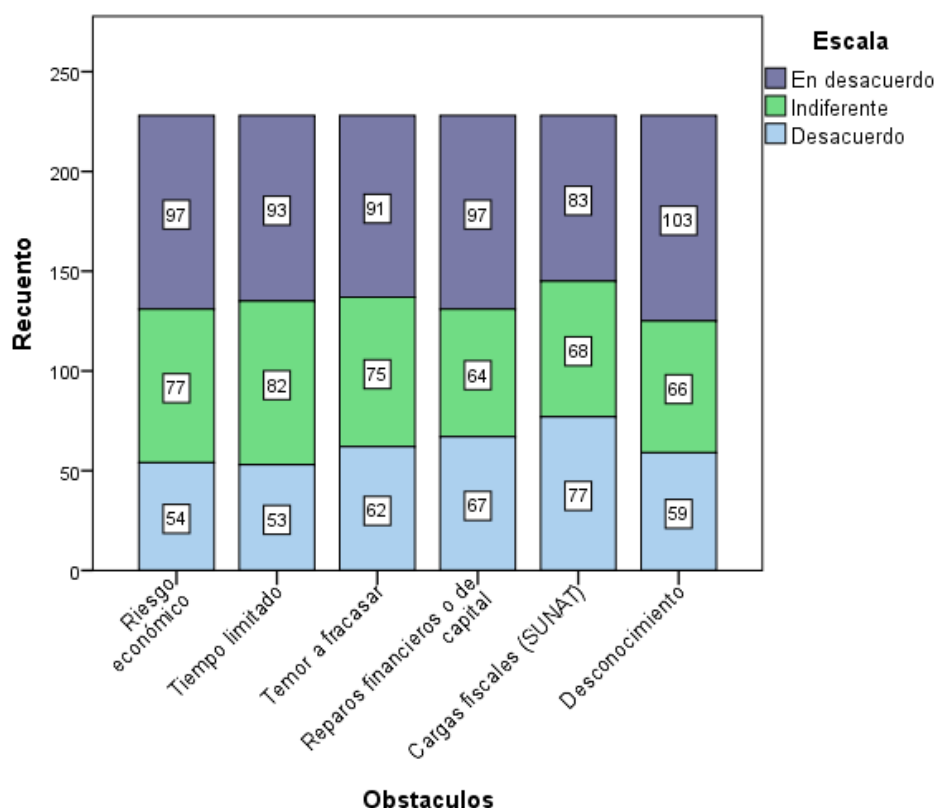


Figura 7: Obstáculos para el emprendimiento en estudiantes universitarios.

Fuente: Elaboración propia.

4.4. EMPRENDIMIENTO.

Hemos determinado las cualidades de emprendimiento a través de un test de perfil emprendedor. Este instrumento fue desarrollado por diversas instituciones (como SEA - Servicios Educativos El Agustino), apoyado por el Ministerio de la Producción, el cual emite un reporte breve en términos de la madurez como emprendedor. Es decir, mide el grado de madurez como emprendedor como

bajo, medio y alto, que está en función de, por ejemplo, qué tan clara tienen su idea de negocio, o cómo actúan cuando se plantea algún reto. El test se encuentra en línea⁴, que consta de 8 preguntas, las mismas que se hicieron a los Estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano, como se expone a continuación.

⁴ http://www.crecemype.pe/portal/nie/modulo-ceps/preguntas_8_1.html

Cuadro 12: Nivel de emprendimiento de los estudiantes de la universidad nacional del altiplano 2016

1. ¿Has pensado que el proyecto que tienes en mente pudiera no tener el éxito deseado?	Ponderación	f	%
Si, de hecho es una cuestión que te hace dudar acerca de continuar con el proyecto de empresa.	1	90	39,5%
No te gusta pensar en ello, crees que resulta fundamental ser optimista para sacar el proyecto adelante	2	82	36,0%
Si, la posibilidad de fracaso es una realidad de tu proyecto empresarial	3	56	24,6%
2. ¿Con cuál de las siguientes afirmaciones te sientes más identificado?			
Sueles esperar que alguien tome la iniciativa, te sientes más cómodo si otras personas lo hacen en tu lugar	1	31	13,6%
Te gusta formar parte de un equipo	2	88	38,6%
Te gusta tomar la iniciativa tanto en el aspecto personal como en el profesional	3	109	47,8%
3. ¿Qué te preocupa más del hecho de poner en marcha tu proyecto?			
El número de horas que tendrás que trabajar.	1	31	13,6%
Si estarás preparado para sacarlo adelante.	2	87	38,2%
El obtener la financiación necesaria para llevarlo a cabo.	3	110	48,2%
4. ¿Con cuál de las siguientes afirmaciones te sientes más identificado?			
En general casi todo ya está inventado.	1	22	9,6%
Siempre existen formas diferentes para hacer las cosas.	2	103	45,2%
Te gusta experimentar cosas nuevas.	3	103	45,2%
5. ¿Con cuál de las siguientes afirmaciones te sientes más identificado?			
No te gusta ser criticado, nadie te conoce mejor que tú mismo.	1	60	26,3%
Eres una persona que inspira seguridad a los demás.	2	87	38,2%
Consideras que has logrado todo aquello que te has propuesto.	3	81	35,5%
6. ¿Generalmente, dedicas las horas necesarias para hacer bien una tarea o llevar a cabo un proyecto?			
Precisamente, quieres tener tu propio negocio para no tener una jornada interminable.	1	55	24,1%
Se debe dedicar las horas justas, ni mas ni menos.	2	55	24,1%
Insistes en conseguir tus objetivos a pesar de los obstáculos y contratiempos que se te presenten, no importa el tiempo que haya que dedicarle.	3	118	51,8%
7. Ante situaciones que requiere decisiones rápidas:			
Intentas consultar con alguien antes de tomar una decisión.	1	71	31,1%
Sopesas con calma los "pros" y los "contras".	2	86	37,7%
Cuando surgen problemas, tiendes a encontrar soluciones de inmediato.	3	71	31,1%
8. ¿Cuál de estas afirmaciones te hace sentir más cómodo?			
Crees que te comunicas bien con los demás.	1	100	43,9%
No te gusta tener que explicar y argumentar tus decisiones.	2	58	25,4%
No te resulta difícil convencer a los demás sobre lo acertado de tus decisiones.	3	70	30,7%

Fuente: Elaboración propia

Luego de realizado las entrevistas, respecto al nivel de emprendimiento de los Estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano, donde se evidencia las ponderaciones a cada respuesta, la frecuencia y el porcentaje de los 228 estudiantes, se ha procedido a ponderar los resultados para medir el grado de madurez como emprendedor, a través de las escalas bajo, medio y alto, según el cuadro siguiente:

Cuadro 13: Medición del nivel de emprendimiento

Esca la Cualitativa	Esca la Cuantitativa
Bajo	[8 12]
Medio	[13 18]
Alto	[19 24]

Fuente: Elaboración propia

4.4.1. NIVEL DE EMPRENDIMIENTO

Para desarrollar este acápite, se ha contrastado con el total de los estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano, según el cuadro 11:

Cuadro 14: Nivel de emprendimiento de los estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano.

Nivel de Emprendimiento		Frecuencia	Porcentaje
Bajo	[8 12]	12	5,3%
Medio	[13 18]	142	62,3%
Alto	[19 24]	74	32,5%
Total		228	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Respecto al cuadro 13, se observa, que el 62,3% de los Estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano, tienen cualidades de emprendimiento con un nivel de medición medio; el 32,5% poseen cualidades de

emprendimiento con un nivel de medición alto, y solo el 5,3% tienen cualidades para el emprendimiento bajo.

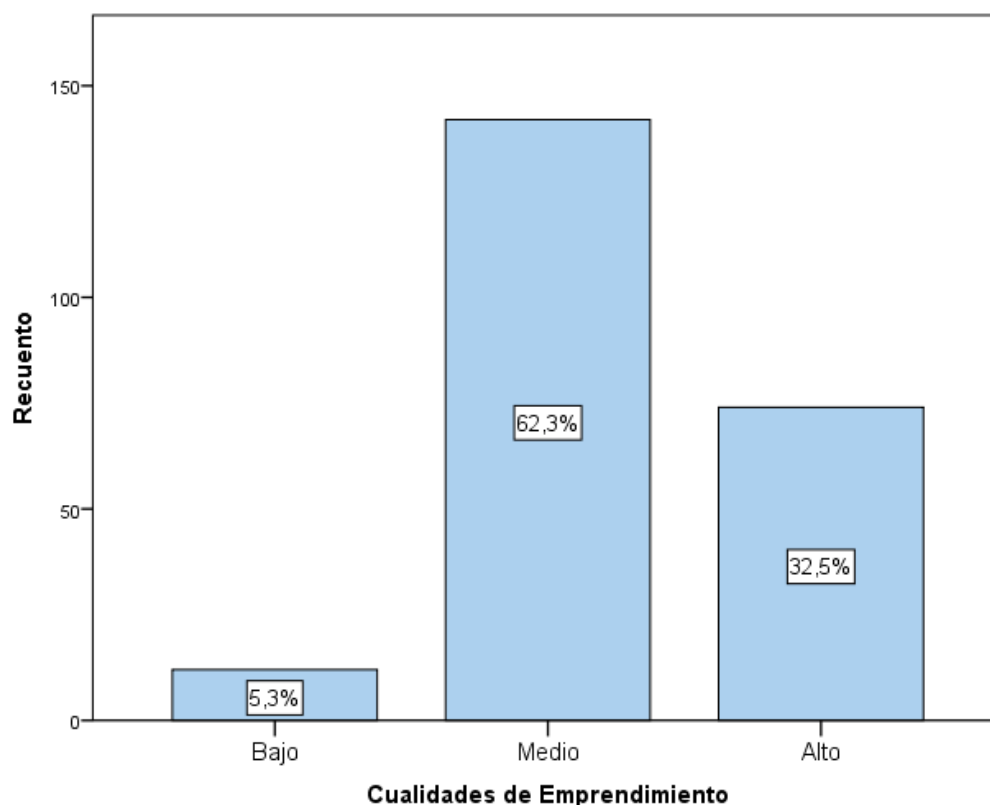


Figura 8: Nivel de emprendimiento.

Fuente: Elaboración propia.

4.5. ANÁLISIS ECONÓMICO.

Para hacer un análisis de los factores principales que inciden en la actitud emprendedora de los estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano de Puno, hemos visto por conveniente hacer un análisis de las variables exógenas: Curso (CUR), Estudios/Semestre (SEM), Género (G), Edad (ED), Experiencia laboral (EL), Familiar emprendedor (FE), Confianza en habilidades empresariales (CHE) y Conoce un emprendedor (CE).

$$EMP = \beta_0 + \beta_1 CUR + \beta_2 SEM + \beta_3 G + \beta_4 ED + \beta_5 EL + \beta_6 FE + \beta_7 CHE + \beta_8 CE + u_i$$

A continuación, se presentan por escuela profesional, las variables que se investigaran como explicativas y la variable endógena emprendimiento.

4.5.1. INGENIERÍA AGROINDUSTRIAL

En este acápite estimaremos los parámetros de la función emprendimiento, a través de la técnica estadística conocida como análisis de regresión lineal, obteniendo los siguientes valores:

Cuadro 15: Modelo econométrico en estudiantes de ingeniería agroindustrial.

	B	Error estándar	Wald	gl	Sig.	Exp(B)
Paso 1 ^a CUR	5.80	3.56	2.65	1.00	0.103	331.95
SEM	-2.82	2.33	1.46	1.00	0.227	0.06
GEN	1.97	1.58	1.55	1.00	0.213	7.19
EDADX	0.61	0.87	0.48	1.00	0.487	1.84
Constante	9.41	20096.48	0.00	1.00	1.000	12184.00

a. Variable Dependiente: Emprendedor.

b. Selección de casos solo para Escuela Profesional = Ingeniería Agroindustrial.

Fuente: Elaboracion propia.

$$EMP = 9.408 + 5.805CUR - 2.82SEM + 1.97G + 0.607ED - 30.37EL - 10.179FE - 12.7CHE - 9.7CE + u_i$$

p (1.00) (0,103) (0,227) (0,213) (0,487) (0,999) (1.00) (0,999) (1.00)

Estos resultados muestran que el nivel de emprendimiento, para la escuela profesional de Ingeniería Agroindustrial, se relacionan positivamente con el Curso (CUR), el Género (G), y la Edad (ED); y negativamente con el Semestre (SEM), Experiencia Laboral (EL), Familiar Emprendedor (FE), Confía en sus Habilidades Empresariales (CHE) y Conoce un Emprendedor (CE).

Las pruebas de significancia, estadísticamente usando $\alpha=5\%$ realizadas con t, para β_1 , β_2 , β_3 , β_4 , β_5 , β_6 , β_7 y β_8 tienen una probabilidad de (1.00), (0,103), (0,227), (0,213), (0,487), (0,999), (1.00), (0,999), y (1.00), los cuales, no son significativos (Sig.> α ; todos los sig. del modelo son mayores a 0,05), por lo que se acepta la hipótesis nula y consecuentemente se rechaza la hipótesis alterna; es decir, para la escuela profesional de Ing. Agroindustrial, las variables exógenas: Curso (CUR), Semestre (SEM), Genero (G), Edad (ED), Experiencia laboral (EL), Familiar emprendedor (FE), Confianza en habilidades empresariales (CHE) y contacto con emprendedores (CE) no determinan el Emprendimiento en dichos estudiantes.

El moderado valor del coeficiente de determinación $R^2= 0.387$, muestra que el 38.7% de emprendedores no es explicada por el Curso (CUR), Semestre (SEM), Genero (G), Edad (ED), Experiencia laboral (EL), Familiar emprendedor (FE), Confianza en habilidades empresariales (CHE) y contacto con emprendedores (CE), es decir ninguna de estas variables explica completamente a la variable dependiente "Emprendedor".

4.5.2. INGENIERÍA ECONÓMICA

Cuadro 16: Modelo econométrico en estudiantes de ingeniería económica.

		B	Error estándar	Wald	gl	Sig.	Exp(B)
Paso 1 ^a	CUR	-5.596	2.187	6.550	1	.010	.004
	SEM	-2.169	1.215	3.185	1	.074	.114
	EL	3.566	1.556	5.254	1	.022	35.366
	FE	2.848	1.488	3.661	1	.056	17.252
	CHE	4.641	1.834	6.401	1	.011	103.634
	CE	2.704	1.201	5.071	1	.024	14.947
	Constante	1.918	2.708	.502	1	.479	6.810

a. Variable Dependiente: Emprendedor.

b. Selección de casos solo para Escuela Profesional = Ingeniería Económica.

Fuente: Elaboración propia.

$$\begin{aligned}
 EMP &= 1.918 + 5.596CUR - 2.169SEM + 0.724G + 0.419ED + 3.566EL + 2.85FE + 4.64CHE + 2.7CE \\
 p & \quad (0.479) \quad (0,010) \quad (0,074) \quad (0,339) \quad (0,513) \quad (0,022) \quad (0,056) \quad (0,011) \quad (0,024) \\
 & + u_i
 \end{aligned}$$

El nivel de emprendimiento, para la escuela profesional de Ingeniería Económica, se relacionan positivamente con el Curso (CUR), Género (Gen), Edad (ED), Experiencia laboral (EL), Familiar emprendedor (FE), Confianza en habilidades empresariales (CHE) y contacto con emprendedores (CE); y negativamente con el Curso (CUR) y Semestre (SEM).

Las pruebas de significancia, estadísticamente usando $\alpha=5\%$ realizadas con t, para $\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5, \beta_6, \beta_7$ y β_8 tienen una probabilidad de (0,010), (0,074), (0,339), (0,513), (0,022), (0,056), (0,011), (0,024), de los cuales, son significativas al 5%, las variables Curso (CUR), Experiencia Laboral (EL), Confianza en habilidades empresariales (CHE) y Contacto con emprendedores (CE). Cabe mencionar también, que existen una variables significativas al 10%, Semestre (Sem), Familiar emprendedor (FE). De hecho, estas variables

determinan el Emprendimiento en estudiantes de la escuela profesional de Ing. Económica.

El valor del coeficiente de determinación $R^2 = 0,433$; significa que 43,3% de la variación en la actividad emprendedora de los estudiantes de Economía, se explica por las variables exógenas (CUR, SEM, G, ED, EL, FE, CHE y CE). Sin embargo, es necesario mencionar, que muchas veces se intenta maximizar R^2 , es decir, se prefiere el modelo con la R^2 más elevada, y como dijera (Gujarati & Porter, 2010), puede ser peligroso, ya que, en el análisis de regresión, el objetivo no es obtener una R^2 elevada por sí mismo, sino más bien obtener estimados confiables de los verdaderos coeficientes de regresión poblacional que permitan realizar inferencia estadística sobre ellos. Por consiguiente, el investigador debe preocuparse más por la pertinencia lógica o teórica de las variables explicativas para la variable dependiente y por su significancia estadística.

4.5.3. CIENCIAS CONTABLES

Cuadro 17: Modelo econométrico en estudiantes de ciencias contable.

		B	Error estándar	Wald	gl	Sig.	Exp(B)
Paso 1 ^a	CUR	-3.011	1.504	4.010	1	.045	.049
	EDADX	-1.504	.485	9.624	1	.002	.222
	EL	3.396	1.531	4.920	1	.027	29.845
	CE	4.081	1.672	5.960	1	.015	59.197
	Constante	2.871	2.863	1.006	1	.316	17.647

a. Variable Dependiente: Emprendedor.

b. Selección de casos solo para Escuela Profesional = Ciencias Contables.

Fuente: Elaboracion propia.

$$\begin{aligned}
 EMP &= 2.781 - 3.011CUR - 0.073SEM - 0.94G - 1.5ED + 3.396EL + 1.90FE + 1.06CHE + 4.08CE \\
 p & \quad (0.316) \quad (0,045) \quad (0,940) \quad (0,233) \quad (0,002) \quad (0,027) \quad (0,240) \quad (0,452) \quad (0,015) \\
 & + u_i
 \end{aligned}$$

El nivel de emprendimiento, para la escuela profesional de Ciencias Contables, se relacionan positivamente con la Experiencia laboral (EL), Familiar Emprendedor (FE), Confianza en habilidades empresariales (CHE) y Contacto con Emprendedor (CE); y negativamente con el Curso (CUR), Semestre (SEM), Genero (GEN) y la Edad (ED).

Las pruebas de significancia, estadísticamente usando $\alpha=5\%$ realizadas con t, para $\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5, \beta_6, \beta_7,$ y β_8 tienen una probabilidad de (0,045), (0,940), (0,233), , (0,002), (0,027), (0,240), (0,452) y (0,015), de los cuales, son significativas al 5%, las variables: Curso (CUR), Edad (ED). Experiencia Laboral (EL) y Contacto con emprendedores (CE). Estas variables, determinan el Emprendimiento en estudiantes de la escuela profesional de Ciencias Contables.

El valor del coeficiente de determinación $R^2= 0,305$; significa que, 30.5% de la variación en la actividad emprendedora de los estudiantes de Contabilidad, se explica por las variables exógenas (CUR, SEM, G, ED, EL, FE, CHE y CE).

4.5.4. ADMINISTRACIÓN

Cuadro 18: Modelo econométrico en estudiantes de administración.

		B	Error estándar	Wald	gl	Sig.	Exp(B)
Paso 1 ^a	FE	2.908	1.738	2.800	1	.094	18.329
	CE	3.650	1.960	3.467	1	.063	38.477
	Constante	-4.719	2.266	4.338	1	.037	.009

a. Variable Dependiente: Emprendedor.

b. Selección de casos solo para Escuela Profesional = Administracion.

Fuente: Elaboracion propia.

$$EMP = -4.719 + 2.908FE + 3650CE + u_i$$

p (0,037) (0,094) (0,063)

$$EMP = -4.179 - 0.545SEM - 0.308G + 0.270ED + 0.473EL + 2.908FE + 2.367CHE + 3.65CE + u_i$$

p (0,037) (0,443) (0,679) (0,585) (0,757) (0,094) (0,172) (0,063)

Para la escuela profesional de Administración, el nivel de emprendimiento, se relacionan positivamente con Edad (ED), Experiencia laboral (EL), Familiar emprendedor (FE), Confianza en habilidades empresariales (CHE) y Contacto con Emprendedores (CE); la variable Curso ha sido excluida del modelo, por el programa, debido a la carencia dicotómica de esta variable, pues en todos los semestres de esta escuela profesional, llevan cursos de emprendimiento. Quizás, la exclusión de esta variable haya afectado la significancia de las demás variables

Las pruebas de significancia, estadísticamente usando $\alpha=5\%$ realizadas con t, para $\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5, \beta_6, \beta_7$ y β_8 tienen una probabilidad de (0,037), (0,443), (0,679), (0,585), (0,757), (0,094), (0,172) y (0,063), de los cuales, son significativas al 10%, las variables: Familiar emprendedor (FE) y contacto con emprendedores (CE). De hecho. estas variables, determinan el

Emprendimiento de los estudiantes de la escuela profesional de Administración.

El valor del coeficiente de determinación $R^2 = 0,140$; significa que, 14% de la variación en la actividad emprendedora de los estudiantes de Administración, se explica por las variables exógenas (CUR, SEM, G, ED, EL, FE, CHE y CE).

4.5.5. ODONTOLOGÍA

Cuadro 19: Modelo econométrico en estudiantes de odontología.

	B	Error estándar	Wald	gl	Sig.	Exp(B)
Paso 1 ^a FE	3.241	1.826	3.151	1	.076	25.561
Constante	-1.896	2.235	.720	1	.396	.150

a. Variable Dependiente: Emprendedor.

b. Selección de casos solo para Escuela Profesional = Odontología.

Fuente: Elaboración propia.

$$EMP = -1.896 - 0.169CUR - 1.166SEM + 0.62G + 0.095ED + 2.28EL + 3.24FE + 2.15CHE + 2.81CE + u_i$$

p (0,396) (0,926) (0,395) (0,509) (0,838) (0,143) (0,076) (0,170) (0,166)

El nivel de emprendimiento, para la escuela profesional de Odontología, se relacionan positivamente con el Género (G), Edad (ED), Experiencia laboral (EL), Familiar emprendedor (FE), Confianza en habilidades empresariales (CHE) y contacto con emprendedores (CE); y negativamente con el Curso (CUR) y Semestre (SEM).

Las pruebas de significancia, estadísticamente usando $\alpha = 5\%$ realizadas con t, para $\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5, \beta_6, \beta_7,$ y β_8 tienen una probabilidad de (0,926), (0,395), (0,509), (0,838), (0,143), (0,076), (0,170) y (0,166), de los cuales, son significativas solo al 10%, la variable Familiar emprendedor (FE). Esta variable,

es la única que determina el Emprendimiento en estudiantes de la escuela profesional de Odontología.

El valor del coeficiente de determinación $R^2 = 0,178$; significa que, 17.8% de la variación en la actividad emprendedora de los estudiantes de Odontología, se explica por las variables exógenas (CUR, SEM, G, ED, EL, FE, CHE y CE)

4.5.6. ANÁLISIS GENERAL

Cuadro 20: Modelo econométrico general en estudiantes de la universidad

		B	Error estándar	Wald	gl	Sig.	Exp(B)
Paso 1 ^a	CUR	-.342	.319	1.149	1	.284	.710
	SEM	.304	.255	1.425	1	.233	1.356
	GEN	.230	.307	.564	1	.453	1.259
	EDADX	-.204	.165	1.532	1	.216	.816
	EL	1.349	.531	6.441	1	.011	3.852
	FE	.999	.515	3.763	1	.052	2.716
	CHE	.921	.506	3.309	1	.069	2.512
	CE	1.623	.527	9.475	1	.002	5.068
	Constante	-1.841	.668	7.593	1	.006	.159

a. Variable Dependiente: Emprendedor.

b. Selección de casos para el modelo General

Fuente: Elaboracion propia.

nacional del altiplano

$$\begin{aligned}
 EMP &= -1.841 - 0.342CUR + 0.304SEM + 0.230G - 0.204ED + 1.035EL + 0.99FE + 0.92CHE + 1.62CE \\
 p & \quad (0,006) \quad (0,284) \quad (0,233) \quad (0,453) \quad (0,216) \quad (0,011) \quad (0,052) \quad (0,063) \quad (0,002) \\
 & + u_i
 \end{aligned}$$

Para concluir, se hizo un análisis general de todas las escuelas profesionales, mencionadas anteriormente, para lo cual, el nivel de emprendimiento, de los estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano, se relacionan positivamente con el Semestre (SEM), Género (G), Experiencia laboral (EL),

Familiar emprendedor (FE), Confianza en habilidades empresariales (CHE) y contacto con emprendedores (CE); y negativamente con el Curso (CUR) y la Edad (ED).

Para las pruebas de significancia, estadísticamente usando $\alpha=5\%$ realizadas con t, para β_1 , β_2 , β_3 , β_4 , β_5 , β_6 , β_7 , y β_8 tienen una probabilidad de (0,284), (0,233), (0,453), (0,216), (0,011), (0,052), (0,069) y (0,002), de los cuales, son significativas al 1%, la variable: Contacto con nuevos emprendedores (CE); mientras al 5%, la variable Experiencia Laboral (EL). Cabe mencionar también, que existe una variable significativa al 10%, las cuales son: Familiar Emprendedor (FE) y Confianza en habilidades empresariales (CHE). Quiere decir, que estas variables, determinan el Emprendimiento en los estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano.

El valor del coeficiente de determinación $R^2= 0,068$; significa que, 6.8% de la variación en la actividad emprendedora de los estudiantes universitarios, se explica por las variables exógenas (CUR, SEM, G, ED, EL, FE, CHE y CE). Sin embargo, un R^2 bajo, no significa que el modelo sea necesariamente malo como habíamos explicado anteriormente.

CONCLUSIONES

Primera: De la clasificación de Hogares por Ingresos y Estrato Socioeconómico, se obtuvo, que, el 37,7% de hogares de los estudiantes de la Universidad nacional del Altiplano, se encuentran en el nivel socioeconómico de Clase Baja (C), cuyo promedio de ingresos, bordea los S/ 1200 a S/ 2000. El 26,8% está en la Clase Muy Baja (D), con ingresos entre S/ 800 y S/1200. El 20,2% se encuentra en la Clase Marginal (E), con ingresos entre S/ 400 y S/800. Solo el 13,6% y 1,8% se encuentran en la Clase Media (B) y Alta, con ingresos de S/ 2000 a mas de S/6000 respectivamente.

Segunda: Para la influencia de los cursos/materias sobre el emprendimiento, el 43,4% de los estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano, están de acuerdo, que los planes de estudios de su escuela profesional tienen asignaturas que formen a los alumnos para ser emprendedores. El 48,7%, respondieron que su escuela ha promovido o lo ha invitado a participar en algún evento sobre emprendimiento. El 36,4% indican, que su escuela ofrece cursos alternos al plan de estudios para que puedan crear su propia empresa. El 39%, considera que, en el plan de estudios de su escuela, no existen estrategias metodológicas para ingresar al mercado laboral al término de sus estudios. El 43,9%, piensa, que cuando terminen de estudiar, no estarán aptos para trabajar en el mercado laboral como emprendedor. El 47,8%, no desean que se les capacite, para desarrollar habilidades emprendedoras y el 44,3% no pretende, que su escuela incorpore cursos alternos al plan de estudios, para que les ayude a emprender una empresa.

Tercera: Respecto a los obstáculos, que atraviesan los estudiantes para crear su propia empresa, el 42,5%, piensa que existe riesgo económico (riesgo demasiado elevado, situación económica, falta de un sueldo mínimo asegurado, etc.); el 40,8%, dijeron, que el tiempo es limitado, por tener que trabajar demasiadas horas (tiempo para la familia, pareja, etc); el 39,9%, no tienen temor al fracaso y quedar en ridículo; el 42,5% piensa que la falta de capital no es excusa para iniciar algún tipo de emprendimiento; el 36,4%, explican que las cargas fiscales son un obstáculo para la iniciativa emprendedora y el 45,2% señalan que existe desconocimiento sobre las regulaciones para poner en marcha una empresa.

Por otro lado, al realizar el análisis econométrico para cada una de las escuelas profesionales de la UNA-Puno, se determinó que para la escuela profesional Ing. Agroindustrial, ninguna de las variables exógenas: Curso (CUR), Semestre (SEM), Genero (G), Edad (ED), Experiencia laboral (EL), Familiar emprendedor (FE), Confianza en habilidades empresariales (CHE) y contacto con emprendedores (CE) determinan el Emprendimiento, a un nivel de significancia del 5%. Para la escuela profesional de Ing. Económica, las variables que determinan el Emprendimiento a un nivel de significancia del 1%, son el Curso (CUR) y Confianza en habilidades empresariales (CHE), mientras al 5%, las variables Experiencia laboral (EL) y Contacto con emprendedores (CE). Para la escuela de Ciencias Contables, son significativas al 1%, las variables Edad (ED) y Contacto con emprendedores (CE); mientras al 5%, las variables Curso (CUR) y Experiencia laboral (EL). Para la escuela de Administración, son significativas al 10%, las variables: Familiar emprendedor (FE) y contacto con emprendedores (CE), ya que ha sido excluida la variable

independiente Curso (CUR) del modelo por el programa, debido a la carencia dicotómica de esta variable, pues en todos los semestres de esta escuela profesional, llevan cursos de emprendimiento. Por último, la escuela de Odontología solo es significativa al 10%, la variable: Familiar emprendedor (FE). De hecho y, en consecuencia, las variables que determinan el Emprendimiento en los estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano, de todas las escuelas profesionales mencionadas anteriormente, y al 1% de significancia son la Experiencia laboral (EL) y el Contacto con nuevos emprendedores (CE); mientras al 5%, solo la variable Familiar emprendedor (FE). Cabe mencionar, que el coeficiente de determinación $R^2 = 0,268$; significa que, 26,8% de la variación en la actividad emprendedora de los estudiantes universitarios, se explica por las variables exógenas (CUR, SEM, G, ED, EL, FE, CHE y CE). Sin embargo, un R^2 bajo, no significa que el modelo sea necesariamente malo como explica Gujarati y Porter (2010).

RECOMENDACIONES

Este trabajo de investigación realiza varias aportaciones al conocimiento científico, contribuyendo no sólo a la literatura existente sobre actividad emprendedora, sino también a aquella sobre el caso de estudiantes universitarios. Para otros estudios se invita a analizar elementos de la situación familiar, como son el número de hijos, su, el estatus matrimonial (convivencia) del estudiante o la implicación de los miembros de la familia en el emprendimiento. De este modo se espera ofrecer una visión mucho más completa del proceso emprendedor.

El instrumento diseñado y evaluado es válido, es decir, efectivamente nos permite cuantificar el nivel de algunas cualidades del emprendedor, aunque no existe la seguridad de que evalúe a la totalidad de ellas. Se recomienda otra revisión en el diseño y la correspondiente valoración para detectar los puntos débiles del cuestionario para asegurar su efectividad en la evaluación de todas las características seleccionadas.

Es indudable que la investigación analiza los obstáculos que inciden en el perfil emprendedor desde un modelo en el que se tienen en cuenta fundamentalmente factores de carácter económico, de tiempo, de temor, financiero y el desconocimiento sobre regulaciones para el emprendimiento, que podríamos denominar «cercaños», entendiendo por ello los del entorno inmediato de los obstáculos para el emprendedor. No se ha realizado un análisis contextual más amplio, como tampoco de carácter longitudinal y transcultural, que contribuirían a trazar otros aspectos de las características

que obstaculizan el emprendimiento, lo cual se debe tomar en cuenta para otras investigaciones.

REFERENCIAS

- Álvarez, C., & Urbano, D. (2011). Una década de investigación basada en el GEM: Logros y Retos. *Revista Latinoamericana de Administración. Revista Latinoamericana de Administración*, 46.
- APEIM. (18 de Octubre de 2012). *Niveles Socioeconómicos en Peru*. Recuperado el 29 de Diciembre de 2012, de <http://perucool.com/profiles/blogs/niveles-socioeconomicos-en-peru>
- Araque, W. (2009). *Perfil del emprendedor ecuatoriano*. Quito: Corporación Editora Nacional.
- Arraut, C. L. (2013). La Formación Empresarial y el Emprendimiento en Ingenierías de la Universidad Tecnológica de Bolívar. *Centro de Convenciones Cartagena de Indias*, p.10.
- Arraut, C. L. (2013). La Formación Empresarial y el Emprendimiento en Ingenierías de la Universidad Tecnológica de Bolívar. *Centro de Convenciones Cartagena de Indias*, p.10.
- Bonilla Ricardo, R. F., & Garcia Restrepo, J. O. (2014). *Caracterización del Perfil Emprendedor en Graduados de la Maestría en Administración de Negocios: Un Análisis Empírico en la Ciudad de Manizales*. Manizales.
- Calderón, H. G., Álvarez, G. C., Narajo, V. J., Gómez, N. L., Restrepo, J. G., & Negrette, I. (2012). *Reporte GEM Colombia Manizales 2011-2012*. Manizales: Ediciones Uninorte.

- Calderon, M. J. (2014). La Creatividad y el Emprendimiento de la Enseñanza Universitaria de Hoy. . *Escenarios*, pp. 64-75.
- Cerda, H. (1998). *Los Elementos de la Investigación*. Bogotá: El Búho.
- Davidsson, P. (1995). Culture, structure and regional levels of entrepreneurship. *Entrepreneurship and Regional Development*, vol. 7, nº 1, pp.41-62.
- Espí, G. T., Arana, L. G., Heras, S. I., & Díaz De Junguitu, G. D. (2007). Perfil Emprendedor del Alumnado Universitario del Campus de Gipuzkoa de la UPV/EHU. *Revista de Dirección y Administración de Empresas*, pp. 83-110.
- Flores, A., & Méndez, C. (2010). La Creatividad en la Formacion de Individuos Emprendedores desde el Ambito Universitario. *Revista Educare*, pp. 71-92.
- Flores, J. R. (2006). *Manual para elaborar planes de negocio*,. Bolivia.
- Fronzizi, R. (1992). ¿Qué son los valores? *Fondo de Cultura Económica*, p. 18,.
- Garcia, I. (23 de Agosto de 2011). Los ocho tipos de emprendedores. Obtenido de http://www.emprendedores.es/empresa/habilidades/los_ocho_tipos_de_emprendedor/tipos_emprendedor
- Gartner, W. (1985). A Conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Creation. *Academy of Management Review*, pp. 696-706.

- Gujarati, D. N., & Porter, D. C. (2010). *Econometría* (5a ed.). México D.F.: McGraw Hill.
- Gutiérrez, G. (2002). *Tratamiento y Análisis de la Documentación*. La Habana: Universidad de La Habana.
- Hernández, S. R., Fernández, C. C., & Baptista, L. P. (2010). *Metodología de la Investigación* (5a. ed.). México, D.F.: McGraw Hill Interamericana.
- Jean-Baptiste, S. (1803). *A treatise on political economy*.
- Julien, P. A. (2005). *Emprendimiento Regional y Economía del Conocimiento, Una metáfora de las novelas policíaca*. Cali: Pontificia Universidad Javeriana.
- Kantis, H., Angelelli, P., & Gatto, F. (2000). Nuevos Emprendimientos y Emprendedores en Argentina: De que Depende su Creacion y Supervivencia? Proyecto "Estudio comparativo sobre Entrepreneurship. Banco Interamericano de Desarrollo e Instituto de Industria de la Universidad Nacional de General Sarmiento. .
- Krizner, I. M. (1998). *El Empresario Lecturas de Economía* . Madrir: Union Editorial.
- Mcdougall, P., Shane, S., & Oviatt, B. M. (1994). Explaining the Formation of International New Ventures: The Limits of Theories from International Business Research. *Journal of Business Venturing*, pp. 469-487.
- Menzies, T., Brenner, G. A., & J., F. L. (2003). Menzies TV, Brenner GA, Filion LJ. (2003): "Social capital, networks and Ethnic Minority Entrepreneurs:

Transnational Entrepreneurship and Bootstrap Capitalism. *Globalization and entrepreneurship: Policy and Strategy Perspectives*, pp. 125-151.

Morales, S. T. (Agosto de 2010). El Emprendedor Académico: Su Perfil y Motivaciones para Convertirse en Empresario. *Tec Empresarial*, Vol. 4(Nº 2), pp. 9-20.

Moreno Paredes, k. A. (2015). *El Empredimiento Universitario Sustentado en la Responsabilidad Social Caso: Pontificia Universidad Catolica de Ecuador*. Quito.

Namakforoosh, M. N. (2010). *Metodología de la Investigación*. Mexico, D.F.: Ed. Limusa.

Navarrete, H. (2010). La habilidad No.1 para emprender. *Revista Ventas*, p. 20.

Orrego, C. I. (2008). La Dimensión Humana del Emprendimiento. *Revista Ciencias Estratégicas*, PP.225-235.

Otero, A. (2005). Diseño de un modelo para promover emprendimiento en estudiantes de secundaria en grados 10º Y 11º de estratos 1, 2 y 3 en Colombia. . *Universidad de los Andes: Bogotá* .

Pereira, F. (2007). La evolución del espíritu empresarial como campo del Conocimiento. Hacia una visión sistémica y humanista. *Cuadernos de Administración*, pp 11-37.

Pérez, B. L. (2016). *Propuesta metodológica para la caracterización de pautas emprendedoras en materia de emprendimiento universitario. Validación en el Campus d'Alcoi de la Universitat Politècnica de València*. Valencia.

- Petit, E. (2007). Petit, E. (2007). La Gerencia Emprendedora Innovadora como Catalizador del Emprendimiento Económico. . *Revista de Ciencias Sociales - Venezuela*.
- Pino, G. R. (2010). *Metodología de la Investigación* (Primera Reimpresión ed.). Lima: Editorial San Marcos.
- Porter, M. (1991). *La ventaja competitiva de las naciones*. Buenos Aires: Vergara.
- Rodríguez, C. A., & Prieto, P. F. (2009). La sensibilidad al emprendimiento en los estudiantes universitarios. Estudio comparativo Colombia-Francia. *Innovar, Especial en Educación*, pp.73-90.
- Rodríguez, R. A. (2009). Nuevas Perspectivas para entender el Emprendimiento Empresarial. *Pensamiento y Gestion*, pp. 94-119.
- Romo, R. L., Quevedo, M. L., & Herrera, D. d. (2013). Desarrollo de los Programas de Emprendedores en diferentes Instituciones de Educación Superior. *International Review of Business Research Papers*, Vol. 9. No.2. February 2013 Special Spanish Issue. Pp. 220 – 232.
- Salkind, N. J. (1999). *Métodos de Investigación* (3a. ed.). México D.F.: Prentice Hall.
- Sandoval, A. A. (2015). *El Emprendimiento Universitario Sustentado en la Responsabilidad Social CASO: UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS-ESPE*. Quito.

Schumpeter, J. (1991). Essays on entrepreneurs, innovations, business cycles, and the evolution of capitalism. *New Brunswick: Transaction Publishers.*

Turgot, A. (1766). *Reflexiones sobre la formación y distribución de la riqueza.*

Veciana, J. (1999). Entrepreneurship as a scientific research programme. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, p 8.

Vera, P. (2004). Formación de Emprendedores Universitarios del MERCOSUR. *. I Workshop.*

ANEXOS

CURSOS DE EMPRENDIMIENTO SEGÚN PLAN DE ESTUDIOS 2016-I

	Ingenierias		Sociales		Biomedicas
	Agroindustrial	Economica	Contabilidad	Administracion	Odontologia
Produccion					
Microeconomia		X	X		
Macroeconomia		X	X		
Taller de produccion	X	X		X	
Estudio de Mercado		X		X	
Economia		X		X	
Proyectos		X		X	
Empresa					
Administracion		X	X	X	
Direccion			X	X	
Control				X	
Marketing	X	X	X	X	
Finanzas					
Costos y Presupuesto		X	X	X	
Finanzas		X	X	X	
Negocios			X	X	
Contabilidad		X	X	X	
Liderazgo					
Oratoria		X	X	X	X
Etica profesional	X	X	X	X	X
Planificacion		X		X	

Fuente: Plan de estudios correspondiente a cada escuela profesional del periodo 2016-I

Elaboracion: Elaboracion Propia

MATRIZ DE CONSISTENCIA

ACTITUD EMPRENDEDORA DE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO DE PUNO: 2016

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	INDICADORES
Problema General	Objetivo General	Hipótesis General		
¿Cómo es la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios de la Universidad Nacional del Altiplano de Puno: 2016?	Determinar la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios de la Universidad Nacional del Altiplano de Puno: 2016.	La confianza en habilidades emprendedoras y los estudios determinan la actitud emprendedora.	<p>Variable Dependiente Actitud Emprendedora</p> <p>Variables Independientes Estudios/Semestre Genero Edad Familiar emprendedor Experiencia Laboral Confianza en habilidades empresariales Conoce algún emprendedor</p>	<p>1= Emprendedor. 0= No emprendedor..</p> <p>• 1= 1 al 4 semestre. 2= 5 al 8 semestre. 3= 9 al 11 semestre</p> <p>• 1= Masculino 0= Femenino</p> <p>• Numérico</p> <p>• 1= Estudiantes con mayor experiencia laboral. 0= Estudiantes sin experiencia laboral.</p> <p>• 1= Estudiantes con familias emprendedoras. 0= Estudiantes sin familias emprendedoras.</p> <p>• 1= Estudiante que confie en sus habilidades empresariales. 0= Estudiante que desconfie en sus habilidades empresariales.</p> <p>• 1= Conoce a un emprendedor.</p>
Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis Específicas		
¿De qué manera influyen las características socioeconómicas de los estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano respecto al emprendimiento?	Analizar los niveles socioeconómicos según el ingreso familiar de los estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano respecto al emprendimiento.	El nivel socioeconómico de los estudiantes es de clase baja con un ingreso familiar promedio de S/1400.	<p>Variable Independiente Nivel Socioeconómico</p> <p>Variable Dependiente Ingreso Familiar</p>	<p>Clase alta Clase media Clase baja Clase muy baja Clase marginal</p> <p>Mas de 6000 2000 a 6000 1200 a 2000 800 a 1200 400 a 800</p>
¿Cómo influyen los cursos (materias) en el emprendimiento de los estudiantes?	Determinar si los cursos (materias) influyen en el emprendimiento de los estudiantes.	Los cursos (materias) influyen en el emprendimiento de los estudiantes.	<p>Variable Independiente Cursos (materias)</p> <p>Variable Dependiente Emprendimiento</p>	<p>• 0= No cursa materias de emprendimiento. • 1= Cursa materias de emprendimiento.</p> <p>Alto Medio Bajo</p>
¿Cuáles son los principales obstáculos que atraviesan los estudiantes en crear su propia empresa?	Conocer los principales obstáculos que atraviesan los estudiantes en crear su propia empresa.	El principal obstáculo que atraviesan los estudiantes en crear su propia empresa es el capital inicial.	<p>Variable Obstáculos para crear su propia empresa</p>	<p>Capital Inicial Miedo al fracaso</p>

Fuente: Elaboración Propia de la Autora

