

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



**“ESTUDIO COMPARATIVO DE LAS INTENCIONES
EMPRENDEDORAS EN ESTUDIANTES DE ADMINISTRACIÓN
UNA-PUNO / UANCV - PUNO 2016”**

TESIS

PRESENTADA POR:

JUAN ALBERTO CHAMBI CONDORI

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

PROMOCIÓN 2015 II

PUNO - PERÚ

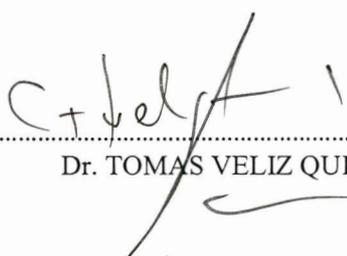
2017

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
 “ESTUDIO COMPARATIVO DE LAS INTENCIONES EMPRENDEDORAS EN
 ESTUDIANTES DE ADMINISTRACIÓN UNA-PUNO / UANCV - PUNO 2016”

TESIS PRESENTADA POR:
 JUAN ALBERTO CHAMBI CONDORI
 FECHA DE SUSTENTACIÓN: 25 DE JULIO DEL 2017
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN
 APROBADO POR EL JURADO REVISOR CONFORMADO POR:

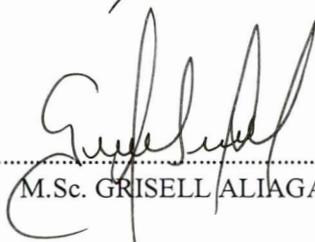


PRESIDENTE



 Dr. TOMAS VELIZ QUISPE

PRIMER MIEMBRO



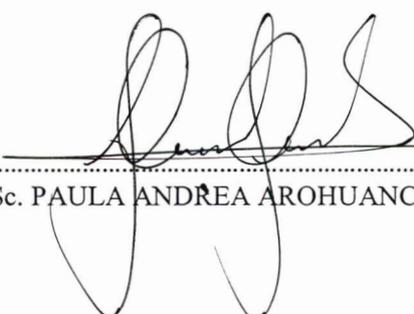
 M.Sc. GRISELL ALIAGA MELO

SEGUNDO MIEMBRO



 M.Sc. MIRIAM SEREZADE HANCCO GOMEZ

DIRECTOR DE TESIS



 M.Sc. PAULA ANDREA AROHUANCA PERCCA

Área: Administración de Emprendimientos
Tema: Intenciones Emprendedoras

DEDICATORIA

*A Dios todo poderoso por iluminar
y guiar mi camino y permitirme
convertir en realidad este maravilloso
sueño el ser profesional*

*A mis padres Alberto y Ofelia
por ser, fortaleza, perseverancia
ejemplo en mi vida haberme forjado
y brindado su apoyo incondicional
en mi formación profesional*

*A mis hermanos
Enoc, Rubén y Dina mismo en
Las distancias siempre los tengo presente*

*A Araceli y Henry inspiración
de siempre allí.*

AGRADECIMIENTO

A Dios todo poderoso por todo.

*A la Universidad Nacional del Altiplano
Facultad de Ciencias Contables y Administrativas,
y en especial a la Escuela Profesional de Administración
por haberme formado y brindado oportunidades
de crecimiento y poder contribuir en el desarrollo
de nuestra región y nuestro querido Perú.*

*Así mismo mi agradecimiento a la
M.sc. Paula Andrea Arohuanca Percca en mi
Calidad de director del presente trabajo de investigación.*

*A los docentes de la Escuela Profesional de Administración
por sus enseñanzas impartidas.*

*A mis compañeros de aula quienes han sabido despertar
en mí un sentimiento único hacia ellos.*

INDICE GENERAL

INDICE DE FIGURAS	7
INDICE DE CUADROS	9
INDICE DE TABLAS	10
RESUMEN	11
ABSTRACT	12
CAPITULO I	13
INTRODUCCIÓN	13
1.1.- EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	13
1.1.1.- PROBLEMA GENERAL.....	13
1.2.- ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.....	13
1.3.- FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	22
1.4.- IMPORTANCIA Y UTILIDAD DEL ESTUDIO.....	23
1.5.- OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	24
1.5.1.- OBJETIVO GENERAL.....	24
1.5.2.- OBJETIVOS ESPECÍFICOS	24
1.6.- CARACTERIZACIÓN DEL ÁREA DE INVESTIFACIÓN	24
CAPITULO II	26
REVISIÓN DE LITERATURA	26
2.1.- MARCO TEORICO	26
2.1.1.- RESEÑA HISTORICA DE LAS PRINCIPALES TEORÍAS DE EMPENDIMIENTO Y LOS MODELOS DE INTENCIÓN EMPRENDEDORA	26
2.2.2.- MODELO DE LA TEORIA DE ACCIÓN PLANIFICADA.....	32
2.2.3.- DETERMINANTES DE LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA SEGÚN GUESSS	34
2.2.4.- ACCIONES Y/O PROGRAMAS DE INTENCIÓN EMPRENDEDORA GENERADOS EN LA UNA-PUNO Y UANCV	35
2.2.- MARCO CONCEPTUAL	37
2.3.- HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN.....	40
2.3.1.- HIPÓTESIS GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN	40
CAPITULO III	41
MATERIALES Y METODOS	41
3.1.- TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.....	41
3.2.- POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN	42
3.2.1.- POBLACIÓN.....	42

3.2.2.- MUESTRA	42
3.3.- TÉCNICAS E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS	43
3.4.- PROCEDIMIENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	44
3.5.- PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS	44
3.5.1.- COEFICIENTE DE CORRELACIÓN PEARSON.....	44
3.5.2.- LA REGRECIÓN LINEAL MULTIPLE	46
3.5.3.- LA SIGNIFICANCIA ESTADISTICA	46
3.5.3.- METODO DE ANALISIS DE DATOS	46
CAPITULO IV	47
RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	47
4.1.- RESULTADOS	47
4.1.1.- ESTADISTICOS DESCRIPTIVOS DE LA MUESTRA.....	47
4.1.2.- RESULTADOS DE LOS OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	55
4.1.3.- MODELO DE REGRESIÓN LINEAL MULTIPLE.....	65
4.1.4.- PRUEBA DE T STUDENS - COMPARACION DE MEDIAS.....	68
4.2.- DISCUSIÓN	78
4.3.- PROPUESTA DE ESTRATEGIAS DE FORTALECIMIENTO UNA-PUNO/ UANCV-PUNO.....	80
4.3.1.- RESUMEN DE COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS	86
4.3.2.- COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS, ELEMENTOS DE LA COMPETENCIA Y CRITERIOS DE DESEMPEÑO	87
4.3.3.- FORTALECIMIENTO DE COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS A PARTIR DE LA DIDÁCTICA	96
CONCLUSIONES.....	98
RECOMENDACIONES.....	100
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	102
ANEXOS	106

INDICE DE FIGURAS

FIGURA 01: Esquema del Modelo del Evento Emprendedor de Shapero y Sokol (1982).....	29
FIGURA 02: Esquema del Modelo de la Teoría del Comportamiento Planificado de Ajzen.....	30
FIGURA 03: Esquema del Modelo Entrepreneurship Potencial Model (Krueger, Brazeal) 1994.....	32

INDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 01: Correlación (Actitud personal-Intención emprendedora) UNA-PUNO.....	57
GRÁFICO 02: Correlación (Norma subjetiva-Intención emprendedora) UNA-PUNO.....	58
GRÁFICO 03: Correlación (Control conductual percibido-Intención emprendedora) UNA-PUNO.....	59
GRÁFICO 04: Correlación (Actitud personal-Intención emprendedora) UANCV-PUNO.....	62
GRÁFICO 05: Correlación (Norma subjetiva-Intención emprendedora) UANCV-PUNO.....	63
GRÁFICO 06: Correlación (Control conductual percibido-Intención emprendedora) UANCV-PUNO.....	64

INDICE DE CUADROS

CUADRO 01: Competencia conformación de redes.....	88
CUADRO 02: Competencia resolución de problemas.....	89
CUADRO 03: Competencia orientación al logro.....	90
CUADRO 04: Competencia asumir riesgos.....	91
CUADRO 05: Competencia trabajo en equipo.....	92
CUADRO 06: Competencia autonomía.....	93
CUADRO 07: Competencia creatividad.....	94
CUADRO 08: Competencia iniciativa.....	95

INDICE DE TABLAS.

TABLA 01: Muestra estudiantes UNA-PUNO/UANCV-PUNO.....	43
TABLA 02: Valoraciones coeficientes de contingencia.....	45
TABLA 03: Estadística de variables de control: Edad, Sexo.....	47
TABLA 04: Actitud personal UNA-PUNO.....	48
TABLA 05: Norma subjetiva UNA-PUNO.....	49
TABLA 06: Control conductual percibido UNA-PUNO.....	49
TABLA 07: Intención emprendedora UNA-PUNO.....	50
TABLA 08: Resumen de medias UNA-PUNO.....	51
TABLA 09: Actitud personal UANCV-PUNO.....	51
TABLA 10: Norma subjetiva UANCV-PUNO.....	52
TABLA 11: Control conductual percibido UANCV-PUNO.....	53
TABLA 12: Intención emprendedora UANCV-PUNO.....	54
TABLA 13: Resumen de medias UANCV-PUNO.....	54
TABLA 14: Correlación Interna UNA-PUNO.....	55
TABLA 15: Correlación Interna UANCV-PUNO.....	60
TABLA 16: Regresión lineal múltiple UNA-PUNO (Factores).....	66
TABLA 17: Regresión lineal múltiple UNA-PUNO (Factores y rasgo general).....	66
TABLA 18: Regresión lineal múltiple UANCV (Factores).....	67
TABLA 19: Regresión lineal múltiple UANCV (Factores y rasgo general).....	67
TABLA 20: Prueba T: Diferencia General UNA-PUNO/ UANCV-PUNO.....	68
TABLA 21: Resumen de diferencia de medias UNA-PUNO/UANCV-PUNO.....	77
TABLA 22: Resultados de estudios anteriores utilizando la TCP.....	79
TABLA 23: Estrategias de enseñanza-aprendizaje a propuesta en las asignaturas de opción complementaria en creación de empresa para el fortalecimiento de competencias emprendedoras UNA-PUNO.....	82
TABLA 24: Estrategias de enseñanza-aprendizaje a propuesta en las asignaturas de opción complementaria en creación de empresa para el fortalecimiento de competencias emprendedoras UANCV-PUNO.....	84
TABLA 25: Competencias emprendedoras a desarrollar en los estudiantes identificados por autores internacionales en educación en emprendimiento y en el PEI.....	86

RESUMEN

El presente trabajo de investigación intitulado “ESTUDIO COMPARATIVO DE LAS INTENCIONES EMPRENDEDORAS EN ESTUDIANTES DE ADMINISTRACIÓN UNA-PUNO / UANCV - PUNO 2016”; tiene como objetivo principal a través de un estudio de nivel relacional-comparativo, ver las intenciones emprendedoras de estudiantes de Administración en una universidad pública y privada en la ciudad de Puno; para objeto de éste estudio se utilizará en el análisis el comportamiento de estudiantes de la UNA-PUNO, y la UANCV (Sede-Puno). En la hipótesis planteada se busca evidenciar si dentro del proceso de formación académica existen diferencias significativas en la intención de emprender y determinar la relación de influencia de los factores independientes, la actitud personal, norma subjetiva y control conductual percibido en la intención emprendedora, siguiendo el modelo teórico de Ajzen; el instrumento es el cuestionario de intenciones empresariales (CIE) de F. Liñan; el CIE es un instrumento desarrollado en base a la existencia de la literatura teórica y empírica sobre la aplicación de la teoría del comportamiento planificado hacia el emprendimiento de Ajzen. Es menester que la enseñanza superior en Administración debe formar profesionales preparados para ingresar y modificar el escenario económico vigente en el desenvolvimiento de las sociedades en que están insertados. En el análisis de resultados se analiza las cuestiones planteadas; considerando que la formación emprendedora es vista como un diferencial competitivo y una entrega de valor superior por parte de las instituciones; todavía se realiza de forma insuficiente, al final son sugeridas propuestas que fortalecerán estrategias de enseñanza-aprendizaje, como forma de directrices académicas de la enseñanza emprendedora en las instituciones investigadas.

Palabras claves: Emprendimiento, intención emprendedora, universidad, estudiantes.

ABSTRACT

The present research work entitled "COMPARATIVE STUDY OF ENTREPRENEURS' INTENTIONS IN UNA-PUNO ADMINISTRATION STUDENTS / UANCV - PUNO 2016"; Has as main objective through a study of relational-comparative level, to see the enterprising intentions of students of Administration in a public and private university in the city of Puno; For the purpose of this study will be used in the analysis the behavior of students of UNA-PUNO, and UANCV (Puno Branch). In the proposed hypothesis it is sought to show if there are significant differences in the intention to undertake, within the process of academic formation, also determine the influence relation of the independent factors, personal attitude, subjective norm and perceived behavioral control in the entrepreneurial intention, following The theoretical model of Ajzen. In this study, the business intentions questionnaire (CIE) by F. Liñan (Liñan & Chen, 2009) will be used as an instrument, the CIE is an instrument developed based on the existence of theoretical and empirical literature on the application of theory Of the planned behavior toward Ajzen's enterprise.

It is necessary that higher education in Administration must train professionals prepared to enter and modify the current economic scenario and help in the development of the societies in which they are inserted. The analysis of results analyzes the issues raised observing a clear concept of the real situation within the process of academic training in students; Considering that entrepreneurship training is seen as a competitive differential and a surrender of superior value by the institutions; Is still insufficiently performed, at the end are suggested proposals that will strengthen teaching-learning strategies, as a form of academic guidelines of entrepreneurship education in the institutions under investigation.

Keywords: Entrepreneurship, Entrepreneurial Intention, university, students.

CAPITULO I

INTRODUCCIÓN

1.1.- EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1.1.- PROBLEMA GENERAL

Éste trabajo busca ver; ¿Cómo son las intenciones emprendedoras entre estudiantes de Administración de la UNA-PUNO y UANCV sede-Puno 2016?

1.1.1.1.- PROBLEMA ESPECÍFICO 1

¿Cuál es el nivel de relación de la intención emprendedora en función de sus dimensiones en los estudiantes de administración de la UNA?

1.1.1.2.- PROBLEMA ESPECÍFICO 2

¿Cuál es el nivel de relación de la intención emprendedora en función de sus dimensiones en los estudiantes de administración de la UANCV sede-Puno?

1.2.- ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

El Emprendedurismo es un tema que ha venido tomando relevancia en los últimos años por lo que se cuenta con estudios realizados en el ámbito académico tal es así que:

De la Revista de Estudios Empresariales Segunda Época en el trabajo de investigación “Un paso más en la investigación de la intención emprendedora del estudiante universitario: GUESSS”. (Medina, Bolívar, & Lemes, 2014) Desarrollan su

investigación en tres análisis. El trabajo se plantea un triple objetivo. En primer lugar, dar a conocer el Global University Entrepreneurial Spirit Student's Survey (GUESSS), proyecto de investigación internacional que explora la intención y actividad emprendedora del estudiante universitario, en el que España participa por primera vez. En segundo lugar, presentar los resultados preliminares de GUESSS sobre una muestra de estudiantes de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria al objeto de explorar su intención en relación con la elección de su carrera laboral. De modo específico, se examina la intención de fundar su propio negocio, y se indaga en variables asociadas con la actividad emprendedora. Por último, contrastar empíricamente el modelo teórico en el que se sustenta el proyecto GUESSS. Tras un estudio descriptivo de los datos y su comparación con los observados en el ámbito internacional, se ha realizado un análisis de regresión lineal. Se observa cómo la intención emprendedora del estudiante universitario se multiplica por seis a los cinco años de haber finalizado los estudios respecto a la que presenta tras concluirlos. Este resultado también se constata a nivel internacional. Asimismo se detecta que los hombres presentan una mayor vocación emprendedora que las mujeres. El modelo teórico subyacente se confirma parcialmente, al verificarse el efecto que la actitud del estudiante hacia el emprendimiento y el control percibido de su comportamiento ejerce en la intención emprendedora. De los resultados alcanzados se derivan implicaciones para los docentes, las universidades y la Administración de cara a potenciar la iniciativa emprendedora de los estudiantes.

Por otro lado el interés de GUESSS en conocer la intención emprendedora del estudiante universitario es clave si se tiene en cuenta que, por lo general, la universidad es el final del proceso de formación superior que conduce al estudiante de forma directa al mercado laboral, por lo que muestra una radiografía bastante precisa de la opción de carrera preferida por los estudiantes universitarios, cuestión estratégica para cualquier

país. El proyecto cumple su sexta edición en el período 2013-2014, siendo ésta la primera en la que se incorpora España. En este bienio el proyecto GUESSS se ha desplegado en 34 países, contando con la participación de 759 universidades, 21 de ellas españolas entre las que se encuentra la universidad objeto de estudio, y más de 109.000 encuestados. Es interesante resaltar del análisis de la intención emprendedora realizado en el presente trabajo, que se enmarca dentro del segundo objetivo, cómo la intención emprendedora del estudiante universitario se multiplica casi por seis a los cinco años de haber finalizado los estudios respecto a la que se tiene en el momento de haber culminado la titulación. Este resultado también se constata en la comparativa con el promedio internacional, si bien en el ámbito de la universidad estudiada, el dato que se alcanza es superior. La explicación a este hecho puede estar relacionada con el deseo del estudiante de acumular experiencia laboral, completando su formación con el ejercicio de la profesión antes de lanzarse a la aventura empresarial por cuenta propia. Además, queda patente que la mayoría de los estudiantes no han recibido formación en emprendimiento y que menos de un 10 por 100 la ha cursado de forma obligatoria. A pesar de este resultado, es posible que, si bien los estudiantes no han recibido formación en emprendimiento a través de asignaturas específicas, sí hayan desarrollado las competencias correspondientes de manera transversal.

Otro de los hallazgos del trabajo es el relativo a la menor vocación emprendedora de las féminas frente a la que presentan los estudiantes del género masculino, lo que se constata tanto en la universidad objeto de estudio como en el promedio internacional. Ahora bien, habría que aclarar que aunque el perfil del estudiante de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria no es muy distinto del estudiante universitario que se analiza en el ámbito internacional, sí es destacable que la intención emprendedora de los primeros es superior.

Así, en primer lugar, se ha aportado cumplida información sobre el proyecto de investigación GUESSS en el que por primera vez participa España y la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, proporcionando información muy valiosa para la universidad objeto de estudio y, concretamente, para el profesorado comprometido con el desarrollo del espíritu emprendedor en las aulas. GUESSS constituye, actualmente, un referente en la investigación en el estudio de la intención emprendedora del estudiante universitario, configurándose como el proyecto de mayor envergadura en el ámbito internacional en este campo. En segundo lugar, y respondiendo al segundo de los objetivos planteados, tras una descripción del perfil de la muestra de estudiantes participantes en el proyecto, se ha indagado en sus intenciones de elección de carrera profesional y, de modo específico, con la idea de montar un negocio propio. Este análisis se ha realizado tanto para el momento en el que concluyen los estudios como tras cinco años de la finalización de los mismos. Asimismo se han proporcionado datos sobre la formación de los estudiantes en materia de emprendimiento, así como sobre las diferencias entre hombres y mujeres con respecto a su intención emprendedora. Por último, y con relación al tercer objetivo, señalar que, de las tres hipótesis planteadas, dos fueron validadas en línea con lo encontrado en la literatura, mientras que la relativa a las normas subjetivas fue rechazada, coincidiendo con estudios previos que no han podido establecer una relación directa entre las normas subjetivas y la intención emprendedora. Llegando a las siguientes conclusiones:

El proyecto GUESSS aporta una medida de la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, con la que hasta ahora no se contaba y, partir de la cual, los docentes de esta universidad podrán reflexionar sobre el desarrollo de programas de fomento del espíritu emprendedor en el aula. Con el fin de poder adecuar los programas formativos en materia de emprendimiento a las necesidades

de los estudiantes, sería deseable que GUESSS abordara alguna pregunta para recabar información sobre el tipo de formación emprendedora recibida por los universitarios y las carencias que ellos encuentran. En relación con los resultados obtenidos sobre la formación de los estudiantes en materia de emprendimiento, sería conveniente indagar si en los planes de estudio el fomento del espíritu emprendedor se incluye de manera transversal. Sería entonces recomendable que el seguimiento de los títulos universitarios condujera hacia la incorporación de las competencias asociadas al espíritu emprendedor. Se detecta que los estudiantes posponen la iniciativa de emprender hasta haber alcanzado una cierta experiencia laboral. Sin embargo, en un período de crisis como el actual, el acceso al mercado laboral es cada vez más difícil, existiendo un periodo de carencia entre este momento y la finalización de los estudios. Por ello es importante fomentar desde la Administración la iniciativa emprendedora a través de programas como puede ser el Erasmus para Jóvenes Emprendedores.

En un estudio perteneciente a la Red Internacional de Investigadores en Competitividad memoria del IX Congreso, titulado “Estudiantes de la carrera de administración de empresas de la universidad autónoma de aguas calientes y su intención emprendedora” (García, Díaz, & Melchor, 2015) enfocan su objetivo de su investigación en determinar la influencia que tienen las siguientes variables sobre la intención emprendedora: actitud personal, el control percibido de la conducta, la valoración del medio ambiente cercano y los años de estudio. Utilizando el modelo de regresión lineal se encontró influencia positiva sobre la variable dependiente de todas las variables independientes excepto la de años de estudio cursados de su carrera, lo que explica el resultado de los programas de emprendedurismo en la intención emprendedora de los alumnos. Llegando a las siguientes conclusiones:

Las variables que influyen en la convicción que tienen los alumnos de iniciar una empresa en el futuro (intención emprendedora) son: su actitud positiva hacia emprender (actitud personal), la percepción de sí mismos de que tan difícil o tan fácil sería convertirse en emprendedor (control percibido de la conducta) y la valoración sobre el emprendedurismo que tengan las personas cercanas a ellos (valoración del medio ambiente cercano), cabe destacar que los resultados muestran que la formación que reciben durante su carrera no influye en su convicción de iniciar una empresa en el futuro (intención emprendedora), por lo tanto vemos los resultados que están teniendo los esfuerzos por parte de profesores y directivos de la carrera para influir e incrementar la intención emprendedora de los estudiantes, al observar la $\beta = -0.001$, que aunque no es significativa podría indicar que los años de estudio influyen negativamente sobre la intención emprendedora.

En general en la carrera de administración observamos que hay un promedio de 6.1 de intención emprendedora, esto es contrastante cuando vemos que los estudiantes tienen un promedio menor de valoración del medio ambiente cercano 4.79, lo que nos indica que este es el nivel en que sus colegas, amigos y familiares valoran positivamente el emprendimiento, mismo que puede influir en estimular o desestimular su carrera emprendedora, aunado a que los años que dedica a estudiar su carrera no influyen en su convicción de iniciar una empresa en el futuro. Los estudiantes se enfrentan a uno medio ambiente poco alentador sobre el ser emprendedor, además de que tienen un promedio menor en control percibido de la conducta (5.1) con respecto a su intención emprendedora, es decir que no ven tan fácil el convertirse en emprendedores. Finalmente podemos caracterizar a los estudiantes de la carrera de administración de la siguiente forma:

Tienen una mayor actitud positiva hacia emprender (actitud personal=6.4), que una convicción y un plan de iniciar una empresa en el futuro (intención emprendedora=5.93). En promedio las personas que se encuentran cercanos a ellos tienen una valoración sobre el emprendedurismo (valoración del medio ambiente cercano=4.79) menor que la percepción de sí mismos de que tan difícil o tan fácil sería convertirse en emprendedor (control percibido de la conducta=5.1). Los estudiantes de la carrera de administración de la Universidad Autónoma de Aguascalientes tienen por sobre todo una actitud positiva para emprender (actitud personal), aunque su percepción de sí mismos sobre qué tan fácil les sería convertirse en emprendedores (control percibido de la conducta) es menor a la actitud positiva que tienen sobre el emprendimiento (actitud personal). Es decir les parece atractiva la idea de emprender, pero su percepción de que tan capaces se sienten de emprender es menor, esto se puede deber a la falta de estímulo por parte de la institución educativa, que pese a que tienen programas para la promoción de la intención emprendedora estos no influyen sobre su intención emprendedora, además en general las percepciones que tienen sus familiares con respecto al emprendedurismo también son menores. El que los años estudiados de su carrera no influyan en su intención emprendedora dan un claro panorama sobre los resultados que tienen los programas de promoción de la intención emprendedora tienen sobre los estudiantes.

Otro estudio de investigación en estudiantes de una universidad chilena; (Ayala, Llanos, Flores, & Muñoz, 2016) dan a conocer su trabajo en un artículo tiene como objetivo identificar, a través de un estudio comparativo, las intenciones emprendedoras de los Estudiantes de primer y último año de Ingeniería Civil Industrial de la Universidad Arturo Prat, Iquique-Chile. La hipótesis planteada, busca evidenciar, sí dentro del proceso formativo se logran establecer diferencias significativas en su intención de emprender. Para este estudio, se utilizaron los instrumentos de Intenciones Empresariales,

desarrollado por F. Liñán en el año 2005 y el Cuestionario de Intenciones y Valores Empresariales, elaborado por (Rueda, Moriano, & Liñán, 2015) En el análisis de los resultados obtenidos, no se evidencian diferencias significativas asociados a la aplicación de pruebas estadísticas, en la intención de emprender, sin embargo, se proporcionan interesantes elementos para el análisis de detalles que favorecerán las intervenciones de los programas académicos para desarrollar capacidades emprendedoras en los estudiantes y llegaron en su análisis a las siguientes conclusiones:

Respondiendo a la hipótesis planteada sobre la existencia de diferencias significativas entre los estudiantes de primer y último año de la carrera de Ingeniería Civil Industrial, no se evidencian estadísticamente diferencias significativas. Resulta destacado producto del estudio que de manera inicial los estudiantes presentan una valoración destacada del concepto de emprender y generar empresas, en donde un 78% de los estudiantes de primer año señala favorablemente su atracción por una opción empresarial en su futuro. Si comparamos este resultado con los estudiantes de quinto año, esta disminuye al 65.6%, probablemente justificado por herramientas adquiridas en la carrera que lo hacen dimensionar el riesgo de los negocios pero aun manteniendo una aceptación alta en torno a la actividad emprendedora.

La Tabla 2 “Pruebas T de Student”, refleja numéricamente la no existencia de diferencias significativas en cada una de sus dimensiones, el estadístico F de Snedecor, aporta significación estadística, asociada a la hipótesis de homogeneidad entre varianzas, si el valor de Sig. Es significativo, se debe dudar de varianzas homogéneas. En la Igualdad de Medias, si el cero está en ese intervalo no se pueden considerar iguales esas medias para el nivel de confianza elegido. Las Actitudes Emprendedoras se observan en dos dimensiones, la dimensión A tiene referencia a la consecuencia de la conducta, esto hace mención a que las actitudes se desarrollan razonablemente a partir del repertorio de

creencias salientes relativas al objeto de actitud, complementariamente la dimensión B, habla sobre la evaluación de la consecuencia de realizar la conducta. Ahora bien, las actitudes no sólo dependen de las creencias, sino también de la evaluación que la persona realiza de cada uno de dichas creencias conductuales. Así, dos personas pueden creer con la misma fuerza que si trabajan por cuenta propia van a poder enfrentarse a mayores desafíos, pero una de ellas puede valorar eso muy positivamente, mientras que a la otra le puede resultar nada deseable. Se debe recordar que tanto la dimensión A y B reflejan las actitudes emprendedoras por parte de los encuestados. Acerca de la importancia del proceso formativo por parte de la educación superior para los emprendedores, se observa las dimensiones de Norma Subjetiva (C, D) e Intención Emprendedora (F). Las dimensiones C y D hacen referencia a la presión social percibida para realizar o no realizar el comportamiento. Por lo que constituye el componente normativo del modelo y refleja la influencia que el entorno inmediato al sujeto ejerce sobre la conducta. Este componente se puede definir, específicamente, como un juicio probabilístico acerca de lo que la mayoría de las personas importantes para el sujeto, es decir, sus otros significativos, piensan de la realización de una conducta determinada, se entiende entonces que referencias directas o indirectas que rodean al individuo forman parte esencial en la intención de este por emprender, si se pone atención al paso por la universidad, se da a entender entonces como referencia a los compañeros, docentes y directivos que forman parte de la carrera en estudio que en este caso es la Ingeniería Civil Industrial de la UNAP. Por consiguiente si bien el estudio no demuestra diferencias significativas al acrecentar el valor y cantidad de herramientas no se logra desmotivar la función emprendedora, lo que resulta atractivo desde el punto de vista del producto final.

Por otra parte la dimensión F habla de las intenciones emprendedoras como tal por parte del individuo, La intención conductual puede definirse como “la localización de una

persona en una dimensión de probabilidad subjetiva que incluye una relación entre la persona misma y alguna acción”. Por lo tanto, la intención se establece como el antecedente de la conducta, de tal forma que cuanto más fuerte sea la intención desarrollar una determinada conducta, mayor será la probabilidad de su realización efectiva, por lo tanto la dimensión F se ha tomado como referencia global y determinante del estudio realizado. La entrega de herramientas esenciales para la formación de emprendedores, es decir que el paso del estudiante por la carrera, se reconocen que existen esfuerzos pero la sistematización en el proceso de formación del estudiante parece ser la tarea pendiente. Al analizar en detalle cada afirmación, se visibilizan elementos de discusión que aportan valor al trabajo investigativo, así por ejemplo en la Figura 2. “Resultados Cuestionario de Intenciones Empresariales”, en la pregunta N° 6 “Me esforzaré para crear y dirigir mi propia empresa” un 37,3% de los estudiantes de primer año se encuentran totalmente de acuerdo versus un 71,9% de sus pares de último año, esto sumado a la pregunta 13 “Estoy decidido a crear una empresa en el futuro” en donde un 39,2% de los alumnos de primer año y un 59,4% de los estudiantes de último año, se encuentran en los dos criterios más altos de aceptación. Esto refleja, que independiente de la no existencia de diferencias significativas como resultado final del estudio, se presentan afirmaciones que demuestran el paso del estudiante por la carrera y una mayor valorización en su intención de emprender.

1.3.- FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

El estudio de los propósitos emprendedores de la población joven implicará alcanzar una mayor comprensión sobre los factores que influyen en dichas intenciones (Goyanes, 2015) . Los responsables del desarrollo de políticas públicas también creen que el aumento en los niveles de actividad emprendedora puede ser alcanzado a través de la educación (European, 2006).

Los estudios internacionales respecto a emprendimiento han buscado la necesidad de comprender de mejor manera la intención emprendedora en estudiantes de las instituciones universitarias, además de existir un interés creciente de las diferentes instituciones, ellas buscan impulsar la iniciativa emprendedora y en sus investigaciones demuestran una atención académica en el análisis de dicho fenómeno; y como alcance, su contribución a la innovación, la generación de nuevos puestos de trabajo, una entrega de valor a la sociedad. En nuestro país hay pocas investigaciones notorias respecto al emprendimiento; para este caso particular se coloca a objeto de estudio el comportamiento de estudiantes de Administración de una universidad pública y privada del entorno local en la ciudad de Puno. Dicha necesidad es el objetivo de este trabajo y sigue una lógica que pone a prueba la suficiencia de la teoría del comportamiento planificado del modelo de (Ajzen, 1991).

1.4.- IMPORTANCIA Y UTILIDAD DEL ESTUDIO

La presente investigación releva su importancia por ser un tema de interés social que representa un desafío estratégico para los agentes educacionales en la educación universitaria.

Y su utilidad se importa en aportar con sus resultados al estudio del conocimiento en mejorar a través del proceso de enseñanza y aprendizaje; la calidad de servicio educativo en materia de emprendimiento respondiendo a la pregunta ¿Es la formación que les damos a nuestros estudiantes un proceso que incrementa su intención emprendedora?

Desde el punto del conocimiento contribuirá con sus resultados a tener un panorama de cómo es la situación y/o contexto de las intenciones emprendedoras en los estudiantes de Administración a nivel universitario en la ciudad de Puno, lo que permitirá a profundizar en temas de emprendimiento a posteriores investigaciones.

Contribuirá alcanzar aportes con sus resultados obtenidos, a los estudiantes de Administración que les permitirá una mejor comprensión y análisis desde la óptica académica respecto a la intención emprendedora; a los agentes educacionales, tomen conciencia de cuán importante pueden ser en el proceso de enseñanza y aprendizaje, para entregar a la sociedad, profesionales que tengan una elevada intención emprendedora y con contribuir a un mayor desarrollo de nuevas empresas que generen empleo y crecimiento de la economía y la sociedad tanto en el ámbito nacional como local.

1.5.- OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.5.1.- OBJETIVO GENERAL

OBJETIVO CORRELACIONAL.- Determinar la relación de la intención emprendedora en función de sus dimensiones en los estudiantes de Administración de la UNA-Puno y UANCV sede-Puno 2016.

OBJETIVO COMPARATIVO.- Comparar el nivel de intenciones emprendedoras entre estudiantes de Administración de la UNA-Puno y UANCV sede-Puno 2016.

1.5.2.- OBJETIVOS ESPECÍFICOS

OBJETIVO ESPECIFICO 1.- Determinar la relación de la intención emprendedora en función de sus dimensiones en los estudiantes de Administración de la UNA-PUNO 2016.

OBJETIVO ESPECIFICO 2.- Determinar la relación de la intención emprendedora en función de sus dimensiones en los estudiantes de Administración de la UANCV sede-Puno 2016.

1.6.- CARACTERIZACIÓN DEL ÁREA DE INVESTIFACIÓN

El presente trabajo de investigación se efectúa en la ciudad de Puno, en las instituciones Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez (UANCV) Sede-Puno y la Universidad

Nacional del Altiplano (UNA-PUNO) en su línea de escuelas de Administración. El ámbito geográfico de la Ciudad de Puno, Provincia, Departamento y Región de Puno.

La Provincia de Puno, se encuentra localizada al sur de la región de Puno, la ciudad de Puno se encuentra a una altura de 3827 m.s.n.m. entre las coordenadas geográficas $15^{\circ} 50' 26''$ de latitud sur y $70^{\circ} 01' 42''$ de longitud oeste del meridiano de Greenwich; se divide políticamente en 15 distritos, la ciudad de Puno era un modesto poblado de indios hasta que el virrey Conde de Lemos la convirtió en capital de la provincia de Paucarcolla el 4 de noviembre de 1668. Paralelamente cambió su antiguo nombre de San Juan Bautista de Puno por el de san Carlos de Puno.

CAPITULO II

REVISIÓN DE LITERATURA

2.1.- MARCO TEORICO

2.1.1.- RESEÑA HISTORICA DE LAS PRINCIPALES TEORÍAS DE EMPRENDIMIENTO Y LOS MODELOS DE INTENCIÓN EMPRENDEDORA

La investigación del hecho emprendedor se aborda a partir de distintas perspectivas, y se ha enriquecido por diversas disciplinas con el fin de ampliar la comprensión de este fenómeno. En dicho ámbito, los enfoques contemporáneos provenientes de la psicología y la sociología integran por una parte el comportamiento emprendedor y por otra parte diversos aspectos cognitivos relacionados con tal decisión (Hisrisch, Lajan-Fox, & Grand, 2007).

De este modo el fenómeno del emprendimiento en si implicaría una serie de comportamiento, que cesarían una vez que la misma organización creada dejase de existir, el primer elemento del enfoque psicológico hacia la creación de empresas debe ser el enfoque de la persona (Rispa, 1998).

(Bird & Jelinek, 1988) Definen la intencionalidad como un estado mental que dirige la atención de la persona y por tanto su experiencia y acción hacia un objetivo específico en orden de alcanzar medios.

Según la literatura en psicología, la intención es el mejor elemento para predecir el comportamiento planeado, especialmente cuando éste es raro, difícil de observar o implica un periodo de tiempo impredecible. La creación de una nueva empresa requiere una considerable planificación y, por tanto, representa el tipo de comportamiento planeado ideal para estudiar a través de un modelo de intención. Los modelos de intención surgen como respuesta a la reducida capacidad predictiva que los estudios sobre los rasgos personales o psicológicos, las variables del entorno o las características demográficas han demostrado poseer sobre la realización de comportamientos empresariales. Así, los modelos de intención ofrecen un marco teórico coherente y robusto que permite explicar cómo los factores exógenos afectan a las actitudes, las intenciones y los comportamientos, posibilitando una mayor comprensión del proceso empresarial. (Medina, Alicia, & Lemes, 2014).

Los modelos de intención en el devenir de los años que más repercusión dentro del campo del emprendimiento son el de Shapero y Sokol (1982) y el de Ajzen (1991). Según el modelo de (Shapero & Skol, 1982) también denominado Modelo del Evento Empresarial, la decisión de crear una empresa requiere de dos elementos fundamentales. En primer lugar, debe existir un suceso precipitador o un cambio externo suceso negativo como perder el trabajo o suceso positivo como recibir una herencia, que rompa la inercia del comportamiento humano y, en segundo lugar, el individuo debe considerar que iniciar un negocio es una opción “creíble” intención empresarial. A su vez, la “credibilidad” dependerá de la deseabilidad y de la factibilidad percibida de realizar el comportamiento en cuestión, así como de una cierta propensión a actuar. Asimismo, los factores culturales, sociales y contextuales tales como la experiencia laboral previa o los modelos de conducta de los familiares, no afectan directamente a la intención o al comportamiento sino que

operan a través de la influencia que ejercen sobre la deseabilidad y la factibilidad percibida.

El Modelo del Evento Empresarial y la Teoría del Comportamiento Planificado han sido analizados empíricamente en numerosas ocasiones, como se puede comprobar en la exhaustiva revisión hecha por (Schlaegel & Koenig, 2014); Por otra parte, en un intento por integrar ambos enfoques, autores como (Krúeger & Carsrud, 1993) y más recientemente Schlaegel y Koenig (2014) han desarrollado sus propios modelos, combinando variables de ambas teorías. Asimismo, y desmarcándose de los dos modelos principales también deben destacarse los planteados por (Autio, Keeley, Klofsten, & Ulfstedt, 1997), (Boyd & Vozikis, 1994) y otros.

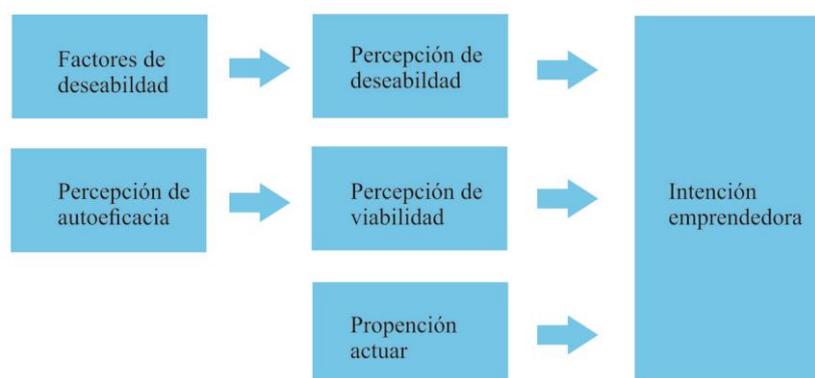
En la revista “Del modelo del evento emprendedor al modelo sistémico de emprendimiento (Tarrats-Pons, Mussons, & Ferrás, 2015) hace referencia a la evolución de los modelos de intención emprendedora. Muchos autores han desarrollado investigaciones empíricas tratando de obtener los determinantes que inciden en el sujeto a través del enfoque cognitivo.

El primer modelo de intención emprendedora fue desarrollado por Shapero & Sokol (1982) denominado “Entrepreneurial Event Model” (EMM); De acuerdo con este modelo, la elección personal para iniciar una nueva empresa depende de tres conjuntos de elementos: la percepción de deseabilidad, la percepción de viabilidad y la propensión a actuar ante nuevas oportunidades. La percepción de deseabilidad hace referencia a la percepción que tiene el individuo sobre qué pensarán las personas más cercanas e importantes de su vida sobre la posibilidad que constituya una empresa. Es decir, si lo verán cómo deseable o no. En este sentido incluye también las normas sociales de su entorno constituyendo la denominada cultura social.

La percepción de viabilidad se refiere a la habilidad personal para desempeñar eficazmente un comportamiento emprendedor, es decir la autoeficacia percibida por el individuo. La propensión a actuar es la situación o elemento precipitador que incita al individuo a la creación de la empresa, es decir la variable determinante que puede desencadenar la ecuación. Shapero, especifica que el suceso disparador puede ser negativo, como la pérdida de un puesto de trabajo, el aburrimiento en el actual puesto de trabajo o la rutina, o positivo como un premio de lotería o un ascenso.

FIGURA 01

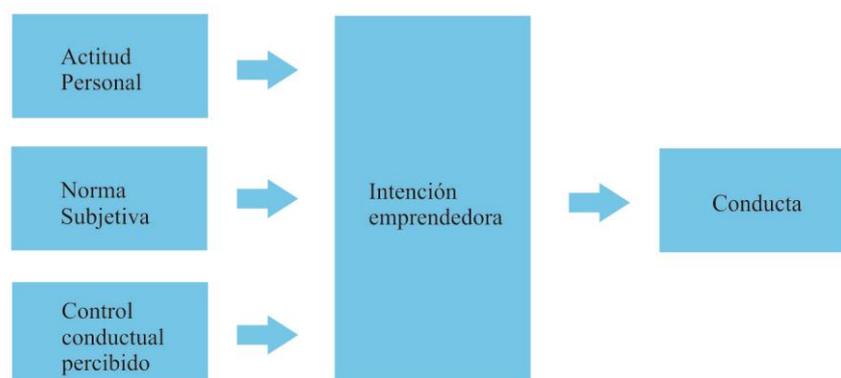
ESQUEMA DEL MODELO DEL EVENTO EMPRENDEDOR DE SHAPERO Y SOKOL (1982).



Fuente: Revista 3C Empresa.

Posteriormente aparece el modelo de Ajzen (1991) con la teoría de la conducta Planificada (TPB). Esta teoría se ha convertido en los últimos años en la teoría psicológica más ampliamente usada para explicar y predecir el comportamiento humano. Parte de la premisa que el comportamiento requiere de cierta cantidad de planificación que puede predecir la intención de adoptar ese comportamiento, siendo el comportamiento función de las creencias que son premisas importantes que determinan la actitud, la intención y el comportamiento de una persona. Es decir que las intenciones capturan los factores motivacionales que a su vez afectan al comportamiento. Todo lo que se considera como actividad emprendedora tiene su punto de partida en un comportamiento que previamente

ha sido planificado e intencionado. Según la teoría de Azjen, hay tres actitudes antecedentes de la intención. Dos son reflejo de la percepción de deseabilidad (ganancias esperadas y normas sociales-creencias). Las creencias y normas sociales incluyen todas aquellas opiniones y percepciones de lo que se considera importante y relevante que haga el sujeto del prisma de su entorno social y de las personas de su familia, amigos y conocidos. Y la tercera que corresponde al Control conductual percibido que es la dificultad o la factibilidad de dificultad para realizar dicha intención.

FIGURA 02**ESQUEMA DEL MODELO DE LA TEORIA DEL COMPORTAMIENTO PLANIFICADO DE AJZEN**

Fuente: Artículo Intention-based models of entrepreneurship education.

Las percepciones son el elemento central del enfoque cognitivo del emprendimiento, siendo representaciones del entorno externo de los sujetos que los captura a través de los sentidos y del conocimiento. Suelen representar una interpretación subjetiva de la realidad, por lo que no necesariamente reflejan la realidad objetiva (Arenius & Minniti, 2005), Este modelo incluye la teoría del aprendizaje social (Bandura, 1977) que parte del denominado enfoque cognitivo. Bandura distingue dos tipos de aprendizaje social: la percepción del modelo del rol y la autoeficacia. Se entiende por modelo del rol, el proceso de aprender copiando la acción de otras personas mediante la

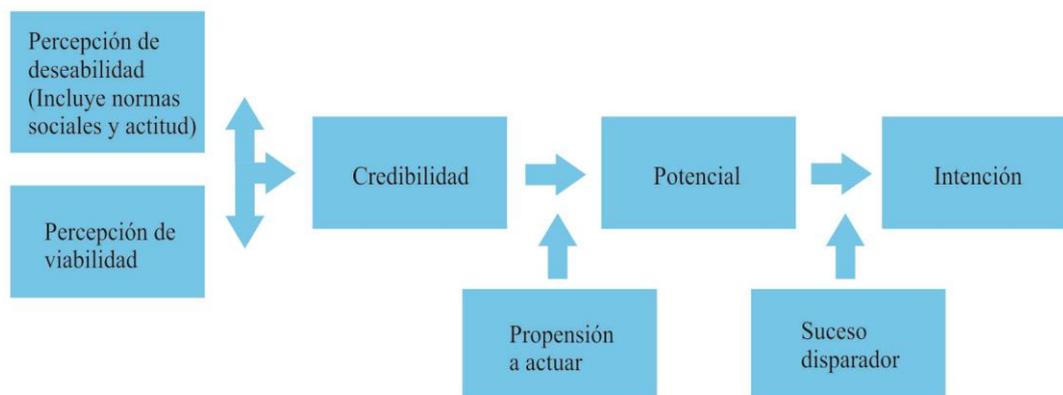
observación. En el modelo del rol los sujetos siguen un proceso cognitivo de cuatro fases: atención-retención-reproducción y motivación (Bandura, 1977).

De otro lado la autoeficacia es la creencia personal de saberse uno mismo conocedor de las habilidades necesarias para desempeñar una acción y alcanzar determinados resultados como consecuencia de ello. La relación con el emprendimiento se establece como consecuencia de que el sujeto se ve capaz de desempeñar con éxito un nuevo negocio e incrementar así las probabilidades de acabar siendo emprendedor.

Krueger & Brazeal, (1994) elaboran un modelo de intención emprendedora que denominaron Entrepreneurship Potencial Model (EPM), basado en los modelos de Shapero (1982) y Azjen (1991) que integran los conceptos de percepción, de viabilidad y deseabilidad. En este modelo la credibilidad requiere que el comportamiento sea considerado necesario y viable, lo cual influye en la intención de crear una empresa. Es decir, en dicho modelo se requiere que el comportamiento sea creíble, considerado necesario y viable. Por tanto, la credibilidad juntamente con la propensión a actuar, determinarían el potencial emprendedor. El modelo también explica que, aunque una persona pueda percibir que la creación de una empresa es deseable y viable, puede que no tome la decisión por falta de un suceso disparador. El potencial emprendedor se transforma en intención siempre y cuando aparezca un suceso disparador. Este suceso disparador se apuntaba también en el modelo de Shapero (1982) como aquel cambio trascendental del sujeto que rompe la inercia de su carrera profesional.

FIGURA 03

ESQUEMA DEL MODELO ENTREPRENEURSHIP POTENCIAL MODEL
(KRUEGER, BRAZEAL 1994).



Fuente: Revista 3C Empresa.

2.2.2.- MODELO DE LA TEORIA DE ACCIÓN PLANIFICADA

La Teoría del Comportamiento Planificado ha sido analizada más extensamente constituyendo la especificación predominante (Fayolle & Liñán, 2014), también da soporte teórico al proyecto de investigación internacional Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey (GUESSS).

Muchas investigaciones se fundamentan en la Teoría del Comportamiento Planificado, tal y como se recoge en la Teoría del Comportamiento Planificado, el primero de los pilares que explica la intención de un individuo, recoge la actitud personal hacia los resultados del comportamiento, es decir, hacia las consecuencias probables de su acción; el segundo pilar abarca la presión percibida de las normas subjetivas que subyacen en el entorno que le rodea y el tercero comprende el control percibido de su futuro comportamiento, Ajzen (1991).

2.2.2.1.- INTENCIÓN EMPRENDEDORA

La intención de realizar alguna acción influye ampliamente sobre el comportamiento Ajzen (1991). Se utilizará para este estudio una definición más general

desarrollada por (Thompson, 2009) quien indica que la Intención emprendedora es “una convicción personal y reconocida de tener la intención de establecer un nuevo negocio y conscientemente planear hacerlo en algún momento en el futuro” (p. 687).

2.2.2.2.- ACTITUD PERSONAL

Varios estudios han demostrado la relación directa que tiene esta variable para predecir la Intención emprendedora, hasta el punto de ser una de las mejores variables para predecir el mismo (Kaijun & Sholihah, 2015), (Liñan, Nabi, & Krueger, 2013), (Liñan, Urbano, & Guerrero, 2011).

Ajzen (1991) plantea que “la actitud hacia un determinado comportamiento se refiere al grado en que una persona tiene una evaluación o valoración favorable o desfavorable de la conducta en cuestión” (p. 188), por lo tanto “una actitud personal para convertirse en emprendedor se refiere a la valoración positiva sobre la puesta en marcha de una nueva empresa” (Liñan et al., 2013). Para efectos de este estudio se utilizará esta última definición.

2.2.2.3.- NORMA SUBJETIVA

En algunos estudios donde se comparan dos muestras de distintos países se ha encontrado una relación directa entre la valoración del medio ambiente cercano y la intención emprendedora en alguna de las dos muestras (Liñan et al., 2013; Liñan et al., 2011) indica que este constructo es la “valoración sobre el emprendedurismo que tengan las personas cercanas y significativas para el individuo mismo, las cuales puede influir en estimular o desestimular su carrera emprendedora”.

2.2.2.4.- CONTROL CONDUCTUAL PERCIBIDO

Al igual que la actitud personal, el control percibido de la conducta es otra variable que influye directamente en la intención emprendedora, aunque varios autores revisando

su efecto en muestras con distintas características han encontrado una influencia ligeramente menor o cercana a la que tiene la actitud personal sobre la intención emprendedora (Nitu & Feder, 2015).

En este estudio se tomará en cuenta la definición de Liñán et al. (2013) sobre el control percibido de la conducta, quien indica que es: “la facilidad o dificultad percibida para convertirse en emprendedor” (p. 77), cabe aclarar que esa facilidad o dificultad “supone un reflejo de la experiencia del pasado, así como los impedimentos y obstáculos que se prevén puedan suceder” (Ajzen, 1991, p. 188).

2.2.3.- DETERMINANTES DE LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA SEGÚN GUESSS

La global University Entrepreneurial Spirit Student’s Survey (GUESSS), es un proyecto de investigación mundial que analiza las actitudes, intenciones y actividades emprendedoras de los estudiantes. Presta una especial atención al papel que juegan las universidades en este contexto. En su informe 2016/2017 considera en su desarrollo de la intención emprendedora en dos determinantes:

2.2.4.1.- DETERMINANTES DIRECTOS

- Actitud hacia el emprendimiento
- Apoyo social, familiar y de los amigos
- Control percibido del comportamiento

2.2.4.2.- DETERMINANTES INDIRECTOS

Contexto universitario, contexto familiar, contexto social y cultural.

2.2.4.- ACCIONES Y/O PROGRAMAS DE INTENCIÓN EMPRENDEDORA GENERADOS EN LA UNA-PUNO Y UANCV

2.2.4.1.- ACCIONES Y/O PROGRAMAS DE INTENCIÓN EMPRENDEDORA GENERADOS EN LA UNA-PUNO

La universidad realiza esfuerzos con actividades anuales en el área de emprendimiento a través de la Oficina de Dirección de Emprendimiento adherida al Vice-rectorado de investigación de la UNA-PUNO, y esta a su vez trabaja a través de la incubadora de emprendimientos de negocios de la UNA-PUNO, obteniendo las siguientes actividades:

Programa de incubación de ideas de negocios UNA-PUNO:

ACTIVIDADES 2016

CONCURSO 2016 “Desarrolla tu idea de negocios”, selección de ideas de negocio para incubación y consolidación. Inscripción del 01 de septiembre al 21 de octubre 2016 (Ver anexo 05, 06).

ACTIVIDADES 2017

- II concurso de selección de ideas de negocios para incubación y consolidación 2017 (ver anexo 07).
- proyecto de retos tecnológicos: convocar a empresas e instituciones y emprendedores para solucionar problemas que ellos tengan.
- capacitación en la elaboración de planes de negocio que permita a los emprendedores la obtención créditos.

ACCIONES Y/O ACTIVIDADES DE EMPREDIMIENTO EN LA ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN UNA PUNO:

ACTIVIDADES 2016

Feria de emprendimientos “Mi modelo de negocio en canvas-2016 II”. Desarrollado el 26 Enero 2017 (ver anexo 08, 09, 10).

2.2.4.2.- ACCIONES Y/O PROGRAMAS DE INTENCIÓN EMPRENDEDORA GENERADOS EN LA UANCV

En la escuela profesional de administración y marketing de la UANCV se realizó el concurso de: INVESTIGACION 2016-I

ACTIVIDADES 2016

De la Coordinadora académica de la Escuela Profesional de Administración en Turismo, Hotelería y Gastronomía de la UANCV, sede-Puno (Acero, 2017); se obtuvo las siguientes actividades del 2016:

- a) I Festival Gastronómico “crear para crecer”. Desarrollado 22 Septiembre 2016. (ver anexo 11).
- b) seminario: uso de las tecnologías de la información en la actividad turística “crear para crecer” desarrollado 19 y 30 de noviembre 2016. (ver anexo 11).

Temario:

- Innovación y tecnología, el futuro del turismo
- La tecnología de la información y la actividad turística
- Emprendimiento turístico
- Emprendimiento hotelero
- Turismo rural comunitario

- Talleres de tecnologías de la información
- c) I curso taller cena navideña “crear para crecer”. desarrollado, inicio 17 diciembre 2016 (ver anexo 11).

De la entrevista a la Docente de la Escuela Profesional de Administración y Negocios internacionales de la UANCV sede-Puno (Charaja, 2017); describió las siguientes actividades del 2016:

- a) Feria de importación y exportación; una actividad anual.
- b) Concurso de planes de negocios a nivel de escuela Juliaca-Puno.
- c) Seminario de importación y exportación. Una actividad al semestre.

De la entrevista a la Docente de la Escuela Profesional de Administración y Marketing de la UANCV sede-Puno; (Laura, 2017); describió las siguientes actividades del 2016:

- a) Desarrollo del curso de creatividad y emprendimiento con talleres
- b) Seminarios de emprendimiento

Temática:

- Testimonial: de emprendedores a empresarios
- Técnicas para emprendimiento

2.2.- MARCO CONCEPTUAL

Acción emprendedora.- individuo con posibilidades para innovar, con la suficiente capacidad para generar bienes y servicio creativo, ético, metódico, efectiva y responsablemente.

Capital semilla- Es un tipo de inversión primera inyección de dinero a las empresas nacientes, lo que permitirá el despeje o consolidación de esta.

Competencia: Consiste en la facultad de hacer correctamente una obra o actividad específica.

Cultura de emprendimiento.- Factores endógenos y exógenos que inhiben o favorecen el potencial emprendedor, forma de vivir, ganar, pensar y actuar, orientada hacia la formación de riqueza, mediante el aprovechamiento de las oportunidades encontradas, el desarrollo de un objetivo general y global, con un alto sentido de liderazgo equilibrado.

Formación para el Emprendimiento.- Es la que indaga el progreso de la cultura del emprendimiento con funciones basadas en la columna de aptitudes básicas, profesionales, ciudadanas, laborales y empresariales en el marco del sistema educativo.

Entrepreneur.- define a la persona que tiene como profesión ser un creador de empresas. En esta definición se abarca desde el emprendedor "novato", que apenas inicia su actividad de crear una empresa.

Idea de negocio.- Desarrollo de una iniciativa empresarial plasmada en un plan de empresa viable.

Investigación.- Búsqueda arriesgada pero metodológica de insumos para los procesos de innovación. La investigación es una forma de vida para el empresario de la época.

Incubadora.- Entidad provista de una metodología y un espacio físico que proporciona todas las herramientas y asesoría necesaria para que las nuevas empresas se desarrollen en un ambiente de negocios, maximizando el valor empresarial de las iniciativas que apoya en el menor tiempo y al menor costo posible, utilizando las últimas tecnologías existentes.

Innovación.- Aplicación de nuevas técnicas o procesos productivos; es la aplicación de nuevas ideas, conceptos, productos, servicios y prácticas, con la intención de ser útiles para el incremento de la productividad.

Modelo CANVAS.- El Modelo Canvas es una herramienta muy visual creada por Alexander Osterwalder, que de una manera gráfica e intuitiva permite identificar, planificar, analizar y valorar tu modelo de negocio.

Modelo de negocio.- Forma en la cual una iniciativa empresarial define la manera en la que se generarán sus ingresos y beneficios.

Orientación al logro.- Permanencia para conseguir metas y objetivos personales, como emprender un negocio; el emprendedor tiene que saber dónde quiere llegar y estar en disposición de realizar todo lo necesario para lograrlo.

Asunción de riesgos.- Predisposición a no evitar situaciones que impliquen incertidumbre o riesgo potencial.

Expectativa de control.- Capacidad que tiene la persona para asumir la responsabilidad de sus propias acciones.

Plan de negocio.- es un documento formal, elaborado por escrito, que define con claridad los objetivos de un negocio y describe los métodos que se van a emplear para alcanzarlos.

Emprendedor.- Persona con capacidad de visualizar oportunidades de mercado y de articular los recursos necesarios para poner en marcha una actividad productiva.; aquel que identifica una oportunidad en el mercado y está dispuesto a crear una empresa con el fin de aprovecharla y ganar dinero.

Perfil emprendedor.- Características, habilidades, conocimientos y actitudes de las personas que le permiten llevar a cabo determinado proceso emprendedor con coherencia.

Proceso emprendedor.- Actividades ordenadas y conscientes que realizan los emprendedores con el fin de llevar a buen término el proceso de creación de una nueva empresa.

2.3.- HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

2.3.1.- HIPÓTESIS GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN

HIPÓTESIS CORRELACIONAL.- Existe una relación positiva y significativa de intención emprendedora en función de sus dimensiones en estudiantes de Administración de la UNA-PUNO y UANCV Sede-Puno 2016.

HIPÓTESIS COMPARATIVA.- Existe diferencias significativas de intención emprendedora, el nivel de intenciones emprendedoras de los estudiantes de la UNA-PUNO es mayor que los de la UANCV Sede-Puno 2016.

2.3.1.1.- HIPÓTESIS ESPECIFICA 1

Existe una relación positiva y significativa de la actitud personal, norma subjetiva y control conductual percibido sobre la intención emprendedora en los estudiantes de Administración de la UNA-PUNO.

2.3.1.2.- HIPÓTESIS ESPECÍFICA 2

Existe una relación positiva y significativa de la actitud personal, norma subjetiva y control conductual percibido sobre la intención emprendedora en los estudiantes de Administración de la UANCV Sede-Puno.

CAPITULO III

MATERIALES Y METODOS

3.1.- TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

Método: Analítico, comparativo y sintético; En esta investigación se estudia los fenómenos partiendo de la descomposición del objeto de estudio en cada una de sus partes, para estudiarlas en forma individual (análisis), en este estudio se analiza las variables independientes, al actitud personal, norma subjetiva y control conductual percibido de manera individual y luego conjuntar dichas partes para estudiarlas de manera integral (síntesis) esto ya en un análisis conjunto con la variable dependiente intención emprendedora.

Método analítico.- Es un proceso cognoscitivo que consiste en descomponer un objeto de estudio, separando cada una de las partes del todo para estudiarlas en forma individual; pero al mismo tiempo nos permite entender la relación existente entre cada una de esas partes (Reyes, 2016) .

Método sintético.- Consiste en integrar los componentes dispersos de un objeto de estudio para estudiarlos en su totalidad (Reyes, 2016).

Enfoque: cuantitativo; usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010).

Nivel: Correlacional; asocia variables mediante un patrón predecible para un grupo o población (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010).

Tipo de estudio: Descriptivo; Según Hernández, Fernández & Batista (2010) “busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analiza”.

Diseño de estudio: no experimental; estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos. Por su clasificación no experimental es transeccional (Transversal); es decir recolectan datos en un solo momento y en un tiempo único. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010).

3.2.- POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN

3.2.1.- POBLACIÓN

Engloba a todos los estudiantes de Administración de las universidades: UNA-PUNO y UANCV sede-Puno. Según registro académico de la oficina de tecnología informática de la UNA-PUNO, en el periodo 2016 semestre II, consta de 53 estudiantes de IX semestre y 65 estudiantes de X semestre, matriculados oficialmente. En la UANCV sede-Puno su población es aún mayor; no se obtuvo datos oficiales.

3.2.2.- MUESTRA

Es una muestra de carácter no probabilística o dirigida, subgrupo de la población en la que la elección de los elementos no depende de la probabilidad sino de las características de la investigación (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010), el

investigador escoge su muestra de representatividad, para este caso en particular y de forma aleatoria son 50 estudiantes por institución entre noveno y décimo semestre. Tales estudiantes están por egresar de la universidad y tienen una opinión más formada respecto al tema a investigar.

TABLA 1

MUESTRA ESTUDIANTES UNA-PUNO / UANCV-PUNO

SEXO	UNA		UANCV	
	INDIVIDUOS		INDIVIDUOS	
	N°	%	N°	%
FEM	32	64.0%	27	54.0%
MASC	18	36.0%	23	46.0%

Fuente: Del número de encuestas recogidas del Investigador.

Considerando este estudio de carácter transversal se recoge los datos de la muestra, en un solo momento, no todos los estudiantes se encuentran en tal instante.

3.3.- TÉCNICAS E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Diversos autores describen varias formas o técnicas de recolección de datos, según (Behar, 2008) describe estas formas básicas de recolectar, de los cuales para esta investigación se utilizó la técnica de la encuesta. A seguir se describe:

La entrevista.- Desde el punto de vista del método, es una forma específica de interacción social que tiene por objeto recolectar datos para una indagación. El investigador formula preguntas a las personas capaces de aportarle datos de interés, estableciendo un diálogo peculiar, asimétrico, donde una de las partes busca recoger informaciones y la otra es la fuente de esas informaciones.

La encuesta.- A diferencia de un censo, donde todos los miembros de la población son estudiados, las encuestas recogen información de una porción de la población de interés, dependiendo el tamaño de la muestra en el propósito del estudio. La información es recogida usando procedimientos estandarizados de manera que a cada individuo se le

hacen las mismas preguntas en más o menos la misma manera. La intención de la encuesta no es describir los individuos particulares quienes, por azar, son parte de la muestra, sino obtener un perfil compuesto de la población.

La observación.- Consiste en el registro sistemático, válido y confiable del comportamiento o conducta manifiesta. Puede utilizarse como instrumento de medición en muy diversas circunstancias. Es un método más utilizado por quienes están orientados conductualmente.

3.4.- PROCEDIMIENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Para esta investigación se utilizó la encuesta y entrevista; como instrumento de recolección de datos se utilizó el cuestionario de intenciones empresariales (CIE) de F Liñan; (Liñan & Chen, 2009); El CIE es un instrumento desarrollado en base a la literatura teórica y empírica sobre la aplicación de la teoría del comportamiento planificado de Ajzen que permitió la recolección de datos, se recogió en un solo momento dado en ambas instituciones.

3.5.- PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS

Los estadísticos que se tomaron en cuenta para el tratamiento de datos de acuerdo a las características de la muestra son:

3.5.1.- COEFICIENTE DE CORRELACIÓN PEARSON

Los estudios correlacionales tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto particular. En ocasiones solo se analiza la relación entre dos variables, pero con frecuencia se ubican en el estudio relaciones entre tres, cuatro o más variables. Los estudios correlacionales, al evaluar el grado de asociación entre dos o más variables, miden cada una de ellas (presuntamente relacionadas) y después cuantifican y analizan la vinculación.

Tales correlaciones se sustentan en hipótesis sometidas a prueba. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010).

TABLA 2
VALORACIONES COEFICIENTE DE CONTINGENCIA

CUANTITATIVO		CUALITATIVO	
± 0.96	a	± 1.00	Correlación perfecta
± 0.85	a	± 0.95	Correlación fuerte
± 0.70	a	± 0.84	Correlación significativa
± 0.50	a	± 0.69	Correlación moderada
± 0.20	a	± 0.49	Correlación débil
± 0.10	a	± 0.19	Correlación muy débil
± 0.00	a	± 0.09	Correlación nula o inexistente

Fuente: Elorza, H (2008). Estadística para las Ciencias Sociales, del comportamiento y de la salud. México. CENGAGE P.468

De la tabla; el coeficiente varía entre -1 y 1, y cuando más próximos de las extremidades, mayor es la correlación. Así tendremos una correlación positiva alta cuanto más próximo esté de 1 y una correlación negativa alta cuanto más próximo esté de -1. Por otro lado si estuviera en 0 la correlación será nula. Además los resultados solamente serán significativos si el índice de significación fuera inferior a 0.05.

Para la interpretación se toma en cuenta la siguiente regla de decisiones:

- Hipótesis Ho (Nula): $H_0: r_p = 0$ (cero)
- Hipótesis Ha (Alternativa): $H_a: r_p \neq 0$

Para el sentido que mide la variación de valores de Y con respecto a X; si al crecer los valores de X lo hacen los de Y, la relación es directa (pendientes positiva); si al crecer los valores de X disminuyen los de Y, la relación es inversa o indirecta (pendiente negativa).

3.5.2.- LA REGRESIÓN LINEAL MÚLTIPLE

La regresión lineal múltiple es una técnica estadística que puede utilizarse para analizar la relación entre una variable dependiente criterio (explicada) y varias variables independientes (explicativas), (Hair, Gómez, Cano, & Frances, 2008). El objetivo del análisis de regresión múltiple es usar las variables independientes cuyos valores son conocidos, para predecir la única variable dependiente seleccionada.

3.5.3.- LA SIGNIFICANCIA ESTADÍSTICA

Es un nivel de la probabilidad de equivocarse y que fija de manera a-priori el investigador. El nivel de significancia o significación se expresa en términos de probabilidad (0.05 y 0.01) y la distribución muestral también como probabilidad (el área total de ésta como 1.00). Pues bien, para ver si existe o no confianza al generalizar acudimos a la distribución muestral, con una probabilidad adecuada para la investigación. Dicho nivel lo tomamos como un área bajo la distribución muestral, y depende de si elegimos un nivel de 0.05 o de 0.01. Es decir, que nuestro valor estimado en la muestra no se encuentre en el área de riesgo y estemos lejos del valor de la distribución muestral, que insistimos es muy cercano al de la población. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010).

3.5.3.- METODO DE ANALISIS DE DATOS

Con los datos procesados adecuadamente se retoma la labor propiamente teórica, para obtener de ellos la posible respuesta al problema planteado. Es necesario analizar críticamente la información, sistematizarla y sintetizarla para lograr conclusiones acordes con los datos disponibles. Sintetizar es recomponer lo que el análisis ofrezca para integrarlo como un nuevo todo. La síntesis es entonces la conclusión o el resultado que engloba dentro de sí todo el cúmulo de apreciaciones hechas a lo largo del trabajo (Reyes, 2016).

CAPITULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1.- RESULTADOS

El presente trabajo de investigación dada su naturaleza de estudio, tiene como propósito general determinar dos cuestiones objetivas; el análisis relacional y el análisis comparativo de prueba t y de medias, Para ello se comienza determinando las media promedio de cada variable y también la regresión lineal, a continuación como sigue:

OBJETIVO CORRELACIONAL. Existe una relación positiva y significativa de intención emprendedora en función de sus dimensiones en estudiantes de Administración de la UNA-PUNO y UANCV-PUNO 2016.

OBJETIVO COMPARATIVO. Existe diferencias significativas de intención emprendedora; el nivel de intenciones emprendedoras de los estudiantes de la UNA-Puno es mayor que los de la UANCV. PUNO 2016.

4.1.1.- ESTADISTICOS DESCRIPTIVOS DE LA MUESTRA

TABLA 03

ESTADISTICA DE VARIABLES DE CONTROL, EDAD Y SEXO:

SEXO	UNA				UANCV			
	INDIVIDUOS		EDAD		INDIVIDUOS		EDAD	
	N°	%	MEDIA	DT	N°	%	MEDIA	DT
FEM	32	64.0%	22.28	1.53	27	54.0%	23.41	3.08
MASC	18	36.0%	23.39	1.82	23	46.0%	24.78	4.00

INTERPRETACION: Tal y como se observa en la tabla, el número de total de encuestados es 100 estudiantes universitarios, de los cuales 50 estudiantes pertenecen a la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez (UANCV), donde el 54% son de sexo femenino y su edad media es de 23 años, en tanto el 46% son de sexo masculino y su edad media es 25 años. Los otros 50 estudiantes encuestados pertenecen a la Universidad Nacional del Altiplano (UNA), donde el 64% son de sexo femenino y su edad media es de 22 años, en tanto el 36% son de sexo masculino y su edad media es de 23 años.

4.1.1.1.- MEDIAS UNA-PUNO

TABLA 04
ACTITUD PERSONAL UNA-PUNO

ACTITUD PERSONAL - UNA	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
Ser emprendedor me reportaría más ventajas que inconvenientes	50	1.00	7.00	5.86	1.20
Una carrera como emprendedor (a) es atractiva para mí	50	2.00	7.00	6.00	1.18
Si tuviese la oportunidad y los recursos, me encantaría crear una empresa	50	4.00	7.00	6.58	0.73
Ser emprendedor me implicaría una gran satisfacción para mí	50	5.00	7.00	6.40	0.76
Entre varias opciones, preferiría convertirme en emprendedor	50	4.00	7.00	6.26	0.80
Puntuación media				6.22	0.93

INTERPRETACION: Observando el cuadro descriptivo de la variable actitud personal aplicado a los estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano (UNA), podemos decir que dentro las creencias sobre el emprendimiento, la que resalta más y obtiene mayor puntuación es la de crear una nueva empresa ($M = 6.58$), así como ser un emprendedor ($M = 6.40$) y preferir ser un emprendedor ($M = 6,26$). En cambio la creencia sobre el emprendimiento que tiene la puntuación más baja es de ser emprendedor me reportaría más ventajas que inconvenientes ($M = 5,86$). Con una media general de ($M=6.22$) que está por encima de la media respecto a la escala.

TABLA 05

NORMA SUBJETIVA UNA-PUNO

NORMA SUBJETIVA - UNA	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
Reacción de Tu familia	50	3.00	7.00	5.76	1.33
Reacción de Tus amigos	50	3.00	7.00	5.56	1.13
Reacción de Tus compañeros de estudios	50	3.00	7.00	5.56	1.26
Puntuación media				5.63	1.24

INTERPRETACION: Observando el cuadro descriptivo de la variable Norma Subjetiva aplicado a los estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano (UNA), podemos decir que estos estudiantes sienten una presión social mayor por parte de su familia ($M = 5,76$). En cambio estos estudiantes sienten una presión social similar por parte de los amigos y de los compañeros de estudios ($M = 5,56$). Con una puntuación media ($M=5.63$), respecto a la escala.

TABLA 06

CONTROL CONDUCTUAL PERCIBIDO UNA-PUNO

CONTROL CONDUCTUAL PERCIBIDO – UNA	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
Crear una empresa y mantenerla en funcionamiento sería fácil para mí	50	3.00	7.00	4.80	0.95
Creo que sería totalmente incapaz de crear una empresa viable	50	1.00	6.00	2.16	1.50
Puedo mantener bajo control el proceso de creación de una empresa	50	2.00	7.00	5.04	1.23
Conozco todos los detalles prácticos necesarios para crear una empresa	50	3.00	7.00	5.20	0.90
Me resultaría muy difícil sacar adelante un proyecto empresarial	50	1.00	7.00	3.88	1.78
Si tratase de crear una empresa, tendría una alta probabilidad de lograrlo	50	2.00	7.00	5.64	1.08
Puntuación media				4.45	1.24

INTERPRETACION: Observando el cuadro descriptivo de la variable Control Conductual Percibido aplicado a los estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano

(UNA), podemos decir que estos estudiantes conocen todos los detalles prácticos necesario para crear una empresa ($M = 5,20$). En cambio otros estudiantes no podrían crear una empresa viable ($M = 2,16$). Con una puntuación media de ($M=4.45$) se torna en una evaluación regular a más.

TABLA 07
INTENCIÓN EMPRENDEDORA UNA-PUNO

INTENCIÓN EMPRENDEDORA – UNA	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
Estoy dispuesto(a) a hacer cualquier cosa para ser empresario	50	3.00	7.00	5.72	1.01
Mi objetivo profesional es ser empresario	50	3.00	7.00	5.96	1.24
Me esforzaré para crear y dirigir mi propia empresa	50	4.00	7.00	6.20	0.95
Estoy decidido a crear una empresa en el futuro	50	4.00	7.00	6.34	1.02
He pensado muy seriamente en iniciar una empresa	50	3.00	7.00	6.18	0.98
Tengo la firme intención de crear una empresa algún día	50	4.00	7.00	6.42	0.84
Puntuación media				6.14	1.01

INTERPRETACION: Observando el cuadro descriptivo de la variable Intención Emprendedora aplicado a los estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano (UNA), podemos decir que estos estudiantes tienen una firme intención de crear una empresa algún día ($M = 6,42$). En cambio otros estudiantes están dispuestos en hacer cualquier cosa para ser grandes empresarios ($M = 5,72$). La tendencia general de la intención emprendedora de los estudiantes de la UNA- Puno es de mucha expectativa, su valor promedio es de $6.14 / 7.00$; donde la firme intención de crear una empresa algún día es el aspecto más relevante con una valoración de 6.42 y sucesivamente los demás ítems muestran valores muy positivos.

4.1.1.1.A.- RESUMEN MEDIAS UNA-PUNO

TABLA 08
RESUMEN DE MEDIAS UNA-PUNO

Intención emprendedora	Media	Des. Tip.	Min	Max
ACTITUD PERSONAL	6.22	0.93	1	7
NORMA SUBJETIVA	5.63	1.24	3	7
CONTROL CONDUCTUAL PERSIVIDO	4.45	1.24	1	7
INTENCION EMPRENDEDORA	6.14	1.01	3	7

INTERPRETACIÓN: En el cuadro de resumen, se puede observar que la puntuación media más importante la obtiene la actitud hacia el emprendimiento (M=6.22), y por el contrario la más baja en el control conductual percibido (M=4.45) sin embargo la desviación típica es bastante alta, por lo que se puede observar que hay una variabilidad en esta variable; ya la intención emprendedora presenta una puntuación (M=6.14) considerablemente alta respecto a la escala.

4.1.1.2.- MEDIAS UANCV-PUNO

TABLA 09
ACTITUD PERSONAL UANCV-PUNO

ACTITUD PERSONAL - UANCV	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
Ser emprendedor me reportaría más ventajas que inconvenientes	50	1.00	7.00	4.44	2.08
Una carrera como emprendedor (a) es atractiva para mí	50	1.00	7.00	4.54	1.89
Si tuviese la oportunidad y los recursos, me encantaría crear una empresa	50	1.00	7.00	4.96	2.14
Ser emprendedor me implicaría una gran satisfacción para mí	50	1.00	7.00	4.58	2.14
Entre varias opciones, preferiría convertirme en emprendedor	50	1.00	7.00	4.76	2.03
Puntuación media				4.66	2.05

INTERPRETACION: Observando el cuadro descriptivo de la variable actitud personal aplicado a los estudiantes de la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez (UANCV), podemos decir que dentro las creencias sobre el emprendimiento, la que resalta más y obtiene mayor puntuación es la de si tuviera los medios posibles crearía una empresa ($M = 4.96$). En cambio la creencia sobre el emprendimiento que tiene la puntuación más baja es de ser emprendedor me reportaría más ventajas que inconvenientes ($M = 4,44$). Con una puntuación media ($M=4.66$) que es baja respecto a la media de la escala.

TABLA 10

NORMA SUBJETIVA UANCV-PUNO

NORMA SUBJETIVA – UANCV	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
Reacción de Tu familia	50	1.00	7.00	4.98	1.87
Reacción de Tus amigos	50	1.00	7.00	4.32	1.65
Reacción de Tus compañeros de estudios	50	1.00	7.00	4.12	1.67
Puntuación media				4.47	1.73

INTERPRETACION: Observando el cuadro descriptivo de la variable Norma Subjetiva aplicado a los estudiantes de la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez (UANCV), podemos decir que estos estudiantes sienten una presión social mayor por parte de su familia ($M = 4,98$). En cambio estos estudiantes sienten una presión social baja por parte de los compañeros de estudios ($M = 4,12$). Con una puntuación ($M=4.47$) que es baja respecto a media de la escala.

TABLA 11

CONTROL CONDUCTUAL PERCIBIDO UANCV-PUNO

CONTROL CONDUCTUAL PERCIBIDO – UANCV	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
Crear una empresa y mantenerla en funcionamiento sería fácil para mí	50	1.00	7.00	4.26	1.61
Creo que sería totalmente incapaz de crear una empresa viable	50	1.00	7.00	3.66	1.72
Puedo mantener bajo control el proceso de creación de una empresa	50	1.00	7.00	4.62	1.46
Conozco todos los detalles prácticos necesarios para crear una empresa	50	1.00	7.00	4.42	1.64
Me resultaría muy difícil sacar adelante un proyecto empresarial	50	1.00	7.00	4.00	1.75
Si tratase de crear una empresa, tendría una alta probabilidad de lograrlo	50	2.00	7.00	5.02	1.44
Puntuación media				4.33	1.60

INTERPRETACION: Observando el cuadro descriptivo de la variable Norma Subjetiva aplicado a los estudiantes de la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez (UANCV), podemos decir que estos estudiantes tendrían una alta probabilidad de crear una empresa ($M = 5,02$). En cambio otros estudiantes no podrían crear una empresa viable ($M = 3,66$). La puntuación respecto a la media de la variables ($M=4.33$) es baja respecto a la escala.

TABLA 12
INTENCIÓN EMPRENDEDORA UANCV-PUNO

INTENCIÓN EMPRENDEDORA – UANCV	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
Estoy dispuesto(a) a hacer cualquier cosa para ser empresario	50	1.00	7.00	4.42	1.93
Mi objetivo profesional es ser empresario	50	1.00	7.00	4.78	1.87
Me esforzaré para crear y dirigir mi propia empresa	50	1.00	7.00	4.78	1.76
Estoy decidido a crear una empresa en el futuro	50	1.00	7.00	4.66	1.84
He pensado muy seriamente en iniciar una empresa	50	1.00	7.00	6.64	1.88
Tengo la firme intención de crear una empresa algún día	50	1.00	7.00	4.92	1.92
Puntuación media				4.70	1.87

INTERPRETACION: Observando el cuadro descriptivo de la variable Intención Emprendedora aplicado a los estudiantes de la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez (UANCV), podemos decir que estos estudiantes tienen una firme intención de crear una empresa algún día ($M = 4,92$). En cambio otros estudiantes están dispuestos en hacer cualquier cosa para ser empresarios ($M = 4,42$). Con una puntuación ($M=4.70$) regularmente baja respecto a la media de la escala.

RESUMEN MEDIAS UANCV-PUNO

TABLA 13
RESUMEN DE MEDIAS UANCV-PUNO

Intención emprendedora - UANCV	Media	Desv. Est.	Min	Max
ACTITUD PERSONAL	4.66	2.05	1	7
NORMA SUBJETIVA	4.47	1.73	1	7
CONTROL CONDUCTUAL PERC	4.33	1.60	1	7
INTENCION EMPRENDEDORA	4.70	1.87	1	7

INTERPRETACIÓN: En el cuadro resumen se puede observar que en los estudiantes de la UANCV-PUNO, la puntuación media más importante la obtiene la actitud personal

(M=4.66) se puede observar que la variabilidad es muy dispersa, por el contrario la más baja la obtiene el control conductual percibido (M=4.33). Respecto a la intención emprendedora (M=4.70) que es una puntuación regularmente baja respecto a la media de la escala.

4.1.2.- RESULTADOS DE LOS OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Para alcanzar estos objetivos específicos a continuación se presenta los datos procesados por el SPSS, se describen las correlaciones internas por separado y se procede a su análisis e interpretación.

4.1.2.1.- OBJETIVO ESPECÍFICO 1

Determinar la relación de la intención emprendedora en función de sus dimensiones en los estudiantes de Administración de la UNA-PUNO 2016.

TABLA 14
CORRELACIÓN INTERNA UNA-PUNO

CORRELACION INTERNA – UNA		Actitud Personal	Norma Subjetiva	Control Conductual Percibido	Intención Emprendedora
Actitud Personal	Correlación de Pearson	1	.105	.027	.679
	Sig. (bilateral)		.468	.853	.000
Norma Subjetiva	Correlación de Pearson	.105	1	.090	.115
	Sig. (bilateral)	.468		.536	.428
Control Conductual Percibido	Correlación de Pearson	.027	.090	1	.077
	Sig. (bilateral)	.853	.536		.596
Intención Emprendedora	Correlación de Pearson	.679	.115	.077	1
	Sig. (bilateral)	.000	.428	.596	

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

INTERPRETACIÓN:

ACTITUD PERSONAL & INTENCION EMPRENDEDORA: Existe una correlación moderada y positiva entre las variables Actitud Personal e Intención Emprendedora de los estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano (UNA). Las variables son dependientes uno del otro y también son significativas ($r=0.679$ y $p<0.01$).

NORMA SUBJETIVA & INTENCION EMPRENDEDORA: Existe una correlación muy débil y positiva entre las variables Norma Subjetiva e Intención Emprendedora de los estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano (UNA). Las variables son dependientes uno del otro; mas no es significativo ($r=0.115$ y $p>0.01$).

CONTROL CONDUCTUAL PERCIBIDO & INTENCION EMPRENDEDORA: Existe una correlación muy baja y positiva entre las variables Control Conductual Percibido e Intención Emprendedora de los estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano (UNA). Es positiva, mas no es significativo ($r=0.077$ y $p>0.01$).

4.1.2.1.A.- PRUEBA DE HIPOTESIS

H(A).- La actitud personal influye positivamente en la intención emprendedora en los estudiantes de la UNA-PUNO.

Prueba de hipótesis (A): El coeficiente de correlación lineal simple ($r=0.679$ y $p<0.01$), revela una correlación positiva y significativa.

H(B).- La norma Subjetiva influye positivamente en la intención emprendedora en los estudiantes de la UNA-PUNO.

Prueba de hipótesis (B): El coeficiente de correlación lineal simple ($r=0.115$ y $p>0.43$), revela una correlación positiva, mas es casi nula y no es significativa.

H(C).- El control conductual percibido influye positivamente en la intención emprendedora en los estudiantes de la UNA-PUNO.

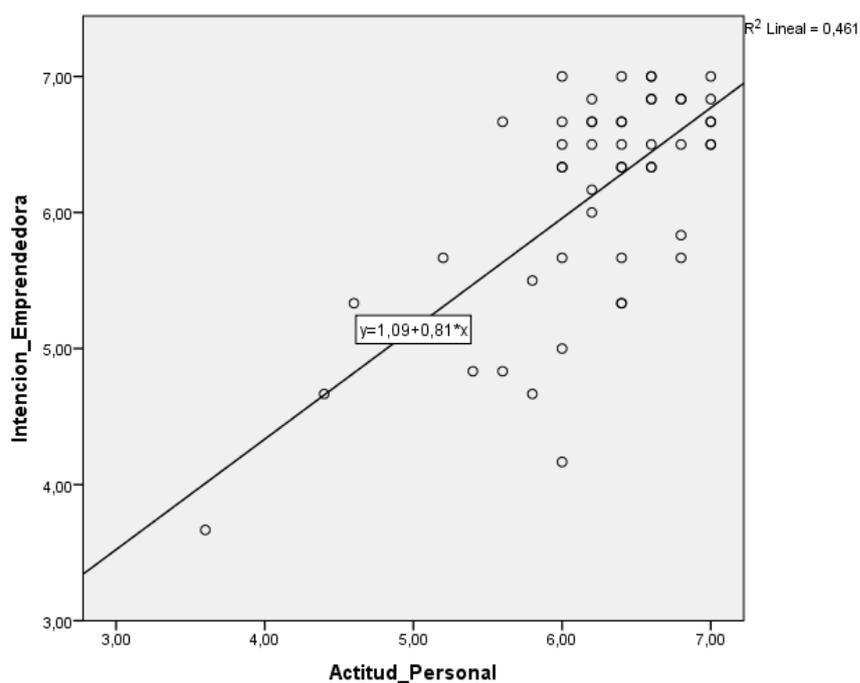
Prueba de hipótesis (C): El coeficiente de correlación lineal simple ($r=0.077$ y $p>0.60$), revela una correlación positiva, mas es casi nula y no es significativa.

4.1.2.1.B.- ANÁLISIS GRÁFICO DE LA CORRELACIÓN INTERNA UNA-PUNO

En un análisis grafico se puede apreciar la dispersión de los datos, cuando los datos están más agrupados en función a la línea de regresión se puede decir que las variables están relacionadas. Por otro lado también es importante analizar el valor de la pendiente 'b'; dado la ecuación $y=a+bx$; si b tiende a 1 da a entender que existe una buena relación entre Y y X; al contrario que cuando tiende a 0, se entiende que hay poca relación.

GRAFICO 01

CORRELACIÓN (ACTITUD PERSONAL- INTENCIÓN EMPRENDEDORA) UNA-PUNO

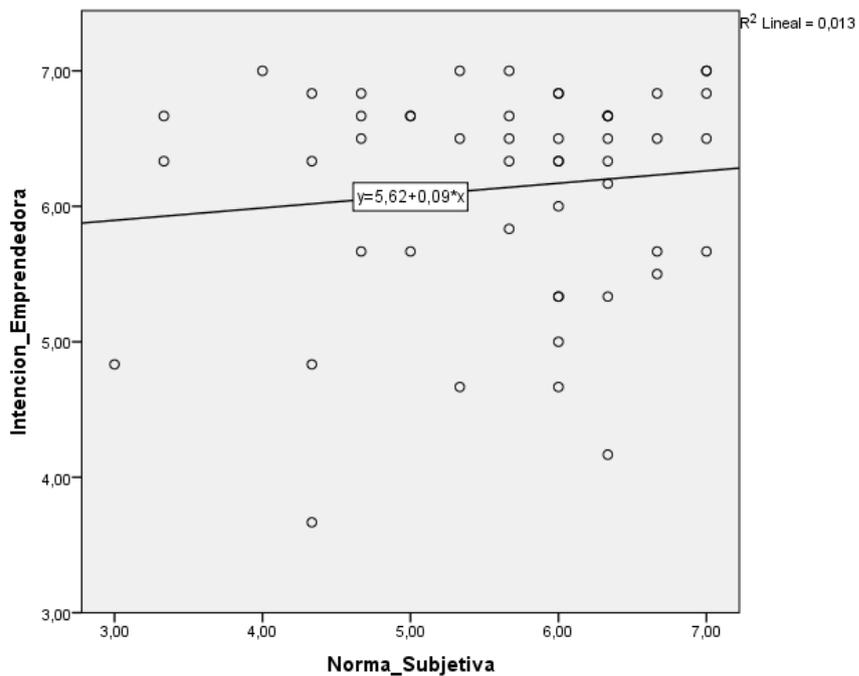


INTERPRETACIÓN: Entre las dos variables anteriores, se observa que existe cierta agrupación de los puntos en la parte superior derecha con respecto a la Línea de Regresión

Lineal, esto da a entender que hay agrupación de datos, por lo cual hay un grado de concordancia en las respuestas de los estudiantes.

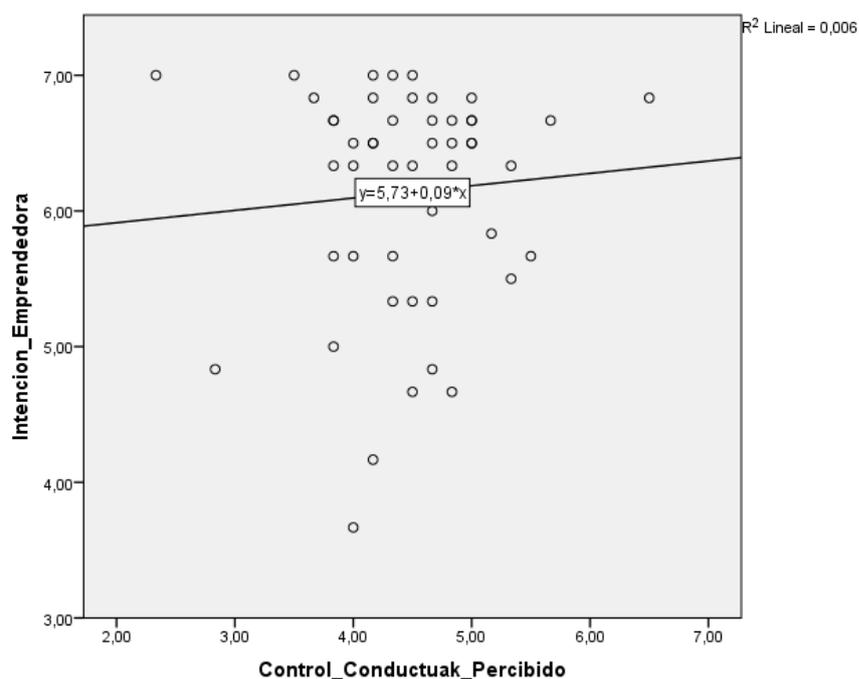
GRAFICO 02

CORRELACIÓN (NORMA SUBJETIVA- INTENCIÓN EMPRENDEDORA) UNA-PUNO



INTERPRETACIÓN: Aquí se observa una línea que no puede lograr agrupar los datos en un solo espacio del gráfico, por lo tanto diremos que los datos están muy dispersos, que nada tiene que ver la intención de emprender de un estudiante con la norma subjetiva.

GRAFICO 03

CORRELACIÓN (CONTROL CONDUCTUAL PERSIBIDO - INTENCIÓN
EMPREDEDORA) UNA-PUNO

INTERPRETACIÓN: Al igual que el grafico anterior, los datos están dispersos respecto a la línea de regresión, aparentemente podría decirse que existe una agrupación en la parte de arriba, sin embargo se puede ver ahora que la pendiente de 0.09, muestra un grado muy pobre de dependencia entre X y Y, por lo general un buen grado de dependencia tiende a 1.

4.1.2.1.C- CONTRASTACIÓN DE HIPOTESIS UNA-PUNO

En la primera hipótesis específica se plantea:

“Existe una relación positiva y significativa de la actitud personal, norma subjetiva y control conductual percibido sobre la intención emprendedora en los estudiantes de Administración de la UNA-PUNO”.

Como resultado del análisis de las tres sub-hipótesis podemos resumir como sigue:

- La actitud personal revela una correlación positiva y significativa

- La norma subjetiva revela una correlación positiva, mas es casi nula y no es significativa
- El control conductual percibido revela una correlación positiva mas es casi nula y no es significativa

Por lo tanto se ha verificado la validez de la hipótesis específica 1, y consecuentemente se acepta como válida.

4.1.2.2.- OBJETIVO ESPECÍFICO 2

Determinar la relación de la intención emprendedora en función de sus dimensiones en los estudiantes de Administración de la UANCV-PUNO 2016.

TABLA 15
CORRELACIÓN INTERNA UANCV-PUNO

CORRELACION INTERNA - UANCV		Actitud Personal	Norma Subjetiva	Control Conductual Percibido	Intención Emprendedora
Actitud Personal	Correlación de Pearson	1	.573**	.499**	.663**
	Sig. (bilateral)		.000	.000	.000
Norma Subjetiva	Correlación de Pearson	.573**	1	.446**	.405**
	Sig. (bilateral)	.000		.001	.004
Control Conductual Percibido	Correlación de Pearson	.499**	.446**	1	.527**
	Sig. (bilateral)	.000	.001		.000
Intención Emprendedora	Correlación de Pearson	.663**	.405**	.527**	1
	Sig. (bilateral)	.000	.004	.000	

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

INTERPRETACIÓN:

ACTITUD PERSONAL & INTENCION EMPRENDEDORA: Existe una correlación altamente significativa y positiva entre las variables Actitud Personal e Intención

Emprendedora de los estudiantes de la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez (UANCV). Las variables son dependientes uno del otro ($r=0.663$ y $p<0.01$).

NORMA SUBJETIVA & INTENCION EMPRENDEDORA: Existe una correlación baja, significativa y positiva entre las variables Norma Subjetiva e Intención Emprendedora de los estudiantes de la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez (UANCV). Las variables son dependientes uno del otro ($r=0.405$ y $p<0.01$).

CONTROL CONDUCTUAL PERCIBIDO & INTENCION EMPRENDEDORA: Existe una correlación moderada, significativa y positiva entre las variables Control Conductual Percibido e Intención Emprendedora de los estudiantes de la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez (UANCV). Las variables son dependientes uno del otro ($r=0.527$ y $p<0.01$).

4.1.2.2.A.- PRUEBA DE HIPOTESIS

H(A).- La actitud personal influye positivamente en la intención emprendedora en los estudiantes de la UANCV-PUNO.

Prueba de hipótesis (A): El coeficiente de correlación lineal simple ($r=0,663$ y $p<0.01$), revela una correlación positiva y significativa.

H(B).- La norma Subjetiva influye positivamente en la intención emprendedora en los estudiantes de la UANCV-PUNO.

Prueba de hipótesis (B): El coeficiente de correlación lineal simple ($r=0.405$ y $p<0.01$), revela una correlación positiva mas es baja o pobre y es significativa.

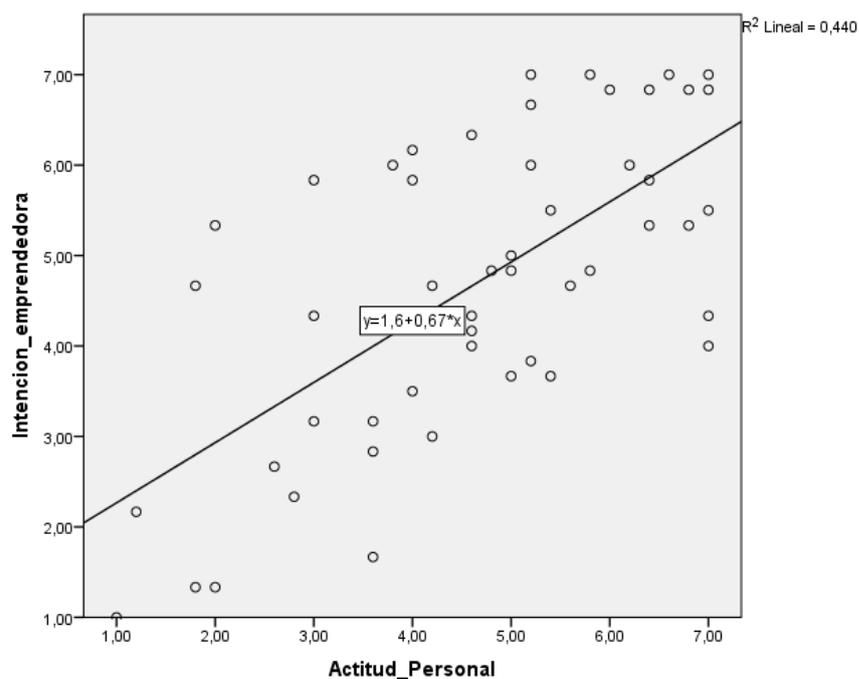
H(C).- El control conductual percibido influye positivamente en la intención emprendedora en los estudiantes de la UANCV-PUNO.

Prueba de hipótesis (C): El coeficiente de correlación lineal simple ($r=0.527$ y $p<0.01$), revela una correlación positiva y significativa.

4.1.2.2.B.- ANÁLISIS GRÁFICO DE LA CORRELACIÓN INTERNA UANCV-PUNO

GRAFICO 04

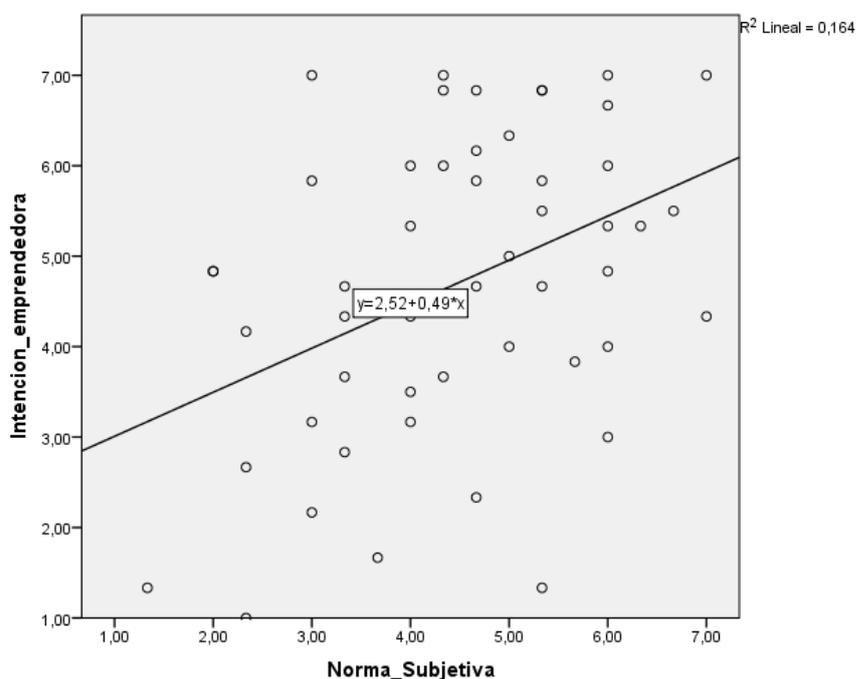
CORRELACIÓN (ACTITUD PERSONAL- INTENCIÓN EMPRENDEDORA) UANCV-PUNO



INTERPRETACIÓN: Aquí se observa que la línea que puede lograr agrupar parcialmente los datos en un solo espacio del gráfico, por lo tanto diremos que los datos no están exageradamente dispersos y lo podemos ver en la pendiente (0.67).

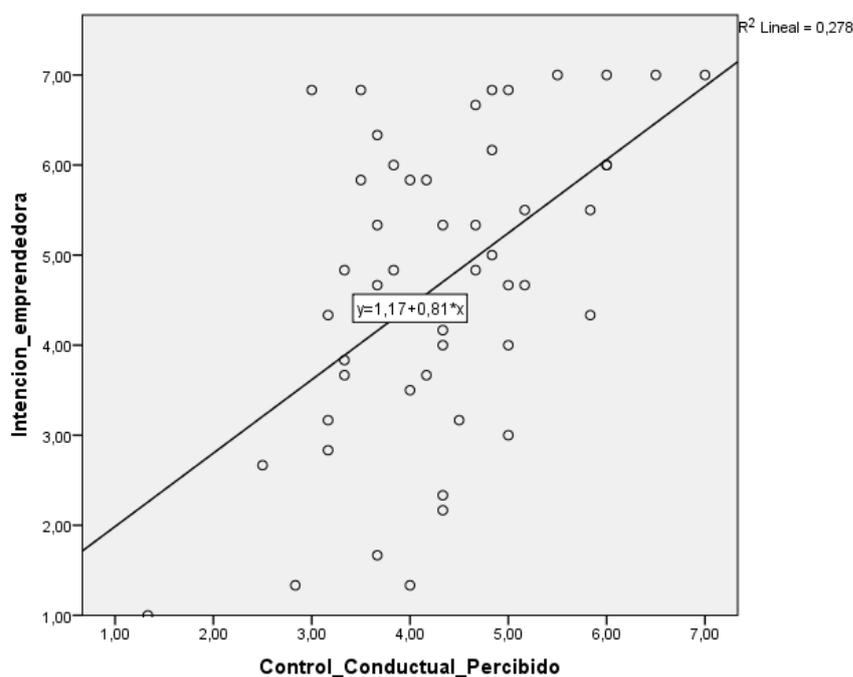
GRAFICO 05

CORRELACIÓN (NORMA SUBJETIVAL- INTENCIÓN EMPRENDEDORA) UANCV-PUNO



INTERPRETACIÓN: En el grafico anterior, los datos están dispersos respecto a la línea de regresión, aparentemente podría decirse que existe una agrupación pero dispersa, se puede ver que la pendiente de 0.49, muestra un grado algo regular pobre de dependencia entre X y Y, por lo general un buen grado de dependencia tiende a 1.

GRAFICO 06

CORRELACIÓN (CONTROL CONDUCTUAL PERCIBIDO- INTENCIÓN
EMPREDEDORA) UANCV-PUNO

INTERPRETACIÓN: Entre las variables anteriores, se observa que existe cierta agrupación de los puntos en la parte media con respecto a la Línea de Regresión Lineal, esto da a entender que hay agrupación de datos, por lo cual hay un grado de concordancia en las respuestas de los estudiantes y lo podemos ver en la pendiente con (0.81).

4.1.2.2.C.- CONTRASTACIÓN DE HIPOTESIS UANCV-PUNO

En la segunda hipótesis específica se plantea:

“Existe una relación positiva y significativa de la actitud personal, norma subjetiva y control conductual percibido sobre la intención emprendedora en los estudiantes de Administración de la UANCV-PUNO.”

Como resultado del análisis de las tres sub-hipótesis podemos resumir como sigue:

- La actitud personal revela una correlación positiva y significativa
- La norma subjetiva revela una correlación positiva, mas es baja o pobre y es significativa

- El control conductual percibido revela una correlación positiva y es significativa

Por lo tanto se ha verificado la validez de la hipótesis específica 2, y consecuentemente se acepta como válida.

4.1.3.- MODELO DE REGRESIÓN LINEAL MULTIPLE

Es un modelo estadístico para estimar el efecto de una variable sobre otra, está asociado al coeficiente r de correlación Pearson. Brinda la oportunidad de predecir las puntuaciones de una variable tomando las puntuaciones de la otra variable, entre mayor sea la correlación entre variables (covariación), mayor capacidad de predicción (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010).

Para realizar el análisis de resultados se ha hecho uso de una regresión de forma jerárquica:

En primer lugar se analiza el comportamiento solo de factores, variables independientes que conforma la TAP respecto a la variable dependiente.

En segundo lugar se involucran variables independientes más las variables de rasgo general, edad y el sexo respecto a la variable dependiente.

Por lo tanto podemos ver que el modelo de intención emprendedora utilizado permite predecir la intención de emprender y ese comportamiento de predicción lo vemos en el modelo 1 y modelo 2 en las siguientes tablas para ambas instituciones.

4.1.3.1.- MODELO DE REGRESIÓN LINEAL MULTIPLE UNA-PUNO

TABLA 16

REGRESION LINEAL MULTIPLE UNA-PUNO (FACTORES)

MODELO 1: Solo factores

MODELO-UNA	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Erros estándar de estimación.
1	0,683 ^a	0,466	0,431	0,61285

- a) Predictores: (constante), control conductual percibido, norma subjetiva, actitud personal.

INTERPRETACIÓN: El 46,6% de la variabilidad de las variables actitud personal, norma subjetiva y control conductual percibido depende de la variable intención emprendedora el otro 53.4% esta explicado por otros factores que es ajeno al experimento o lo que no se puede conocer (factores extraños).

MODELO 2: Factores más datos de rasgo general**TABLA 17**

REGRESION LINEAL MULTIPLE UNA-PUNO (FACTORES Y RASGO GENERAL)

MODELO-UNA	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Erros estándar de estimación.
2	0,772 ^a	0,522	0,468	0,59307

- b) Predictores: (constante), sexo, edad, control conductual percibido, norma subjetiva, actitud personal.

INTERPRETACIÓN: El nuevo modelo explica que el 52,2% de la variabilidad de las variables actitud personal, norma subjetiva y control conductual percibido depende de la variable intención emprendedora el otro 47.8% esta explicado por otros factores que es ajeno al experimento o lo que no se puede conocer (factores extraños).

4.1.3.2.- MODELO DE REGRESIÓN LINEAL MULTIPLE UANVCV-PUNO

TABLA 18

REGRESION LINEAL MULTIPLE UANVCV-PUNO (FACTORES)

MODELO 1: Solo factores

MODELO- UANVCV	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Erros estándar de estimación.
1	0.701 ^a	0.492	0,548	1,23676

- c) Predictores: (constante), control conductual percibido, norma subjetiva, actitud personal.

INTERPRETACIÓN: El 49,2% de la variabilidad de las variables actitud personal, norma subjetiva y control conductual percibido depende de la variable intención emprendedora el otro 50.8% esta explicado por otros factores que es ajeno al experimento o lo que no se puede conocer (factores extraños).

TABLA 19

REGRESION LINEAL MULTIPLE UANVCV-PUNO (FACTORES Y RASGO GENERAL)

MODELO 2: Factores más datos de rasgo general

MODELO- UANVCV	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Erros estándar de estimación.
2	0.735 ^a	0.540	0,486	1,20489

- d) Predictores: (constante), sexo, edad, control conductual percibido, norma subjetiva, actitud personal.

INTERPRETACIÓN: El nuevo modelo explica que el 54,0% de la variabilidad de las variables actitud personal, norma subjetiva y control conductual percibido depende de la variable intención emprendedora el otro 46.0% esta explicado por otros factores que es ajeno al experimento o lo que no se puede conocer (factores extraños).

4.1.4.- PRUEBA DE T STUDENS - COMPARACION DE MEDIAS

TABLA 20

PRUEBA T

DIFERENCIA GENERAL UNA- UANCV

		Prueba de muestras independientes				
		Prueba de Levene de calidad de varianzas		prueba t para la igualdad de medias		
		F	Sig.	t	gl	Sig. (bilateral)
Actitud Personal	Se asumen varianzas iguales	35.070	.000	6.120	98	.000
	No se asumen varianzas iguales			6.120	64.738	.000
Norma Subjetiva	Se asumen varianzas iguales	5.448	.022	4.711	98	.000
	No se asumen varianzas iguales			4.711	89.665	.000
Control Conductual Percibido	Se asumen varianzas iguales	8.714	.004	.678	98	.499
	No se asumen varianzas iguales			.678	82.678	.499
Intención Emprendedora	Se asumen varianzas iguales	22.654	.000	5.442	98	.000
	No se asumen varianzas iguales			5.442	70.735	.000

INTERPRETACIÓN: La diferencia general muestra que existe diferencias significativas de valoración ($p < 0.05$) en los ítems Actitud Personal, Norma Subjetiva e Intención

Emprendedora, únicamente el factor Control conductual percibido no muestra una diferencia significativa.

4.1.4.1.- DESARROLLO DE COMPARACION DE MEDIAS

4.1.4.1.A.- ACTITUD PERSONAL

Ha: Existe una diferencia significativa entre la media de la variable ser emprendedor Actitud personal de los estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano (UNA) y la media de los estudiantes de la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez (UANCV), (si existe una relación o diferencia entre las universidades).

Ho: NO Existe una diferencia significativa entre la media de la variable actitud personal de los estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano (UNA) y la media de los estudiantes de la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez (UANCV)

ALFA: 5% = 0.05

- NORMALIDAD (KOLMOGOROV-SMIRNOV)

Pruebas de normalidad

Nombre de la Universidad	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
actitud_personal UNA	,193	50	,000	,843	50	,000
UANCV	,087	50	,200*	,954	50	,049

p-valor (UNA) = 0,000	<	Alfa = 0.05
p-valor (UANCV) = 0,200	>	Alfa = 0.05

Conclusión: La variable actitud personal solo en un grupo de estudiantes de la Universidad Andina Andina Néstor Cáceres Velásquez se comporta normalmente.

- IGUALDAD DE VARIANZA (PRUEBA LEVENE)

		Prueba de Levene para la igualdad de varianzas	
		F	Sig.
actitud_personal	Se han asumido varianzas iguales No se han asumido varianzas iguales	35,070	,000

p-valor = 0,000	<	Alfa = 0.05
-----------------	---	-------------

Conclusión: Existe una diferencia significativa entre las varianzas.

- PRUEBA T STUDENT

Prueba T para la igualdad de medias						
t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Error típ. de la diferencia	95% Intervalo de confianza para la diferencia	
					Inferior	Superior
6,120	98	,000	1,56400	,25557	1,05683	2,07117
6,120	64,738	,000	1,56400	,25557	1,05355	2,07445

p-valor = 0,000	<	Alfa = 0,05
-----------------	---	-------------

INTERPRETACIÓN: Observando el valor que es menor a 0,05 se llega a la conclusión que si existe una diferencia significativa entre la media de la variable actitud personal de los estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano (UNA) y la media de los estudiantes de la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez (UANCV).

4.1.4.1.B.- NORMA SUBJETIVA

Ha: Existe una diferencia significativa entre la media de la variable norma subjetiva de los estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano (UNA) y la media de los estudiantes de la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez (UANCV) (si existe una relación o diferencia entre las universidades).

Ho: NO Existe una diferencia significativa entre la media de la variable norma subjetiva de los estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano (UNA) y la media de los estudiantes de la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez (UANCV)

ALFA: 5% = 0.05

- NORMALIDAD (KOLMOGOROV-SMIRNOV)

Pruebas de normalidad

Nombre de la Universidad	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
norma_subjetiva UNA	,183	50	,000	,926	50	,004
UANCV	,091	50	,200 [*]	,974	50	,330

p-valor (UNA) = 0,000	<	Alfa = 0.05
p-valor (UANCV) = 0,200	>	Alfa = 0.05

Conclusión: La variable norma subjetiva solo en un grupo de estudiantes de la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez se comporta normalmente.

- IGUALDAD DE VARIANZA (PRUEBA LEVENE)

		Prueba de Levene para la igualdad de varianzas	
		F	Sig.
norma_subjetiva	Se han asumido varianzas iguales No se han asumido varianzas iguales	5,448	,022

p-valor = 0,022	<	Alfa = 0.05
-----------------	---	-------------

Conclusión: Existe una diferencia significativa entre las varianzas.

- PRUEBA T STUDENT

Prueba T para la igualdad de medias						
t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Error típ. de la diferencia	95% Intervalo de confianza para la diferencia	
					Inferior	Superior
4,711	98	,000	1,15333	,24481	,66752	1,63914
4,711	89,665	,000	1,15333	,24481	,66696	1,63971

p-valor = 0,000	<	Alfa = 0,05
-----------------	---	-------------

INTERPRETACIÓN.- Observando el valor que es menor a 0,05 se llega a la conclusión que si Existe una diferencia significativa entre la media de la variable norma subjetiva de los estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano (UNA) y la media de los estudiantes de la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez (UANCV) (si existe una relación o diferencia entre las universidades).

4.1.4.1.C.- CONTROL CONDUCTUAL PERCIBIDO

Ha: Existe una diferencia significativa entre la media de la variable control conductual percibido de los estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano (UNA) y la media de los estudiantes de la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez (UANCV) (si existe una relación o diferencia entre las universidades).

Ho: NO Existe una diferencia significativa entre la media de la variable control conductual percibido de los estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano (UNA) y la media de los estudiantes de la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez (UANCV)

ALFA: 5% = 0.05

- NORMALIDAD (KOLMOGOROV-SMIRNOV)

Pruebas de normalidad

Nombre de la Universidad	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
control_con_per UNA	,103	50	,200*	,960	50	,091
UANCV	,079	50	,200*	,985	50	,775

p-valor (UNA) = 0,200	>	Alfa = 0.05
p-valor (UANCV) = 0,200	>	Alfa = 0.05

Conclusión: La variable control conductivo percibido en ambos grupos de estudiantes de las dos universidades se comportan normalmente.

- IGUALDAD DE VARIANZA (PRUEBA LEVENE)

		Prueba de Levene para la igualdad de varianzas	
		F	Sig.
control_con_per	Se han asumido varianzas iguales No se han asumido varianzas iguales	8,714	,004

p-valor = 0,004	<	Alfa = 0.05
-----------------	---	-------------

Conclusión: Existe una diferencia significativa entre las varianzas.

- PRUEBA T STUDENT

Prueba T para la igualdad de medias						
t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Error típ. de la diferencia	95% Intervalo de confianza para la diferencia	
					Inferior	Superior
,678	98	,499	,12333	,18180	-,23744	,48411
,678	82,678	,499	,12333	,18180	-,23828	,48494

p-valor = 0,499	>	Alfa = 0,05
-----------------	---	-------------

INTERPRETACIÓN: Observando el valor que es mayor a 0,05 se llega a la conclusión que no Existe una diferencia significativa entre la media de la variable control conductual percibido de los estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano (UNA) y la media de los estudiantes de la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez (UANCV).

4.1.4.1.D.- INTENCIÓN EMPRENDEDORA

Ha: Existe una diferencia significativa entre la media de la variable intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano (UNA) y la media de los estudiantes de la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez (UANCV) (si existe una relación o diferencia entre las universidades).

Ho: NO Existe una diferencia significativa entre la media de la variable intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano (UNA) y la media de los estudiantes de la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez (UANCV)

ALFA: 5% = 0.05

- NORMALIDAD (KOLMOGOROV-SMIRNOV)

Pruebas de normalidad

Nombre de la Universidad	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
int_emp UNA	,236	50	,000	,861	50	,000
UANCV	,084	49	,200 [*]	,952	49	,045

p-valor (UNA) = 0,000	<	Alfa = 0.05
p-valor (UANCV) = 0,200	>	Alfa = 0.05

Conclusión: La variable Intención Emprendedora solo en un grupo de estudiantes de la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez se comporta una distribución normal.

- IGUALDAD DE VARIANZA (PRUEBA LEVENE)

		Prueba de Levene para la igualdad de varianzas	
		F	Sig.
int_emp	Se han asumido varianzas iguales No se han asumido varianzas iguales	22,367	,000

p-valor = 0,000	<	Alfa = 0.05
-----------------	---	-------------

Conclusión: Existe una diferencia significativa entre las varianzas.

• PRUEBA T STUDENT

Prueba T para la igualdad de medias						
t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Error típ. de la diferencia	95% Intervalo de confianza para la diferencia	
					Inferior	Superior
5,514	97	,000	1,46320	,26536	,93653	1,98987
5,479	68,826	,000	1,46320	,26706	,93041	1,99598

p-valor = 0,000	<	Alfa = 0,05
-----------------	---	-------------

INTERPRETACIÓN: Observando el valor que es menor a 0,05 se llega a la conclusión que si Existe una diferencia significativa entre la media de la variable intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano (UNA) y la media de los estudiantes de la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez (UANCV) (si existe una relación o diferencia entre las universidades).

4.1.4.2.- CONTRASTACIÓN DE DIFERENCIA DE MEDIAS - T STUDEND

En la hipótesis general comparativa se plantea:

“Existe diferencias significativas de intención emprendedora, el nivel de intenciones emprendedoras de los estudiantes de la UNA-PUNO es mayor que los de la UANCV- PUNO 2016”

Como resultado del análisis de diferencia de medias de variables se puede resumir como sigue:

- Si existe una diferencia significativa entre la media de la variable actitud personal de los estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano (UNA) y la media de los estudiantes de la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez (UANCV).
- Si Existe una diferencia significativa entre la media de la variable norma subjetiva de los estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano

(UNA) y la media de los estudiantes de la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez (UANCV) (si existe una diferencia entre las universidades).

- No Existe una diferencia significativa entre la media de la variable control conductual percibido de los estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano (UNA) y la media de los estudiantes de la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez (UANCV).
- Si Existe una diferencia significativa entre la media de la variable intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano (UNA) y la media de los estudiantes de la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez (UANCV) (si existe una relación o diferencia entre las universidades).

La diferencia general muestra que existe diferencias significativas de valoración ($p < 0.05$) en los ítems Actitud personal, Norma subjetiva e Intención emprendedora; únicamente el factor Control conductual percibido no muestra una diferencia significativa.

Por lo tanto se acepta la validez de la hipótesis general comparativa.

4.1.4.3.- CONTRASTACIÓN DE HIPOTESIS GENERAL

HIPOTESIS CORRELACIONAL.- Existe una relación positiva y significativa de intención emprendedora en función de sus dimensiones en estudiantes de Administración de la UNA-PUNO y UANCV-PUNO 2016. Esta hipótesis se validó en el acápite anterior.

HIPOTESIS COMPARATIVA.- Existe diferencias significativas de intención emprendedora; el nivel de intenciones emprendedoras de los estudiantes de la UNA-PUNO es mayor que los de la UANCV- PUNO 2016.

La siguiente tabla explica los resultados de las medias estadísticas de ambas instituciones:

TABLA 21
RESUMEN DE DIFERENCIA DE MEDIAS UNA-PUNO/ UANCV-PUNO

	MEDIAS UNA- PUNO	MEDIAS UANCV- PUNO
INTENCIÓN EMPREDEDORA	6.14	4.70
ACTITUD PERSONAL	6.22	4.66
NORMA SUBJETIVA	5.53	4.47
CONTROL CONDUCTUAL PERSIBIDO	4.45	4.33

INTERPRETACIÓN: De la tabla de resumen comparativo, en el análisis cualitativo de la diferencia de medias estadísticas, en ambas instituciones se puede observar que la intención emprendedora en los estudiantes de la UNA- PUNO es sobresaliente respecto a las intenciones de los estudiantes de la UANCV-PUNO, respecto a las variables actitud personal, norma subjetiva y control conductual percibido, en los estudiantes de la una puno se observa una diferencia notoria respecto a las medias que mantienen de forma casi uniforme los alumnos de la UANCV-PUNO

Considerando el análisis general podemos afirmar de la hipótesis correlacional; sí existe una relación positiva y significativa de intención emprendedora en función de sus dimensiones en estudiantes de Administración de la UNA-PUNO y UANCV-PUNO 2016.

De la hipótesis comparativa podemos afirmar que si existe diferencias significativas de intención emprendedora, del análisis cualitativo de medias estadísticas podemos afirmar que el nivel de intenciones emprendedoras de los estudiantes de la UNA-PUNO es mayor que los de la UANCV- PUNO 2016

Por lo tanto se ha verificado la validez de la hipótesis general y consecuentemente se acepta como válida.

4.2.- DISCUSIÓN

A partir de los hallazgos encontrados aceptamos la hipótesis alternativa general que establece que existe una relación positiva y significativa de intención emprendedora en función de sus dimensiones en estudiantes de Administración de la UNA-PUNO y UANCV-PUNO 2016.

Estos resultados guardan cierta relación con lo que sostiene el meta-análisis de schlaegel et al. (2014). Donde recoge 98 estudios, estos resultados de los estudios desarrollados con la TAP confirman la robustez de dicha teoría para el estudio de la intención emprendedora. Los resultados de estos estudios muestran que la actitud hacia la conducta ($r_c = 0.43$, $p < 0.05$), la norma subjetiva ($r_c = 0.33$, $p < 0.05$), y el control percibido ($r_c = 0.56$, $p < 0.05$) ejercen un efecto positivo y estadísticamente significativo sobre la intención emprendedora. Lo que específicamente la mayor influencia sobre la intención emprendedora la ejercía el control conductual percibido, mientras que, por el contrario la norma subjetiva tiene un efecto muy débil sobre la intención emprendedora.

Ello tiene, en cierta semejanza con lo que se halla en este estudio, principalmente con los resultados de la UANCV-PUNO donde la actitud hacia la conducta ($r = 0.66$, $p < 0.05$), la norma subjetiva ($r = 0.41$, $p < 0.05$), y el control percibido ($r = 0.53$, $p < 0.05$) ejercen un efecto positivo y estadísticamente significativo sobre la intención; pero en lo que no concuerda es en el caso del comportamiento de intención emprendedora en los estudiantes de la UNA-PUNO con características muy diferentes en dos variables, respecto a la norma subjetiva ($r = 0.12$, $p > 0.05$) y el control conductual percibido ($r = 0.08$, $p > 0.05$) expresan una relación muy débil, a excepción de su actitud personal con ($r = 0.68$, $p < 0.05$) estas

primeras presentan una relación muy débil, positiva y es estadísticamente no significativas en estas dos variables; en estos resultados de este caso particular en los estudiantes de la UNA-PUNO no concuerda satisfactoriamente con esos resultados.

Respecto al modelo de la TAP los resultados son comparables con investigaciones anteriores como el de Alonso Galicia (2012) explicando un 47% de la varianza de la intención emprendedora. Ello es acorde con lo que en éste estudio se halla, el modelo presenta un ajuste óptimo explicando un 47% de la varianza para la UNA-PUNO y un 49% de la varianza para la UANCV-PUNO.

TABLA 22
RESULTADOS DE ESTUDIOS ANTERIORES UTILIZANDO LA TCP

Estudio	Tipología de muestra	R² ajustada Intención emprendedora
Van Gelderen et al. (2008)	Estudiantes (N=1 235)	0.35
Alonso Galicia (2012)	Académicos y universitarios (N=500)	0.47
Schlaegel et al. (2014)	Estudiantes y Académicos	0.28
Resultados de esta tesis	Estud Admi UNA-PUNO	0.47
	Estud Admi UANCV-PUNO	0.49

Fuente: De Rodríguez (2015) Estudio de la intención emprendedora en el ámbito científico público y resultados de esta Tesis.

Podemos observar de otras investigaciones que guarda una semejanza respecto a la varianza intención emprendedora con otras investigaciones; De Rodríguez (2015), en la literatura se encuentran estudios previos realizados entre emprendedores académicos y universitarios, con distintas combinaciones de las variables estudiadas, ofrecen resultados entre 26% y 63%.

Respecto a la hipótesis comparativa podemos afirmar que el nivel de intenciones emprendedoras de los estudiantes de la UNA-PUNO (M=6.14) es mayor que los de la UANCV-PUNO (M=4.70) estos resultados guardan una semejanza por encima con lo que

sostiene la internacional GUESSS ($M=4.00$) y los resultados de la UCA ($M=4.00$). Esa diferencia se puede explicar en considerar que las unas son muestras masivas y diversificadas y para esta investigación muestras uniformizadas y selectas.

Respecto al contexto universitario, las acciones o programas de intención emprendedora generados por las instituciones; según la GUESSS son determinantes indirectas de la intención emprendedora; si bien son muy importantes mas no son condicionales al modelo. Los resultados de nuestros análisis no permiten confirmar la importancia del entorno Institucional, así considerado, por cuanto no resulta significativo el país del que procede del estudiante aun cuando la literatura parece atribuir un papel relevante a estos aspectos (Veciana, Aponte, & Urbano, 2005).

4.3.- PROPUESTA DE ESTRATEGIAS DE FORTALECIMIENTO UNA-PUNO/ UANCV-PUNO

Frecuentemente las instituciones educativas fomentan el emprendimiento a través de la enseñanza de crear empresa y administrar negocios, no educan en emprendimiento, por lo que no incluyen en sus programas el desarrollo de habilidades, atributos y competencias de un emprendedor exitoso. Para formar estudiantes emprendedores debe fortalecerse también el desarrollo de los atributos, manera de pensar y comportarse de los emprendedores. (Kirby, 2004). De acuerdo con Gibb (2005), la educación en emprendimiento requiere mayor integración del conocimiento de varias disciplinas, además de mayores oportunidades de espacios de aprendizaje a través de la experiencia, que permitan evaluar conocimientos específicos en la práctica; con mayor tiempo para la reflexión, aprender haciendo más que escuchando o leyendo; pues el proceso de fortalecimiento se da desde la praxis y desde la necesidad de articular, cuidadosamente, los insumos cognitivos de los estudiantes con una pedagogía idónea.

En este acápite se ha considerado el estudio de “Fortalecimiento de competencias emprendedoras de la Pontificia Universidad Javeriana Cali” del año 2011, respecto a formación curricular en emprendimiento, dicha propuesta complementa el modelo pedagógico tradicional y fortalece en los estudiantes de educación superior las competencias propias del emprendedor. Para ello, se documenta la caracterización de las competencias emprendedoras a desarrollar, las estrategias de enseñanza-aprendizaje y la metodología utilizada en las asignaturas agrupadas en la opción complementaria creación de empresa (Gómez & Katherine, 2011).

Se presenta una matriz de estrategia para una por institución; La UNA-PUNO, y otro para la UANCV-PUNO una adaptación de (Gibb, 2005); que se desprenden del mismo marco de análisis teniendo los resultados de los cuadros de relaciones ver tabla 22 y 23.

TABLA 23

ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE A PROPUESTA EN LAS ASIGNATURAS DE OPCION COMPLEMENTARIA EN CREACION DE EMPRESA PARA EL FORTALECIMIENTO DE COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS UNA-PUNO

ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE	COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS										
	CONFORMACION DE REDES	RESOLUCION DE PROBLEMAS	ASUMIR RIESGOS	ORIENTACION AL LOGRO	TRABAJO EN EQUIPO	AUTONOMIA	CREATIVIDAD	INICIATIVA	ASIGNATURA		
Talleres de resolución de problemas/oportunidades	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	DCE-E		
Casos		✓	✓			✓			TE-DCE		
Búsquedas		✓		✓		✓		✓	TODAS		
Circunstancias Críticas		✓	✓	✓	✓		✓		DCE-E		
Grupos de discusión	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		DCE-TE-E		
Proyectos		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	MPN-IM-MN-TRTD-AF		
Presentaciones	✓		✓		✓	✓			TODAS		
Entrevistas	✓	✓	✓		✓		✓		DCE-IM		
Simulaciones		✓	✓		✓		✓		MPN-IM-AF-MN-TRTD		
Asesorar y guiar los unos a los otros	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	DCE-E		
Videos interactivos		✓				✓			DCE-TE-E		
Juegos	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	DCE-E		
Organizar eventos	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	DCE-E		
Dibujos		✓				✓	✓	✓	DCE-E		
Investigación	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	TODAS		
Temas de discusión	✓				✓	✓		✓	TE-DCE		
Actividades outdoors		✓	✓		✓	✓	✓	✓	DCE-TE-E		
Enseñar a otros	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	MPN-ENRS		

DCE: Desarrollo de Capacidades y Emprendimiento, TE: Taller de emprendimiento, E: Emprendedurismo, IM: Investigación de Mercados, MN: Metodología de Negocios AF: Administración Financiera, MNP: Modelo y plan de negocios, ENRS: Ética en los Negocios y Responsabilidad Social, TRTD: Taller de riesgo y toma de decisiones.

Fuente: adaptado a partir de Gibb (2005), plan EPA UNA - PUNO (ver anexo 12)

De la tabla 22 es una propuesta que se deriva considerando los resultados del análisis relacional en el comportamiento de intenciones emprendedoras en los estudiantes de Administración de la UNA-PUNO (ver tabla 14), del análisis de variables independientes de influencia a la intención emprendedora, se observa en el aspecto de la norma subjetiva una carencia de influencia que considero como una variable no controlable por lo mismo que son aspectos del ambiente exterior; respecto del control conductual percibido considerando como un examen interno, como un análisis de factibilidad, es muy pobre; y para suplir este vacío se ha sugerido reforzar con el desarrollo de competencias emprendedoras enfatizando y dando soporte a las competencias autonomía, orientación al logro y asunción de riesgos que dan robustez y fortalecimiento al aspecto interno en la seguridad de decisiones en las conductas y sugeridas a incluir y desenvolver en las asignaturas propuestas del plan de estudios actual de la Escuela Profesional de Administración y una entrega de valor en dicha casa de estudios.

TABLA 24

ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE A PROPUESTA EN LAS ASIGNATURAS DE OPCIÓN COMPLEMENTARIA EN CREACIÓN DE EMPRESA PARA EL FORTALECIMIENTO DE COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS UANCV-PUNO

ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE	COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS										
	CONFORMACIÓN DE REDES	RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS	ASUMIR RIESGOS	ORIENTACIÓN AL LOGRO	TRABAJO EN EQUIPO	AUTONOMIA	CREATIVIDAD	INICIATIVA	ASIGNATURA		
Talleres de resolución de problemas/oportunidades	✓	✓	✓	✓	✓		✓		CIN		
Casos			✓			✓			EE		
Búsquedas			✓	✓	✓	✓		✓	TODAS		
Circunstancias Críticas		✓	✓				✓		CIN		
Grupos de discusión	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		EE-CIN		
Proyectos		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	CON-MVNN-GPNN-FNE		
Presentaciones	✓		✓			✓			TODAS		
Entrevistas	✓	✓	✓		✓		✓		EE-MVNN		
Simulaciones	✓	✓	✓		✓	✓	✓		CON-MVNN-FNE-GPNN		
Asesorar y guiar los unos a los otros	✓	✓	✓		✓	✓	✓		CIN		
Videos interactivos			✓						EE-CIN		
Juegos	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	CIN		
Organizar eventos	✓		✓	✓	✓	✓		✓	CIN		
Dibujos	✓	✓	✓				✓		CIN		
Investigación	✓	✓	✓	✓			✓		TODAS		
Temas de discusión	✓				✓	✓		✓	EE		
Actividades outdoors		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	EE-CIN		
Enseñar a otros	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	CON		

EE: Espíritu Emprendedor, CIN: Creatividad e Idea de Negocio, CON: conformación de la oportunidad de negocio, MVNN: Mercadeo y ventas para nuevos negocios, GPNN: Gestión de procesos para nuevos negocios, FNE: Finanzas para nuevos negocios

Fuente: adaptado a partir de Gibb (2005)

De la tabla 23 es una propuesta que se deriva considerando los resultados del análisis relacional en el comportamiento de intenciones emprendedoras en los estudiantes de Administración de la UANCV-PUNO (ver tabla 15), se observó una influencia ecuánime de las variables independientes hacia a la intención emprendedora, aún no es satisfactoria, se observa también que el aspecto de la norma subjetiva ejerce una influencia razonablemente a considerar y eso suma a llevar una intención; respecto del control conductual percibido también existe una influencia interna de factibilidad en intención. Se sugiere reforzar y fortalecer el desarrollo de competencias emprendedoras en los estudiantes colocando a propuesta desarrollar dichas competencias en las asignaturas descritas, similares o a fines que contribuirán a elevar un mayor nivel de convicción y seguridad en sus intenciones empresariales tornándose así una entrega de valor importante en el ámbito académico en dicha casa de estudios.

4.3.1.- RESUMEN DE COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS

TABLA 25

COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS A DESARROLLAR EN LOS ESTUDIANTES IDENTIFICADAS POR AUTORES INTERNACIONALES EN EDUCACIÓN EN EMPRENDIMIENTO Y EN EL PEI

AUTOR	COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS							
	Competencia para la conformación de redes	Competencia para la resolución de problemas	Competencia para asumir riesgos	Orientación al logro	Trabajo en equipo	Autonomía	Creatividad	iniciativa
..... Competencia para comunicarse de manera efectiva	Pensamiento crítico	Ver oportunidades Donde otros ven problemas Tolerancia a la ambigüedad y a la incertidumbre Competencia para toma de decisiones bajo incertidumbre	Perseverancia	Competencia Para la negociación	Locus de control interno			
Allan Gibb	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
David A. kirby		✓	✓	✓		✓	✓	
Sara D. Sarasvathi	✓	✓	✓		✓			
Jeffrey A. Timmons	✓		✓	✓		✓	✓	✓
PEI (UJC)	✓	✓				✓	✓	

Fuente: Fortalecimiento de competencias emprendedoras en la Pontificia Universidad Javeriana Cali.

De la tabla 24 se puede resumir del estudio de la PUJ Cali con la participación de pares institucionales y regionales, analizaron 17 competencias de ellas se generó ocho competencias emprendedoras que deben fortalecer en estudiantes de dicha casa de estudios (Gómez & Katherine, 2011).

4.3.2.- COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS, ELEMENTOS DE LA COMPETENCIA Y CRITERIOS DE DESEMPEÑO

A continuación se describe los elementos de las competencias y estrategias de enseñanza aprendizaje extraídos de la investigación “Fortalecimiento de competencias emprendedoras en la Pontificia Universidad Javeriana Cali” (Gómez & Katherine, 2011).

La competencia para la conformación de redes permite el intercambio de información necesaria para el aprendizaje colectivo, tal como lo expone (Julien, 2005):

4.3.2.1.- COMPETENCIA CONFORMACIÓN DE REDES

Constituyen la estructura de comunicación y de aprendizaje que la región ofrece a los actores, bajo la forma de lugares de intercambio de información, tanto física como virtual. Así mismo, son la expresión de lo colectivo y de las convenciones establecidas en toda sociedad e ilustran el funcionamiento mismo del medio. Son la base sobre la cual se desarrolla el capital social, porque favorecen o no, el desarrollo de una cultura emprendedora dinámica, abierta a la innovación, según que suministre información nueva, variada y de calidad. El Cuadro 01 incluye los elementos y criterios de desempeño más característicos.

CUADRO 01

COMPETENCIA CONFORMACIÓN DE REDES

ELEMENTOS DE LA COMPETENCIA	Evidenciar la habilidad para comunicarse y para interactuar con otras personas	Conformar y mantener una red de contactos útiles para alcanzar las metas propuestas
CRITERIOS DE DESEMPEÑO	<ul style="list-style-type: none"> • Establece y mantiene relaciones cordiales, recíprocas y cálidas con distintas personas (Alles, 2003). • Expresa mensajes claros y comprensibles para los otros (Alles, 2003). • Alienta a otros a compartir información y valora las contribuciones de los demás (Alles, 2003). • Demuestra atención cuando los otros le hablan y genera retroalimentación sobre lo escuchado. • Hace posible que los demás tengan fácil acceso a la información que se posee (Alles, 2003). • Logra vencer sus ideas a otros y es persuasivo (Alles, 2003). • Expresa los propios deseos y necesidades en el momento oportuno y a la persona indicada (Alles, 2003). • Se esfuerza por vivenciar la situación y los sentimientos de las otras personas (Alles, 2003). 	<ul style="list-style-type: none"> • Identifica e intercambia información valiosa con redes que comprendan y respalden sus esfuerzos e iniciativas (Julien, 2005). • Identifica redes estratégicas de nivel regional, nacional e internacional (Julien, 2005). • Utiliza las redes que cuenta para tener una mejor perspectiva de las oportunidades (Julien, 2005). • Adapta la información suministrada por las redes a sus necesidades particulares (Julien, 2005). • Muestra interés de relacionarse con persona de diferentes áreas de conocimiento (Julien, 2005). • Observa y discrimina fortalezas y debilidades en los diferentes agentes de la red (Alles, 2003).

Fuente: Revista Economía, Gestión, Desarrollo.

4.3.2.2.- COMPETENCIA RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS

Hace referencia a la solución idónea de éstos teniendo en cuenta las necesidades del contexto, lo que implica determinar si la solución del problema es adecuada y apropiada (ideológica, cultural y políticamente correcta) de acuerdo con las necesidades que requieren atención en el contexto en el que se encuentra el estudiante (entorno social, político,

económico, religioso, cultural). En esta vía, debe estudiarse la necesidad que enmarca el tipo de emprendimiento que se está desarrollando (ver Cuadro 02).

CUADRO 02
COMPETENCIA RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS

ELEMENTOS DE LA COMPETENCIA	Identificar la situación problema a partir del reconocimiento de la discrepancia entre lo que se desea lograr y las necesidades que se observan en el contexto	Identificar y evaluar posibles soluciones que le permitan tener rutas de acción.	Emprender rutas de acción idóneas para la solución de la situación del problema.
CRITERIOS DE DESEMPEÑO	<ul style="list-style-type: none"> • La participación del estudiante en la identificación de las variables controlables y no controlables es activa • Identifica las variables controlables del problema y elige y toma decisiones de acuerdo a un curso de acción definido por los valores de una o más de esas variables controlables (Ackoff, 1983). • Identifica las variables no controlables del problema (Ackoff, 1983). • Identifica claramente la situación deseada (Ackoff, 1983). • Identifica claramente la situación observada (Ackoff, 1983). • Identifica las restricciones que se imponen desde adentro o desde afuera sobre los posible valores de las variables controlables y no controlables (Ackoff, 1983). • Logra definir el problema correcto (Ackoff, 1983). 	<ul style="list-style-type: none"> • Valora los diferentes cursos de acción en la resolución de problemas (Ackoff, 1983). • Analiza los posibles resultados de los cursos de acción (Ackoff, 1983). • Elige el curso de acción que produzca el resultado deseado (Ackoff, 1983). • Aplica la lógica y el razonamiento para descubrir relaciones e inferir datos a partir del enunciado del problema o durante el proceso de solución (Sanchez, 2001). 	<ul style="list-style-type: none"> • Aplica la estrategia idónea del problema (Sánchez, 2001). • Logra expresar verbalmente los resultados de los problemas una vez resueltos (Sánchez, 2001). • Implementa planes de trabajo para alcanzar las metas establecidas. • Construye un modelo de evaluación de la ejecución de la estrategia.

Fuente: Revista Economía, Gestión, Desarrollo.

4.3.2.3.- COMPETENCIA ORIENTACIÓN AL LOGRO

Consiste en establecer estándares personales de logro y encaminar los actos al alcance de los objetivos propuestos (McClelland, 1989). El Cuadro 3 relaciona los elementos y criterios de desempeño de la competencia.

CUADRO 03
COMPETENCIA ORIENTACIÓN AL LOGRO

ELEMENTOS DE LA COMPETENCIA	Impulsar, orientar y seleccionar la conducta de curso al logro de los objetivos (McClelland, 1989)
CRITERIOS DE DESEMPEÑO	<ul style="list-style-type: none"> • Denota firmeza y constancia en la ejecución de los propósito (Alles, 2003). • Persiste ante tareas en las que identifica probabilidad de éxito (McClelland, 1989). • Se muestra activo y enérgico en la prosecución de un objetivo. Sensible a indicadores referentes a el rápido emprender lo que hace falta para alcanzarlo (McClelland, 1989). • Busca situaciones profesionales y de vida que lo desafíen. • Elige y disfruta participar en actividades que ofrecen responsabilidad personal. • Declara un deseo a propósito de desempeñarse idóneamente en la resolución de tareas (McClelland, 1989). • Evidencia tranquilidad con respecto a la consecución del logro.

Fuente: Revista Economía, Gestión, Desarrollo.

4.3.2.4.- COMPETENCIA PARA ASUMIR RIESGOS

Para Kirby (2004) la competencia asumir riesgos es la demostración de un comportamiento decididamente orientado a la asunción de riesgos a partir de la capacidad para tolerar situaciones de ambigüedad e incertidumbre, el desarrollo de la creatividad y la confianza en sí mismo. (Véase Cuadro 04).

CUADRO 04

COMPETENCIA ASUMIR RIESGOS

ELEMENTOS DE LA COMPETENCIA	Tolerar situaciones de ambigüedad e incertidumbre	Orientar la conducta hacia la asunción de riesgos moderados
CRITERIOS DE DESEMPEÑO	<ul style="list-style-type: none"> • Evidencia tolerancia a la frustración y se sobrepone ante situaciones de adversidad. • Visualiza mayores posibilidades de logro que de fracaso en las diferentes situaciones que se presentan. • Controla sus emociones y toma decisiones acertadas en situaciones de ambigüedad e incertidumbre • Identifica y afronta las oportunidades y amenazas de las situaciones que se presentan. • Busca y encuentra una explicación acerca de los aspectos que lo llevan al fracaso o acontecimientos negativos. • Se adapta al os cambio distintos de contextos situaciones medios y personas. • Demuestra seguridad en su desempeño y confianza en sus propias capacidades (McClelland, 1989). 	<ul style="list-style-type: none"> • Emprende accione que puedan traer beneficios a pesar de producir temor. • Modifica la propia conducta para alcanzar objetivos cuando surgen dificultades, nuevos datos o cambios en el medio. • Asume responsabilidad personal en situaciones de riesgo moderado (McClelland, 1989)

Fuente: Revista Economía, Gestión, Desarrollo.

4.3.2.5.- COMPETENCIA TRABAJAR EN EQUIPO

La competencia para trabajar en equipo se refiere a la conformación de equipos de trabajo participando activamente en la consecución de una meta común subordinando los intereses personales a los objetivos del equipo (Alles, 2003). En el mismo plano, Ackoff (1983) expone la importancia de lograr identificar propósitos con el grupo a partir del

reconocimiento de los objetivos propios, los de las otras personas implicadas y la forma como dichas metas se relacionan entre sí. (Véase Cuadro 05).

CUADRO 05
COMPETENCIA TRABAJO EN EQUIPO

ELEMENTOS DE LA COMPETENCIA	Conformar equipos de trabajo teniendo en cuenta el alcance del proyecto	Evidenciar habilidades comunicativas en el trabajo en equipo
CRITERIOS DE DESEMPEÑO	<ul style="list-style-type: none"> • Selecciona los participantes del equipo de trabajo de acuerdo con las especificaciones de la tarea o proyecto (Tobón, 2006). • Facilita el direccionamiento del equipo sea establecido de manera participativa (Tobón, 2006). • Promueve que los roles sean definidos y asignados teniendo en cuenta el tipo de tarea y las competencias necesarias para la consecución del objetivo propuesto (Tobón, 2006) • Respeta los parámetros establecidos para las reuniones del equipo de trabajo (Tobón, 2006) • Establece el sistema de información y comunicación con base en la estrategia definida (Tobón, 2006) • Aplica los criterios y procedimientos de evaluación del desempeño del equipo con transparencia (Tobón, 2006). 	<ul style="list-style-type: none"> • Toma decisiones basados en argumentos e información válida y básica (Tobón, 2006). • Colabora y coopera con los demás para lograr los objetivos propuestos (Alles, 2003). • Orienta las potencialidades de las personas alrededor de un objetivo común (Tobón, 2006). • Busca opiniones de negociación en función de la satisfacción de los intereses de ambas partes (Tobón, 2006). • Legítima y reconoce los sentimientos, las necesidades, los intereses propios y del otro (Tobón, 2006). • Resuelve los conflictos a través de métodos constructivos (Tobón, 2006).

Fuente: Revista Economía, Gestión, Desarrollo.

4.3.2.6.- COMPETENCIA AUTONOMÍA

La autonomía consiste en la toma de decisiones de manera independiente a partir de una conciencia clara sobre las posibilidades y la responsabilidad que ésta conlleva. (Véase Cuadro 06).

CUADRO 06
COMPETENCIA AUTONOMIA

ELEMENTOS DE LA COMPETENCIA	Toma decisiones de manera independiente en las que se ha considerado y evaluado la coherencia con sus propios valores, su capacidad de autorregulación en el desempeño , y las posibles consecuencias de sus decisiones (énfasis en responsabilidad)	Toma decisiones de manera independiente eligiendo dentro de las posibilidades que se le presentan (énfasis en elección de posibilidades.
CRITERIOS DE DESEMPEÑO	<ul style="list-style-type: none"> • Muestra posibilidad de guardar calma y encontrar posibilidades de acción que sean beneficiosas ante situaciones de estrés y dificultad. • Toma decisiones sin necesidad de supervisión continua y/o la aprobación constante de los otros (Lumpkin, Cogliser, & Schneider, 2009). • Define sus propios métodos procedimientos criterios y tiempos para evaluar su desempeño (Lumpkin et al, 2009). • Se fija su propio ritmo de trabajo (Lumpkin et al, 2009). • Administra sistematiza y decide sus propias normas, reglas y costumbres (establece sus propias normas y vive de acuerdo con ellas, respetando las decisiones con los demás (Bucay, 2002). • Actúa de acuerdo con sus ideas necesidades e intereses (Bucay, 2002). 	<ul style="list-style-type: none"> • Analiza lo que piensa lo que quiere y lo que puede respecto a las posibilidades y decide después de elegir (Bucay, 2002). • Decide por si solo cuales oportunidades perseguir (Lumpkin et al, 2009). • Transforma la situación actual por medio de la movilización de sus recursos (Lumpkin et al, 2009).

Fuente: Revista Economía, Gestión, Desarrollo.

4.3.2.7.- COMPETENCIA CREATIVIDAD

La creatividad es la capacidad para producir un trabajo novedoso (original, inesperado) y conveniente (oportuno, útil) de acuerdo con las necesidades del contexto (Stemberg, 1999); El Cuadro 07 explica los criterios de desempeño y los elementos de la competencia.

CUADRO 07
COMPETENCIA CREATIVIDAD

ELEMENTOS DE LA COMPETENCIA	<p>Utiliza esquemas de pensamiento lateral en la resolución de problemas y abordaje de nuevas situaciones</p>	<p>Identifica las mejoras y desarrolla ideas innovadoras en las actividades que lleva a cabo</p>
CRITERIOS DE DESEMPEÑO	<ul style="list-style-type: none"> • Idea enfoques o puntos de vista novedosos para la solución de los problemas (Sánchez 1991) • Presenta inclinación hacia lo nuevo y lo diferente. • Evidencia curiosidad y fantasía con respecto a las situaciones que se le presentan. • Muestra interés con los cambios que se le presentan en la rutina (McClelland, 1989). • Identifica las restricciones auto impuestas que bloquean su creatividad y las elimina deliberadamente (Ackoff 1983). • Realiza un uso activo de la información (De Bono, 1992). • Logra identificar y/o construir múltiples percepciones sobre un mismo aspecto. • Se imagina que presentan roles, se ve como espectador, como usuario, etc. (Sánchez, 1991). • Usa metáforas y analogías para establecer relaciones (Sánchez, 1991) 	<ul style="list-style-type: none"> • Genera y ejecuta ideas innovadoras (Ackoff 1983). • Genera ideas que brinden nuevas oportunidades, ventajas y beneficios (De bono, 1992). • Reflexiona, realiza preguntas es crítico y analiza la información que recibe. • Efectúa transformaciones a sus ideas que mejoren su calidad y utilidad (Ackoff 1983) • Percibe deficiencias en las situaciones (Sánchez, 1991). • Redefine ideas con respecto a la búsqueda de soluciones de una situación problema (Sánchez, 1991). • Incluye muchos detalles de la descripción de la situación problema (Sánchez, 1991). • Presenta y discute las ideas (De bono, 1992). • Evidencia facilidades en la creación, transferencia y aplicación del conocimiento (Lumpkin, Cogliser, & Schneider, 2009)

Fuente: Revista Economía, Gestión, Desarrollo

4.3.2.8.- COMPETENCIA INICIATIVA

La iniciativa comprende la voluntad de encarar una nueva actividad, adelantándose a los demás a través de la ejecución de acciones espontáneas y de la creación de oportunidades. (Véase Cuadro 08).

CUADRO 08
COMPETENCIA INICIATIVA

ELEMENTOS DE LA COMPETENCIA	<p>Ejecuta acciones de manera espontánea (voluntad propia) que promueven el mejoramiento y la resolución idónea de las tareas individuales o grupales en las que se encuentra involucrado</p>	<p>Evidencia impulso a actuar hacia las oportunidades</p>
CRITERIOS DE DESEMPEÑO	<ul style="list-style-type: none"> • Mejora resultados sin necesidad de un requerimiento externo de lo que empuje (Alles, 2003) • Identifica el valor de las experiencias y actividades en las que desea involucrarse, sin que alguien lo convenza o señale de manera explícita (Paradise, 2005). • Asume la responsabilidad hacer que las cosas sucedan • Muestra una rápida ejecutividad ante las pequeñas dificultades o problemas que surgen en el día a día de la actividad (Alles, 2003). • Busca ayuda, (información, ideas, opiniones perspectivas evaluaciones etc.) cuando los necesita (Frohman, 1999). • Demuestra capacidad para emprender nuevos proyectos individual o colectivamente (Tolosana, 1990). • Es espontaneo, tiene voluntad propia y ejecuta sus acciones con sentido. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ejerce impacto en el medio ambiente a partir de las propias iniciáticas (Hoffmann, 1994). • Identifica problemas y oportunidades fuera del área de responsabilidad (Frohman, 1999) • Concreta decisiones tomadas en el pasado y ejecuta la búsqueda de nuevas oportunidades • Busca nuevas oportunidades de participación a nivel social, productivo, político etc.

Fuente: Revista Economía, Gestión, Desarrollo

4.3.3.- FORTALECIMIENTO DE COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS A PARTIR DE LA DIDÁCTICA

La didáctica implica la reflexión sobre la enseñanza, sobre el diseño del material utilizado para educar, y estudia la construcción de los dispositivos didácticos –estrategias de enseñanza aprendizaje– idóneos para el aprendizaje (Gomez, 2005). De acuerdo con (Schunk, 1991), este tipo de estrategias (enseñanza-aprendizaje) son planes orientados hacia la consecución de metas de aprendizaje o como bien lo plantea (Bernard, 1999), son el conjunto organizado, consciente y controlado de los procesos realizados por los aprendices con el fin de alcanzar una meta implicada en la realización de una tarea compleja y nueva. Se definen como la secuencia de etapas que se ejecutan para lograr unos determinados objetivos, a través de la regulación y optimización de los procesos afectivos, cognitivos y psicomotrices; constituyen actividades conscientes y deliberadas que requieren planificación y control, e implican la selección de recursos cognitivos, afectivos y del contexto. Son planes dirigidos a metas, se ponen en marcha a partir de la iniciativa de los estudiantes, y se relacionan con el procesamiento de la información en torno a actividades y problemas, buscando el desempeño idóneo (Tobón, 2006).

Tobón (2006) menciona tres tipos de conocimiento necesarios en el empleo de las estrategias: conocimiento condicional (dónde, cuándo y por qué una estrategia es eficaz y cómo evaluar su eficacia); conocimiento declarativo (qué estrategias aplicar ante una situación de desempeño o aprendizaje) y conocimiento procedimental (cómo implementar la estrategia). Con el objetivo de aplicarlas adecuadamente, el docente requiere saber qué hay que hacer para aprender, saber cómo hacerlo y realizar un control mientras lo hace (Beltran, 2002), lo cual implica un cambio de rol en los participantes del proceso de aprendizaje, donde el docente pasa de ser transmisor de información a diseñador de entornos de aprendizaje para el estudiante (Gómez, 2005).

En este sentido, las estrategias de enseñanza-aprendizaje utilizadas en los programas para educar en emprendimiento deben ser diseñadas con intencionalidad clara sobre los objetivos que se quieren lograr y el tipo de impacto que la institución desea generar en sus estudiantes (cambios en el comportamiento, cambios en el conocimiento, y resultados tangibles). Esto, por medio de la implementación de actividades y experiencias educativas enfocadas al desarrollo de competencias emprendedoras, dentro de lo cual se incluyen comportamientos, actitudes, habilidades, conocimientos y mentalidad emprendedora, entre otros. (Pittaway & Hannon, 2008).

Desde la perspectiva de “aprender emprendiendo”, los cursos no se desarrollan en el marco de la clase magistral. Los estudiantes aprenden haciendo, está permitido “equivocarse”, asumir el reto de aprender con la posibilidad de “devolverse” cada vez que fuere necesario; lo que le permite al estudiante desarrollar su proyecto de emprendimiento haciendo los ajustes y cambios que considere pertinentes, a través de su tránsito por las diferentes asignaturas. La metodología activa exige que los estudiantes diseñen y ejecuten en la realidad cada fase del proceso emprendedor.

En esta investigación se ha tomado como referencia en las estrategias de enseñanza-aprendizaje, actividades que describe (Gibb, 2005) en su artículo “La creación de la Universidad Empresarial Mundial ¿Necesitamos un modelo totalmente diferente del espíritu empresarial?” y del constructo de la investigación “Educación en emprendimiento: fortalecimiento de competencias emprendedoras en la Pontificia Universidad Javeriana de Cali” del cual resume como estrategias las actividades: Talleres de resolución de problemas-oportunidades, casos, búsquedas, circunstancias críticas, grupos de discusión, proyectos, presentaciones, entrevistas, simulaciones, asesorar y guiar los unos a los otros, videos interactivos, juegos, organizar eventos, dibujos, investigación, temas de discusión, actividades outdoors, enseñar a otros (Gómez & Katherine, 2011).

CONCLUSIONES

PRIMERO.- Del análisis estadístico de los estudiantes de Administración de la UNA-PUNO, la actitud personal presenta una influencia alta ($r=0.68$), es positiva a un nivel de significancia ($p<0.01$) sobre la intención emprendedora, se puede decir que es muy buena esta relación; No es el caso por otro lado en la segunda relación, la norma subjetiva presenta una correlación baja ($r=0.12$ y $p>0.43$) y positiva con la intención se puede decir que a los estudiantes no les influye la opinión del entorno exterior; hay una consideración de influencia pero es simbólicamente baja. En la tercera relación del control conductual percibido se observa que hay problemas muy sensibles ($r=0.08$ y $p>0.60$), considerándose esta relación como un análisis interno de la factibilidad en realizar intención; en esta muestra de estudiantes se puede traducir que mismo habiendo cursado IX o X semestres y teniendo todos los conocimientos académicos universitarios casi ya concluidos y en condiciones para llevar a cabo un emprendimiento; en el aspecto de factibilidad se puede observar que hay una carencia muy notoria de condiciones internas que no permiten aún, por lo que se refleja y presenta una influencia de dependencia muy bajísima en relación a la intención emprendedora.

SEGUNDO.- Del análisis estadístico en la muestra de estudiantes de Administración de la UANVC-PUNO se confirma el modelo planteado por Ajzen; de lo datos arrojados se puede observar que en la actitud personal existe una correlación altamente significativa y positiva hacia la intención emprendedora ($r=0.76$ y $p<0.01$) lo que se manifiesta que hay una dependencia una a otra; respecto a la norma subjetiva también correlaciona positivamente bien ($r=0.41$ y $p<0.01$). Lo mismo acontece de forma satisfactoria con el control conductual percibido ($r=0.53$ y $p<0.01$). Las tres variables mantiene una relación ecuánime con la intención emprendedora con la única diferencia que hay un notable salto de relación en la actitud emprendedora con los estudiantes de la UNA-PUNO.

TERCERO.- En cuanto al perfil de unos a los de otros, respecto a la diferencia general de medias se obtiene diferencias notorias entre ambas muestras, la prueba t student muestra que existe diferencias significativas en las variables de valoración ($p < 0.05$) en los ítems actitud personal, norma subjetiva e intención emprendedora a excepción del control conductual percibido que no muestra una diferencia significativa. De los resultados de las media promedio revela que la intención de los estudiantes de la UNA-PUNO ($M=6.14$) es mayor respecto a los de la UANVC sede-Puno ($M=4.70$) del cual se confirma la hipótesis comparativa.

RECOMENDACIONES

De los resultados obtenidos en la investigación respecto a las intenciones emprendedoras de los estudiantes de ambas instituciones y de acuerdo a los resultados de cada uno de los ítems se dan las siguientes recomendaciones:

PRIMERO.- A los agentes educacionales de la Escuela Profesional de Administración de la UNA-PUNO; se recomienda considerar la inclusión de competencias emprendedoras en el trabajo educacional en los estudiantes; a través de la enseñanza-aprendizaje por medio de la pedagogía de dinámicas en el aula, el mismo que permita énfasis al fortalecimiento de aspectos internos como autonomía, orientación al logro y asunción de riesgos de competencias emprendedoras en asignaturas relacionadas a la educación en emprendimiento.

Considerando las actividades, programas y esfuerzos que realiza las autoridades universitarias en el tema de emprendimiento; fomentar el espíritu emprendedor no es suficiente para crear emprendedores, la realidad ha mostrado que cuando se fomenta dicho espíritu en los estudiantes crean empresas únicamente con fines didácticos; Se recomienda hacer convenios con las grandes empresas; cámaras de comercio, gobierno central como regional deben otorgar como premio a la mejor empresa emprendedora; así como el soporte financiero para su puesta en marcha y de esta manera los estudiantes al ver la posibilidad real de impulsar una empresa, tenderán a basarse en datos reales y a desarrollar proyectos reales y viables.

SEGUNDO.- A los agentes educacionales de la Escuela Profesional de Administración de la UANCV Sede-Puno se recomienda, fortalecer la enseñanza de emprendimiento, al desarrollo competencias emprendedoras ya propuestas en las asignaturas que dan valor al proceso en la educación en emprendimiento. Con respecto a la malla curricular, es

recomendable considerar un ajuste en el currículo educativo con una definición amplia del emprendimiento que se centre en desarrollar mentalidades emprendedoras que los estudiantes puedan utilizar en sus carreras profesionales este ajuste sea direccionado a un enfoque participativo de aprendizaje experimental se recomienda tener en cuenta en futuras ediciones de planes curriculares.

Considerando por especialidad la enseñanza en Administración se recomienda; impulsar la creación de un centro interno al desarrollo emprendedor de estudiantes; cuyo objetivo primordial sea el apoyo a la creación y fomento del espíritu emprendedor de todos aquellos que deseen desarrollar una actividad o proyecto; donde puedan desarrollar sus herramientas mentales: creatividad, innovación, imaginación, ilusión, iniciativa, atrevimiento; se apueste por despertar y recoger esa actitud emprendedora y creativa que cualquier joven o estudiante puede tener, pero que por falta de conocimiento, apoyo técnico, o simplemente por la ausencia de cultura emprendedora no se llega a desarrollar.

TERCERO.- A los investigadores; se sugiere hacer un estudio longitudinal que permita obtener una mejor comprensión de aspectos cognitivos del proceso emprendedor; observar etapas más tempranas del proceso hasta etapas finales hacia una conducta determinada; También, estudiar la relación entre la intención emprendedora y el comportamiento empresarial, se pueda indagar sobre esta relación (Rauch & Hulsing, 2014).

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Acero, Y. (22 de Junio de 2017). Acciones, actividades realizadas en la EPA en Turismo, Hotelería y Gastronomía, UANCV Sede-Puno. (J. Chambi, Entrevistador)
- Ackoff, R. (1983). *El Arte de Resolver Problemas*. Mexico D.F.: Limusa.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior, *Organizational Behavior and Human Organizational Behavior and Human Decision processes*, 50, 179-211.
- Alles, M. (2003). *Diccionario de preguntas: Gestión por Competencias*. Buenos Aires: Granica S.A.
- Arenius, P., & Minniti, M. (2005). Perceptual variables and nascent entrepreneurship. *Small Business Economics*, 24(3), 233-247.
- Autio, E., Keeley, R., Klofsten, M., & Ulfstedt, T. (1997). *Entrepreneurial Intent among Students: Testing an Intent Model in Asia, Scandinavia, and USA*". Edicion.
- Ayala, E., Llanos, M., Flores, M., & Muñoz, C. (2016). Estudio comparativo de las intenciones emprendedoras en estudiantes universitarios: caso práctico Ingeniería Civil Industrial, Universidad Arturo Prat. *Ciencia amazónica (Iquitos)*, 6(1), 48-62.
- Bandura, A. (1977). *Social Learning Theory*. (P. Hall, Ed.) Englewood Cliffs: NJ.
- Behar, D. (2008). *Metodología de la Investigación*. DF Mexico: Shalom.
- Beltran, J. (2002). *Procesos, Estrategias y Tecnicas de Aprendizaje*. Madrid: Síntesis.
- Bernard, J. (1999). *Estrategias de Aprendizaje: Como Aprender y Enseñar Estratégicamente en la Escuela*. Madrid: Bruño.
- Bird, B., & Jelinek, M. (1988). The operation of entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 5(7), 21-29.
- Boyd, N., & Vozikis, G. (1994). The Influence of Self-efficacy on the Development of Entrepreneurial Intentions and Actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*., 18(4), 63-77.
- Bucay, J. (2002). *El Camino de la Autodependencia*. México: Océano.
- Charaja, L. (26 de Junio de 2017). Actividades direccionadas al emprendimiento realizadas en la EPA y Negocios Internacionales. (J. Chambi, Entrevistador)
- De Bono, E. (1992). *El Pensamiento Lateral: Manual de Creatividad*. Barcelona: Paidós Ibérica S.A.
- European, C. (2006). Entrepreneurship education in Europe: fostering entrepreneurial mindsets through education and learning. *In final proceedings of the conference on entrepreneurship education*.
- Fayolle, A., & Liñán, F. (2014). The Future of Research on Entrepreneurial Intentions. *Journal of Business Research*, vol. 67, pp. 663-666., 67, 663-666.

- Frohman, A. (1999). Personal Initiative Sparks Innovation. *Research Technology Managemet*, 42(3), 32-38.
- García, M., Díaz, F., & Melchor, I. (2015). Estudiantes de la carrera de Administration de Empresas de la Universidad Autónoma de Aguascalientes y su intención emprendedora. *Red Internacional de Investigadores en Competitividad. Memoria del IX Congreso*, 1695-1709.
- Gibb, A. (2005). Creating the Entrepreneurial University Worldwide. ¿Do we need a wholly different model of Entrepreneurship? *CIELA 4ta Conferencia de Investigación en Entrepreneurship en Latinoamérica*, (pág. 37). Cali.
- Gomez, M. (2005). *Fortalecimiento de la Formación Ambiental en Educación Superior aplicando las NTIC'S como Herramienta Didáctica*. Cali: UBC.
- Gómez, M. d., & Katherine, Z. (2011). Educación en emprendimiento: fortalecimiento de competencias emprendedoras en la Pontificia Universidad Javeriana Cali. *Econ. Gest. Desarro.*, 11, 121-151.
- Goyanes, M. (2015). Apoyo estructural en la intención emprendedora de estudiantes de periodismo y comunicación audiovisual en España. *El profesional de la información*, 24(1), 55-61.
- Hair, J., Gómez, M., Cano, D., & Frances, E. (2008). *Análisis multivariante* (5ta Edición. ed.). Madrid: Prentice Hall Iberia.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. d. (2010). *Metodología de la Investigación* (Quinta Edición ed.). Mexico DF: Mc-Graw-Hill Educación.
- Hisrich, R., Lajan-Fox, J., & Grand, S. (2007). Entrepreneurship research and practice: A call to action for psychology. *American Psycology*, 62(6), 575-589.
- Hoffmann, J. (1994). De la Iniciativa a la Experiencia. *Revista Argentina de Clínica Psicológica*, 03(3), 249-261.
- Julien, P. (2005). Emprendimiento Regional y Economía del Conocimiento: Una Metáfora de las Novelas Policíacas. *Sello Javeriano*, 11(2), 121-151.
- Kaijun, Y., & Sholihah. (2015). A comparative study of the Indonesia and Chinese educative systems concerning the dominant incentives to entrepreneurial spirit (desire for a new venturing) of business school students. *Journal of Innovation and Entrep*, 4(1), 1-16.
- Kirby, D. (2004). Entrepreneurship Education: ¿Can Schools Meet the Challenge? *Journal Education and Training*, 46(8), 510-519.
- Krueger, N., & Brazeal, D. (1994). *Entrepreneurship Theory and Practice*, 91-104.
- Krúeger, N., & Carsrud, A. (1993). Entrepreneurship Intentions: Applying the Theory of Planned Behaviour. *Entrepreneurship and Regional Development*, 5(1), 315-330.
- Laura, Z. (27 de Junio de 2017). Actividades direccionadas al emprendimiento realizados en 2016 en la EPA y Marketing de la UANCV; Sede-Puno. (J. Chambi, Entrevistador)

- Liñan, F., & Chen, Y.-W. (2009). Developmet and Cross-Cultural Application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and practice*(612), 593-617.
- Liñan, F., Nabi, G., & Krueger, N. (2013). British and Spanish entrepreneurial intentions: A comparative study. *Revista de economía Mundial*, 33, 73-103.
- Liñan, F., Urbano, D., & Guerrero, M. (2011). Regional variations in entrepreneurial cognitions: Start-up intentions of university students in Spain. *Entrepreneurship and Regional Development*, 23(4), 187-215.
- Lumpkin, G., Cogliser, C., & Schneider, D. (2009). Understanding and Mearsuring Autonomy: An Entrepreneurial Orientati3n Perspective. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(01), 47-69.
- McClelland, D. (1989). *Estudio de la Motivaci3n Humana*. Madrid: Narcea S.A.
- Medina, B., Bolívar, C., & Lemes, H. (2014). Un paso más en la investigaci3n de la intenci3n emprendedora del estudiante universitario: GUESSS. *Revista de estudios empresariales, Segunda Época*, 2(1), 63-80.
- Medina, P., Alicia, B., & Lemes, A. (2014). Un paso mas en la investigaci3n de la Intenci3n emprendedora del estudiante universiario GUESSS. *Revista de Estudios Empresariales-Segunda época.*, 2(65), 63-80.
- Nitu, A., & Feder, E. (2015). The Role of Economic Academic Education on Entrepreneurial Behaviour. *Amfiteatru Economic*, 17(38), 261-276.
- Paradise, R. (2005). Motivaci3n e Iniciativa en el Aprendizaje Informal. *Sint3ctica*, 26, 12-21.
- Pittaway, L., & Hannon, P. (2008). Institutional Strategies For Developing Enterprice Education: A Review of Some Concepts and Models. *Journal of Small Business and Enterprice Development*, 15(1), 202-226.
- Rauch, A., & Hulsing, W. (2014). Putting entrepreneurship Education where the intention to Act Lies: An investigation into the Impac of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Behavior. *Academy of Management Learning and Education*.
- Reyes, M. (2016). *Metodologia de la investigaci3n (Sexto semestre)*. Ciudad de Mexico: FLACSO.
- Rispas, S. (1998). Towards and interdisciplinary Theory of entrepreneurship. *Small Bussiness Economics*, 10(2), 345-373.
- Rodriguez, F. (2015). *Estudio de la intenci3n emprendedora en el ámbito científico público. Caso de las ciencias de la vida en España*. Valencia: Universidad Polit3cnica de Valencia.
- Rueda, S., Moriano, J., & Liñán, F. (2015). Validating a theory of planned behavior questionnaire to measure entrepreneurial intentions. *Developing, Shaping and Growing Entrepreneurship*, 60-69., 60-69.

- Sánchez, M. (1991). *Desarrollo de Habilidades del Pensamiento: Creatividad*. México D.F.: Trillas.
- Sanchez, M. (2001). *Desarrollo de Habilidades del Pensamiento: Razonamiento Verbal y Solución de Problemas*. Mexico D.F.: Trillas.
- Schalaegel, C., & Koenig, M. (2014). Determinants of Entrepreneurial Intent: a Meta-Analytic Test and Integration of Competing Models. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(2), 291-332.
- Schunk, D. (1991). *Learning Theories An Education Perspective*. New York: McMillan .
- Shapero, A., & Skol, L. (1982). *The Social Dimensions of Entrepreneurship*. Englewood Cliffs: Prentice hall.
- Stenberg, R. (1999). *Handbook of Creativity*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Tarrats-Pons, E., Mussons, M., & Ferrás, X. (2015). Del modelo del evento emprendedor al modelo sistémico del emprendimiento. *3C Empresa*, 4(2), 124-135.
- Thompson, E. (2009). Individual entrepreneurial intent: Construct clarification and development of an internationally reliable metric. *Practice*, 33(3), 669-679. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 669-69.
- Tobón, S. (2006). *Formación Basada en Competencias: Pensamiento Complejo, Diseño Curricular y Didactico*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Tolosana, C. (1990). La Educación del Sentido de la Iniciativa. *Revista de Educación*, 293, 185-202.
- Veciana, J., Aponte, M., & Urbano, D. (2005). "University Students' Attitudes Towards Entrepreneurship: A Two Countries Comparison". *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1(2), 165-182.

ANEXOS

ANEXO 01

ENCUESTA

Este cuestionario es efectuado como parte de un trabajo académico que tiene como finalidad determinar la intención emprendedora de los estudiantes universitarios de Administración en la ciudad de Puno. Desde ya agradezco su contribución por su atención y su tiempo, así como la sinceridad de llenar la presente.

Universidad: _____ Semestre: _____ Edad: _____ Sexo: M F

ACTITUD PERSONAL

Indique su nivel de acuerdo con siguientes afirmaciones. 1 (Muy en desacuerdo) 234567 (Muy de acuerdo)

	1	2	3	4	5	6	7
Ser emprendedor me reportaría más ventajas que inconvenientes	<input type="checkbox"/>						
Una carrera como emprendedor (a) es atractiva para mí	<input type="checkbox"/>						
Si tuviese la oportunidad y los recursos, me encantaría crear una empresa	<input type="checkbox"/>						
Ser emprendedor me implicaría una gran satisfacción para mí	<input type="checkbox"/>						
Entre varias opciones, preferiría convertirme en emprendedor	<input type="checkbox"/>						

NORMA SUBJETIVA

Como crees que reaccionaría la gente de tu entorno (familia más cercana, amigos y compañeros de estudios) si optaras por seguir una carrera como emprendedor. Valora este hecho del 1 al 7, siendo 1 “muy negativamente” y 7 “muy positivamente”.

	1	2	3	4	5	6	7
Tu familia	<input type="checkbox"/>						
Tus amigos	<input type="checkbox"/>						
Tus compañeros de estudios	<input type="checkbox"/>						

CONTROL CONDUCTUAL PERCIBIDO

En qué medida está de acuerdo con las siguientes afirmaciones con respecto a su capacidad empresarial. Valora este hecho del 1 al 7, siendo 1 “muy negativamente” y 7 “muy positivamente”.

	1	2	3	4	5	6	7
Crear una empresa y mantenerla en funcionamiento sería fácil para mí	<input type="checkbox"/>						
Creo que sería totalmente incapaz de crear una empresa viable	<input type="checkbox"/>						
Puedo mantener bajo control el proceso de creación de una empresa	<input type="checkbox"/>						
Conozco todos los detalles prácticos necesarios para crear una empresa	<input type="checkbox"/>						
Me resultaría muy difícil sacar adelante un proyecto empresarial	<input type="checkbox"/>						
Si tratase de crear una empresa, tendría una alta probabilidad de lograrlo	<input type="checkbox"/>						

INTENCION EMPRENDEDORA

Indique su nivel de acuerdo con siguientes afirmaciones. 1 (Muy en desacuerdo) 234567 (Muy de acuerdo)

	1	2	3	4	5	6	7
Estoy dispuesto(a) a hacer cualquier cosa para ser empresario	<input type="checkbox"/>						
Mi objetivo profesional es ser empresario	<input type="checkbox"/>						
Me esforzaré para crear y dirigir mi propia empresa	<input type="checkbox"/>						
Estoy decidido a crear una empresa en el futuro	<input type="checkbox"/>						
He pensado muy seriamente en iniciar una empresa	<input type="checkbox"/>						
Tengo la firme intención de crear una empresa algún día	<input type="checkbox"/>						

Appendix

Measures of Core Entrepreneurial Intention Model Elements

Personal Attitude

11. Indicate your level of agreement with the following sentences from 1 (total disagreement) to 7 (total agreement).

	1	2	3	4	5	6	7
11.a- Being an entrepreneur implies more advantages than disadvantages to me	<input type="checkbox"/>						
11.b- A career as entrepreneur is attractive for me	<input type="checkbox"/>						
11.c- If I had the opportunity and resources, I'd like to start a firm	<input type="checkbox"/>						
11.d- Being an entrepreneur would entail great satisfactions for me	<input type="checkbox"/>						
11.e- Among various options, I would rather be an entrepreneur	<input type="checkbox"/>						

Subjective Norm

13. If you decided to create a firm, would people in your close environment approve of that decision? Indicate from 1 (total disapproval) to 7 (total approval).

	1	2	3	4	5	6	7
13.a- Your close family	<input type="checkbox"/>						
13.b- Your friends	<input type="checkbox"/>						
13.c- Your colleagues	<input type="checkbox"/>						

Perceived Behavioral Control

15. To what extent do you agree with the following statements regarding your entrepreneurial capacity? Value them from 1 (total disagreement) to 7 (total agreement).

	1	2	3	4	5	6	7
15.a- To start a firm and keep it working would be easy for me	<input type="checkbox"/>						
15.b- I am prepared to start a viable firm	<input type="checkbox"/>						
15.c- I can control the creation process of a new firm	<input type="checkbox"/>						
15.d- I know the necessary practical details to start a firm	<input type="checkbox"/>						
15.e- I know how to develop an entrepreneurial project	<input type="checkbox"/>						
15.f- If I tried to start a firm, I would have a high probability of succeeding	<input type="checkbox"/>						

612

ENTREPRENEURSHIP THEORY and PRACTICE

Entrepreneurial Intention

18. Indicate your level of agreement with the following statements from 1 (total disagreement) to 7 (total agreement)

	1	2	3	4	5	6	7
18.a- I am ready to do anything to be an entrepreneur	<input type="checkbox"/>						
18.b- My professional goal is to become an entrepreneur	<input type="checkbox"/>						
18.c- I will make every effort to start and run my own firm	<input type="checkbox"/>						
18.d- I am determined to create a firm in the future	<input type="checkbox"/>						
18.e- I have very seriously thought of starting a firm	<input type="checkbox"/>						
18.f- I have the firm intention to start a firm some day	<input type="checkbox"/>						

ANEXO 02

CUADROS ESTADÍSTICOS DE LA REGRESIÓN LINEAL MÚLTIPLE UNA-PUNO

MODELO 1 (solo Factores)

Resumen del modelo

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,683 ^a	,466	,431	,61285

a. Predictores: (Constante), Control Conductual Percibido, Actitud Personal, Norma Subjetiva

El modelo de regresión donde la variable intención emprendedora depende los otros 3 factores, explica un 46.6% del modelo.

ANOVA^a

Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	15,095	3	5,032	13,396	,000 ^b
	Residuo	17,277	46	,376		
	Total	32,372	49			

a. Variable dependiente: Intención Emprendedora

b. Predictores: (Constante), Control Conductual Percibido, Actitud Personal, Norma Subjetiva

Así mismo en sentido general los tres factores predictores, muestran en conjunto una influencia significativa en la variable dependiente con F = 13.396

Coefficientes^a

Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados		Sig.
		B	Error estándar	Beta	t	
1	(Constante)	,663	1,036		,639	,526
	Actitud Personal	,805	,129	,674	6,219	,000
	Norma Subjetiva	,031	,087	,039	,358	,722
	Control Conductual Percibido	,065	,128	,055	,510	,612

a. Variable dependiente: Intención Emprendedora

Finalmente analizando internamente diremos que la variable Actitud Personal, es la que tiene una influencia significativa fuerte en la variable dependiente.

MODELO 2 (factores más datos de rasgo general)

Resumen del modelo

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,722 ^a	,522	,468	,59307

a. Predictores: (Constante), Sexo, Norma Subjetiva, Control Conductual Percibido, Actitud Personal, Edad

El nuevo modelo explica que existe un 52.2 % de influencia de las variables predictores en la variable dependiente

ANOVA^a

Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	16,895	5	3,379	9,607	,000 ^b
	Residuo	15,476	44	,352		
	Total	32,372	49			

a. Variable dependiente: Intención Emprendedora

b. Predictores: (Constante), Sexo, Norma Subjetiva, Control Conductual Percibido, Actitud Personal, Edad

En conjunto existe una influencia significativa ($p < 0.01$) con $F = 9.607$

Coefficientes^a

Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados		Sig.
		B	Error estándar	Beta	t	
1	(Constante)	2,539	1,477		1,719	,093
	Actitud Personal	,833	,131	,697	6,368	,000
	Norma Subjetiva	,020	,084	,025	,237	,814
	Control Conductual Percibido	,156	,130	,132	1,199	,237
	Edad	-,111	,055	-,233	-1,996	,052
	Sexo	,071	,191	,042	,373	,711

a. Variable dependiente: Intención Emprendedora

La Actitud personal sigue siendo el factor más influyente y significativo, luego en los factores edad y sexo, edad está cercano de influencia negativa con ($p = 0.52$)

ANEXO 03

CUADROS ESTADÍSTICOS DE LA REGRESIÓN LINEAL MÚLTIPLE UANCV-PUNO

MODELO 1 (solo Factores)

Resumen del modelo

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,701 ^a	,492	,458	1,23676

a. Predictores: (Constante), Control Conductual Percibido, Norma Subjetiva, Actitud Personal

El modelo explica el 49,2% de la variabilidad en la intención emprendedora

ANOVA^a

Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	68,028	3	22,676	14,825	,000 ^b
	Residuo	70,361	46	1,530		
	Total	138,389	49			

a. Variable dependiente: Intención emprendedora

b. Predictores: (Constante), Control Conductual Percibido, Norma Subjetiva, Actitud Personal

Coefficientes^a

Modelo		Coefficients no estandarizados		Coefficientes estandarizados	t	Sig.
		B	Error estándar	Beta		
1	(Constante)	,507	,779		,651	,518
	Actitud Personal	,547	,137	,545	4,007	,000
	Norma Subjetiva	-,031	,158	-,026	-,198	,844
	Control Conductual Percibido	,413	,192	,267	2,144	,037

a. Variable dependiente: Intención emprendedora

MODELO 2 (factores más datos de rasgo general)

Resumen del modelo

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,735 ^a	,540	,486	1,20489

a. Predictores: (Constante), Sexo, Norma Subjetiva, Edad, Control Conductual Percibido, Actitud Personal

El nuevo modelo explica el 54.0% de la variabilidad de la intención emprendedora

ANOVA^a

Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	73,241	5	14,648	10,090	,000 ^b
	Residuo	62,426	43	1,452		
	Total	135,667	48			

a. Variable dependiente: Intención emprendedora

b. Predictores: (Constante), Sexo, Norma Subjetiva, Edad, Control Conductual Percibido, Actitud Personal

Coefficientes^a

Modelo		Coefficients no estandarizados		Coefficientes estandarizados	t	Sig.
		B	Error estándar	Beta		
1	(Constante)	2,367	1,475		1,605	,116
	Actitud Personal	,556	,134	,559	4,153	,000
	Norma Subjetiva	-,051	,155	-,043	-,330	,743
	Control Conductual Percibido	,540	,203	,351	2,654	,011
	Edad	-,087	,054	-,186	-1,626	,111
	Sexo	-,196	,359	-,059	-,547	,587

a. Variable dependiente: Intención emprendedora

ANEXO 04

DATOS DE LA OFICINA DE INFORMATICA DE ESTUDIANTES MATRICULADOS EN ADMINISTRACIÓN UNA-PUNO, SEMESTRE 2016-II

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO - PUNO
OFICINA DE TECNOLOGÍA INFORMÁTICA
UN@P.NET2

RESUMEN DE MATRICULADOS POR SEMESTRE

[2016-SEMESTRE II]

SISTEMA CURRICULAR: FLEXIBLE

COD	ESCUELA PROFESIONAL	SS	S-01	S-02	S-03	S-04	S-05	S-06	S-07	S-08	S-09	S-10	S-11	S-12	S-13	S-14	T. Doc	T. Est	(*)
06	Ciencias Contables		109	115	92	90	75	123	81	76	75	179						1015	SD
07	Administración		67	78	61	67	54	51	73	62	53	65						631	SD
TOTAL :		0	176	193	153	157	129	174	154	138	128	244	0	0	0	0	0	1646	

(*) Ratio Estudiante/Docente

Fecha: 3 de Noviembre del 2016 - Hora: 8:50:24 hrs. - IP: 10.1.201.3 Pag: 1 / 1

ANEXO 05

AFICHE: CONCURSO 2016 “DESARROLLA TU IDEA DE NEGOCIOS”, SELECCIÓN DE IDEAS DE NEGOCIO PARA INCUBACIÓN Y CONSOLIDACIÓN

INSCRIPCIONES DE APORTE DE CAPITAL INTELECTUAL DE LOS ESTUDIANTES

El Programa de Aporte de Capital Intelectual de los Estudiantes a los Emprendedores – UNA- PUNO, de la Universidad Nacional del Altiplano - Puno (PROACIE- UNA-PUNO) invita a participar a **los estudiantes universitarios**, como potenciales emprendedores de otros equipos, **aportando su conocimiento, su capital intelectual**, para integrarse a los equipos de emprendedores que postulan o sean seleccionados en el Programa de Incubación de Ideas de Negocios, cuyo objetivo es la promoción del emprendimiento de negocios.

Las actividades del Programa de Aporte de Capital Intelectual de los estudiantes a los Emprendedores, están relacionadas con los siguientes aspectos

- Facilitar la participación en:
 - Desarrollo del producto o servicio a nivel de PMV (Producto Mínimo Viable).
 - Desarrollo de clientes (Customer Development)
 - Pre -Incubación de la idea de negocio.
 - Consolidación de la idea de negocio.
- Integrar e Interrelacionar:
 - A los estudiantes, mediante la aplicación de sus conocimientos, lo cual generará el desarrollo óptimo de un modelo de negocio.
 - El nacimiento de equipos exitosos, que puedan competir en la obtención de subvenciones monetarias que ofrecen el Gobierno Nacional, Regional y local.

INSCRIPCIÓN: Plataforma VRI de la UNA PUNO.

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO - UNA -PUNO
VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN
INCUBADORA DE EMPRENDIMIENTOS DE NEGOCIOS DE LA UNA PUNO

“DESARROLLA TU IDEA DE NEGOCIOS”

CONCURSO 2016

SELECCIÓN DE IDEAS DE NEGOCIOS PARA INCUBACIÓN Y CONSOLIDACIÓN

PRESENTACIÓN

El Programa Incubación de Ideas de Negocios –UNA, de la Universidad Nacional del Altiplano - Puno (PRIDIN-UNA-PUNO) invita a participar al público en general a la convocatoria anual del Concurso “Selección de Ideas de Negocios para Incubación y Consolidación”, con el objetivo de promover el emprendimiento de negocios.

El Programa, cuenta con el apoyo administrativo y financiero del VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN DE LA UNA -PUNO.

El PRIDIN - UNA-PUNO cuenta con el Sistema de Incubación de Emprendimientos de Negocios, el cual brinda soporte empresarial que gestiona y acompaña en el desarrollo exitoso de ideas de negocios y proyectos con alto potencial innovador, o con propuesta de valor de alta diferenciación.

El Programa Incubación de Ideas de Negocios – UNA está formado por las etapas de pre- incubación, consolidación, incubación y aceleración. El periodo de pre-incubación y consolidación, varía de 4 a 12 meses, lo que depende del equipo emprendedor. Los premios comprenderán para las etapas de pre- incubación y consolidación.

OBJETIVOS: La presente convocatoria tiene como propósito promover el espíritu emprendedor en los negocios y fomentar el incremento de propuestas de innovación, mediante la creación de empresas que usen diversas tecnologías, desarrollando productos y servicios, teniendo el conocimiento como su principal insumo.

PREINSCRIPCIÓN DE EMPRENDEDORES:

La *preinscripción* será desde el 01 de septiembre al 10 de Octubre del 2016, para ello, los postulantes realizarán la pre inscripción a través de nuestra plataforma web disponible del Programa de Incubación de Ideas de Negocios FCCA -UNA (<http://www.contables.edu.pe>), en ella, descargarán los archivos (Ficha de Inscripción y Modelo de Negocios) y los diligenciarán, en lo referente a sus datos personales, nos brindarán un resumen de su idea de negocio e indicarán el área de emprendimiento a la que corresponden.

Los archivos diligenciados los remitirán al e-mail incubafcca-unap@hotmail.com. El Programa de Incubación de Ideas de Negocios FCCA –UNA comunicará la aceptación de la preinscripción por correo electrónico el día 14 de octubre de 2016. Los archivos se denominarán de la siguiente manera: Primer Apellido (del líder)+Letra Inicial de su Primer Nombre (Líder)+ Nombre del Formato.

PERIODO DE INSCRIPCIONES: HASTA EL 10 DE OCTUBRE DEL 2016
INICIO DE LA INCUBACIÓN DE EMPRENDIMIENTOS: 03 DE NOVIEMBRE DEL 2016

FORMATOS DE INSCRIPCION: Plataforma VRI y www.contables.edu.pe
INFORMES: (en horario de oficinas)
SECRETARÍA DE DIRECCIÓN EMPRENDIMIENTOS VRI: LIC. MARIBEL CHOQUE COPA.

PREMIOS PARA LOS EQUIPOS DE EMPRENDEDORES

Puesto	Ingreso a PRIDIN	INGRESO	PRE-INCUBACIÓN	CONSOLIDACIÓN	TOTAL
1ros.	SI	S/. 1 200.-	S/. 1 500.-	S/. 1 800.-	S/. 4 500.-
2dos.	SI	S/. 800.-	S/. 1 200.-	S/. 1 500.-	S/. 3 500.-
3ros.	SI	S/. 400.-	S/. 700.-	S/. 900.-	S/. 2 000.-
4tos.	SI	S/. 200.-	S/. 300.-	S/. 500.-	S/. 1 000.-
5to. al 12mo.	SI	-----	-----	-----	-----
				TOTAL	S/. 11 000.-

Cada premio es independiente en cada etapa (por ingreso, por pre- incubación y por consolidación) y se conformará Jurados Evaluadores. La entrega de los premios dinerarios, estarán sujetos a las normas administrativas de la UNA –PUNO.

Los premios se entregarán al representante acreditado por el equipo incubado.

INSCRIPCIONES PARA MENTORING

El Programa de Servicio Civil de Mentoring de Apoyo a Emprendedores – UNA- PUNO, de la Universidad Nacional del Altiplano - Puno (PROSECIME- UNA-PUNO) invita a participar a los docentes y estudiantes universitarios, empresarios, autoridades como mentores, del Programa de Incubación de Ideas de Negocios, con el objetivo de promover el emprendimiento de negocios.

La presente convocatoria tiene como propósito incorporar a docentes y estudiantes universitarios de la UNA - PUNO, empresarios, autoridades de gobierno regional y locales, como de otras instituciones relacionadas al emprendimiento de negocios, para que efectúen trabajo de carácter voluntario, apoyando, aconsejando, asesorando en las inquietudes y dudas de los emprendedores, para que tengan éxito en la creación de empresas.

INSCRIPCIÓN: Plataforma VRI de la UNA PUNO.

ANEXO 06

AFICHE DEL VICERECTORADO DE INVESTIGACIÓN: CONCURSO 2016 "DESARROLLA TU IDEA DE NEGOCIOS"

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO - UNA -PUNO
VICERECTORADO DE INVESTIGACIÓN
INCUBADORA DE EMPRENDIMIENTOS DE NEGOCIOS DE LA UNA PUNO

"DESARROLLA TU IDEA DE NEGOCIOS" CONCURSO 2016

"SELECCIÓN DE IDEAS DE NEGOCIOS PARA INCUBACIÓN Y CONSOLIDACIÓN"

La presente convocatoria tiene como propósito promover, en los estudiantes de la UNA - PUNO y público en general, el espíritu emprendedor en los negocios y fomentar el incremento de propuestas de innovación, mediante la creación de empresas que usen diversas tecnologías, desarrollando productos y servicios, teniendo el conocimiento como su principal insumo.

PREINSCRIPCIÓN:
La preinscripción será desde el 01 de septiembre al 21 de Octubre del 2016, para ello, los postulantes realizarán la pre inscripción a través de nuestra plataforma web disponible de vriunap.pe/webs/proaaje y del Programa de Incubación de Ideas de Negocios FCCA-UNA (<http://www.contables.edu.pe>), en ella, descargarán los archivos (Ficha de Inscripción y Modelo de Negocios) y los diligenciarán, en lo referente a sus datos personales, nos brindarán un resumen de su idea de negocio e indicarán el área de emprendimiento a la que corresponden. Los archivos diligenciados los remitirán al e-mail incubafcca-unap@hotmail.com. El Programa de Incubación de Ideas de Negocios FCCA-UNA comunicará la aceptación de la preinscripción por correo electrónico los días 22 y 23 de octubre de 2016. Los archivos se denominarán de la siguiente manera: **Primer Apellido (del líder)+Letra Inicial de su Primer Nombre (Lider) + Nombre del Formato.**

FORMATOS DE INSCRIPCIÓN: Plataforma VRI (PROAAGE) www.contables.edu.pe
INFORMES: (en horario de oficinas)
SECRETARÍA DE DIRECCIÓN EMPRENDIMIENTOS VRI: LIC. MARIBEL CHOQUE
COPA. TELEFONO: vriunap.pe/webs/proaaje y www.contables.edu.pe
WEB: vriunap.pe/webs/proaaje

PREMIOS PARA LOS EQUIPOS DE EMPRENDEDORES

Puesto	Ingreso a PRIDIM	INGRESO	PRE- INCUBACIÓN	CONSOLIDACIÓN	TOTAL
1ros.	SI	S/. 1.200.-	S/. 1.500.-	S/. 1.800.-	S/. 4.500.-
2dos.	SI	S/. 800.-	S/. 1.200.-	S/. 1.500.-	S/. 3.500.-
3ros.	SI	S/. 400.-	S/. 700.-	S/. 900.-	S/. 2.000.-
4tos.	SI	S/. 200.-	S/. 300.-	S/. 500.-	S/. 1.000.-
5to. al 12mo.	SI
TOTAL					S/. 11 000.-

NUEVO CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Los premios se entregarán al representante acreditado por el equipo incubado.

Cada premio es independiente en cada etapa (por ingreso, por pre-incubación y por consolidación) y se sujetará al dictamen de los Jurados Evaluadores. La entrega de los premios dinerarios, estarán sujetos a las normas administrativas de la UNA-PUNO.

La convocatoria se registrará por el siguiente cronograma:

Eventos	Fechas
Pre-inscripción (en pág. WEB: vriunap.pe/webs/proaaje ARCHIVOS: incubafcca-unap@hotmail.com)	Del 01 de septiembre al 21 de Octubre del 2016
Capacitación Modelos Negocios, Lean Canvas, Design Thinking.	14 y 17 de Octubre 2016; 4 p.m. En oficina de la incubadora FCCA (3er Piso)
Notificación de pre seleccionados (e-mail)	22 y 23 de octubre del 2016.
Inscripción y envío documentos solicitados	Del 23 al 24 de octubre del 2016 (hasta 12 m. (oficinas de VRI e Incubadora FCCA (3er Piso)
Presentación de la idea de negocios y sustentación.	Del 24 de octubre al 25 de octubre. Hora de Inicio: 3:00 p.m. (Auditorio FCCA)
Notificación de los resultados a los seleccionados	26 de octubre de 2016.
Inducción para los seleccionados (capacitación: Lean Canvas y Entrevistas del problema)	01 y 02 de noviembre de 2016: 4 p.m. (en la Oficina de la incubadora FCCA).
Inicio Pre - Incubación (Registro en Lean Monitor)	03 de noviembre de 2016
Supervisión de avances y Tareas de mentores.	Los días Jueves de cada semana: 3 p.m. (en la Oficina de la incubadora FCCA).
Evaluación resultado de Pre- Incubación	29 de diciembre 2016.
Evaluación resultado de Consolidación	20 de abril del 2017

ANEXO 07

AFICHE: II CONCURSO DE SELECCIÓN DE IDEAS DE NEGOCIO PARA INCUBACIÓN Y CONSOLIDACIÓN 2017, UNA-PUNO

De no cumplir estos puntos, serán descalificados.

PRE-INSCRIPCIÓN:

La preinscripción será desde el 16 de junio al 14 de julio del 2017, para ello, los postulantes realizarán la preinscripción a través de nuestra plataforma web disponible de: vriunap.pe/proúcie y del programa de ideas de incubación de ideas de negocio de la FCCA -UNA -PUNO (<http://www.comables.edu.pe>), en ella descargarán los archivos (ficha de inscripción y modelo de negocios) y los diligenciarán, en lo referente a sus datos personales, nos brindarán un resumen de su idea de negocio e indicarán el área de emprendimiento a la que corresponden. Los archivos diligenciado los remitirán al e-mail: incubafcca_unap@hotmail.com del Programa de Ideas de Negocios FCCA -UNA, comunicará la aceptación de la preinscripción por correo electrónico el día 16 de julio del 2017. Los archivos se denominarán de la siguiente manera: primer apellido (del líder) + más letra inicial de su primer nombre (líder) + nombre del formato.

Cronograma de actividades

EVENTOS	FECHAS
Pre-inscripción	16-junio al 14 julio
Capacitación modelo negocios y Lean Canvas	22 y 27 de junio: 4pm FCCA
Notificación de pre-seleccionados	16 de julio 2017
Inscripción y envío de documentos solicitados	17 al 18 de julio
Presentación y sustentación de Ideas de Negocios	20 y 21 de Julio 2017. Comunicación de Resultados: 24 Julio.
Inducción y Capacitación	25 y 26 de julio: 4pm en FCCA
Inicio pre-incubación	01 de agosto
Evaluación de resultados pre-incubación	20 de octubre
Evaluación resultado consolidación	20 de diciembre

PREMIOS PARA LOS EQUIPOS EMPRENDEDORES

PU ES TO	Ingre so a FRIDI N	IN GRE SO	PRE- INCUBA CION	CONSO LIDA CION	TOTAL
	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
1ro.	SI	2 000	3 000	3 700	8 700
2do.	SI	1 400	2 000	2 700	6 100
3ro.	SI	700	1 200	1 700	3 600
4to.	SI	400	600	1 000	2 000
5to.	SI	200	300	500	1 000
6to. al 12o	SI	-----	-----	-----	-----
				TOTAL	21 400



PRESENTACIÓN

"El Programa Incubación de Ideas de Negocios -UNA", de la Universidad Nacional del Altiplano (PRIDIIN-UNA-PUNO) invita a participar al público en general a la convocatoria anual del concurso "Selección de ideas de negocios para incubación y consolidación", con el objetivo de promover el emprendimiento de negocios.

El programa, cuenta con el apoyo administrativo y financiero del VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN DE LA UNA.

El PRIDIIN - UNA-PUNO cuenta con el Sistema de Incubación de Emprendimientos de Negocios, el cual brinda soporte empresarial que gestiona y acompaña en el desarrollo exitoso de ideas de negocio y proyectos con alto potencial innovador.

El programa de incubación de ideas de negocio-UNA está formado por las etapas de pre-incubación, consolidación, incubación y aceleración. El periodo de Pre-incubación y consolidación varía de 4 a 12 meses, lo que depende del equipo emprendedor. Los premios comprenderán para las etapas de pre-incubación y consolidación.

OBJETIVOS

La presente convocatoria tiene como propósito, promover el espíritu emprendedor en los negocios

y fomentar el incremento de propuestas de innovación, mediante la creación de empresas que usen diversas tecnologías, desarrollando productos o servicios, teniendo el conocimiento como su principal insumo.

REQUISITOS BÁSICOS DE LOS PARTICIPANTES:

Podrán presentarse equipos de no menos de 3 y no más de 5 participantes los cuales deberán cumplir con los siguientes requisitos:

- Personas entre 19 y 55 años.
- Estudiantes y/o egresados de la UNA Puno y centros de educación superior del Perú o del extranjero.
- Contar con nacionalidad peruana.
- No contar con antecedentes policiales o penales.
- Los miembros del equipo, no deben tener registros negativos en las centrales de riesgo.
- Los participantes de cada equipo pueden constituirse como máximo de dos alumnos de la misma escuela profesional, es decir, pueden estar conformados por dos estudiantes de la misma escuela profesional y otros dos alumnos, de otra escuela profesional; más otro alumno de una tercera escuela profesional, para conformar el equipo de emprendedores.

- Los participantes de cada equipo no pueden pertenecer a más de un equipo a la vez. Cada equipo deberá de indicar un responsable, el cual será el representante ante el Programa de Incubación de la Idea de Negocio-UNA-P.

Para cualquier intercomunicación de las propuestas:

Para participar en el concurso, los interesados deberán presentar el modelo de negocios de una idea de negocios con potencial de innovación o propuesta de valor diferenciadora, ya sea que implique venta de bienes o la prestación de servicios.

Las ideas de negocio presentados, deben ser originales, con alto potencial de innovación y de alto impacto a la sociedad, respetando los derechos de autor y propiedad intelectual de terceros.

En ellos se debe aplicar de forma creativa el conocimiento, para el desarrollo de productos o servicios de valor agregado.

También se debe presentar idea de negocio para competir con las empresas en operación, pero que muestren los aspectos que la diferencian y le permitan tener viabilidad en el mercado.

ANEXO 08

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN UNA-PUNO; PLAN DE TRABAJO FERIA DE EMPRENDIMIENTOS MI MODELO DE NEGOCIO CANVAS” 2017

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO – PUNO
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

COORDINACIÓN DE EXTENSIÓN CULTURAL, PROYECCIÓN SOCIAL
 RESPONSABILIDAD SOCIAL

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO
 ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
RECIBO
 Fecha: 24 ENE 2017 Hora:
 Nº Registro: Folios: Firmas:

PLAN DE TRABAJO

FERIA DE EMPRENDIMIENTOS
“MI MODELO DE NEGOCIO EN CANVAS”

OBJETIVO

Desarrollar y fortalecer las competencias y capacidades emprendedoras de los estudiantes y fortalecer la pedagogía docente en el componente curricular de desarrollo de capacidades y emprendimientos, coadyuvando así a mejorar los resultados a favor del logro de la calidad educativa universitaria a través del uso de herramientas innovadoras.

METAS

- o Desarrollar la primera feria de emprendimientos con participación de 07 Escuelas Profesionales, que desarrollaron el componente de desarrollo de capacidades y emprendimientos en el semestre 2016 II.
- o Mostrar resultados en cursos afines como emprendedurismo y taller de plan de negocios y empresariado.
- o Participación de los docentes a cargo del componente curricular, con 03 tres mejores trabajos del semestre.

ORGANIZACIÓN

Escuela Profesional de Administración
 Coordinación de extensión cultural, Proyección Social y responsabilidad social.
 Programa EPA EMPRENDE

DOCENTES ENCARGADOS DE COMPONENTES CURRICULARES:

M.Sc. Paula Andrea Arohuanca Percca
M.Sc. Rolando Esteban Rodríguez Huamani
M.Sc. Nakaday Irazema Vargas Torres
M.Sc. Rómulo Huacasi Gonzales
Lic. Adm Juan Fernando Perez Perez
Lic. Adm. Miriam Serezade Hanco Gomez
Lic. Adm. Verónica Greis Andia Flores
Lic. Adm. Zoraima Laura Castillo (emprendedurismo y planes de negocio)

Con respecto al cronograma, se estableció lo siguiente:

CRONOGRAMA

MES/ DIA	TEMA
Agosto 2016	✓ Elaboración de silabo del componente de Desarrollo de capacidades y emprendimientos
	✓ Coordinación con docentes encargados para ejecución de actividad final del componente curricular
Del 23 al 26 enero 2017	✓ Coordinación con diferentes Docentes para ejecución de actividad
	✓ Coordinación y trámite para implementación de actividad
Viernes 27 de enero 2017	✓ Desarrollo de la Feria de emprendimientos 2016 II

El informe se hará llegar finalizada la actividad, a fin de que se tramite las resoluciones de felicitación a las Escuelas y docentes participantes, así como a los organizadores nivel de Decanato y de ser posible a Vicerrectorado de Investigación.



Prof. PAULA ANDREA AROHUANCA PERCCA
 COORDINACIÓN DE EXTENSIÓN CULTURAL,
 PROYECCIÓN SOCIAL Y RESPONSABILIDAD SOCIAL

ANEXO 09

DOCUMENTO DE LA EPA, UNA - PUNO; REALIZACIÓN DE LA FERIA DE EMPRENDIMIENTOS “MI MODELO DE NEGOCIOS CANVAS” - APOYO EQUIPO DE SONIDO



ANEXO 10

EPA UNA-PUNO; INFORME DE EJECUCIÓN DE LA I FERIA DE EMPREDIMIENTOS MI MODELO DE NEGOCIO EN CANVAS 2016 II

INFORME N° 003 – EPA/CPSEURS - EPA-2017

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

RECIBIDO

Fecha: 21 JUN 2017 Hora:

N° Registro: Folio: Firma:

A : M.Sc. Nicolas Edgar Roque Barrios
Director de la E.P. Administración

DE : Prof. PAULA ANDREA AROHUANCA PERCCA
Coordinación de extensión cultural, proyección social y responsabilidad social
E.P. Administración

ASUNTO : **INFORME DE EJECUCIÓN DE LA I FERIA DE EMPREDIMIENTOS "MI MODELO DE NEGOCIO EN CANVAS" 2016 II**

FECHA : 15 de junio del 2017

Mediante la presente y previo cordial saludo, debo manifestar que considerando que era importante observar los avances y sobretodo logros en el componente curricular de Desarrollo de Capacidades y Emprendimientos, se ha visto por conveniente a partir de la coordinación de proyección social y el programa EPA EMPRENDE de la E.P.Administración organizar la I FERIA DE EMPREDIMIENTOS "MI MODELO DE NEGOCIO EN CANVAS" 2016 II por lo que a continuación se remito información con relación a la ejecución de dicha actividad:

PRIMERO.- La actividad se llevó a cabo el viernes 27 de enero del 2017 como actividad que además cerraba el semestre II del año 2016. El propósito fundamental de la actividad organizada fue:

1. Mostrar el fortalecimiento de las capacidades y competencias de los estudiantes y así mismo de los docentes a cargo del componente.
2. Ver los resultados de la unificación del sílabo del componente curricular
3. Lograr la participación activa de las Escuelas Profesionales que solicitaron el componente a la E.P.Administración.

SEGUNDO.- LOS DOCENTES Y ESCUELAS PARTICIPANTES FUERON:

DOCENTES	ESCUELA PROFESIONAL	NOMBRE DE LAS IDEAS DE NEGOCIO
MIRIAM SEREZADE HANCCO GOMEZ	E.P. Nutrición Humana	KIOSCO SALUDABLE FRUIT PARTY
NAKADAY IRAZEMA VARGAS TORRES	E.P.Antropología	EXHIBICIÓN DE TRAJES TÍPICOS TRICILLOS TURÍSTICOS RELOJES QUE PREVIENEN ENFERMEDADES CARDÍACAS (GH)
ROMULO GONZALES HUACASI	E.P.Antropología	PRODUCTOS A BASE DE OCA (OCAMANIA) CONSULTORIO PERITO FORENSE (INKARI)
RÓMULO GONZALES HUACASI	E.P.EDUCACION FISICA	ACADEMIA DEPORTIVA "BALON DORADO" ASOCIACIÓN DE ARBITROS "MAR DE PLATA" ACADEMIA MULTIDEPORTIVA "NUEVA ESTRELLA"
VERÓNICA GREIS ANDIA FLORES	E.P.Medicina Veterinaria y Zootecnia	SALTENAS DE QUINUA (ALPIBURGER) ANGEL PETS (CEMENTERIO PARA MASCOTAS)
NAKADAY IRAZEMA VARGAS TORRES	E.P.Ingeniería Química	PAN DE HARINA DE MORAYA HELADOS QUIMACA BEBIDAS SALUDABLES (FRESH ANDINA)
PAULA ANDREA AROHUANCA	E.P.Administración	AGENCIA PARA SEÑORITAS (AGENCY FOR

PERCCA		LADIES) SERVICIO TURÍSTICO DIFERENCIADO (ANDEAN TRIP) SISTEMA PERSONALIZADO DE SEGURIDAD EN LLAVES (Key Ger).
ROLANDO ESTEBAN RODRIGUEZ HUAMANI	E.P. Administración	APP "BUSCAME" STEREO BOOK CAFÉ SERVICIO DELIVERY PERSONALIZADO (MULTIDELIVERY)
JUAN FERNANDO PEREZ PEREZ	E.P. Fisico Matemáticas	ELYMECA CEA
GEOVANNA SARELA ORTEGA CRUZ	E.P. Administración (Agronegocios)	TORTA DE HABAS HI BABY
ZORAIMA LAURA CASTILLO	E.P. Administración (Planes de negocio y emprendedurismo)	JUTAY WASY DELY SANDWICHS

TERCERO.- Los jurados calificadoros que apoyaron esta actividad fueron:

- Dr. Walter Zamalloa Cuba : Ingeniería Química
 - Dr. Nicolas Edgar Roque Barrios : Escuela Profesionl de Administración
 - Sra. Bibiana Ruiz Tapia : Oficina de Carditación de la UNA Puno
- Ganadoras del desafío de emprendimiento de la Universidad del Pacifico: EMPRENDE UP

CUARTO.- Por los resultados alcanzados por los jurados, las ideas que obtuvieron los mayores puntajes son:

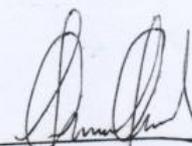
- EXHIBICIÓN DE TRAJES TIPICOS : E.P. Antropología (29/30)
- APP "BUSCAME" : E.P. Administración (27/30)
- SERVICIO DELIVERY PERSONALIZADO : E.P. Administración (25/30)
- FRUIT PARTY : E.P. Nutrición Humana (24/30)

QUINTO.- Por lo resultados mostrados en esta l feria de emprendimientos podemos decir que el trabajo desempeñado es aceptable tanto en la participación, nivel de ideas de negocio, asociación de ideas a la profesión, creatividad y que las siguientes Ferias deberán convocar más Escuelas.

Se adjunta: Ficha de evaluación, plan de trabajo, documentos antecedente.

Sin otro particular sea propicia la oportunidad para expresarle mis consideraciones más distinguidas.

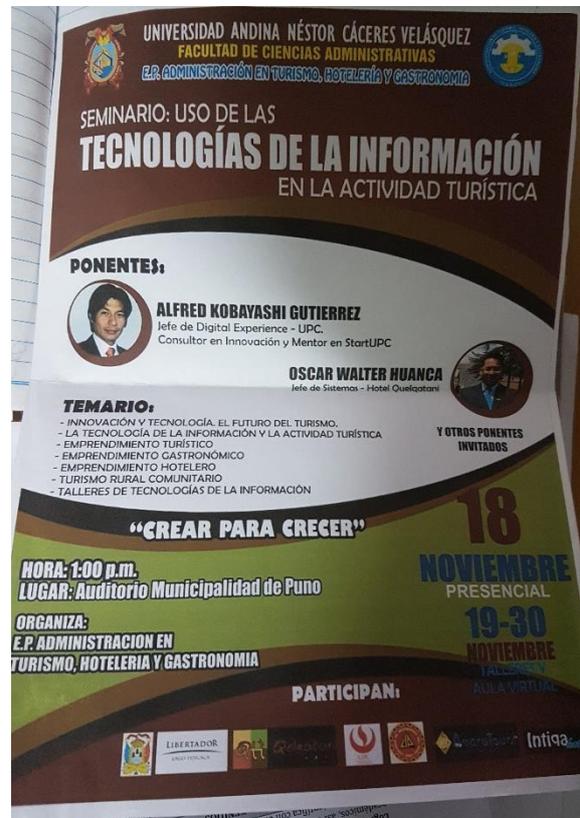
Atentamente,



M.Sc. Paula Andrea Arohuanca Percca
Coordinación de extensión cultural, proyección social
y responsabilidad social
E.P. Administración

ANEXO 11

ACTIVIDADES 2016, ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA; UANCV-SEDE PUNO



ANEXO 12

ESTRUCTURA DE PLAN DE ESTUDIOS, ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN UNA-PUNO

CIC	CODIGO	COMPONENTE CURRICULAR	N° DE HORAS			N° CRED	PRERREQUISITO
			HT	HP	TH		
I	CFM101	Matemática Básica	3	2	5	4	
	ADM102	Desarrollo de Capacidades y emprendimiento	3	2	5	4	
	HUM103	Seguridad y Defensa Nacional	2	2	4	3	
	ADM104	Teoría General de la Administración	4	2	6	5	
	ANT105	Antropología cultural	3	2	5	4	
	HUM106	Taller de Comprensión de textos académicos	3	2	5	4	
			18	12	30	24	
II	CMF107	Matemática I	3	2	5	4	
	ADM108	Emprendedurismo	3	2	5	4	
	HUM109	Taller de Redacción de Textos Académicos	3	2	5	4	
	ADM110	Enfoque Operacional de la Administración	3	2	5	4	
	HUM111	Filosofía	3	2	5	4	
	HUM112	Taller de estrategias cognitivas para el Aprendizaje	3	2	5	4	
			18	12	30	24	
III	CFM113	Matemática II	3	2	5	4	Matemática I
	EST114	Estadística	3	2	5	4	
	CON202	Contabilidad Empresarial	3	2	5	4	
	DER201	Modelo de Asociatividad y ley de sociedades	3	2	5	4	
	ADM203	Teoría del Marketing	3	2	5	4	
	ADM204	Teoría Organizacional	3	2	5	4	
			18	12	30	24	
IV	ADM115	Matemática Financiera	3	2	5	4	Matemática II
	BIO116	Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible	3	2	5	4	
	ECO117	Microeconomía	3	2	5	4	

	CON205	Costos y Presupuestos Empresariales	3	2	5	4	
	DER206	Derecho Laboral	3	2	5	4	
	ADM207	Investigación de Mercados	3	2	5	4	
			18	12	30	24	
V	ECO118	Macroeconomía	3	2	5	4	
	ADM208	Análisis de estados Financieros	3	2	5	4	
	ADM209	Sistemas Administrativos I	3	2	5	4	
	ADM210	Marketing estratégico	3	2	5	4	Investigación de Mercados
	ADM301	Selección del Talento Humano	3	2	5	4	
	ADM302	Diseño de Procesos Organizacionales	3	2	5	4	
			18	12	30	24	
VI	DER211	Sistemas Administrativos II	3	2	5	4	Sistemas Administrativos I
	ADM303	Desarrollo del Talento Humano	3	2	5	4	Selección del Talento Humano
	ADM304	Administración logística	3	2	5	4	
	ADM305	Mercados e Instituciones Financieras	3	2	5	4	
	ADM306	Metodologías de Negocios	3	2	5	4	
	ADM307	Administración de Operaciones	3	2	5	4	
			18	12	30	24	
VII	ADM212	Gestión Tributaria de la Empresa	3	2	5	4	
	ADM213	Comercio Internacional	3	2	5	4	
	ADM308	Auditoria Operativa	3	2	5	4	
	ADM309	Administración Financiera I	3	2	5	4	
	ADM310	Gestión de Procesos y Mejora Continua	3	2	5	4	
		Electivo	3	2	5	4	
			18	12	30	24	
VII	DER212	Gestión Tributaria de la Empresa	3	2	5	4	Contabilidad Empresarial
	ADM213	Comercio Internacional	3	2	5	4	

	ADM308	Auditoria Operativa	3	2	5	4	
	ADM309	Administración Financiera I	3	2	5	4	
	ADM310	Gestión de Procesos y Mejora continua	3	2	5	4	
		Electivo	3	2	5	4	
			18	12	30	24	
VIII	ADM214	Comercio Electrónico	3	2	5	4	
	ADM215	Epistemología de la Administración	3	2	5	4	
	ADM311	Negocios internacionales	3	2	5	4	
	ADM312	Administración Financiera II	3	2	5	4	Administración Financiera I
	ADM313	Modelos y Plan de Negocios	3	2	5	4	Metodologías de Negocios
		Electivo	3	2	5	4	
			18	12	30	24	
IX	ADM119	Ética en los Negocios y Responsabilidad Social	3	2	5	4	
	ADM216	Administración de Proyectos	3	2	5	4	
	ADM217	Proyecto de Investigación	3	2	5	4	Epistemología de la Administración
	ADM401	Taller de Ventas y Publicidad	3	2	5	4	
	ADM402	Taller de riesgo y Toma de Decisiones	3	2	5	4	
		Electivo	3	2	5	4	
			18	12	30	24	
X	ADM218	Informe de Investigación	3	2	5	4	Proyecto de Investigación
	ADM403	Practicas Pre Profesionales	3	2	5	4	
	ADM404	Taller de Emprendedurismo	3	2	5	4	
	HUM405	Ingles Técnico para Negocios	3	2	5	4	
	ADM406	Taller de Simulación de Negocios	3	2	5	4	
		Electivo	3	2	5	4	
			18	12	30	24	
ELECTIVOS							
VII	ADM314	Cadena de Distribución Logística	3	2	5	4	

	ADM315	Administración de Tiendas Minoristas	3	2	5	4	
	ADM316	Agronegocios	3	2	5	4	
VIII	ADM317	Banca y Seguros	3	2	5	4	
	ADM318	Gestión de Empresas de Servicios	3	2	5	4	
	ADM319	Gestión Municipal	3	2	5	4	
IX	ADM320	Microfinanzas	3	2	5	4	
	ADM321	Administración de Empresas Truchícolas	3	2	5	4	
	ADM322	Taller de Negocios Internacionales	3	2	5	4	
X	ADM323	Gestión Nacional y Regional	3	2	5	4	
	ADM324	Administración de Empresas Turísticas	3	2	5	4	
	ADM325	Administración de Actividades Extractivas	3	2	5	4	

ANEXO 13

BASE DE DATOS: MUESTRA ESTUDIANTES DE ADMINISTRACIÓN UNA-PUNO

	Datos Generales		Actitud Personal										Control Conductual Persistivo					Intención Emprendedora						
	Universidad	Semestre	Edad	Sexo	a1	a2	a3	a4	a5	n1	n2	n3	c1	c2	c3	c4	c5	c6	i1	i2	i3	i4	i5	i6
1	UNA	X	21	F	7	7	7	7	7	3	5	6	5	4	5	5	6	5	6	6	7	7	6	7
2	UNA	X	24	M	5	7	6	7	7	7	3	5	4	5	4	6	6	6	6	7	5	6	6	5
3	UNA	X	22	F	7	6	6	5	5	7	6	6	5	4	4	5	4	3	4	4	3	4	4	6
4	UNA	X	21	F	6	7	6	7	7	7	6	6	6	2	5	6	4	5	5	6	6	7	7	7
5	UNA	X	23	F	7	7	7	7	5	7	5	6	6	6	7	6	7	7	6	7	7	7	7	7
6	UNA	X	21	F	6	6	6	7	6	4	4	4	4	4	1	4	3	5	7	7	7	7	7	7
7	UNA	X	23	F	6	7	7	7	7	7	6	6	5	1	6	5	1	6	6	6	6	6	7	6
8	UNA	X	23	F	6	7	7	7	7	7	7	7	4	2	2	6	5	5	5	5	7	6	7	7
9	UNA	X	23	F	5	7	7	7	5	7	6	6	5	1	6	6	6	6	6	6	7	7	7	6
10	UNA	X	23	F	7	7	7	7	7	6	6	6	2	5	2	6	5	7	6	7	7	5	7	7
11	UNA	X	23	M	5	6	6	6	5	6	7	7	5	5	3	5	5	5	7	7	7	7	6	6
12	UNA	X	22	F	7	5	5	5	5	7	6	6	4	6	4	6	4	6	7	7	7	7	7	6
13	UNA	X	26	M	5	4	6	6	7	6	6	5	3	5	3	6	4	4	5	4	4	5	4	5
14	UNA	X	24	F	7	7	7	7	7	6	5	5	4	6	3	4	6	2	6	6	7	7	6	6
15	UNA	X	26	M	6	3	3	6	6	4	4	4	3	5	1	4	5	4	5	5	3	5	5	6
16	UNA	X	26	M	6	7	7	7	7	5	6	7	5	6	7	5	6	7	4	6	6	6	6	6
17	UNA	X	23	F	7	7	7	7	7	4	5	7	4	1	1	3	1	2	7	7	7	7	7	7
18	UNA	X	22	F	7	7	7	7	7	7	4	4	6	1	1	7	5	1	6	7	6	7	7	6
19	UNA	X	20	F	7	6	6	7	6	7	7	7	4	2	4	5	5	5	6	7	7	7	7	7
20	UNA	X	22	M	7	6	7	7	5	7	6	6	5	1	5	4	5	1	6	6	7	7	7	6
21	UNA	X	22	M	7	7	7	7	7	6	5	4	4	1	4	6	2	6	6	6	7	7	7	7
22	UNA	X	21	F	6	6	6	6	6	7	6	5	1	7	7	6	1	7	4	6	7	7	7	7
23	UNA	X	22	M	4	4	4	4	5	6	6	7	4	5	2	5	4	5	4	5	4	5	6	5
24	UNA	X	22	F	5	6	7	7	7	6	6	5	2	2	5	4	5	6	5	5	5	5	6	5
25	UNA	X	21	F	7	6	6	6	6	6	6	5	5	5	2	6	6	3	7	6	6	6	7	7
26	UNA	X	22	F	4	6	7	7	7	5	3	3	4	1	1	5	5	7	6	6	7	7	7	7
27	UNA	X	28	F	6	5	7	6	6	6	6	6	3	4	3	2	5	4	5	5	5	5	5	5
28	UNA	X	21	F	6	6	7	7	7	7	7	7	6	4	1	6	5	2	7	7	7	7	7	7
29	UNA	X	21	F	5	5	6	6	5	7	7	7	4	1	1	6	5	2	7	7	7	7	7	7
30	UNA	X	22	M	7	7	7	7	7	6	6	6	3	4	1	4	6	3	6	4	4	4	5	7
31	UNA	X	22	M	6	7	6	6	6	6	6	6	4	3	4	3	6	3	5	6	4	4	7	6
32	UNA	X	22	F	6	7	6	7	7	6	4	3	6	6	4	5	5	6	6	6	6	6	6	6
33	UNA	X	21	F	5	3	7	7	7	3	3	3	2	4	3	4	3	2	3	6	5	5	4	5
34	UNA	X	22	M	5	6	7	7	7	6	5	6	3	2	4	5	4	5	5	5	6	6	7	7
35	UNA	X	23	F	7	7	7	7	6	5	7	7	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
36	UNA	X	22	F	7	6	7	6	7	3	7	4	6	1	5	6	1	6	7	7	7	7	7	6
37	UNA	X	22	F	3	4	5	5	5	5	5	6	3	4	5	5	4	6	4	3	5	5	4	7
38	UNA	X	23	M	4	7	7	7	6	3	5	6	4	1	3	6	5	4	6	4	3	5	6	6
39	UNA	X	21	F	6	7	7	7	7	6	6	6	4	1	4	3	6	5	7	5	6	6	7	7
40	UNA	X	21	M	6	5	7	7	6	6	6	6	5	1	5	4	6	5	5	6	6	6	7	7
41	UNA	X	21	F	6	6	6	7	6	6	6	6	5	1	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6
42	UNA	X	25	F	6	6	6	6	6	6	6	5	6	1	6	6	1	6	6	6	7	7	7	6
43	UNA	X	20	M	1	2	6	6	5	4	4	4	4	4	3	5	4	4	3	4	4	4	3	4
44	UNA	X	23	M	6	6	7	6	6	7	6	5	6	2	6	4	4	2	5	6	6	7	6	6
45	UNA	X	25	M	7	7	7	7	7	7	7	7	6	1	7	4	5	6	6	6	7	7	7	7
46	UNA	X	23	F	6	6	5	5	7	6	7	5	6	6	6	5	4	6	5	7	6	6	4	5
47	UNA	X	25	M	6	6	6	6	7	6	7	6	7	5	2	7	7	1	7	7	7	7	7	6
48	UNA	X	24	F	6	6	6	6	6	6	6	4	6	1	7	7	6	6	6	6	7	6	7	6
49	UNA	X	25	M	6	7	7	7	7	5	4	4	7	1	5	6	7	6	7	6	5	7	7	6
50	UNA	X	24	M	6	6	6	7	7	4	3	3	5	1	7	6	4	6	5	5	6	6	6	7

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



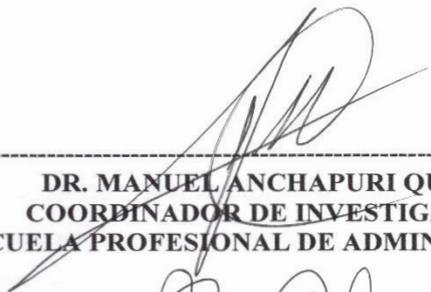
ARTÍCULO CIENTÍFICO

**“ESTUDIO COMPARATIVO DE LAS INTENCIONES
EMPRENDEDORAS EN ESTUDIANTES DE ADMINISTRACIÓN
UNA-PUNO / UANCV - PUNO 2016”**

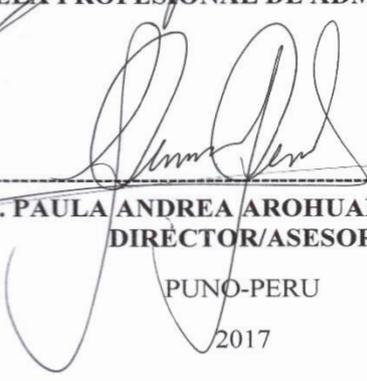
AUTOR:

JUAN ALBERTO CHAMBI CONDORI

REVISADO POR:



DR. MANUEL ANCHAPURI QUISPE
COORDINADOR DE INVESTIGACIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



M.Sc. PAULA ANDREA AROHUANCA PERCCA
DIRECTOR/ASESOR

PUNO-PERU

2017

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO – PUNO
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

“ESTUDIO COMPARATIVO DE LAS INTENCIONES EMPRENDEDORAS EN ESTUDIANTES DE ADMINISTRACIÓN UNA-PUNO / UANCV - PUNO 2016”

"COMPARATIVE STUDY OF ENTREPRENEURS 'INTENTIONS IN UNA-PUNO ADMINISTRATION STUDENTS / UANCV - PUNO 2016"

Juan Alberto Chambi Condori, Paula Andrea Arohuanca Percca

Juanbeto15@hotmail.com

RESUMEN

La investigación tiene como objetivo principal ver las intenciones emprendedoras de estudiantes de Administración en una universidad pública y privada en la ciudad de Puno; para objeto de éste estudio se utilizó en el análisis el comportamiento de estudiantes de la UNA-PUNO, y la UANCV (Sede-Puno). En la hipótesis planteada se busca evidenciar si dentro del proceso de formación académica existen diferencias significativas en la intención de emprender y determinar la relación de influencia de los factores independientes, la actitud personal, norma subjetiva y control conductual percibido en la intención emprendedora; siguiendo el modelo teórico de Ajzen; apoyados con la metodología del enfoque cuantitativo se construye la estructura del trabajo; el diseño es no experimental, el nivel relacional-comparativo. Para ver el comportamiento de intenciones en los estudiantes se utilizó como instrumento el cuestionario de intenciones empresariales (CIE) de F. Liñan; instrumento desarrollado en base a la existencia de la literatura teórica y empírica sobre la aplicación de la teoría del comportamiento planificado hacia el emprendimiento de Ajzen. De la conclusión de la investigación se puede observar que un grupo tiene un alto grado de relación en cuanto a la actitud personal; y un bajo grado en cuanto a la norma subjetiva y el control conductual percibido; mientras el otro grupo de estudiantes de la universidad privada presentan un nivel más bajo y mantienen el equilibrio con las otras variables.

Palabras clave: Emprendimiento, intención emprendedora, universidad, estudiantes.

ABSTRACT:

The main objective of the research is to see the entrepreneurial intentions of management students in a public and private university in the city of Puno; for the purpose of this study was used in the analysis the behavior of students of the UNA-PUNO, and the UANCV (Sede-Puno). In the proposed hypothesis it is sought to demonstrate if there are significant differences in the intention to undertake and determine the influence relation of the independent factors, the personal attitude, subjective norm and behavioral control perceived in the entrepreneurial intention; following the theoretical model of Ajzen; supported by the methodology of the quantitative approach, the structure of the work is constructed; the design is non-experimental, the relational-comparative level. To see the behavior of intentions in the students was used as an instrument the questionnaire of business intentions (CIE) of F. Liñan; an instrument developed on the basis of the existence of the theoretical and empirical literature on the application of the theory of planned behavior towards Ajzen's entrepreneurship. From the conclusion of the investigation it can be observed that a group has a high degree of relation in the personal attitude; and a low degree of subjective norm and perceived behavioral control; while the other group of students of the private university present a lower level and maintain the balance with the other variables.

Keywords: Entrepreneurship, entrepreneurial intention, university, students.

INTRODUCCIÓN:

Antecedentes

El Emprendedurismo es un tema que ha venido tomando relevancia en los últimos años por lo que se cuenta con estudios realizados en el ámbito académico tal es así que:

De la Revista de Estudios Empresariales Segunda Época en el trabajo de investigación “Un paso más en la investigación de la intención emprendedora del estudiante universitario: GUESSS”. (Medina, Bolívar, & Lemes, 2014) Desarrollan su investigación en tres análisis. El trabajo se plantea un triple objetivo. En primer lugar, dar a conocer el Global University Entrepreneurial Spirit Student’s Survey (GUESSS), proyecto de investigación internacional que explora la intención y actividad emprendedora del estudiante universitario, En segundo lugar, presentar los resultados preliminares de GUESSS sobre una muestra de estudiantes de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria al objeto de explorar su intención en relación con la elección de su carrera laboral. De modo específico, se examina la intención de fundar su propio negocio, y se indaga en variables asociadas con la actividad emprendedora. Por último, contrastar empíricamente el modelo teórico en el que se sustenta el proyecto GUESSS. Se observa cómo la intención emprendedora del estudiante universitario se multiplica por seis a los cinco años de haber finalizado los estudios respecto a la que presenta tras concluirlos. Este resultado también se constata a nivel internacional. Asimismo se detecta que los hombres presentan una mayor vocación emprendedora que las mujeres. El modelo teórico subyacente se confirma parcialmente, al verificarse el efecto que la actitud del estudiante hacia el emprendimiento y el control percibido de su comportamiento ejerce en la intención emprendedora.

En el estudio perteneciente a la Red Internacional de Investigadores en Competitividad memoria del IX Congreso, titulado “Estudiantes de la carrera de administración de empresas de la universidad autónoma de aguas calientes y su intención emprendedora” (García, Díaz, & Melchor, 2015) enfocan su objetivo de su investigación en determinar la influencia que tienen las siguientes variables sobre la intención emprendedora: actitud personal, el control percibido de la conducta, la valoración del medio ambiente cercano y los años de estudio. Utilizando el modelo de regresión lineal se encontró influencia positiva sobre la variable dependiente de todas las variables independientes excepto la de años de estudio cursados de su carrera, lo que explica el resultado de los programas de emprendedurismo en la intención emprendedora de los alumnos. Llegando a las siguientes conclusiones:

Las variables que influyen en la convicción que tienen los alumnos de iniciar una empresa en el futuro (intención emprendedora 5.93) son: su actitud positiva hacia emprender (actitud personal 6.4), la percepción de sí mismos de que tan difícil o tan fácil sería convertirse en emprendedor (control percibido de la conducta 5.1) y la valoración sobre el emprendedurismo que tengan las

personas cercanas a ellos (valoración del medio ambiente cercano 4.79), destacar que los resultados muestran que la formación que reciben durante su carrera no influye en su convicción de iniciar una empresa en el futuro (intención emprendedora), por lo tanto vemos los resultados que están teniendo los esfuerzos por parte de profesores y directivos de la carrera para influir e incrementar la intención emprendedora de los estudiantes, al observar la $\beta = -0.001$, que aunque no es significativa podría indicar que los años de estudio influyen negativamente sobre la intención emprendedora.

Otro estudio de investigación en estudiantes de una universidad chilena; (Ayala, Llanos, Flores, & Muñoz, 2016) dan a conocer su trabajo en un artículo tiene como objetivo identificar, a través de un estudio comparativo, las intenciones emprendedoras de los Estudiantes de primer y último año de Ingeniería Civil Industrial de la Universidad Arturo Prat, Iquique-Chile. La hipótesis planteada, busca evidenciar, si dentro del proceso formativo se logran establecer diferencias significativas en su intención de emprender. En el análisis de los resultados obtenidos, no se evidencian diferencias significativas asociados a la aplicación de pruebas estadísticas, en la intención de emprender, sin embargo, se proporcionan interesantes elementos para el análisis de detalles que favorecerán las intervenciones de los programas académicos para desarrollar capacidades emprendedoras en los estudiantes y llegaron en su análisis a las siguientes conclusiones:

La existencia de diferencias significativas entre los estudiantes de primer y último año de la carrera de Ingeniería Civil Industrial, no se evidencian estadísticamente diferencias significativas. Resulta destacado producto del estudio que de manera inicial los estudiantes presentan una valoración destacada del concepto de emprender y generar empresas, en donde un 78% de los estudiantes de primer año señala favorablemente su atracción por una opción empresarial en su futuro. En una comparación de este resultado con los estudiantes de quinto año, esta disminuye al 65.6%, probablemente justificado por herramientas adquiridas en la carrera que lo hacen dimensionar el riesgo de los negocios pero aun manteniendo una aceptación alta en torno a la actividad emprendedora.

La “Prueba T de Student”, refleja numéricamente la no existencia de diferencias significativas en cada una de sus dimensiones, el estadístico F de Snedecor, aporta significación estadística, asociada a la hipótesis de homogeneidad entre varianzas, si el valor de Sig. Es significativo, se debe dudar de varianzas homogéneas. En la Igualdad de Medias, si el cero está en ese intervalo no se pueden considerar iguales esas medias para el nivel de confianza elegido. Ahora bien, las actitudes no sólo dependen de las creencias, sino también de la evaluación que la persona realiza de cada uno de dichas creencias conductuales; Así dos personas pueden creer con la misma fuerza

que si trabajan por cuenta propia van a poder enfrentarse a mayores desafíos, pero una de ellas puede valorar eso muy positivamente, mientras que a la otra le puede resultar nada deseable.

La base teórica utilizada es:

MODELO DE LA TEORIA DE ACCIÓN PLANIFICADA

La Teoría del Comportamiento Planificado ha sido analizada más extensamente constituyendo la especificación predominante (Fayolle & Liñán, 2014), también da soporte teórico al proyecto de investigación internacional Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey (GUESSS). Muchas investigaciones se fundamentan en la Teoría del Comportamiento Planificado, tal y como se recoge en la Teoría del Comportamiento Planificado, el primero de los pilares que explica la intención de un individuo, recoge la actitud personal hacia los resultados del comportamiento, es decir, hacia las consecuencias probables de su acción; el segundo pilar abarca la presión percibida de las normas subjetivas que subyacen en el entorno que le rodea y el tercero comprende el control percibido de su futuro comportamiento, Ajzen (1991).

La intención de realizar alguna acción influye ampliamente sobre el comportamiento Ajzen (1991). Se utilizará para este estudio una definición más general desarrollada por (Thompson, 2009) quien indica que la Intención emprendedora es “una convicción personal y reconocida de tener la intención de establecer un nuevo negocio y conscientemente planear hacerlo en algún momento en el futuro” (p. 687).

En cuanto a la actitud personal, varios estudios han demostrado la relación directa que tiene esta variable para predecir la Intención emprendedora, hasta el punto de ser una de las mejores variables para predecir el mismo (Kaijun & Sholihah, 2015), (Liñan, Nabi, & Krueger, 2013), (Liñan, Urbano, & Guerrero, 2011); Ajzen (1991) plantea que “la actitud hacia un determinado comportamiento se refiere al grado en que una persona tiene una evaluación o valoración favorable o desfavorable de la conducta en cuestión” (p. 188), por lo tanto “una actitud personal para convertirse en emprendedor se refiere a la valoración positiva sobre la puesta en marcha de una nueva empresa” (Liñán et al., 2013). Para efectos de este estudio se utilizará esta última definición.

Respecto a la norma subjetiva, en algunos estudios donde se comparan dos muestras de distintos países se ha encontrado una relación directa entre la valoración del medio ambiente cercano y la intención emprendedora en alguna de las dos muestras (Liñán et al., 2013; Liñán et. al., 2011) indica que este constructo es la “valoración sobre el emprendedurismo que tengan las personas cercanas y significativas para el individuo mismo, las cuales puede influir en estimular o desestimular su carrera emprendedora”.

El Control conductual percibido, Al igual que la actitud personal, es otra variable que influye directamente en la intención emprendedora, aunque varios autores revisando su efecto en muestras con distintas características han encontrado una influencia ligeramente menor o cercana a la que tiene la actitud personal sobre la intención emprendedora (Nitu & Feder, 2015). En este estudio se tomará en cuenta la definición de Liñan et al. (2013) sobre el control percibido de la conducta, quien indica que es: “la facilidad o dificultad percibida para convertirse en emprendedor” (p. 77), cabe aclarar que esa facilidad o dificultad “supone un reflejo de la experiencia del pasado, así como los impedimentos y obstáculos que se prevén puedan suceder” (Ajzen, 1991, p. 188).

El problema planteado es: ¿Cómo son las intenciones emprendedoras entre estudiantes de Administración de la UNA-Puno y UANCV filial-Puno? Con los problemas específicos: ¿Cuál es el nivel de relación de la intención emprendedora en función de sus dimensiones en los estudiantes de administración de la UNA? Y ¿Cuál es el nivel de relación de la intención emprendedora en función de sus dimensiones en los estudiantes de administración de la UANCV?.

De la hipótesis general por su naturaleza de investigación es correlacional y comparativa; Se plantea que:

Existe una relación positiva y significativa de intención emprendedora en función de sus dimensiones en estudiantes de Administración de la UNA-PUNO y UANCV-PUNO 2016. Y también; Existe diferencias significativas de intención emprendedora, el nivel de intenciones emprendedoras de los estudiantes de la UNA-PUNO es mayor que los de la UANCV. PUNO 2016.

El objetivo correlacional es: Determinar la relación de la intención emprendedora en función de sus dimensiones en los estudiantes de Administración de la UNA-Puno y UANCV Puno. Y el siguiente es comparar el nivel de intenciones emprendedoras entre estudiantes de Administración de la UNA-Puno y UANCV Puno 2016.

MATERIAL Y MÉTODOS

El ámbito de estudio es la Universidad Nacional del Altiplano y la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez filial-Puno en ambas instituciones en su línea de escuela profesional de Administración.

Aplicando el método analítico, comparativo y sintético; El enfoque es cuantitativo y el instrumento es el CIE de F liñan. El nivel es correlacional, por el tipo de estudio es descriptivo y el diseño de investigación es no experimental. Con una muestra no probabilística o dirigida.

RESULTADOS

La investigación, dada su naturaleza de estudio, tiene como propósito general determinar dos cuestiones objetivas; el análisis relacional y el análisis comparativo de prueba t y de medias, Para ello se comienza determinando las media promedio de cada variable y también la regresión lineal, a continuación como sigue:

Del objetivo específico 1: “Determinar la relación de la intención emprendedora en función de sus dimensiones en los estudiantes de Administración de la UNA-PUNO”.

TABLA 01

Análisis de la correlación interna del comportamiento en los estudiantes UNA-PUNO

CORRELACION INTERNA – UNA					
		Actitud Personal	Norma Subjetiva	Control Conductual Percibido	Intención Emprendedora
Actitud Personal	Correlación de Pearson	1	.105	.027	.679
	Sig. (bilateral)		.468	.853	.000
Norma Subjetiva	Correlación de Pearson	.105	1	.090	.115
	Sig. (bilateral)	.468		.536	.428
Control Conductual Percibido	Correlación de Pearson	.027	.090	1	.077
	Sig. (bilateral)	.853	.536		.596
Intención Emprendedora	Correlación de Pearson	.679	.115	.077	1
	Sig. (bilateral)	.000	.428	.596	

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Actitud personal & intención emprendedora: Existe una correlación moderada y positiva entre las variables Actitud Personal e Intención Emprendedora de los estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano (UNA). Las variables son dependientes uno del otro y también son significativas ($r=0.679$ y $p<0.01$).

Norma subjetiva & intención emprendedora: Existe una correlación muy débil y positiva entre las variables Norma Subjetiva e Intención Emprendedora de los estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano (UNA). Las variables son dependientes uno del otro; mas no es significativo ($r=0.115$ y $p>0.01$).

Control conductual percibido & intención emprendedora: Existe una correlación muy baja y positiva entre las variables Control Conductual Percibido e Intención Emprendedora de los estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano (UNA). Es positiva, mas no es significativo ($r=0.077$ y $p>0.01$).

Del objetivo específico 2: Determinar la relación de la intención emprendedora en función de sus dimensiones en los estudiantes de Administración de la UANCV-PUNO 2016.

TABLA 02

Análisis de la correlación interna del comportamiento en los estudiantes UANCV Sede-PUNO

CORRELACION INTERNA - UANCV					
		Actitud Personal	Norma Subjetiva	Control Conductual Percibido	Intención Emprendedora
Actitud Personal	Correlación de Pearson	1	.573**	.499**	.663**
	Sig. (bilateral)		.000	.000	.000
Norma Subjetiva	Correlación de Pearson	.573**	1	.446**	.405**
	Sig. (bilateral)	.000		.001	.004
Control Conductual Percibido	Correlación de Pearson	.499**	.446**	1	.527**
	Sig. (bilateral)	.000	.001		.000
Intención Emprendedora	Correlación de Pearson	.663**	.405**	.527**	1
	Sig. (bilateral)	.000	.004	.000	

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Actitud personal & intención emprendedora: Existe una correlación altamente significativa y positiva entre las variables Actitud Personal e Intención Emprendedora de los estudiantes de la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez (UANCV). Las variables son dependientes uno del otro ($r=0.663$ y $p<0.01$).

Norma subjetiva & intención emprendedora: Existe una correlación baja, significativa y positiva entre las variables Norma Subjetiva e Intención Emprendedora de los estudiantes de la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez (UANCV). Las variables son dependientes uno del otro ($r=0.405$ y $p<0.01$).

Control conductual percibido & intención emprendedora: Existe una correlación moderada, significativa y positiva entre las variables Control Conductual Percibido e Intención

Emprendedora de los estudiantes de la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez (UANCV). Las variables son dependientes uno del otro ($r=0.527$ y $p<0.01$).

Del objetivo comparativo: “Comparar el nivel de intenciones emprendedoras entre estudiantes de Administración de la UNA-Puno y UANCV Puno 2016.

TABLA 03

Prueba “T student”

Prueba t de muestras independientes		Prueba de Levene de prueba t para la igualdad de medias				
		F	Sig.	t	gl	Sig. (bilateral)
Actitud Personal	Se asumen varianzas iguales	35.070	.000	6.120	98	.000
	No se asumen varianzas iguales			6.120	64.738	.000
Norma Subjetiva	Se asumen varianzas iguales	5.448	.022	4.711	98	.000
	No se asumen varianzas iguales			4.711	89.665	.000
Control Conductual Percibido	Se asumen varianzas iguales	8.714	.004	.678	98	.499
	No se asumen varianzas iguales			.678	82.678	.499
Intención Emprendedora	Se asumen varianzas iguales	22.654	.000	5.442	98	.000
	No se asumen varianzas iguales			5.442	70.735	.000

La diferencia general muestra que existe diferencias significativas de valoración ($p<0.05$) en los ítems Actitud Personal, Norma Subjetiva e Intención Emprendedora, únicamente el factor Control conductual percibido no muestra una diferencia significativa.

TABLA 04

Resumen de diferencia de medias UNA-PUNO/ UANCV Sede-Puno

	MEDIAS UNA-PUNO	MEDIAS UANCV-PUNO
INTENCIÓN EMPRENDEDORA	6.14	4.70
ACTITUD PERSONAL	6.22	4.66
NORMA SUBJETIVA	5.53	4.47
CONTROL CONDUCTUAL PERSIBIDO	4.45	4.33

Fuente: elaboración de resultados obtenidos en la investigación.

De la tabla de resumen comparativo, en el análisis cuantitativo de la diferencia de medias estadísticas, en ambas instituciones se puede observar que la intención emprendedora en los estudiantes de la UNA- PUNO es sobresaliente respecto a las intenciones de los estudiantes de la UANCV-PUNO, respecto a las variables actitud personal, norma subjetiva y control conductual percibido, en los estudiantes de la una puno se observa una diferencia notoria respecto a las medias que mantienen de forma casi uniforme los alumnos de la UANCV-PUNO.

De la contratación de hipótesis; el presente trabajo dada su naturaleza de estudio, tiene como propósito general determinar dos cuestiones objetivas; el análisis relacional y el análisis comparativo de prueba t y de medias.

De la Hipótesis correlacional.- Existe una relación positiva y significativa de intención emprendedora en función de sus dimensiones en estudiantes de Administración de la UNA-PUNO y UANCV Sede-Puno 2016.

Hipótesis comparativa.- Existe diferencias significativas de intención emprendedora, el nivel de intenciones emprendedoras de los estudiantes de la UNA-PUNO es mayor que los de la UANCV Sede-Puno 2016.

Hipótesis específica 1.- Como resultado del análisis de las tres sub-hipótesis podemos resumir como sigue:

- La actitud personal revela una correlación positiva y significativa
- La norma subjetiva revela una correlación positiva, mas es casi nula y no es significativa
- El control conductual percibido revela una correlación positiva mas es casi nula y no es significativa

Por lo tanto verificado la validez de la hipótesis específica 1, se acepta como válida.

Hipótesis específica 2.- Como resultado del análisis de las tres sub-hipótesis podemos resumir como sigue:

- La actitud personal revela una correlación positiva y significativa
- La norma subjetiva revela una correlación positiva, mas es baja o pobre y es significativa
- El control conductual percibido revela una correlación positiva y es significativa

Por lo tanto verificado la validez de la hipótesis específica 2, se acepta como válida.

A partir de los hallazgos encontrados se acepta la hipótesis alternativa general que establece que existe una relación positiva y significativa de intención emprendedora en función de sus dimensiones en estudiantes de Administración de la UNA-PUNO y UANCV-PUNO 2016.

DISCUSIÓN

Estos resultados guardan cierta relación con lo que sostiene el meta-análisis de schlaegel et al. (2014). Donde recoge 98 estudios, estos resultados de los estudios desarrollados con la TAP confirman la robustez de dicha teoría para el estudio de la intención emprendedora. Los resultados de estos estudios muestran que la actitud hacia la conducta ($r_c = 0.43$, $p < 0.05$), la norma subjetiva ($r_c = 0.33$, $p < 0.05$), y el control percibido ($r_c = 0.56$, $p < 0.05$) ejercen un efecto positivo y estadísticamente significativo sobre la intención emprendedora.

Ello tiene, en cierta semejanza con lo que se halla en este estudio, principalmente con los resultados de la UANCV-PUNO donde la actitud hacia la conducta ($r = 0.66$, $p < 0.05$), la norma subjetiva ($r = 0.41$, $p < 0.05$), y el control percibido ($r = 0.53$, $p < 0.05$) ejercen un efecto positivo y estadísticamente significativo sobre la intención; pero en lo que no concuerda es en el caso del comportamiento de intención emprendedora en los estudiantes de la UNA-PUNO con características muy diferentes en dos variables, respecto a la norma subjetiva ($r = 0.12$, $p > 0.05$) y el control conductual percibido ($r = 0.08$, $p > 0.05$) expresan una relación muy débil, a excepción de su actitud personal con ($r = 0.68$, $p < 0.05$) estas primeras presentan una relación muy débil, positiva y es estadísticamente no significativas en estas dos variables; en estos resultados de este caso particular en los estudiantes de la UNA-PUNO no concuerda satisfactoriamente con esos resultados.

Respecto al modelo de la TAP los resultados son comparables con investigaciones anteriores como el de Alonso Galicia (2012) explicando un 47% de la varianza de la intención emprendedora. Ello es acorde con lo que en éste estudio se halla, el modelo presenta un ajuste óptimo explicando un 47% de la varianza para la UNA-PUNO y un 49% de la varianza para la UANCV-PUNO.

TABLA 05

Resultados de estudios anteriores utilizando la TCP

Estudio	Tipología de muestra	R ² ajustada
		Intención emprendedora
Van Gelderen et al. (2008)	Estudiantes (N=1 235)	0.35
Alonso Galicia (2012)	Académicos y universitarios (N=500)	0.47
Schlaegel et al. (2014)	Estudiantes y Académicos	0.28
Resultados de esta tesis	Estud Admi UNA-PUNO	0.47
	Estud Admi UANCV-PUNO	0.49

Fuente: De Rodríguez (2015) Estudio de la intención emprendedora en el ámbito científico público y resultados de esta Tesis.

Podemos observar de otras investigaciones que guarda una semejanza respecto a la varianza intención emprendedora con otras investigaciones; De Rodríguez (2015), en la literatura se encuentran estudios previos realizados entre emprendedores académicos y universitarios, con distintas combinaciones de las variables estudiadas, ofrecen resultados entre 26% y 63%.

Respecto a la hipótesis comparativa podemos afirmar que el nivel de intenciones emprendedoras de los estudiantes de la UNA-PUNO (M=6.14) es mayor que los de la UANCV-PUNO (M=4.70) estos resultados guardan una semejanza por encima con lo que sostiene la internacional GUESSS (M=4.00) y los resultados de la UCA (M=4.00). Esa diferencia se puede explicar en considerar que las unas son muestras masivas y diversificadas y para esta investigación muestras uniformizadas y selectas.

Respecto al contexto universitario, las acciones o programas de intención emprendedora generados por las instituciones; según la GUESSS son determinantes indirectas de la intención emprendedora; si bien son muy importantes mas no son condicionales al modelo.

Las conclusiones a las que se llegó en esta investigación son:

Del análisis estadístico de los estudiantes de Administración de la UNA-PUNO, la actitud personal presenta una influencia alta ($r=0.68$), es positiva a un nivel de significancia ($p<0.01$) sobre la intención emprendedora, se puede decir que es muy buena esta relación; No es el caso por otro lado en la segunda relación, la norma subjetiva presenta una correlación baja ($r=0.12$ y $p>0.43$) y positiva con la intención se puede decir que a los estudiantes no les influye la opinión del entorno exterior; hay una consideración de influencia pero es simbólicamente baja. En la tercera relación del control conductual percibido se observa que hay problemas muy sensibles ($r=0.08$ y $p>0.60$), considerándose esta relación como un análisis interno de la factibilidad en realizar intención; en esta muestra de estudiantes se puede traducir que mismo habiendo cursado IX o X semestres y teniendo todos los conocimientos académicos universitarios casi ya concluidos y en condiciones para llevar a cabo un emprendimiento; en el aspecto de factibilidad se puede observar que hay una carencia muy notoria de condiciones internas que no permiten aún,

por lo que se refleja y presenta una influencia de dependencia muy bajísima en relación a la intención emprendedora.

Del análisis estadístico en la muestra de estudiantes de Administración de la UANVC-PUNO se confirma el modelo planteado por Ajzen; de lo datos arrojados se puede observar que en la actitud personal existe una correlación altamente significativa y positiva hacia la intención emprendedora ($r=0.76$ y $p<0.01$) lo que se manifiesta que hay una dependencia una a otra; respecto a la norma subjetiva también correlaciona positivamente bien ($r=0.41$ y $p<0.01$). Lo mismo acontece de forma satisfactoria con el control conductual percibido ($r=0.53$ y $p<0.01$). Las tres variables mantiene una relación ecuánime con la intención emprendedora con la única diferencia que hay un notable salto de relación en la actitud emprendedora con los estudiantes de la UNA-PUNO.

En cuanto al perfil de unos a los de otros, respecto a la diferencia general de medias se obtiene diferencias notorias entre ambas muestras, la prueba t student muestra que existe diferencias significativas en las variables de valoración ($p<0.05$) en los ítems actitud personal, norma subjetiva e intención emprendedora a excepción del control conductual percibido que no muestra una diferencia significativa. De los resultados de las media promedio revela que la intención de los estudiantes de la UNA-PUNO ($M=6.14$) es mayor respecto a los de la UANVC sede-Puno ($M=4.70$) del cual se confirma la hipótesis comparativa.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior, *Organizational Behavior and Human. Organizational Behavior and Human Decision processes*, 50, 179-211.
- Ayala, E., Llanos, M., Flores, M., & Muñoz, C. (2016). Estudio comparativo de las intenciones emprendedoras en estudiantes universitarios: caso práctico Ingeniería Civil Industrial, *Universidad Arturo Prat. Ciencia amazónica (Iquitos)*, 6(1), 48-62.
- Fayolle, A., & Liñán, F. (2014). The Future of Research on Entrepreneurial Intentions. *Journal of Business Research*, vol. 67, pp. 663-666., 67, 663-666.
- García, M., Díaz, F., & Melchor, I. (2015). Estudiantes de la carrera de Administration de Empresas de la Universidad Autónoma de Aguascalientes y su intención emprendedora. *Red Internacional de Investigadores en Competitividad. Memoria del IX Congreso*, 1695-1709.
- Kaijun, Y., & Sholihah. (2015). A comparative study of the Indonesia and Chinese educative systems concerning the dominant incentives to entrepreneurial spirit (desire for a new venturing) of business school students. *Journal of Innovation and Entrep*, 4(1), 1-16.
- Liñan, F., Nabi, G., & Krueger, N. (2013). British and Spanish entrepreneurial intentions: A comparative study. *Revista de economía Mundial*, 33, 73-103.
- Liñan, F., Urbano, D., & Guerrero, M. (2011). Regional variations in entrepreneurial cognitions: Start-up intentions of university students in Spain. *Entrepreneurship and Regional Development*, 23(4), 187-215.
- Medina, P., Alicia, B., & Lemes, A. (2014). Un paso más en la investigación de la Intención emprendedora del estudiante universitario GUESSS. *Revista de Estudios Empresariales-Segunda época.*, 2(65), 63-80.
- Nitu, A., & Feder, E. (2015). The Role of Economic Academic Education on Entrepreneurial Behaviour. *Amfiteatru Economic*, 17(38), 261-276.
- Rodriguez, F. (2015). Estudio de la intención emprendedora en el ámbito científico público. Caso de las ciencias de la vida en España. Valencia: Universidad Politécnica de Valencia.
- Rueda, S., Moriano, J., & Liñán, F. (2015). Validating a theory of planned behavior questionnaire to measure entrepreneurial intentions. *Developing, Shaping and Growing Entrepreneurship*, 60-69., 60-69.

- Schalaegel, C., & Koenig, M. (2014). Determinants of Entrepreneurial Intent: a Meta-Analytic Test and Integration of Competing Models. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(2), 291-332.
- Shapiro, A., & Skol, L. (1982). *The Social Dimensions of Entrepreneurship*. Englewood Cliffs: Prentice hall.
- Thompson, E. (2009). Individual entrepreneurial intent: Construct clarification and development of an internationally reliable metric. *Practice*, 33(3), 669-679. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 669-69.
- Veciana, J., Aponte, M., & Urbano, D. (2005). "University Students' Attitudes Towards Entrepreneurship: A Two Countries Comparison". *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1(2), 165-182.