

**UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO**  
**ESCUELA DE POSGRADO**  
**PROGRAMA DE MAESTRÍA**  
**MAESTRÍA EN CONTABILIDAD Y ADMINISTRACION**



**TESIS**

**PERCEPCIÓN DE LAS UNIVERSIDADES PRIVADAS DE LA REGIÓN  
PUNO 2013**

**PRESENTADA POR:**

**ELMER HENRY LUPACA CHATA**

**PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:**

**MAGISTER SCIENTIAE EN CONTABILIDAD Y ADMINISTRACIÓN**

**MENCIÓN EN MARKETING Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**PUNO, PERÚ**

**2016**

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO  
ESCUELA DE POSGRADO  
PROGRAMA DE MAESTRIA  
MAESTRÍA EN CONTABILIDAD Y ADMINISTRACIÓN  
TESIS

PERCEPCIÓN DE LAS UNIVERSIDADES PRIVADAS DE LA REGIÓN  
PUNO 2013

PRESENTADA POR:

ELMER HENRY LUPACA CHATA

PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:

MAGISTER SCIENTIAE EN CONTABILIDAD Y ADMINISTRACION  
MAESTRÍA EN MARKETING Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

APROBADA POR EL SIGUIENTE JURADO:

PRESIDENTE



.....  
Dr. LUIS MARIACA FLORES

PRIMER MIEMBRO



.....  
M.Sc. HERMOGENES MENDOZA ANCCO

SEGUNDO MIEMBRO



.....  
M.Sc. GERMAN MOLINA CABALA

ASESOR DE TESIS



.....  
M.Sc. MARIA A. BEDOYA GONZALES

**ÁREA:** Marketing y gestión empresarial  
**TEMA:** Centros de educación superior

Puno, 28 de enero de 2016

## DEDICATORIA

A Jehová Dios, mi plaza fuerte

A Sussy, Susan y Luciana mis más grandes tesoros.

A mis padres Nicolás Lupaca y Maximiliana

Chata, por su gran apoyo, por ser ejemplo de trabajo,

Amor y superación; a través de estas líneas

expreso mi profunda gratitud y admiración.

I

## AGRADECIMIENTOS

- Quiero expresar mi sincera gratitud a las autoridades y colegas de las universidades privadas de la región, por su valiosa contribución con la información proporcionada, sin el cual no hubiera sido posible presentar este trabajo de investigación.
- También, de manera especial quiero expresar mi profunda gratitud y admiración a María Antonieta Bedoya Gonzales Directora del presente trabajo de investigación, por el gran apoyo profesional que me ofrecieron para la consolidación de este trabajo de investigación.

**INDICE GENERAL**

	<b>Pág.</b>
DEDICATORIA.....	i
AGRADECIMIENTOS.....	ii
INDICE GENERAL.....	iii
INDICE DE CUADROS.....	v
INDICE DE FIGURAS.....	vi
INDICE DE ANEXOS.....	vii
RESUMEN.....	viii
ABSTRACT.....	ix
INTRODUCCIÓN.....	01

**CAPÍTULO I****PROBLEMÁTICA DE LA INVESTIGACIÓN**

1.1 Planteamiento del problema.....	03
1.2 Justificación.....	04
1.3 Definición del problema.....	06
1.4 Objetivos de investigación .....	06
1.4.1 Objetivo General.....	06
1.4.2 Objetivo Especifico.....	07
1.5 Hipótesis.....	07
1.5.1 Hipótesis General.....	08
1.5.2 Hipótesis Especificas.....	08
1.5.3 Variables.....	08

**CAPÍTULO II****MARCO TEÓRICO**

2.1 Antecedentes.....	10
2.2 Marco teórico.....	45
2.3 Marco conceptual.....	71

**CAPÍTULO III****METODOLOGÍA**

3.1	Descripción de métodos de investigación .....	78
3.2	Diseño de la investigación.....	79
3.3	Metodología de la investigación.....	79
3.4	Tipo de la investigación.....	79
3.5	Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	79
3.6	Procesamiento de datos.....	80
3.7	Ámbito de estudio.....	81
3.8	Población.....	82
3.9	Muestra.....	83
3.10	Prueba de confiabilidad .....	85

#### **CAPÍTULO IV**

#### **RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

4.1	Análisis de los datos para las características personales del perfil emprendedor.....	86
4.2	Análisis de los datos para las características sociales del perfil emprendedor .....	88
4.3	Análisis de los datos para las características psicológicas del perfil emprendedor.....	90
4.4	Análisis de los datos para las características personales, sociales y psicológicas del perfil emprendedor.....	92
4.5	contrastación de hipótesis.....	94
4.6	Discusión.....	98
4.7	Utilidad de los resultados de estudio.....	107
	 CONCLUSIONES.....	 109
	RECOMENDACIONES.....	111
	BIBLIOGRAFÍA.....	113
	ANEXOS.....	125

## INDICE DE CUADROS

	<b>Pág.</b>
1 POBLACIÓN DE ESTUDIANTES DE ADMINISTRACIÓN DE LAS UNIVERSIDADES PRIVADAS DE LA REGIÓN PUNO.....	83
2 MUESTRA DE ESTUDIANTES DE ADMINISTRACIÓN DE LAS UNIVERSIDADES PRIVADAS DE LA REGIÓN PUNO.....	84
3 ESTADÍSTICA DE FIABILIDAD.....	85

## INDICE DE FIGURAS

	<b>Pág.</b>
1 CARACTERÍSTICAS PERSONALES DEL PERFIL EMPRENDEDOR.....	88
2 CARACTERÍSTICAS SOCIALES DEL PERFIL EMPRENDEDOR.....	90
3 CARACTERÍSTICAS PSICOLOGICAS DEL PERFIL EMPRENDEDOR.....	92
4 PERCEPCIÓN DE LAS CARACTERÍSTICAS PERSONALES, SOCIALES Y PSICOLOGICAS DEL PERFIL EMPRENDEDOR.....	93
5 PERCEPCIÓN DE LAS CARACTERÍSTICAS PERSONALES DEL PERFIL EMPRENDEDOR.....	94
6 PERCEPCIÓN DE LAS CARACTERÍSTICAS SOCIALES DEL PERFIL EMPRENDEDOR.....	95
7 PERCEPCIÓN DE LAS CARACTERÍSTICAS PSICOLÓGICAS DEL PERFIL EMPRENDEDOR.....	97



**INDICE DE ANEXOS**

	<b>Pág.</b>
1 CUESTIONARIO DE PERCEPCIÓN EMPRENDEDORA.....	126
2 MATRIZ DE COSISTENCIA .....	128
3 ESTADÍSTICA DE FIABILIDAD.....	129

## RESUMEN

La presente investigación estableció como principal objetivo determinar la percepción de las características del perfil emprendedor de los estudiantes de administración las universidades privadas de la región Puno. La investigación responde a un diseño descriptivo cuya muestra se conformó por estudiantes de administración de las distintas universidades privadas de la región, que se encuentran estudiando en los diferentes años académicos del 2014.

Los resultados evidencian un alto desarrollo de las características sociales, individuales y psicológicas del perfil emprendedor de los estudiantes de administración, donde se reconoce el aporte de la escuela profesional en el perfil del emprendedor, fortaleciendo dimensiones tales como la autonomía, toma de decisiones, responsabilidad, creatividad, liderazgo, trabajo en equipo, solidaridad, necesidad de logro y la minimización de los riesgos.

**Palabras clave:** Desempleo, empleo, emprendimiento, percepción, perfil de emprendedor

## ABSTRACT

This investigation, the perception of entrepreneurial profile management students of private universities in the Puno region, established as the main objective to determine the perception of entrepreneurial profile management students of private universities administration in the Puno region. The research responds to a descriptive design, whose sample was composed by students of directors of several private universities in the Puno region, who are studying in different academic years of 2014.

The results evidence a high development of the personal, social and psychological characteristics of the individual student profile entrepreneurial management, where the contribution of vocational school is recognized in the profile of the entrepreneur, strengthening dimensions such as autonomy, decision making, responsibility, creativity, leadership, teamwork, solidarity, need for achievement and minimizing risks.

**Keywords:** Employment, entrepreneurship, profile entrepreneur, unemployment.

## INTRODUCCIÓN

En la presente investigación titulada percepción de las universidades privadas de la región Puno 2013, investiga el nivel de percepción del perfil emprendedor en los estudiantes de administración de las universidades privadas de la región Puno, investigado en el año 2014, que sustenta las características del emprendedor que surgen en los estudiantes de administración con capacidad de arriesgarse, proponer, tomar decisiones, entre otras características que contiene el perfil emprendedor, dicho perfil no es solo fruto de la formación personal, sino que además debe ir ligado al proceso de educación formal universitaria. Por tal razón, las instituciones educativas como las universidades y las escuelas profesionales de administración juegan un papel fundamental, ya que, sobre ellas recae la responsabilidad de la preparación de profesionales capaces de proponer y desarrollar proyectos emprendedores enfrentando el mercado laboral de una manera diferente y competitiva.

Teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente, el presente estudio tiene un enfoque específico relacionado con el perfil emprendedor que deben desarrollar en los estudiantes de administración de la región de Puno. Partiendo de la necesidad de abordar el emprendimiento como foco de profundización al reconocer que los contenidos programáticos curriculares deben fomentar y respaldar la formación en los estudiantes de pregrado.

El conocimiento relacionado con el tema de emprendimiento es adquirido previamente por los estudiantes desde la educación básica regular y potenciado en la educación superior, pues es un proceso que requiere de un continuo

prendizaje que se construye a través de las experiencias e investigaciones por parte de los emprendedores aun cuando estos sean egresados de la escuela profesional, por tanto, es necesario abordar las diferentes características personales, sociales y psicológicas que identifican el perfil emprendedor de una muestra estudiantes de pregrado de las escuelas de administración de las universidades privadas de la región.

Con el fin de dar respuesta a los objetivos planteados para esta investigación, se plantea una metodología bajo un enfoque cuantitativo de tipo descriptivo.

## CAPÍTULO I

### PROBLEMÁTICA DE INVESTIGACIÓN

#### 1.1 Planteamiento del problema

El INEI (2014) señala, en la encuesta nacional de hogares sobre condiciones de vida y pobreza 2014, que en la región de Puno existe un 2.7% de la PEA<sup>1</sup> desocupada, 6.4 % es la PEA ocupada con menos de 35 horas semanales, que desea trabajar horas adicionales y tiene disponibilidad para hacerlo, un 57.4% son PEA ocupada que no es subempleada por horas y cuyo ingreso es inferior al Ingreso Mínimo referencial (canasta mínima de consumo familiar promedio de perceptores de ingresos laborales por hogar) y solo el 33.6% representa a la PEA ocupada que no es subempleada por horas ni subempleada por ingresos.

Las universidades privadas de nuestra región Puno, forman profesionales competentes para la formación de empresas que generen empleos en la

---

1 PEA, La Población Económicamente Activa la constituyen todas aquellas personas que durante el período de referencia especificado pueden clasificarse como personas con empleo o como personas desempleadas, es decir, que aportan trabajo.

región, por ello, las escuelas profesionales de administración de las universidades privadas tiene como prioridad el desarrollo del espíritu empresarial de sus estudiantes.

Teniendo en cuenta el contexto de formación profesional de los estudiantes de administración de las universidades privadas de la región de Puno, se tiene que si queremos contribuir con el crecimiento económico del país, es necesario que los estudiantes de administración de las diversas universidades tengan como una de sus metas el desarrollo de la actividad emprendedora, la cual se traduce en la generación de negocios y empresas; sin embargo, existe un desconocimiento de la percepción de los Factores Básicos de Competencias de Emprendimiento Empresarial en los Estudiantes de Administración, que se expresa en la actitud hacia la creación de negocios y empresas, ya que dicha actitud es un indicador que en parte expresa los resultados de la formación profesional en el área del emprendimiento empresarial, por ello es importante desarrollar una investigación al respecto que tiene incidencia positiva en la generación de nuevos puestos de trabajo como en el crecimiento económico y desarrollo regional. En razón de lo señalado, en la presente investigación se formulan las siguientes preguntas:

## **1.2. Justificación**

Desde el punto de vista teórico, la presente investigación permite enriquecer las características del perfil emprendedor conociendo los factores básicos de las capacidades de emprendimiento empresarial y la

forma como dichos factores están relacionados con las características personales, sociales y psicologías propias de los alumnos en el desarrollo de la formación profesional en las escuelas de administración de las universidades privadas de la región Puno.

También, la presente investigación permite conocer el nivel de desarrollo de los factores básicos de competencia de emprendimiento empresarial en los estudiantes de administración, ello permitirá establecer estrategias curriculares basadas en dichos criterios, además permitirá mejorar la formación del perfil emprendedor en las universidades, por lo que, en el futuro se formarían empresas privadas, que su vez, mejorara la empleabilidad y desarrollo económico en la región.

La investigación es importante metodológicamente porque servirá a futuros investigadores en temas relacionados con la evaluación de factores básicos de competencia de emprendimiento empresarial, como modelo de referencia para llevar a cabo sus respectivas investigaciones; además, si algún investigador quiere sistematizar un modelo o método de investigación propio para problemas de este tipo, la estructura usada en la presente investigación será un buen referente.



### **1.3. Definición del problema**

#### **1.3.1 Problema general**

¿Cuál es la percepción del perfil emprendedor en los estudiantes de administración de las universidades privadas de la región Puno en el año 2014?

#### **1.3.2 Problemas específicos**

**A.-** ¿Cuáles son las características personales del perfil emprendedor de los estudiantes de administración de las universidades privadas de la región Puno?

**B.-** ¿Cuáles son las características sociales del perfil emprendedor de los estudiantes de administración de las universidades privadas de la región Puno?

**C.-** ¿Cuáles son las características psicológicas del perfil emprendedor de los estudiantes de administración de las universidades privadas de la región Puno?

### **1.4. Objetivos de investigación**

#### **1.4.1 Objetivo general**

Determinar la percepción del perfil emprendedor de los estudiantes de administración de las universidades privadas de la Región Puno en el año 2014.

### 1.4.2 Objetivos específicos

**A.-** Identificar las características personales del perfil emprendedor de los estudiantes de administración de las universidades privadas de la Región Puno.

**B.-** Identificar las características sociales del perfil emprendedor de los estudiantes de administración de las universidades privadas de la Región Puno.

**C.-** Identificar las características psicológicas del perfil emprendedor de los estudiantes de administración de las universidades privadas de la Región Puno.

### 1.5. Hipótesis

Según Rodríguez (2009) indica que Las capacidades emprendedoras para el emprendimiento hacen referencia a la toma de decisiones, preparación para comenzar algo, es uno de los mecanismos importantes de crecimiento económico y social. Según Gartner, (1989) menciona que para ser emprendedor se requiere tener un perfil, que se encuentra conformado por un conjunto de aptitudes y características que puede ser descritas en tres grandes bloques como son: las características personales, dentro de las que se puede abordar la creatividad, la responsabilidad, la autonomía y la toma de decisiones; características sociales como el liderazgo, trabajo en equipo y solidaridad; y características psicológicas en las que se ubica necesidad de logro y minimización del temor al riesgo (Gartner, 1989). Por lo que se presenta las siguientes hipótesis generales y específicas:

### 1.5.1 Hipótesis general

Los estudiantes de administración de las universidades privadas tienen alto desarrollo de las características personales, sociales y psicológicas del perfil emprendedor en la región de Puno en el periodo 2014.

### 1.5.2 Hipótesis específicas

**A.-** Los estudiantes de administración de las universidades privadas de la Región Puno tienen alto desarrollo de las características personales, producto de la autonomía, toma de decisiones, responsabilidad y grado de creatividad

**B.-** Los estudiantes de administración de las universidades privadas de la Región Puno tienen un destacado desarrollo de las características sociales, producto del liderazgo, trabajo en equipo y solidaridad.

**C.-** Los estudiantes de administración de las universidades privadas de la Región Puno tienen alto desarrollo de las características psicológicas, producto de la necesidad de logro y la minimización del temor al riesgo.

### 1.5.3 Variables

#### 1.5.3.1. Hipótesis general:

- Variable Independiente: Perfil de emprendedor
- Variable Dependiente: Características emprendedoras

### 1.5.3.2 Hipótesis específicas

#### **De la hipótesis específica A:**

- Variable independiente: Características personales
- Variable dependiente: Emprendimiento

#### **De la hipótesis específica B:**

- Variable independiente: Características Sociales
- Variable dependiente: Emprendimiento

#### **De la hipótesis específica C:**

- Variable independiente: Características psicológicas
- Variable dependiente: Emprendimiento

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1 Antecedentes

**2.1.1. Kantis, Postigo, Federico, y Tamborini (2005)** *“el surgimiento de emprendedores de base universitaria: ¿en qué se diferencian? evidencias empíricas para el caso de argentina”*, se señala que las investigaciones recientes llevadas a cabo en Latinoamérica muestran que más de la mitad de los emprendedores más dinámicos son graduados universitarios, quiere decir que existe una relación relevante entre contribución de las universidades y el surgimiento de emprendedores; relación que ha sido largamente estudiada por la literatura internacional desde distintas perspectivas y enfoques, además de investigaciones orientadas a evaluar el impacto de los cursos para emprendedores que se dictan en las universidades y las características de las firmas creadas por sus graduados. Del mismo modo, existe un creciente acuerdo en que en esta sociedad del conocimiento y la información, la educación es una de las variables clave para explicar el proceso de creación de empresa.

Los resultados de esta investigación contribuirán a ampliar el conocimiento sobre el proceso emprendedor en América Latina con

especial foco en los aspectos más distintivos que caracterizan la emergencia de nuevas empresas fundadas por graduados universitarios.

**2.1.2 Vigorena F (2006).** presenta un artículo titulado “*Educación emprendedora*”, que pretendía resaltar el papel protagónico de las universidades en la formación de individuos emprendedores e innovadores, a través de la generación de ideas y pensamientos que transformen las sociedades. De esta manera, el autor inicia su reflexión destacando la necesidad de crear de manera masiva una educación emprendedora que forme en la independencia, en asumir riesgos, en crear, en imaginar e innovar. En este sentido, se define la educación emprendedora como aquella que ofrece al individuo capacidades para convertirse en agente de desarrollo social y económico.

Para tal fin Vigorena (2006) propone unas características esenciales que debe cumplir la educación si se pretende forme en emprendimiento, dentro de ellas se encuentra:

- Cambiar la actitud pasiva del aprendiz en el aula de clase, se propone por lo tanto una educación activa, donde el estudiante reflexiona y toma una postura crítica.
- Estimular en los aprendices la creación de redes de contacto, vínculos con diversos grupos de la sociedad.
- Independencia personal, a través de su reflexión y expresión de puntos de vista.

- Desarrollo emocional, que enseña a afrontar las situaciones de fracaso y minimizar el temor al riesgo.

- Incentivar la investigación participativa, que demanda del estudiante exigirse, reflexionar y proponer. Además permite acercarse a la realidad y conocer las demandas y dinámicas del mercado.

**2.1.3 Bello (2006)** en su artículo *“La preparación emprendedora y la formación de graduados universitarios”* considera que la preparación en emprendimiento es un tema relevante en la formación profesional de los graduados, de allí el papel fundamental que juegan las instituciones de educación superior, al impartir un conocimiento que conduzca a explorar alternativas educativas en materia de preparación emprendedora.

Por lo tanto, tener estudiantes de administración con características emprendedoras, promueve el empleo debido al interés de las organizaciones en utilizar el talento emprendedor y creativo a favor del desarrollo de las mismas. De esta manera el autor determina que características como el asumir riesgos, la creatividad y la innovación, se encuentran en armonía con las necesidades para el desarrollo de una economía fundamentada en conocimientos. Además sustenta que la inclusión de la preparación emprendedora en los planes de estudios de las universidades, puede determinar que la capacidad emprendedora puede ser desarrollada, es decir, “el emprendedor se hace”.

En este sentido el autor concluye que la educación superior está expuesta a grandes desafíos, debido a los cambios económicos y sociales que se presentan, esto implica reformas de los paradigmas educativos,

encontrándose entre los más significativos hacer del estudiante el centro del proceso educativo y el énfasis en aprender cómo aprender y en aprender a emprender.

**2.1.4 Contin, Larraza (2007)** presentaron su investigación *“Características distintivas de los emprendedores y los empresarios establecidos: evidencia a partir de los datos REM de Navarra”*, proponiendo como objetivo general, analizar algunas características distintivas de los emprendedores y empresarios establecidos frente a lo que se denomina población laboral activa. Su estudio se basó en encuestas realizadas dentro del Proyecto REM de Navarra en 2005, permitiendo conocer tanto aspectos sociodemográficos (edad, sexo, miedo al fracaso, entre otros) como el status profesional (empleado, emprendedor, entre otros).

De la investigación se concluye que la probabilidad de que una persona con miedo al fracaso sea empresario establecido, emprendedor o emprendedor potencial es muy pequeña, asimismo se encontró que el hecho de que una persona esté desempleada favorece el emprendimiento potencial, por otra parte se evidenció que las mujeres encuentran mayores dificultades que los hombres a la hora de incorporarse al mercado laboral, aunque actualmente las políticas de empleo han impulsado a la mujer en el campo del emprendimiento. También se concluye que la educación es un factor importante a la hora de ser emprendedor o empresario, siempre y cuando los individuos se caractericen por minimizar el temor al fracaso y aumentar la necesidad de logro, pues son éstas personas las que mayor probabilidad tienen de ser emprendedores establecidos.



**2.1.5 Andrade y Bravo (2009)**, presentan los resultado de la investigación *“Propuesta didáctica para la enseñanza del emprendimiento en el programa de Administración de Empresas de la Universidad de la Amazonia”*, planteando como objetivo general el formular una propuesta metodológica que mejore la formación de los estudiantes de Administración de Empresas en competencias de emprendimiento, que responda a las características de desarrollo regional. Se utilizaron métodos empíricos, teóricos y estadísticos con el fin de generar complementariedad entre enfoques cuantitativos y cualitativos.

Como principales resultados los investigadores encontraron que la enseñanza del emprendimiento en el Programa de Administración de Empresas, presenta dificultades en la utilización de métodos heteroestructurales en la metodologías implementadas por los docentes; no existe una adecuada formación por parte de los mismos; tampoco convergencia en el marco conceptual diseñado por los docentes alrededor del tema de emprendimiento; y no hay incorporación de las herramientas tecnológicas en los procesos de enseñanza del emprendimiento, aun cuando se reconoce su importancia.

**2.1.6 Fuentes, F. y Sánchez, S. (2010)** publican los resultados de un estudio llamado *“Análisis del perfil emprendedor: una perspectiva de género”*, cuyo objetivo principal es analizar los rasgos psicosociales, los estímulos y los principales obstáculos que encuentran las mujeres al iniciar una actividad empresarial. Aunque no se especifican la metodología utilizada los autores resaltan que fue un estudio empírico, sobre un grupo de alumnos de la Universidad de Córdoba España, cuya

recolección de información se realizó a través del cuestionario propuesto por Veciana y Urbano (2004). Como principales conclusiones, se obtuvo que, aunque el concepto de mujer en el ámbito empresarial ha cambiado, aún existe una brecha en el porcentaje de hombres y mujeres que inician su propio negocio, teniendo la mujer más baja representación. Según los hallazgos las mujeres poseen menor iniciativa a la hora de crear empresa, influenciadas en mayor medida por el temor al fracaso.

Por otra parte, se resalta el papel que la educación juega en la formación de perfiles emprendedores. De ahí, que se proponga una educación orientada al fortalecimiento de competencias emprendedoras partiendo del reconocimiento las diferencias de género, teniendo en cuenta que los temores y debilidades ante el proceso de crear empresa, no se presentan de igual forma para hombres y mujeres.

**2.1.7 Julca (2011)** publican el trabajo de investigación llamado *“Evaluación de factores básicos de competencia de emprendimiento empresarial en los estudiantes de turismo: El caso de la Universidad San Martín de Porres, Lima (Perú)”*, con el objetivo principal de determinar la manera en que los rasgos propios de cada estudiante (contexto socioeconómico, edad, entorno familiar y características personales) estaban relacionados con el desarrollo de actitudes hacia la Competencia de Emprendimiento Empresarial; aunque no se especifica el tipo de estudio, se aclara que para la recolección de investigación se apoyaron en el propuesto por Sánchez (2005) denominado “Cuestionario de Orientación Emprendedora (C.O.E.)”.

Se establece como principal conclusión que las universidades tienen la responsabilidad de iniciar y mantener procesos de formación orientados al emprendimiento, buscando de esta manera, aportar no solo a la construcción de conocimiento científico, sino además al desarrollo económico de los países. Además se resalta que la formación en turismo en el Perú, está estrechamente ligada al emprendimiento empresarial.

Por otra parte, la investigadora plantea que un modelo de competencias debe servir como estructura orientadora del proceso educativo peruano.

**2.1.8 Arraut y otros (2011)**, presentan una investigación denominada *“Impacto del programa emprendedor en la Universidad Tecnológica de Bolívar mediante un análisis a través de SPSS”*, cuyo objetivo principal fue evaluar y medir el impacto que ha generado el Programa de Emprendimiento Empresarial en sus graduados. La recolección de información se realizó a través de encuestas y para la codificación y el análisis se implementó el programa SPSS.

Como principales resultados, se evidenció que a pesar de que los jóvenes están siendo impactados positivamente por los programas de emprendimiento, tienen una limitación para la creación de empresas o desarrollo de ideas empresariales por la ausencia de capital, o porque consideran que estos procesos de emprendimiento no hacen parte de su proyecto de vida. De igual manera, mencionan que como factores de éxito se encuentra la creación de cultura y liderazgo hacia el emprendimiento y mantenimiento de estructura que coordinan dichas actividades.

**2.1.9 Garazi (2011)** investigó sobre “*La intención emprendedora en estudiantes universitarios*”, cuyo objetivo se centró en “analizar el papel de los factores psicosociales, culturales y socioeconómicas en la configuración de la intención emprendedora de los estudiantes universitarios, con el fin de valorar el potencial emprendedor de la universidad y derivar posibles recomendaciones de acción que mejoren sus resultados”. La metodología utilizada se desarrolló mediante un cuestionario que evalúa la intención emprendedora a través de variables tales como: intención emprendedora, actitudes hacia la conducta emprendedora, autoeficacia emprendedora, valores, datos sociodemográficos, entre otros. Algunos resultados muestran que las variables psicológicas estudiadas predicen significativamente la intención emprendedora, hallando una relación positiva entre dichas variables y el perfil emprendedor, de igual manera, la investigadora encontró que la intención emprendedora tiene una relación significativa con el género, siendo mayor en el caso de los hombres. En cuanto a las características personales y sociales, se hallaron correlaciones significativas y positivas entre la autoeficacia emprendedora, la actitud hacia la conducta emprendedora, el logro y la responsabilidad, en contraposición a la tradición y la solidaridad que no presentaron correlación con el perfil de aquella persona que emprende.

La investigadora destaca que la “comprensión de los aspectos que influyen en la intención de emprender de los estudiantes puede ayudar a los docentes a desarrollar los métodos de enseñanza que respondan a las necesidades de aprendizaje de los estudiantes. Así, los programas de

emprendimiento deben centrarse en crear y fortalecer la intención emprendedora de los participantes, aunque la puesta en marcha de una empresa a partir de dicha intención dependerá también de diversos factores externos, como por ejemplo recursos (financiación, un espacio, etc.), o la situación del mercado”.

**2.1.10 Mora, R. (2011)** publica los resultados obtenidos de su investigación denominada *“Estudio de actitudes emprendedoras con profesionales que crearon empresa”*, con el fin de analizar algunas actitudes emprendedoras de profesionales egresados de la Universidad Jorge Tadeo Lozano. La metodología se basó en un diseño cualitativo, de tipo transversal y exploratorio; para la recolección de la información se utilizó el instrumento propuesto por Robinson (1987) “Entrepreneurship Attitude Orientation Scale”, que fue aplicado a 121 egresados de esta Universidad.

Los resultados de esta investigación, evidencian que los emprendedores se definen competentes a la hora de crear empresa y enfrentar los retos presentados en el mundo de los negocios, reflejando fortaleza en competencias de agencia como la autoestima y la autoconfianza. Asimismo, los emprendedores evidencian una alta orientación a la innovación, que implica desligarse de los parámetros tradicionales del trabajo rutinario y buscar constantemente nuevas ideas y alternativas de solución a las situaciones presentadas. Otro factor que favorece la actividad emprendedora es la motivación de logro, ya que esta población afirma sentirse satisfechos y motivados al ver que su trabajo es

reconocido entre los mejores, además de expresar orgullo frente de los logros obtenidos durante su proceso de creación o expansión de empresa.

Pero contrario a esto, se encontró que los emprendedores presentan dificultades al momento de tomar riesgos, por tal razón, les molesta la incertidumbre permanente y buscan asumir riesgos controlados.

**2.1.11 Correa, Delgado, y Conde (2011)** investigaron sobre la *“Formación en emprendimiento en estudiantes de la carrera de administración de empresas en la Universidad Pública de Popayán”* dicho estudio sustenta que la relación existente entre la creación de empresas y la educación ha sido tema de investigación para muchos autores internacionales desde los diferentes enfoques, encontrándose una relación positiva entre la propensión a emprender y el nivel educativo de los individuos.

En esta misma línea las autoras señalan que las instituciones de educación superior impulsan el emprendimiento a través de la enseñanza de crear empresa y no educan el emprendimiento, esto hace que en sus programas no se incluya el desarrollo de habilidades, atributos y comportamientos de un emprendedor exitoso. Es por esto que los resultados arrojados establecen que competencias como: minimización del riesgo, autonomía y creatividad, obtuvieron los primeros lugares en relación con el perfil emprendedor.

Los autores concluyen que el desarrollo de competencias para los emprendedores que terminan su formación debe estar orientado a la alineación de contenidos orientados hacia lo funcional. Establecen que es

“fundamental considerar acciones de desarrollo encaminadas al desarrollo de competencias conductuales para que el emprendedor pueda tener éxito”.

**2.1.12 Osorio y Pereira (2011)** en su investigación titulada *“Hacia un modelo de educación para el emprendimiento: una mirada desde la teoría social cognitiva”* se fundamenta en “reflexionar acerca de las necesidades de la educación en emprendimiento, examinando las variables que inciden en una educación sistémica y holística, mostrando que la teoría social cognitiva ofrece un marco teórico pertinente para tales propósitos”. Es por ello, que en su investigación los autores establecen la necesidad que la universidad, como agente formador y transformador, encamine a los individuos a ser partícipes de un proceso de acción emprendedora, donde se reconozcan sus expectativas, pensamientos, intenciones y creencias personales, así como también las limitaciones que pueden encontrar alrededor.

En este sentido los autores argumentan que “la educación para el emprendimiento debe orientar al estudiante a acometer acciones emprendedoras y a reconocerse como un actor social que influye y es influido por su entorno. Esto significa que la educación como elemento complementario del aprendizaje, debe dirigirlo a observar una conducta, a través de mecanismos sociales y cognitivos, para el emprendimiento”.

Como conclusión, los autores cuestionan la dirección que la educación ha tenido en el campo del emprendimiento, ya que falta un enfoque sistémico a la persona que se educa; partiendo de la lógica que muchos cursos

limitadamente crean conciencia sobre el espíritu emprendedor como opción profesional, y fomentan actitudes favorables hacia el tema pero no hacia la decisión de iniciar acciones emprendedoras.

**2.1.13 Thomasson, Roy. (2009).** En el artículo titulado “*Ciencia, innovación y emprendimiento: La próxima generación de negocios en las Américas*” señala:

Un hogar en Nicaragua con electricidad a partir de una bicicleta. Aplicaciones de I-Phone inspiradas en antiguos juegos mayas de hace más de 2000 años. Una receta de una abuela de México convertida en un producto nutritivo presente en los anaqueles de Wal-Mart.

Estos son apenas tres proyectos de más de 2000 equipos que han participado desde 2006 en la Competencia de Talento e Innovación (TIC Américas, por sus siglas en inglés) del Fondo para los Negocios de Jóvenes de las Américas (YABT, por las siglas en inglés de Young Américas Business Trust). Ellos nos demuestran que hay mucho para estar esperanzados acerca de la próxima generación de líderes científicos y comerciales.

Los jóvenes de hoy no solo son competitivos en las Américas; los hemos visto triunfar en competencias internacionales. Tanto los ganadores como los no ganadores son verdaderamente impresionantes. Su visión empresarial, así como su innovación científica y técnica, y su calidad, son de clase mundial. Un proyecto de Brasil, ganador en 2007 de TIC Américas, ha sido recientemente adquirido por una compañía global de



tecnología. Otro de México fue suficientemente exitoso como para vender juegos electrónicos en Asia.

Estos jóvenes están redefiniendo los negocios en nuestro hemisferio. A la par de ser competidores exitosos, encontramos que tienen un extraordinario nivel de compromiso con la comunidad y los emprendimientos sociales. Ven la responsabilidad social como parte del eje de su estrategia de negocios, no simplemente como un regalo caritativo. Los emprendedores jóvenes como aquellos que están ayudando en Colombia a gente ciega a distinguir por vez primera los colores ya están haciendo contribuciones significativas en su comunidad.

En 24 años de trabajo con jóvenes líderes de negocios en 40 países, desde Brasil hasta Mongolia, hemos visto su potencial. Pero también hemos aprendido que un enfoque más sistemático con una infraestructura nacional coherente, tal como lo hay en Asia, conlleva a la creación de negocios más exitosos y sostenibles. Los enfoques tradicionales, aunque excelentes en algunas áreas, aún sufren de falta de coherencia.

Programas como los Laboratorios de Negocios del YABT alientan el desarrollo de habilidades prácticas e involucran gente joven a través de la acción, en lugar de clases teóricas en las que el alumno solamente toma apuntes de lo que dice el profesor. Esto enciende su interés y les proporciona una introducción para llevar a cabo un plan de negocios. En Panamá, el Ministerio de Educación está utilizándolos a fin de preparar para el mundo real a cada estudiante que egresa de la escuela secundaria.

Aunque es común pensar solamente en las súper empresas asiáticas dando soluciones a algunos de los mayores retos tecnológicos del mundo, no podemos ignorar el potencial que los jóvenes emprendedores de América Latina y el Caribe están aportando al desarrollo nacional e internacional.

Podemos, sin embargo, aprender de la experiencia asiática. Por ejemplo, Taiwán, un país insular relativamente pequeño con recursos limitados y grandes retos políticos, es una de las historias de éxito asiáticas más interesante y relevante, mostrando los resultados de inversiones en ciencia, investigación, tecnología y emprendimientos. Una infraestructura nacional ha creado una plataforma que hace de Taiwán un líder en ingeniería y tecnología.

A menudo nuestros ingenieros se gradúan con limitado conocimiento como emprendedores. Imagine Cup, una competencia mundial de software organizada por Microsoft encontró que aunque sus ingenieros son hábiles en programación, necesitan entender más que eso. Por ello, solicitaron ayuda a YABT para construir el elemento empresarial en su programa.

Esta asociación crítica es reconocida ahora por los Estados Miembros de la OEA. En 2008 los Ministros y Altas Autoridades de los Estados Miembros de la OEA adoptaron el Plan de Acción de México, que persigue elevar el currículo universitario de ingeniería y al mismo tiempo impulsar el emprendimiento. YABT está trabajando con el Departamento de Ciencia, Tecnología e Innovación de la OEA a fin de incorporar los

Laboratorios de Negocios en esa iniciativa. Intercadencia, como comunidad de líderes científicos de las Américas, es esencial en este proceso colaborativo de creación de científicos, así como emprendedores, con una visión tanto de negocios como social.

**2.1.14 Ramírez Urquidy, Martín, Bernal, Manuel, & Fuentes, Roberto. (2013).** en el artículo titulado *“Emprendimiento y desarrollo manufactureros en las entidades federativas de México”* señala lo siguiente:

El presente trabajo se orientó a establecer empíricamente si hay algún patrón de desarrollo empresarial asociado con el nivel de crecimiento de las entidades federativas del país. Los resultados del trabajo apuntan a la confirmación de la hipótesis: el avance económico de las entidades federativas condiciona su estructura empresarial y su capacidad de emprendimiento; lo que implica que a un mayor nivel de desarrollo le corresponde una estructura empresarial con pequeñas empresas de escalas relativamente más grandes, compatible con mejores capacidades empresariales, y una disminución de emprendimientos de autoempleo. El trabajo no encuentra la causalidad inversa de que la estructura empresarial y sus capacidades influyan en el desarrollo, lo que sugiere que éste es producto de un número mayor de fuerzas económicas, sociales e institucionales. Los resultados también pueden indicar que los diferenciales en estructuras empresariales y sectoriales entre las entidades federativas, pudieran también vincularse con los niveles de competitividad de los estados considerando la lógica de Porter, ya que presentan estructuras empresariales y desempeños heterogéneos;

algunas entidades federativas están consolidándose en su desarrollo y competitividad; unas están avanzando y otras se encuentran rezagadas (Ocegueda et al., 2009).

En este contexto, los resultados del presente estudio aplican para entender cómo opera la interacción entre el desarrollo y la estructura empresarial y del emprendimiento en las entidades federativas del país; y para orientar las políticas públicas locales en materia empresarial que debe considerar acciones que promuevan el avance en algunos componentes de la competitividad que entraña el desarrollo. En este sentido, los índices de competitividad, que representan un espectro amplio de indicadores, exhiben fibras importantes en el que la acción pública puede incidir, algunas novedosas y otras en los que se requiere seguirlas resaltando. Tal es el caso de las acciones encaminadas a mejorar el sistema legal para que sea más eficiente, no sólo en las áreas penales donde se requiere mayor rapidez en sentencias, sino también en las de derechos de propiedad, mercantiles, corporativas, y de regulación y coerción de contratos; seguir emprendiendo acciones para abatir índices de corrupción; de mayor importancia, la inversión en capital humano en todos los niveles, enfocada a elevar la escolaridad promedio, mejorar la calidad educativa y promover una mayor cobertura de educación media superior y superior, además de la cobertura en salud; y la ampliación y mejor orientación de la infraestructura física y tecnológica. Algunos aspectos están más claramente asociados con el emprendimiento donde el papel del gobierno es importante y que pueden abonar al fortalecimiento del sector empresarial son el mejoramiento de las regulaciones y

procedimientos para abrir negocios; el fortalecimiento en el procesamiento y gestión de trámites empresariales; la eficiencia en recaudación que impliquen reducciones de costos de transacción en cuestiones fiscales para las empresas; y la mayor eficiencia y orientación adecuada del gasto público y las compras gubernamentales hacia el fortalecimiento de las estructuras empresariales locales. En materia de emprendimiento, aspectos relacionados con el capital humano que inciden en los IC tienen que ver con el establecimiento de programas de asistencia técnica y capacitación empresariales, que puede mejorar las prácticas empresariales en los estratos de emprendedores incluyendo los menos favorecidos; el vínculo de la educación superior con los sectores productivos y la coordinación de las políticas educativas, de ciencia y tecnología e industrial (Mungaray, 2011), que debe constituirse en el impulso de innovaciones encaminadas al emprendimiento y a la mejora productiva.

En suma, éstos son algunos elementos en que la mejora en la calidad de las políticas públicas y de las instituciones puede incidir en indicadores del desarrollo y, por ende, en las estructuras empresariales y del emprendimiento de las entidades federativas del país, tal como infieren los resultados del trabajo.

**2.1.15 Palacios Núñez, Guadalupe. (2010)** en el artículo titulado *“Emprendimiento social: integrando a los excluidos en el ámbito rural”* señala lo siguiente:

El término de emprendimiento social se adopta fuertemente en el siglo XXI, para designar formas de organización novedosas que resuelven problemas sociales. Ante la incapacidad gubernamental y la falta de recursos del tercer sector para resolver problemas sociales específicos de cada comunidad, surge el emprendimiento social como la esperanza de un modelo de empresa más humano y sustentable. La empresa social al combinar rentabilidad y misión social, ofrece la posibilidad de resolver problemas sociales y no perecer ante un capitalismo rapaz que no permite la sobrevivencia a largo plazo de los que sólo se concentran en el bien común. El estudio de caso muestra que el emprendimiento social puede ser una alternativa para superar los rezagos y la exclusión que sufre el agro mexicano, pues el hecho de unirse y organizarse con la finalidad de construir una economía solidaria, les ha permitido a los pequeños productores ingresar a niveles de mercado que antes les estaban negados por los altos costos que implica el modelo de reconversión productiva que ha adoptado México. Sin duda, el rol del emprendedor es fundamental, así como el de las instituciones que respaldan las acciones de éste. Aunque no hay un modelo único a seguir en el emprendimiento o un “the best way”, los estudios de caso nos muestran lo importante que es analizar lo que este tipo de procesos pueden lograr en materia de desarrollo.

**2.1.16. Pineiro Carreras, Julia. (2011)** en el artículo científico titulado “*Los emprendimientos turísticos y sus efectos: El caso del Hotel-Casino en Victoria, Entre Ríos, Argentina*” concluye:

La generación de empleo y el crecimiento de las prácticas adictivas respecto del juego (aquellas "cosas buenas y malas" que anticipaba el cura párroco en la inauguración) se constituyen en los epítomes de lo que es localmente concebido como las consecuencias 'positivas' y 'negativas' que llegaron de la mano del casino y que en 2008 en una reunión de concejales de distintas localidades de la provincia una legisladora victoriense calificó como "las dos caras de la moneda del desarrollo".

Quienes se encuentran directamente vinculados con la industria turística (dueños de agencias de turismo, hoteleros, y prestadores de diversos servicios turísticos, entre otros), ponen de relieve otras consecuencias de la llegada del hotel-casino. Por un lado, ellos consideran que la apertura del primer cinco estrellas de la ciudad dio origen al arribo de un 'nuevo tipo' de turista demandante de cierta 'clase' de servicios. Según sostuviera el primer gerente del hotel en una entrevista realizada en febrero de 2008, su apertura generó que buena parte de la oferta gastronómica tendiera a 'subir de nivel' para poder satisfacer un nuevo tipo de demanda.

**2.1.17 Radrigán R, Mario H, Dávila R, Ana María, & Penaglia V, Francesco E. (2012).** En el artículo titulado "*Gestión y Liderazgos en los Emprendimientos Sociales: El caso del Sector No Lucrativo Chileno*" concluye:

La bibliografía utilizada en este artículo, expone que no existe un sólo tipo de liderazgo para la gestión de los emprendimientos sociales. En otras palabras no existe una receta mágica que indique cómo se debe gestionar la organización por parte del líder. Sin embargo aseguran que,

dependiendo de la etapa de crecimiento en que se encuentren las organizaciones sin fines de lucro, el líder debe asumir diferentes roles.

Al inicio es necesario que el líder sea la cabeza y guía de la organización, encargado de la gestión, información, capacitación, consecución de los recursos, etc. Pero a medida que los emprendimientos sociales van evolucionando, se hace necesario que el líder descentralice su labor y la comparta con los coordinadores de cada área y con los jefes de proyecto. Esto genera estructuras flexibles al interior de las organizaciones, permitiendo una rápida respuesta a los diferentes requerimientos del entorno.

Por último, es importante resaltar que el sector no lucrativo ha sufrido grandes cambios, ha dejado de ser ese lugar donde los grandes empresarios tiraban los pesos que les sobraban y donde sólo había cabida para un personal voluntario. Hoy día son compañías inteligentes, que logran transformar realidades en los escenarios más vulnerables de Chile, al mismo tiempo que generan un aprendizaje continuo al interior de la organización, un conocimiento que difícilmente podrían aprender en otro lugar que no fuera dentro de una organización sin fines de lucro.

**2.1.18 Rodríguez-Suárez, Pedro Manuel, Pico-González, Beatriz, & Méndez-Ramírez, Francisco Javier. (2013)** en el Artículo titulado *“Capacidad innovadora en la empresa familiar como área de oportunidad hacia el desarrollo de México”* Sostiene:

El capital más importante que tiene un país es su gente ya que permite observar un mosaico de distintas posibilidades y puntos de vista;



asimismo, la empresa familiar forma parte importante de la vida económica de muchos países, y son estas empresas que por medio de las familias hacen historia a través de sus productos y servicios, que en algunos casos son tradiciones obligadas para conocer, comprar y experimentar en diversas poblaciones de México y el mundo.

Por lo tanto, la flexibilidad estratégica y capacidad innovadora desempeñan un papel indispensable en las empresas familiares para propiciar su continuidad y desarrollo, así también existen otras empresas que no las consideran características preponderantes, sin embargo, puede representar una área de oportunidad a desarrollar, siempre y cuando sean reconocidas las condiciones por la empresa y estén dispuestas a desafiarlas. La cultura emprendedora, como pilar substancial de la flexibilidad estratégica, resulta un factor relevante, inspirador y brinda fortaleza para enfrentar atractivos desafíos en la historia y evolución de la empresa. Lo más importante es identificar las variables antes descritas dentro de la empresa familiar, haciendo un acto de reflexión en éstas y colaborando para que se identifique y se potencialicen para su desarrollo y continuidad, no existe nada más importante para un país que fortalecer su tejido social por medio del trabajo y oportunidades de desarrollo, y qué mejor que sea a través de la empresa familiar.

Es así como las empresas familiares se pueden analizar desde diferentes perspectivas, en concreto, en el caso mexicano resulta conveniente estudiar a la empresa familiar desde un punto de vista cualitativo y cuantitativo, como es el caso del análisis decisional y su relación con las estrategias internas y el impacto generado en las estrategias externas;

otro aspecto que no ha sido investigado a profundidad es el desarrollo de la sustentabilidad y su relación con la productividad.

Una de las aportaciones principales en el desarrollo de esta investigación documental por parte de los autores fue la realización del análisis cualitativo entre las variables flexibilidad estratégica y la capacidad para innovar la empresa familiar, considerando que el uso constante de la primera produce la diferencia que la hace única en relación con la competencia, generando un impacto en su desarrollo.

**2.1.19. Baltar, Fabiola, & Brunet Icart, Ignasi. (2013)** en el Artículo titulado *“Estructura de oportunidades y comportamiento emprendedor: Empresarios argentinos en Cataluña, España”* señala:

Como se expuso en la primera parte, se ha planteado la cuestión del empresariado étnico desde una perspectiva económica, centrando el análisis en la innovación y el rol de las instituciones como soporte a la creación de empresas dentro del colectivo inmigrante. Para ello se ha estudiado el impacto que estas actividades tienen en el desarrollo económico, tanto por su capacidad para generar innovaciones, como por su participación en el empleo y en el crecimiento de la economía.

Se ha clasificado a los emprendedores argentinos de acuerdo con la trayectoria laboral previa a la llegada a España, el tipo de emprendimiento iniciado y las motivaciones que tienen al momento de decidir ser empresarios en Cataluña. Así mismo se ha comprobado que existe un numeroso grupo de emprendedores que inician empresas motivados por la explotación de oportunidades. Dentro de este grupo puede verse que el

grado de innovación está asociado al nivel de formación del emprendedor y determina, de manera significativa, el desempeño empresarial.

Aspectos como la afinidad cultural, idiomática y los lazos históricos entre ambos países, que en gran parte se materializan legalmente con la nacionalidad, explican las bajas barreras al ingreso en el nuevo contexto. Además, el beneficio económico derivado de sus actividades se mide por sus potencialidades innovadoras, y su capacidad de generar empleo y ampliar mercados. De hecho, Argentina ha demostrado disponer de recursos humanos capaces de liderar procesos de innovación y promover la competitividad. Por lo demás, estos empresarios han tomado decisiones en contextos más turbulentos que el que enfrentan en la sociedad de destino. Esta experiencia les permite ver oportunidades, asumir riesgos y realizar inversiones, mientras otros paralizan o inhiben sus acciones en periodos de crisis.

De acuerdo con estos resultados, se propone ampliar el alcance explicativo de la hipótesis de procedencia propuesta por el GEM para definir la creación de empresas étnicas motivadas por oportunidad como el resultado esperado de la interrelación de atributos personales y de las características de la sociedad de acogida, que determinan las estrategias empresariales y el grado de impacto en las economías de origen y destino.

La decisión de iniciar una empresa se asocia directamente con la obtención de mayores ingresos como autónomos que los que obtiene empleándose a terceros. Y es que, en este sentido, estamos en presencia de individuos que pueden laborar en el mercado formal de trabajo. Los

emprendedores argentinos que previamente han trabajado para otros reconocen que las posibilidades de crecimiento dentro de una empresa local es más limitada para un extranjero que para un autóctono. De esta forma, la creación de la empresa no responde a la teoría de la marginalidad y la salida al desempleo, sino a la elección de la opción más rentable dentro de las disponibles. Los emprendedores argentinos pueden iniciar proyectos empresariales motivados por la detección de oportunidades de negocio, motivación que se explica, en parte, por las características del grupo al que pertenecen y por la estructura de oportunidades del territorio.

Dentro del colectivo argentino existe un gran potencial emprendedor, combinado con elevados niveles de formación. En muchos casos, estos emprendedores potenciales acumulan experiencia y relaciones en los empleos formales, incrementando sus niveles de ahorro y aguardando una mejora en las condiciones económicas. De esta forma, van gestando la idea empresarial, obteniendo recursos e información del mercado que les permitirá ingresar, a futuro, con una posición sólida y consolidada que impactará positivamente a la economía española, en especial aquellas empresas de base tecnológica.

**2.1.20. Pizzi, Alejandro, y Brunet, Ignasi. (2013).** en el artículo titulado “*Creación de empresas, modelos de innovación y pymes*” concluye

La innovación emprendedora o el emprendimiento innovador tienen una importancia central en el contexto del proceso de reestructuración y dinamización del capitalismo que tuvo lugar desde mediados de la década

de los ochenta. En la economía política del capitalismo de los años noventa, el emprendimiento y la innovación se posicionaron como instancias estratégicas de la competitividad y el desarrollo. Este posicionamiento explica que el emprendimiento y la innovación sean parte de las nuevas reglas del juego del capitalismo y, si se aceptan esas reglas, la opción real para las sociedades es participar en ellas de la forma más rentable. Por ello, en la actualidad la evidencia internacional confirma que los niveles más altos de desarrollo capitalista corresponden a países que muestran también altos niveles de emprendimiento innovador en sus economías. La innovación y la competitividad son los principales multiplicadores en las economías industrializadas y emergentes. El comportamiento innovador se ha atribuido a una serie de factores, como las estructuras institucionales, los comportamientos emprendedores y arriesgados, el aprendizaje organizacional y las capacidades tecnológicas y organizacionales. Un ejemplo de comportamiento innovador arriesgado es el de las pymes, por lo que los nuevos desarrollos teóricos relativizan la idea difundida de que son principalmente las grandes empresas las que llevan adelante procesos de innovación.

**2.1.21 Petit Torres, Elsa Emilia. (2007).** En el artículo titulado “*La gerencia emprendedora innovadora como catalizador del emprendimiento económico*” concluye:

La relación entre capital social y emprendimiento en el ámbito local y regional implica considerar dentro del enfoque del desarrollo endógeno el surgimiento de las redes como nuevas formas de organización estratégica para intensificar la creación de nuevo conocimiento.

El capital social es un concepto manejado profundamente en la economía, en las ciencias políticas y también en la sociología. Desde las tres perspectivas, el capital social puede analizarse como el complemento contextual del capital humano (cuando refiero al contexto hablo del sistema social configurado para un fin determinado sea en ámbito local o regional). De acuerdo con el planteamiento de Burt (2000) el capital social está dado por los productos que emergen de la relación existente entre los miembros de una red. Y las redes, por naturaleza y alcance, definen las relaciones intersectoriales (Vega, 2004), tales relaciones constituyen estratégicamente la base tecnológica de las organizaciones innovadoras que dinamizan el proceso de emprendimiento.

La eficiencia de una sociedad para marcar su acción coordinada depende según Putnam (1993) de las características de la organización social, y si ésta logra estimular el surgimiento de nuevas iniciativas para impulsar su desarrollo endógeno. Esto quiere decir, desde la perspectiva práctica de la gerencia empresarial innovadora que el desarrollo endógeno es una estrategia para la acción, mientras que las redes son el mecanismo organizacional más apropiado para el desarrollo endógeno.

Dentro de la Teoría del Desarrollo Económico, el desarrollo endógeno es una nueva concepción, cuya fundamentación es que el sistema productivo de los países crece y se transforma utilizando el potencial de desarrollo existente en el territorio (en las regiones y en las ciudades) mediante las inversiones que realizan las empresas y los agentes públicos, bajo el control creciente de la comunidad. (Vásquez, 1999) Arocena (1995) añade que es un proceso en el que lo social se integra con lo económico.

Conforme a este nuevo paradigma de desarrollo económico, el territorio (localidad o región) es un agente transformador y no un mero soporte de los recursos y de las actividades económicas, ya que las empresas y los demás actores del territorio interactúan entre sí organizándose para desarrollar la economía y la sociedad.

La propia organización de la producción es el principal factor de competitividad, la organización de las empresas formando redes de empresas especializadas hace posible obtener economías de escala externas a las empresas, pero internas al sistema productivo local, y reducir costos de transacción.

La relación entre capital social y emprendimiento en el ámbito local y regional ilustra claramente un proceso de cambio estructural y de crecimiento económico que persigue satisfacer las necesidades y demandas de una población local a través de la participación activa de la comunidad local en los procesos de desarrollo.

El emprendimiento en el ámbito local y en el ámbito regional se despliega a través de la estructura generada por el capital social dentro de una economía local que impulsa la autoorganización, de forma espontánea, guiada por la necesidad de las empresas de producir bienes y servicios para un mercado existente en el que compiten con los productos de empresas de otras ciudades y regiones.

Finalmente, puede concluirse que el desarrollo endógeno es prácticamente el resultado de la efectiva correspondencia entre capital social y emprendimiento en el ámbito local y regional.

**2.1.22 Guzmán Vásquez, Alexander, y Trujillo Dávila, María Andrea.**

**(2008)** en el artículo titulado *“Emprendimiento social - revisión de literatura”* concluye:

En este artículo se ha resaltado como el objetivo central del emprendimiento social la búsqueda y puesta en marcha de soluciones a problemas sociales. Sin embargo, se resaltan características imprescindibles para considerarlo como un emprendimiento social en sí mismo, tales como la acción directa de los emprendedores sociales y la modificación de manera permanente al desequilibrio social identificado en el entorno. Este emprendimiento no está circunscrito únicamente al sector de las organizaciones sin ánimo de lucro, sino que debe ser llevado a cabo por otro tipo de organizaciones tales como los organismos gubernamentales o por las empresas del sector privado.

Por lo anterior, y considerando que cualquier organización puede adelantar emprendimientos sociales, emerge el debate sobre la responsabilidad social de las corporaciones. Si bien algunos teóricos sostienen que no es otra que la generación de utilidades para los accionistas, aquí se sostiene que las gerencias de empresas privadas deben buscar el bienestar de los diferentes grupos de interés, desarrollando emprendimientos sociales que complementen su actuar económico. Dado esto, el emprendimiento de negocios no puede separarse plenamente del emprendimiento social, puesto que coexisten en un continuo entre los objetivos económicos y los sociales. A pesar de lo anterior, para claridad conceptual, se pueden resaltar diferencias claras entre uno y otro tipo de emprendimiento. La principal diferencia entre los



emprendimientos sociales y los de negocios está en que mientras los emprendedores de negocios abordan el problema desde un punto de vista puramente económico, los emprendedores sociales se enfocan en un tópico que desean resolver en el sector social y no actúan necesariamente motivados por remuneraciones materiales o monetarias para sí mismos. Además del fin perseguido, los emprendimientos sociales se diferencian de los emprendimientos de negocios por las características que adopta el emprendimiento social como una actividad emprendedora especial. Por ejemplo, las fallas de mercado pueden representar una barrera para los emprendimientos de negocios, pero resultan fuente de oportunidades de los emprendimientos sociales.

Dado que la creación de valor social sostenible es la característica clave de los emprendimientos sociales, es necesario acotar que, cuando se hace referencia a la creación de valor social sostenible, se está haciendo mención a la generación de riqueza para la sociedad por medio de cambios permanentes. La creación de valor se puede alcanzar derribando la presencia de barreras en el grupo objetivo que sufre de una carencia específica, apoyando a poblaciones objetivo debilitadas, buscando dar una voz a quien de otra manera permanecería pasivo frente a la defensa de sus intereses y sus derechos, y encontrando soluciones a efectos secundarios indeseados de bienes o servicios que se producen en el marco normativo vigente, como los residuos sólidos, la adicción a la nicotina o al alcohol.

La importancia del emprendimiento social está en el impacto que éste tiene sobre el desarrollo económico, y es especialmente oportuno en

países en vías de desarrollo, en los que la construcción social colectiva complementa la acción realizada por el Estado para hacer frente a los problemas de la sociedad. Lo anterior hace que este tipo de emprendimientos sean un asunto de política pública al cual es necesario prestarle atención.

Finalmente, es importante resaltar que la principal limitación de este trabajo está en la poca literatura existente hasta el momento, relacionada con el análisis del emprendimiento social desde una perspectiva teórica y empírica en economías emergentes. Se recomienda ahondar en investigaciones empíricas y contrastar las predicciones teóricas relacionadas con los emprendimientos sociales, principalmente en países en vía de desarrollo, debido al impacto de este tipo de emprendimiento para el bienestar económico de estas naciones.

**2.1.23. Rodríguez, Carlos Alberto, & Prieto Pinto, Frank A. (2009).** en el artículo titulado *“La sensibilidad al emprendimiento en los estudiantes universitarios: Estudio comparativo Colombia-Francia”* indica:

Según Krueger y Carsrud (1993), el modelo de comportamiento planificado TPB es una herramienta sencilla pero a la vez robusta que permite entender mejor los procesos emprendedores. En el modelo, los procesos cognitivos individuales se integran en una estructura que además contempla aspectos culturales, permitiendo explicar por qué algunas sociedades son más propensas a la creación de empresas que otras.

En el presente trabajo se evidenciaron las diferencias de percepción en Colombia y Francia respecto al emprendimiento. La herramienta contempló las actitudes y los rasgos de la personalidad del individuo, y también la aceptación de la carrera emprendedora y las oportunidades y dificultades presentes en el entorno para crear empresa.

En todo caso, la puerta queda abierta para realizar estudios comparativos con otros países, incluso con culturas "aparentemente" más parecidas a la colombiana, por ejemplo las latinoamericanas. Así mismo para adelantar estudios internos que permitan estudiar las diferencias de percepción entre regiones y universidades.

Los estudiantes colombianos identifican claramente el acto de emprender con los valores propios de su calidad de vida profesional. El empresarismo es visto como una forma muy respetable de ejercer la profesión. Es vital para las universidades y todas aquellas entidades estatales seguir cultivando esta creencia, profesionalizando los estímulos a través de ferias especializadas, capacitaciones puntuales y dándole una mayor exposición a la labor emprendedora en los medios de comunicación.

En Colombia, la creación de empresas es considerada como un mecanismo válido para alcanzar estabilidad y seguridad laboral. Aunque el emprendimiento lleva consigo una serie de riesgos a nivel económico, los estudiantes lo perciben como una opción segura para alcanzar un ingreso estable.

Al analizar los resultados a la luz del modelo de comportamiento planificado de Ajzen, es posible identificar que los estudiantes

colombianos perciben que la norma subjetiva impone en ellos una obligación moral para aportar algo útil a la comunidad. Un gran porcentaje de los encuestados considera que crear empresa les permitiría ayudar a sus semejantes. Desde esta perspectiva, el emprendimiento no solo es una alternativa laboral para quien emprende, sino que se cumple con una función social, la cual está representada básicamente en la capacidad de una iniciativa emprendedora para generar empleo.

Los estudiantes colombianos, en comparación con los estudiantes franceses, se perciben con una mejor actitud hacia el emprendimiento. Identifican claramente una correlación positiva entre una carrera emprendedora y los valores deseados en la calidad de vida; adicionalmente, consideran que una empresa propia les permitiría lograr esa calidad de vida. Si bien en el caso de Francia se identifican los valores propios de una carrera profesional con una emprendedora, existen grandes márgenes de duda respecto a las posibilidades que les ofrecería una empresa propia. En los estudiantes colombianos existe por tanto coherencia entre las creencias y las actuaciones.

La labor de las universidades y entidades especializadas en el fomento del emprendimiento en Colombia no estriba en fomentar una cultura emprendedora basada en la creación de una conciencia hacia el emprendimiento. De hecho, y con base en los resultados obtenidos, esa cultura existe y es bastante fuerte. Estudios realizados en Colombia por el Global Entrepreneurship Monitor, GEM, respaldan la anterior afirmación y ponen de manifiesto el liderazgo del país en este indicador respecto al resto del mundo.

Estas entidades deben enfocarse en el desarrollo de un mercado crediticio y de financiación de los proyectos emprendedores, el fortalecimiento de habilidades gerenciales y de los conocimientos técnicos necesarios que les permitan a los emprendedores disminuir el riesgo de cierre de sus empresas a los pocos años de creadas. Colombia, según el informe GEM, ocupó en 2006 el segundo puesto dentro de los países con la mayor tasa de actividad empresarial, y, paralelamente, el segundo puesto dentro de los países con la más alta tasa de cierres de empresa. El informe global GEM 2007 muestra nuevamente que Colombia se encuentra dentro de los cinco países con la mayor tasa de cierre del mundo. Entre las principales razones se encuentran problemas para obtener financiación, la baja rentabilidad del negocio y dificultades para vender, problemas que pueden minimizarse cuando existe el suficiente apoyo de la sociedad y conocimientos técnicos en finanzas y mercadeo.

A pesar de las dificultades a las que se enfrentan los emprendedores en nuestro país para materializar sus proyectos, existe la apreciación de poder manejar esas circunstancias. El control comportamental percibido en los universitarios colombianos es alto, puesto que consideran tener las capacidades técnicas para sacar adelante sus iniciativas empresariales; sin embargo, las oportunidades identificadas y el control de los aspectos financieros de su proyecto son percibidos como bajos -atraer accionistas, obtener financiación bancaria y fondos de personas cercanas como amigos y familiares.

El acceso al mercado financiero en condiciones justas, con tasas de interés adecuadas a la situación del emprendedor, permitiría mejorar no

solo la percepción, sino también la realidad de las oportunidades y facilidades para obtener financiación bancaria por parte de los empresarios. Una efectiva regulación gubernamental, subsidios, apoyos estatales técnicos y financieros, disminución de la burocracia en la formalización de las empresas y un plan impositivo que favorezca la creación y supervivencia de los nuevos proyectos, son elementos clave para mejorar el control comportamental percibido. Al tener mayores facilidades y apoyos al emprendimiento, se genera en el emprendedor la percepción de estar más capacitado para poner en marcha su iniciativa empresarial.

La familia se constituye, en el caso colombiano, en un factor de presión y control social positivo y muy poderoso al momento de toma de la decisión de emprender; en parte, porque en un gran número de nuevas empresas es la familia la primera fuente de mano de obra y quien financiaría el proyecto, dado el bajo acceso a fuentes de financiación formales. Si bien esta situación favorece la cohesión social y la integridad de la familia como institución, tiene el gran riesgo de involucrar aspectos estrictamente personales o familiares en las decisiones que se tomen dentro de la empresa.

Es importante fortalecer la formación de los emprendedores en planeación estratégica y políticas para la toma de decisiones. El desarrollo de planes estructurados, el seguimiento a los mismos y la claridad en las normas de gobierno de las empresas son elementos clave para disminuir el impacto de la improvisación en la toma de decisiones.

La gran mayoría de los encuestados colombianos considera probable crear empresa en el futuro próximo; sin embargo es preciso fomentar en los emprendedores la conciencia de la importancia de la formalización de sus actividades empresariales, dados los altos índices de informalidad existentes en Colombia. Según datos para 2007 obtenidos del Viceministerio de Desarrollo Empresarial del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, el 86% de los nuevos proyectos se quedan en la informalidad.

En un país como Colombia, con alta informalidad y desempleo, debe tomarse nota de la mayoritaria preferencia de sus nacionales por ser empresarios. Una política conjunta entre el sector público y privado para apoyar técnica y financieramente proyectos realmente innovadores o intensivos en generación de empleo, permitirá la consolidación de una clase social emprendedora y con negocios sostenibles en el largo plazo.

A pesar de la alta inclinación hacia el emprendimiento percibida en Colombia, es necesario consolidar mecanismos para garantizar que las intenciones de emprender se transformen en comportamientos conscientes, planificados y consistentes. La tarea es consolidar una verdadera cultura emprendedora, formal, innovadora e incluyente, fruto de un proyecto de nación y no de decisiones coyunturales en un contexto social y económica incierto.

## 2.2. Marco Teórico

### 2.2.1. Concepto de emprendimiento

El emprendimiento se ha constituido en un área del saber, la cual ha tomado un profundo interés en el campo del desarrollo empresarial en países de economías emergentes, puesto que se percibe como una oportunidad para apalancar el desarrollo económico y social de las comunidades. Por otro lado, este término ha sido utilizado para resaltar aquellas personas que tienen iniciativa para crear una nueva empresa o proyecto, término que después fue aplicado a empresarios que fueron innovadores o agregaban valor a un producto o proceso ya existente, esto último con el fin de alcanzar mayores logros en desarrollo de estas empresas que comienzan a incursionar en el mercado (Petit, 2007).

El emprendimiento como concepto no ha logrado unanimidad en la comunidad de expertos y académicos pero en general se relaciona con la creación de algo nuevo y de manera específica a la creación de nuevas empresas, pero también se relaciona con la capacidad de detectar oportunidades de negocio, acceder a ella y explotarla (Calderón, 1999).

El emprendimiento ha sido abordado desde la economía, la sociología y la psicología, (Sánchez, 2011; Álvarez y Urbano, 2011) como disciplinas que influyen en el individuo en el momento de optar por el emprendimiento como alternativa que le permita desenvolver sus capacidades en el entorno sociocultural con el fin de crear empresa, es por esto que puede entenderse según la expresión de la conducta humana, razón por la cual se adopta una concepción holística aceptando participación de diferentes



ciencias convirtiéndose así en un ejercicio multidisciplinar de las ciencias sociales (Pereira, 2007).

### **2.2.2 Concepto de Emprendimiento en el GEM**

El Global Entrepreneurship Monitor (GEM), es un Proyecto Global que fue instituido en el año 1999 por Babson College y London Business School, con el fin de fortalecer las investigaciones relacionadas con el emprendimiento, esta red de investigación busca monitorear el desarrollo del emprendimiento a nivel global para responder a la importancia que este tema ha tenido en los últimos años (Global Entrepreneurship Monitor, 2009).

Cabe resaltar que el GEM analiza el emprendimiento como un fenómeno global que día a día va en aumento (Sánchez, 2011), es por ello que lo evalúa partiendo de las actitudes y deseos que los individuos poseen para crear empresas (Gómez y otros, 2010).

Desde esta perspectiva, el GEM estudia rigurosamente las características enmarcadas bajo el concepto de emprendimiento, considerándolo como un proceso que va desde una idea generada en la mente del emprendedor, hasta una etapa donde el negocio se encuentra establecido. Es importante entonces, establecer la importancia que el emprendimiento genera para el desarrollo económico conduciendo a la estabilidad tanto económica y social en la región que este se lleva a cabo (Amorós y Cazenave, 2013).

### **2.2.3. Las Instituciones Educativas superiores y la Formación en Emprendimiento.**

Las exigencias de un mundo globalizado, demandó de las instituciones educativas y en especial a las de nivel superior un esfuerzo por incentivar pensamientos e iniciativas emprendedoras que favorezcan el desarrollo individual como a nivel regional. Según Andrade y Bravo (2009), en Latinoamérica se evidencia una formación en emprendimiento soportada teóricamente en la necesidad de conocer tanto los elementos que promueven el éxito como el fracaso en los procesos de

emprendimiento; además se resalta que esta formación soporta su éxito, en el esfuerzo colectivo que realizan las instituciones (logística), los docentes (metodología) y estudiantes (disposición para la generación de aprendizajes).

Aunque para Castillo (1999) los docentes se constituyen en actores fundamentales en el proceso de enseñanza-aprendizaje alrededor del emprendimiento, y frente a esto, menciona que el profesor es un actor irremplazable en la generación de una mentalidad diferente, que promueva cambios de actitud e incentiven el emprendimiento. De esta manera, se evidencia el reto presentado tanto a los docentes como estudiantes en la creación y desarrollo de un espíritu emprendedor, y resalta la importancia de un adecuado guía en este proceso de formación.

Andrade y Bravo (2009), mencionan que las metodologías más implementadas para la enseñanza del emprendimiento están orientadas a abordar temáticas relacionadas con creación de plan de empresas, que implica la elaboración de un proyecto de negocio, factible y coherente con las necesidades del mercado; contacto e interpretación de la realidad

donde se han materializado ideas emprendedoras, de tal manera que el estudiante tiene un espacio para el conocimiento y reflexión frente al camino experimentado por emprendedores exitosos, que generan un referente positivo y motivacional para los jóvenes en su proceso de formación; y por último, el análisis de casos, que implica la ilustración de situaciones particulares que involucran procesos de emprendimiento, facilitando la reflexión y toma de decisiones frente a las realidades y posibilidades que se presentan.

Según Castillo (1999), la enseñanza del emprendimiento no está vinculada con el número de empresas creadas, si no con la capacidad de crecer y generar riqueza, orientarse al crecimiento, y lograr la interrelación de tres elementos como son el mercado, los recursos y las personas. Estas concepciones teóricas según el autor permiten a los emprendedores tener mayores opciones de éxito e impacto en el desarrollo de su entorno. En este sentido, se puede decir que la formación en emprendimiento se constituye en un aporte importante que realizan las instituciones de formación superior al desarrollo socioeconómico de las regiones.

En Colombia a partir de la ley 1014 de 2006: fomento a la cultura del emprendimiento, se entrega al sistema educativo la responsabilidad de formar a los ciudadanos en emprendimiento, aludiendo que: ...el desarrollo de la cultura del emprendimiento, con acciones que buscan entre otras, la formación en competencias básicas, competencias laborales, competencias ciudadanas y competencias empresariales

dentro del sistema educativo formal y no formal y su articulación con el sector productivo.

Ante el marco legal propuesto por el gobierno colombiano, la educación superior propone un modelo de formación de emprendimiento fortalecido por el uso de las tecnologías de la información. Además de un modelo educativo práctico, que atiende las necesidades del contexto y genera alternativas de solución que permite atender las diversas problemáticas en este caso socioeconómicas.

#### **2.2.4. Enseñanza del Emprendimiento**

Las universidades colombianas ante las difíciles condiciones económicas caracterizadas por el desempleo, subempleo, entre otros aspectos sociales y económicos, han generado una estrategia de apoyo que busca fortalecer el vínculo entre producción académica y desarrollo empresarial a través de la creación de nuevas rutas de formación, viéndose obligadas a incluir dentro de su currículo de formación un contenido orientado a la generación de cultura empresarial (Varela, 2003). Esta nueva formación contempla la posibilidad de aplicar los conocimientos en la generación de ideas empresariales que aporten al desarrollo de las regiones, y no simplemente la generación de conocimientos o productos de tipo conceptual que no generen impacto social.

El autor menciona también una serie de características que facilitan el desarrollo de ambientes que promuevan pensamientos o acciones emprendedoras, dentro de las que destaca:

- La formación de emprendedores centrada en el desarrollo de competencias individuales y profesionales que promuevan el desarrollo del ser humano.
- El resultado de una formación en emprendimiento debe estar orientada a la creación de empresa o a la generación de aportes a la innovación las ya existentes.
- Esta formación se debe basar en un proceso secuencial, que implica una etapa formativa, de generar conciencia, motivación, entre otros; una etapa de desarrollo de habilidades; promoción de capacidades administrativas; y crecimiento desde el desarrollo de la capacidad gerencial.

Por consiguiente, Varela (2003) plantea la formación de un estudiante integral, involucrando aprendizajes tanto teórico-prácticos como ontológicos (ser), concibiendo no solo la capacidad para crear empresa o realizar aportes innovadores, sino además la importancia de una orientación e impulso interno frente a la generación de procesos emprendedores, aun cuando se identifican los obstáculos que pueden limitar el cumplimiento de una meta.

Según Cortés (2003), la posibilidad generar adecuados procesos de enseñanza de emprendimiento están relacionados con la metodología, más que con el contenido de los cursos. En este sentido, establece la necesidad de generar espacios de formación que posibiliten la participación de los estudiantes, además de su reflexión y aporte en la solución de situaciones presentadas, a partir de los conocimientos teóricos y el saber empírico construido.

De tal manera, que se promueve un proceso de enseñanza que privilegia el aprendizaje significativo, que busca generar un aprendizaje que tenga sentido y significado para el estudiante, trascendiendo la simple repetición de contenidos.

De acuerdo con Ausubel (1976) en Andrade y Bravo (2009), el aprendizaje significativo debe contener dos condiciones fundamentales, la primera hace referencia a la actitud de aprendizaje por parte del aprendiz para la generación de ese aprendizaje significativo, lo que implica que el aprendiz es consciente del proceso significativo que se está generando en ambiente educativo; y en segundo lugar, un material de estudio significativo, que permita una asimilación lógica e integración del conocimiento previo con el nuevo que se está presentando.

Para Carrasco (1997) el aprendizaje significativo depende de la actitud que tenga el aprendiz para atribuir sentido a su proceso de aprendizaje, contemplando elementos como:

- Intención de vincular el conocimiento previo con el nuevo.
- La percepción que se tiene de la institución educativa y el maestro.
- Las expectativas que se ha generado el aprendiz frente al proceso de enseñanza.
- La motivación que vincula al proceso de enseñanza.
- La capacidad para utilizar las diferentes estrategias de aprendizaje.

Por lo tanto, se involucran en el proceso de aprendizaje significativo aspectos externos al estudiante frente a las metodologías y recursos en los que se apoyan los docentes en su enseñanza, como las aptitudes y

actitudes que poseen los aprendices para asimilar, dar sentido y significado a la información que se le es entregada.

Es importante entender la sociedad y el contexto en el que se desenvuelven las personas, para generar herramientas e instrumentos necesarios que incentiven la formación del perfil emprendedor y el desarrollo de una capacidad innovadora, con el fin de formar habitantes con bases suficientes para transformar su alrededor, esto es posible si se da una reestructuración en el sistema educativo actual (Leguizamón, 2011).

Si bien es cierto, la educación está en pleno cambio, ahora lo necesario es una aplicación práctica, donde las personas puedan desarrollar sus habilidades personales y puedan trabajar de una forma adecuada.

Una mínima parte de los emprendedores en cuanto a nivel educativo se refiere, tienen una maestría o doctorado, la mayoría cuenta con estudio de pregrado (Contin, Larraza y Mas, 2007). El rol que deben desempeñar las universidades como promotoras de innovación y emprendimiento es fundamental, pues se convierten en focos que atraen talentos del mundo, elevan la capacidad de los emprendedores generando crecimiento económico y dinamizando de esta forma la economía a nivel país.

Por esto las universidades deben fomentar el emprendimiento en cuanto a generación de nuevo conocimiento se refiere, para ello el direccionamiento de la educación en un nivel superior. En las maestrías no se debe perder el proceso que desde el pregrado comienza a generarse en los estudiantes, respaldando así las actitudes y conocimientos necesarios de forma transversal sirviendo de base la

educación. Se podría concluir que para crear empresas de calidad se debe ir de la mano con el modelo educativo que se propone desde las universidades que conforman dicho sistema y de esta forma crear un esfuerzo mayor para aumentar la capacidad empresarial a nivel de pregrado.

En este orden de ideas, el emprendimiento debe ir obligatoriamente ligado a la educación y debe ser desarrollado en todos los ámbitos, tanto en el entorno educativo, empresarial, como en el personal. En últimas lo que se busca es lograr, que el tema de emprendimiento sea considerado como un elemento estratégico en el mejoramiento continuo de cada región y de esta forma aprovechar cada uno de los beneficios que trae consigo el desarrollo. El papel clave para lograr este proceso está en manos de las instituciones educativas quienes tienen bajo su responsabilidad la preparación de estudiantes capaces de enfrentar un sin número de variables que arroja el mundo globalizado y competitivo como en el que nos encontramos en este siglo, utilizando las herramientas dadas para aportar al desarrollo económico y social de un país.

Para Castellanos, Chávez y Jiménez (2003), es necesario que la universidad, privada y pública, tenga la capacidad de autodefinirse académicamente, la posibilidad de elegir los contenidos conceptuales acordes con sus necesidades y las de la sociedad, a manera de productos académicos, y llegar a ser líder en políticas educativas acordes al desarrollo.



### **2.2.5. Características del Perfil Emprendedor**

Son diversas las características que posee una persona con espíritu empresarial (Varela, 2001), dentro de las que se encuentran la capacidad de identificar oportunidades de negocio, la capacidad de responder a esas oportunidades o necesidades con ideas creativas e innovadoras, motivación para emprender nuevas acciones según las oportunidades detectadas y sus capacidades y por último, mantener constancia en las acciones emprendidas.

Se ha intentado definir al emprendedor por sus rasgos de personalidad y características. Dentro de las cuales se mencionan algunas, tales como: la necesidad de logro, trabajo en equipo, propensión a asumir riesgos, liderazgo, confianza, creatividad, honestidad, entre otros (Gartner, 1989).

Las anteriores características que conforman el perfil emprendedor se encuentran enmarcadas dentro de los procesos de emprendimiento que sufre cada individuo, las cuales serán analizadas desde las diferentes perspectivas de algunos autores, de tal manera que se pueda comprender el verdadero impacto que estas poseen dentro del proceso emprendedor y desde la gestión de los mismos, comprendiendo desde los puntos de vista conceptuales, la importancia que estas poseen para el cumplimiento de los objetivos de acuerdo a los proyectos y estrategias establecidas desde el perfil del sujeto que va a llevar a cabo el emprendimiento.

#### **2.2.5.1 Características Personales**

Las características personales hacen referencia al conjunto de cualidades que forman el carácter y la personalidad de un

emprendedor, y que le permiten movilizar y mantener su gestión empresarial. Dentro de estas características se pueden encontrar la autonomía, toma de decisiones, responsabilidad y creatividad.

- La autonomía como fundamento y promotor del emprendimiento

Para Guariglia (1999), existen dos tipos de autonomía, la autonomía postulada y la autonomía realizada. El primer tipo de autonomía es aquella de la cual es dotado cada ser humano dentro del marco legal que lo protege en la sociedad, por lo tanto, es de carácter universal y está relacionada con los derechos humanos.

Por otra parte, la autonomía realizada, resalta la oportunidad que tiene todo ser humano de llevar a cabo su vida de la manera que considere es la adecuada y le genere felicidad, teniendo en cuenta sus capacidades personales e intelectuales.

Desde otra perspectiva, autores como Honneth citados por Fascioli (2008), construye un concepto de autonomía personal desde una perspectiva intersubjetiva, que implica desprenderse del tipo de autonomía que privilegia el individualismo. La autonomía propuesta desde la intersubjetividad, se basa en un reconocimiento del otro y los otros, sin perder la importancia que tiene para cada persona el desarrollo de competencias de agencia como el auto-respeto, autoconfianza y la autoestima, que se constituyen en la base de la autonomía personal.

De esta manera, se presenta la autonomía realizada como una ejercicio consiente que realiza el ser humano en busca de su propio

desarrollo, involucrando sus capacidades y las posibilidades que presente el contexto de actuación, además de la autonomía personal como la capacidad de reconocerse en su individualidad, pero además de co-construirse en interacción con otros trascendiendo el individualismo. Estos elementos de orden conceptual, permiten valorar desde la percepción de los graduados, en qué medida cuentan con el desarrollo de este tipo de autonomía, y si las instituciones educativas aportan a su fortalecimiento dentro del proceso de formación.

De acuerdo con Sánchez (2003), la autonomía se constituye en una necesidad más marcada para las personas emprendedoras; de igual manera, considera que el ser emprendedor tiene una influencia directa y positiva en la autonomía de una persona, debido a que al observar el cumplimiento de metas, resultado del propio esfuerzo en su gestión empresarial hace que las personas reconozcan sus capacidades y sean más seguras de sí mismas, insumo fundamental para el fortalecimiento de la autonomía y la toma de decisiones, evidenciando de tal manera que la autonomía “proporciona una gran satisfacción a quienes la logran, porque les responsabiliza sobre la dirección de sus vidas. Construyen valores, comportamientos y objetivos propios teniendo como parámetro los definidos socialmente, lo que les lleva a vivir más plenamente” (Sánchez, 2003, pág. 80).

La revisión de literatura evidencia por lo tanto una complementariedad, en la medida que aborda la autonomía como

soporte fundamental para un emprendedor exitoso, pero además como el resultado de dicho proceso de emprendimiento, que permite al ser humano sentirse satisfecho y seguro frente al rumbo que diseña para de su vida y futuro.

- Toma de decisiones y el emprendimiento

Para Bohome (2009), la toma de decisiones constituye un proceso racional, y una actividad que los individuos desarrollan frente a las situaciones que se presentan en su vida. Para la toma de decisiones Bohome (2009) citando a Simón, presenta tres momentos, que implican a) realizar selección de las situaciones más relevantes a atender; b) iniciar con la búsqueda de posibles alternativas de solución según los recursos poseídos, tanto personales como del entorno; c) y, por último, selección de las mejores alternativas de solución que permitan atender de la mejor manera la situación presentada.

En esta misma perspectiva, se mencionan algunos factores que intervienen en la toma de una decisión, dentro de los que están según Simón en Bohome, 2009:

- Los niveles de aspiración: El individuo realiza una evaluación de lo que posee, lo que está en capacidad de lograr según sus capacidades, y por último, realiza una comparación frente a qué tienen otros individuos que está en su misma posición.

- Las expectativas que se generan sobre los niveles de aspiración: De acuerdo al resultado de la evaluación personal y comparación

con otros individuos, se generan unas expectativas frente a los alcances que se pueden tener.

- Detenimiento en aspectos relevantes: en esta etapa el individuo realiza un estudio de la situación prestando mayor atención a los aspectos más relevantes, dando paso a la búsqueda de estrategias que permitan lograr el fin propuesto, y excluyendo los aspectos que no son importantes para el proceso de decisión.

- Conocimiento sobre la situación o tema: aquí se privilegia el conocimiento y la experiencia que los individuos adquieren en el manejo de determinadas situaciones, y por lo tanto, lleva a la toma de decisiones más rápidas y asertivas.

Complementando los planteamientos anteriores, Cortina (2003) menciona que la toma de decisiones debe estar acompañada de un ejercicio reflexivo, que implica identificar los pros y contras de cualquier elección que se tome. Todo este conjunto de elementos evidencia como la toma de decisiones, se constituye en un ejercicio racional que implica deliberación, carácter, conocimientos, entre otros, para optar por el mejor camino ante las situaciones que se presentes, por esta razón, se constituye en un elemento de apoyo fundamental en los procesos de emprendimiento.

A nivel organizacional autores como Díaz (2011) resaltan la importancia de la toma de decisiones, y considera que esta no sólo debe estar basada en el factor costo-beneficio, sino que además debe estar permeada por un componente ético, permitiendo

identificar los efectos que en otros puede tener la elección realizada, de ahí que considere que “la decisión con ética es el arte del gerente virtuoso” (Díaz, 2011, pág. 325). En este sentido, el autor vincula al proceso de toma de decisiones en la responsabilidad empresarial y referencia a Postel y Rousseau cuando aclaran que “está en nuestra capacidad de discutir de lo que es justo donde nace la posibilidad de una organización política justa” (Díaz, 2011, pág. 324), implica entonces una toma de decisiones éticas que promueva la identificación de los efectos que una elección puede tener en otras individuos, y no solo privilegiando los factores de éxito de tipo material y económico.

#### - Responsabilidad y emprendimiento

Según Arroyo (2004), la responsabilidad alude a la capacidad y habilidad que tiene un individuo de identificar y aceptar las consecuencias que traen sus acciones, por lo tanto, menciona que un individuo responsable está en la capacidad de reflexionar frente a los efectos positivos y negativos de sus actuaciones. Por tanto, un individuo responsable es consciente de la influencia que puede tener sus decisiones y actos en la vida e integridad de un colectivo, lo que implica que la toma de decisiones esta soportada en la idea de no afectar a otros.

En los últimos tiempos para Orrego (2008) el término de responsabilidad ha permeado los escenarios tanto sociales como empresariales, dando paso incluso a la denominada

responsabilidad social empresarial, que implica organizaciones fundamentadas en una ética social, cuya objetivo no solo busque la generación de riqueza económica, sino además que se ocupe de crear equilibrios a nivel social e incluso ambiental. En cierto modo, la autora considera que cualquier iniciativa de emprendimiento deberá estar soportada en la equidad, el respeto, tolerancia, entre otros.

La responsabilidad social puede ser definida como el conjunto de compromisos y obligaciones éticos y legales que surgen para todos los miembros de una organización a nivel económica, ambiental y social, que deben ser asumidos por el individuo que pone en marcha una acción emprendedora, desde que inicia su propuesta hasta que obtener empresas viables y sostenibles (Orrego, 2008).

Cortina (2003) plantea una ética solidaria, donde el ser humano reconoce el impacto que sus acciones han tenido en el deterioro de la sociedad y el planeta, pero además donde este se proyecta como un actor en la construcción de alternativas de solución, lo que implica que la responsabilidad solidaria se plantee como una respuesta a los actuales problemas que enfrenta la humanidad. Así pues, el emprendimiento se puede entender como una estrategia soportada en la responsabilidad solidaria, que busca atender necesidades socioeconómicas de una región o país y que, por lo tanto, aporta al desarrollo de las sociedades.

- Creatividad como soporte del emprendimiento

El estudio de la creatividad ha sido orientado principalmente por el campo de la psicología, la gerencia y la económica según López (2008) citando a (Gaglio and Taub, 2001; Kirzner, 1979; Hills y otros, 1999; Amabile, 1997; Lumpkin y Lichtenstein, 2005); es así, como desde el ámbito organizacional la creatividad juega un papel relevante, teniendo en cuenta que es el principal insumo para la creación de nuevas ideas y el fomento de procesos de emprendimiento López (2008). Desde esta misma perspectiva, Amabile (1997) define la creatividad como la capacidad de crear ideas novedosas y útiles para una persona o grupos.

De igual manera, Flores y Méndez (2010) consideran que la creatividad es una “condición esencialmente humana, presente en todas sus actividades, desde las más simples hasta las más complejas”, por lo tanto, hace parte de la vida cotidiana de las personas y está relacionada con la originalidad, fluidez, pensamiento divergente y flexibilidad.

En esta misma línea, se plantea que la creatividad es la causante del éxito en los procesos de emprendimiento e incluso se ha llegado a denominar como sinónimo del mismo, (Csikszentmihalyi, 1997 en López, 2008), resaltando la importancia de la creatividad en el impulso de proyectos empresariales o la orientación al crecimiento.

Por otra parte, autores como (Chen y otros, 1998; Csikszentmihalyi, 1997; Hills y Shrader, 1998; Hills y otros, 1999; Howell y otros, 2005; Kanter, 2000; Kuratko y otros, 2005; Sternberg, 2004;



Hansen y otros, 2006) en López (2008), definen un tipo de creatividad denominada descubridora, que para ellos se relaciona con el conocimiento y la experiencia que los emprendedores van obteniendo a través de los diversos proyectos que inician y resultan exitosos, que van generando entusiasmo, motivación para emprender nuevos proyectos con éxito y actitud positiva.

En igual forma, Amabile (1998) menciona que la creatividad tiene tres componentes como son: la motivación, la capacidad de pensar flexible e imaginativamente y la pericia. Lo anterior indica la conjugación de conocimiento técnico/procedimental y el saber teórico con la flexibilidad para afrontar las situaciones que se presenten, además de involucrar unas características desde el ser, como la motivación que impulse la realización de nuevas acciones o creación de ideas para atender las demandas que presenta determinada realidad.

En complemento a lo anterior, Flores y Méndez (2010) señalan que la creatividad se relaciona con la capacidad que tiene una persona de para solucionar problemas, a través de la elaboración de ideas originales que se conviertan en nuevas estrategias de solución.

Teniendo en cuenta la revisión de literatura, se puede establecer la importancia que tiene la creatividad en los procesos de emprendimiento, estableciéndose como una de las características personales más relevantes en la formación del perfil emprendedor.

### 2.2.5.2 Características Sociales

Las características sociales van encaminadas a la búsqueda del bien común, es decir, se ponen de manifiesto en el perfil de una persona emprendedora cuando interactúa en su contexto, con el fin de impulsar el crecimiento sostenible en la región que se desarrolla el emprendimiento. Algunas de estas características son:

Liderazgo, trabajo en equipo y solidaridad (Gartner, 1989; Congreso de la Republica de Colombia- Ley 1014, 2006).

- El liderazgo

En el perfil emprendedor se contemplan elementos como el liderazgo para promover el desarrollo de iniciativas emprendedoras en organizaciones establecidas y emergentes, de igual forma una cultura emprendedora con la cual se desarrollen ideas creativas sustentadas en la innovación (van Rensburg, 2013).

Según Varela (2001) el liderazgo se entiende como la capacidad de ser aceptado por los compañeros del equipo de trabajo en el momento de compartir ideas y acciones, fortaleciendo los canales de comunicación y de empatía entre los mismos, facilitando de esta forma el proceso de socialización de las ideas generadas en un colectivo.

No obstante, “el liderazgo, es una relación social que expresa y representa los sentimientos y aspiraciones de específicas colectividades, de ningún modo desarraigado del devenir de la

organización, ni del medio social e histórico de las sociedades” (Huaylupo, 2007).

Por otro lado, Palomo (2007) hace referencia al liderazgo como un proceso de influencia ejercido por el creador de negocio dentro de un grupo de trabajo organizado, para poder alcanzar de forma efectiva un objetivo planteado previamente, mediante la orientación de una visión compartida entre los integrantes de la organización y el surgimiento de nuevas estrategias que permitan el cambio de pensamientos.

Así mismo Konntz y Wehrich (1998), definen el liderazgo como la capacidad que posee un creador de empresas para unir equipos de trabajo de manera que se puedan alcanzar las metas y objetivos organizacionales, debido a la aplicación de sus habilidades, su capacidad de inspirar y la orientación al logro de los integrantes de la organización y la facultad de establecer ambientes propicios de trabajo en pro del desarrollo.

Estrada (2006) propone que el liderazgo es el arte mediante el cual, el individuo que desea emprender una idea de negocio alcanza integrar a las personas en función de las actividades propuestas por él de una manera voluntaria y comprometida, con el propósito de alcanzar los objetivos de la organización, para ello es necesario tener presente que dicho individuo debe poseer características tales como: visión estratégica, compromiso con los procesos de la organización, necesidad de logro e identificación de oportunidades.

### - El Trabajo en Equipo

De acuerdo con Franco y Velásquez (2000), se podría decir que el trabajo en equipo se caracteriza por la integración de un grupo de personas con habilidades diferentes, las cuales se encuentran comprometidas por unos propósitos o metas comunes en función de su alcance. Así pues, la capacidad de trabajo en equipo, se convierte en un factor primordial en el perfil emprendedor permitiendo el alcance de los proyectos y objetivos organizacionales, pues en la gestión encontrará coherencia tras la aplicación de lineamientos construidos con la participación de los grupos de interés que la conforman, construyendo de esta forma propuestas comunes para la consecución de metas efectivas.

Desde otra perspectiva, Castaño, Lanzas y López (2007) plantean que “las ventajas que aportan los sistemas de trabajo en equipo a nivel organizacional no son suficientes; si no se analizan beneficios que aportan a los integrantes de los equipos como son la satisfacción de las necesidades de reconocimiento, pertenencia, la facilitación del desarrollo personal y profesional de sus miembros, mediante el apoyo y la retroalimentación que brindan sus compañeros; pues son ellos los que actúan como fuerzas impulsoras de su desarrollo y transformación (pág. 369).

En este sentido, Puga y Martínez (2008) proponen que el trabajo en equipo es una habilidad del creador de empresas, ya que esta se ha convertido en una estrategia primordial para el mejoramiento

organizacional, debido a que el individuo al enfrentarse al trabajo en equipo debe convertirse en un facilitador de gestión, al permitir la participación de los integrantes de la organización y la confianza que este posee sobre los mismos para el desarrollo conjunto de políticas y directrices.

En consecuencia, Hellrieger, Jackson y Slocum (2002) argumentan que el emprendedor mediante el trabajo en equipo, genera espacios suficientes para que los integrantes de la organización contribuyan en su desarrollo, entendiendo que este debe tener las herramientas necesarias para reconocer y valorar la participación de los individuos que conforman los equipos de trabajo, y de igual forma debe reconocer las fortalezas y aptitudes que estos poseen, además, es importante comprometerse con la dirección efectiva de las actividades desarrolladas dentro de los equipos de trabajo establecidos, todo esto en función del alcance efectivo de los objetivos organizacionales. En efecto, para crear y fortalecer equipos de trabajo orientados al cumplimiento de los objetivos de la organización de cara a obtener un buen clima laboral, se debe tener en cuenta los siguientes aspectos: la confianza en los equipos de trabajo, compromiso y capacidad de coordinación, aceptación de la participación e integración de los equipos dentro de los procesos de la organización, persuasión sobre la importancia de dichos equipos de trabajo, conocimiento de las fortalezas y debilidades de las personas que integran los equipos de trabajo (Puga y Martínez, 2008).

#### - La Solidaridad

Se entiende como la búsqueda del beneficio común, la responsabilidad hacia los otros, o bien, como un compromiso comunitario. La solidaridad, puede ser vista como un factor que puede determinar la acción exitosa (Malavé y Piñango, 2012).

Uno de los rasgos o perfiles que caracterizan a los emprendedores es sin duda alguna la solidaridad, entendida como la “búsqueda del bien común, o como responsabilidad hacia sus semejantes, o bien como compromiso comunitario” (Bilbao y Pachano, 2002, pág. 25). Desde esta perspectiva se puede decir que la solidaridad es un factor influyente para la consecución de metas exitosas y del accionar correcto de toda persona que emprende una acción, por ende, las personas emprendedoras constantemente están construyendo relaciones para crear redes con individuos que comparten intereses y conocimientos desde sus ideas de negocios o en su defecto en emprendimientos ya constituidos.

#### **2.2.5.3 Características Psicológicas**

Las características psicológicas están dadas por la influencia de valores culturales y sociales (Liñán, 2004), factores socioeconómicos que recaen sobre el individuo y la formación que finalmente recibe el mismo, dichas características son: Necesidad de Logro y Minimizar Temor al Riesgo.

#### - Necesidad de Logro

Se constituye en una característica principal del perfil emprendedor la necesidad de logro o motivación de logro (Calderón, 1999), debido al comportamiento que desarrollan los individuos que tienen dichos rasgos en sus actividades, dado al interés que estos demuestran durante el proceso de emprendimiento, con el fin de conocer sus falencias y encaminar sus actos hacia unos objetivos claros que permitan alcanzar grandes logros en su trabajo profesional (Varela, 2001; McClelland, 1961; Veciana, 2005).

Los emprendedores se identifican por poseer alta orientación al logro que les impulsa a estar mejorando constantemente, esta motivación al logro está dada por la necesidad de obtener resultados satisfactorios toda vez que ejecuten su papel como emprendedor. Esta característica va de la mano con la confianza en sí mismo, con una actitud de competencia, por esto, para Morris y Maisto (2005) los individuos con alta orientación al logro tienen mayor esperanza de alcanzar el éxito que incurrir en el fracaso, pero de antemano son personas que se esfuerzan por ser persistentes cuando se presentan situaciones difíciles.

En tal sentido, los criterios expuestos por Padrón y Sánchez (2010) hacen referencia a que los individuos con alto impulso de logro desean realizar algo mucho mejor y de una manera más eficiente que como lo habían realizado anteriormente, les gusta alcanzar el éxito con esfuerzo más no por casualidad, anteponen el reto de trabajar con un dificultado problema y se someten a la responsabilidad personal del éxito o el fracaso.

### - Minimizar el Riesgo

Según los resultados de su investigación Calderón (1999) sintetiza elementos fundamentales a considerar:

Sin duda que el emprendedor debe asumir riesgos, lo cual no significa aventurarse (aunque el 56% de los encuestados dicen hacerlo); es ante todo un comportamiento racional de búsqueda de información y consulta de expertos para reducir la incertidumbre, aunque un porcentaje significativo (83%) afirma guiarse por la intuición y la experiencia. Es importante mencionar que un 33% de los creadores de empresa reconoce que no evalúa la posibilidad de fracaso (pág. 67).

Otro aspecto importante a tener en cuenta en el campo del emprendimiento es la ecuación del éxito: riesgo contra recompensa, que condiciona el proceso de la persona que está llevando a cabo la actividad emprendedora debido a los factores de ambigüedad e incertidumbre que siempre estarán presentes en dicho proceso pues naturalmente generan riesgo, convirtiéndose la creatividad en la herramienta primordial en este tipo de escenarios (Varela, 2001).

Dando una mirada a los estudios realizados en América Latina sobre emprendimiento se podría concluir que muchas personas sin la vocación ni el talento empresarial inician empresas de subsistencia sin viabilidad de mediano o largo plazo o terminan en el autoempleo de subsistencia y de baja de calidad, esto debido a



la situación social que se vive en la mayoría de países ubicados en Centroamérica y Suramérica (Kantis, Angelelli y Moori, 2004), por otra parte existe la otra cara de la moneda al percibir individuos con el perfil y el talento emprendedor que no alcanzan a materializar su idea de emprendimiento por falta de motivación y de entornos facilitadores del proceso, esto hace parte de perfil psicológico de una persona emprendedora.

El miedo al fracaso no hace parte de las cualidades del emprendedor, porque ve las dificultades como aprendizaje, enseñanza con orientación al éxito (Mohd y Mohammad, 2009; Palich y Bagby, 1995), con el fin de alcanzar un equilibrio personal y profesional, lo que permitirá mantener al emprendedor en pie.

Simultáneamente, Rodríguez (2009), manifiesta que de acuerdo con el nivel de incertidumbre y el riesgo, el individuo que desempeña su actividad en el campo del emprendimiento pretende tomar las decisiones más acertadas con el fin de aprovechar las oportunidades que se puedan presentar, apoyado en su pensamiento creativo e innovador para la elaboración, el mejoramiento y la transformación de bienes y servicios, con el fin de exponerlos al mercado, decidiendo sobre sus características y especificaciones. En este contexto, las decisiones son producto de las representaciones o mentalidades sobre la forma de percibir las oportunidades de innovación, de creación y de negocio.

Dados los planeamientos anteriormente mencionados, de concluye que las personas con cierta frecuencia generan un cuestionamiento en particular ¿el emprendedor nace o se hace? Pues bien, los teóricos consideran que es una mezcla de ambos aspectos. Ya que poseer atributos inherentes de la personalidad de los individuos emprendedores generan un impacto en su entorno, en la economía y en la región en la que se desenvuelven. Pero algo si queda claro de todo esto, la mezcla de factores exógenos tales como los culturales, familiares y laborales permiten potencializar dichas habilidades (Marulanda, Correa y Mejía, 2009).

### **2.3. Marco conceptual**

#### **2.3.1. Emprendimiento**

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

#### **2.3.2. Enseñanza del Emprendimiento**

Según Cortés (2003), la posibilidad generar adecuados procesos de enseñanza de emprendimiento están relacionados con la metodología, más que con el contenido de los cursos. En este sentido, establece la necesidad de generar espacios de formación que posibiliten la participación de los estudiantes, además de su reflexión y aporte en la

solución de situaciones presentadas, a partir de los conocimientos teóricos y el saber empírico construido.

De tal manera, que se promueve un proceso de enseñanza que privilegia el aprendizaje significativo, que busca generar un aprendizaje que tenga sentido y significado para el estudiante, trascendiendo la simple repetición de contenidos.

### **2.3.3. Características del Perfil Emprendedor**

Son diversas las características que posee una persona con espíritu empresarial (Varela, 2001), dentro de las que se encuentran la capacidad de identificar oportunidades de negocio, la capacidad de responder a esas oportunidades o necesidades con ideas creativas e innovadoras, motivación para emprender nuevas acciones según las oportunidades detectadas y sus capacidades y por último, mantener constancia en las acciones emprendidas.

#### **2.3.3.1 Características Personales**

Las características personales hacen referencia al conjunto de cualidades que forman el carácter y la personalidad de un emprendedor, y que le permiten movilizar y mantener su gestión empresarial. Dentro de estas características se pueden encontrar la autonomía, toma de decisiones, responsabilidad y creatividad.

- **La autonomía como fundamento y promotor del emprendimiento**, Para Guariglia (1999), existen dos tipos de autonomía, la autonomía postulada y la autonomía realizada. El

primer tipo de autonomía es aquella de la cual es dotado cada ser humano dentro del marco legal que lo protege en la sociedad, por lo tanto, es de carácter universal y está relacionada con los derechos humanos.

Por otra parte, la autonomía realizada, resalta la oportunidad que tiene todo ser humano de llevar a cabo su vida de la manera que considere es la adecuada y le genere felicidad, teniendo en cuenta sus capacidades personales e intelectuales.

- **Toma de decisiones y el emprendimiento**, Para Bohome (2009), la toma de decisiones constituye un proceso racional, y una actividad que los individuos desarrollan frente a las situaciones que se presentan en su vida. Para la toma de decisiones Bohome (2009) citando a Simón, presenta tres momentos, que implican a) realizar selección de las situaciones más relevantes a atender; b) iniciar con la búsqueda de posibles alternativas de solución según los recursos poseídos, tanto personales como del entorno; c) y, por último, selección de las mejores alternativas de solución que permitan atender de la mejor manera la situación presentada.

- **Responsabilidad y emprendimiento**, según Arroyo (2004), la responsabilidad alude a la capacidad y habilidad que tiene un individuo de identificar y aceptar las consecuencias que traen sus acciones, por lo tanto, menciona que un individuo responsable está en la capacidad de reflexionar frente a los efectos positivos y negativos de sus actuaciones. Por tanto, un individuo responsable

es consciente de la influencia que puede tener sus decisiones y actos en la vida e integridad de un colectivo, lo que implica que la toma de decisiones esta soportada en la idea de no afectar a otros.

- **Creatividad como soporte del emprendimiento**, de igual manera, Flores y Méndez (2010) consideran que la creatividad es una “condición esencialmente humana, presente en todas sus actividades, desde las más simples hasta las más complejas”, por lo tanto, hace parte de la vida cotidiana de las personas y está relacionada con la originalidad, fluidez, pensamiento divergente y flexibilidad.

En esta misma línea, se plantea que la creatividad es la causante del éxito en los procesos de emprendimiento e incluso se ha llegado a denominar como sinónimo del mismo, (Csikszentmihalyi, 1997 en López, 2008), resaltando la importancia de la creatividad en el impulso de proyectos empresariales o la orientación al crecimiento.

### **2.3.3.2 Características Sociales**

Las características sociales van encaminadas a la búsqueda del bien común, es decir, se ponen de manifiesto en el perfil de una persona emprendedora cuando interactúa en su contexto, con el fin de impulsar el crecimiento sostenible en la región que se desarrolla el emprendimiento. Algunas de estas características son:

- **El liderazgo**, Palomo (2007) hace referencia al liderazgo como un proceso de influencia ejercido por el creador de negocio dentro de un grupo de trabajo organizado, para poder alcanzar de forma

efectiva un objetivo planteado previamente, mediante la orientación de una visión compartida entre los integrantes de la organización y el surgimiento de nuevas estrategias que permitan el cambio de pensamientos.

Así mismo Konntz y Wehrich (1998), definen el liderazgo como la capacidad que posee un creador de empresas para unir equipos de trabajo de manera que se puedan alcanzar las metas y objetivos organizacionales, debido a la aplicación de sus habilidades, su capacidad de inspirar y la orientación al logro de los integrantes de la organización y la facultad de establecer ambientes propicios de trabajo en pro del desarrollo.

- **El Trabajo en Equipo**, de acuerdo con Franco y Velásquez (2000), se podría decir que el trabajo en equipo se caracteriza por la integración de un grupo de personas con habilidades diferentes, las cuales se encuentran comprometidas por unos propósitos o metas comunes en función de su alcance. Así pues, la capacidad de trabajo en equipo, se convierte en un factor primordial en el perfil emprendedor permitiendo el alcance de los proyectos y objetivos organizacionales, pues en la gestión encontrará coherencia tras la aplicación de lineamientos contruidos con la participación de los grupos de interés que la conforman, construyendo de esta forma propuestas comunes para la consecución de metas efectivas.

- **La Solidaridad**, Se entiende como la búsqueda del beneficio común, la responsabilidad hacia los otros, o bien, como un

compromiso comunitario. La solidaridad, puede ser vista como un factor que puede determinar la acción exitosa (Malavé y Piñango, 2012).

### 2.3.3.3 Características Psicológicas

Las características psicológicas están dadas por la influencia de valores culturales y sociales (Liñán, 2004), factores socioeconómicos que recaen sobre el individuo y la formación que finalmente recibe el mismo, dichas características son: Necesidad de Logro y Minimizar Temor al Riesgo.

- **Necesidad de Logro**, se constituye en una característica principal del perfil emprendedor la necesidad de logro o motivación de logro (Calderón, 1999), debido al comportamiento que desarrollan los individuos que tienen dichos rasgos en sus actividades, dado al interés que estos demuestran durante el proceso de emprendimiento, con el fin de conocer sus falencias y encaminar sus actos hacia unos objetivos claros que permitan alcanzar grandes logros en su trabajo profesional (Varela, 2001; McClelland, 1961; Veciana, 2005).

Los emprendedores se identifican por poseer alta orientación al logro que les impulsa a estar mejorando constantemente, esta motivación al logro está dada por la necesidad de obtener resultados satisfactorios toda vez que ejecuten su papel como emprendedor. Esta característica va de la mano con la confianza en sí mismo, con una actitud de competencia, por esto, para Morris

y Maisto (2005) los individuos con alta orientación al logro tienen mayor esperanza de alcanzar el éxito que incurrir en el fracaso, pero de antemano son personas que se esfuerzan por ser persistentes cuando se presentan situaciones difíciles.

- **Minimizar el Riesgo**, el miedo al fracaso no hace parte de las cualidades del emprendedor, porque ve las dificultades como aprendizaje, enseñanza con orientación al éxito (Mohd y Mohammad, 2009; Palich y Bagby, 1995), con el fin de alcanzar un equilibrio personal y profesional, lo que permitirá mantener al emprendedor en pie. Simultáneamente, Rodríguez (2009), manifiesta que de acuerdo con el nivel de incertidumbre y el riesgo, el individuo que desempeña su actividad en el campo del emprendimiento pretende tomar las decisiones más acertadas con el fin de aprovechar las oportunidades que se puedan presentar, apoyado en su pensamiento creativo e innovador para la elaboración, el mejoramiento y la transformación de bienes y servicios, con el fin de exponerlos al mercado, decidiendo sobre sus características y especificaciones. En este contexto, las decisiones son producto de las representaciones o mentalidades sobre la forma de percibir las oportunidades de innovación, de creación y de negocio.



## CAPÍTULO III

### METODOLOGÍA

#### 3.1 Descripción de métodos de investigación

Se presenta en este trabajo los siguientes Metodologías a utilizar; método descriptivo, analítico, deductivo e inductivo

- **Método descriptivo.** permite observar y analizar las características de la población objetivo del proceso de la elaboración del presupuesto participativo concertado.
- **Método analítico.** posibilitará la observación, descripción del grado de participación de los agentes en el proceso de elaboración del presupuesto participativo concertado.
- **Método deductivo.** nos permitirá determinar el cumplimiento de metas y objetivos a partir de los datos generales aceptados como válidos a situaciones particulares para concluir en suposiciones aceptables.
- **Método inductivo.** que partiendo de los casos particulares nos permitirá llegar a conclusiones generales, como es la parte de la ejecución, su tratamiento, hasta llegar a las conclusiones y propuestas de solución de un problema.

### **3.2 Diseño de la investigación**

El diseño de la investigación es de tipo No experimental – Descriptivo, utilizando variables en el estudio con el cual se observó y describió los hechos tal y como se dan en su contexto natural, para posteriormente ser analizados.

### **3.3 Metodología de la investigación**

El método de la investigación es el deductivo que nos permitirá determinar el cumplimiento de metas y objetivos a partir de los datos generales aceptados como válidos a situaciones particulares para concluir en suposiciones aceptables.

### **3.4 Tipo de investigación**

La investigación se realizó bajo un enfoque cuantitativo de tipo descriptivo, en la medida que se quieren establecer las relaciones existentes entre el perfil emprendedor y variables personales, sociales y psicológicas.

### **3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

Para la recolección de la información se utilizó como técnica, la encuesta; cuyo instrumento corresponde a un formato con preguntas estructuradas, adaptado del marco teórico que soporta la investigación y donde se retoman planteamientos de autores principales como Gartner (1989) y la Babson Collage.

Se realizó una prueba piloto a los estudiantes del décimo ciclo de administración de la Universidad Peruana Unión, para determinar las dificultades que pueda encontrarse en su diligenciamiento. Además, se aplicó las siguientes técnicas:

- **Observación.** Ver la realidad a través de nuestros sentidos, por medio de la Observación Directa. Consiste en analizar y examinar con atención características que se omitieron por circunstancias ajenas al cuestionario estructurado.
- **Encuesta.** A través de la elaboración de un cuestionario donde se mencionan preguntas con respecto a la percepción de las características emprendedoras de los estudiantes de administración de las universidades privadas.
- **Indagación.** Se interactuó con los estudiantes de administración de las universidades privadas.
- **Documental.** Desarrollado a través de libros, revistas, Artículos científicos estadísticas, censos y el internet.

### 3.6 Procesamiento de datos

Para la recolección de la información, se tuvo en cuenta los siguientes pasos:

1. El diseño de la base de datos de los estudiantes de administración de las diferentes universidades privadas de la región Puno, se construye partiendo de la información suministrada por la oficina de registro académico, siendo el puente para determinar la cantidad de estudiantes por universidad.
2. La revisión y validación del instrumento de medición de la presente investigación fue llevada a cabo por dos expertos en el tema de emprendimientos y psicología de la universidad Peruana Unión, quienes realizaron los ajustes que consideraron pertinentes para dar validez al mismo.
3. A través de los colegas de las distintas universidades se logró contactar a los alumnos de las distintas universidades privadas, El instrumento fue diseñado y distribuido, buscando una respuesta ágil y rápida.

4. Posteriormente, se realizó el análisis y discusión de los resultados.
5. Por último, se elaboró el Informe final de resultados que contiene la descripción de los hallazgos, conclusiones y recomendaciones surgidas a partir del estudio.
6. El análisis de la información se realizó a través del programa estadístico SPSS. La primera etapa correspondió a un análisis univariado a través de distribución de frecuencias relativas y absolutas.

Posterior a esto, se evaluó el perfil emprendedor (características personales, sociales y psicológicas) de los estudiantes de administración de las universidades Privadas de la región Puno. Para tal fin y en coherencia con el tipo de variables del estudio se aplicaron pruebas no paramétricas como el Chi cuadrado que estableció la asociación y el coeficiente respectivo para determinar la fuerza de asociación.

### **3.7 Ámbito de estudio**

Universidades privadas de la región Puno con dictados de clases presenciales.

#### **UBICACIÓN**

- Ciudad: Puno y Juliaca
- Distrito: Puno y san Román
- Provincia: Puno
- Región: Puno

La Región Puno se ubica al sureste del Perú, en la Meseta del Collao rodeada por la Cordillera Carabaya por el Norte y la Cordillera Occidental

por el Sur Oeste. En este departamento se ubica el lago más alto del mundo: el Titicaca. Cuenta con unidades geográficas como los andes, que representa aproximadamente el 70% de la superficie departamental y está conformada por el altiplano, laderas, áreas intermedias y la cordillera. Los recursos hídricos están constituidos por el Lago Titicaca, 50 lagunas y más de 300 ríos. Existe además un importante potencial de aguas subterráneas.

El Área Circunlacustre (3,810 a 3,900 m.s.n.m.) está influenciado por el efecto termorregulador climático del Lago Titicaca, originando un medio favorable para la actividad agropecuaria; su clima es frío atemperado y seco con excursiones térmicas bien marcadas entre el día y la noche.

El Área intermedia o Altiplano (3,900 a 4,200 m.s.n.m.) de topografía semi accidentada con abundancia de pastos naturales para la Crianza de ganado vacuno y ovino. Área Cordillerana, con altitudes superiores a 4,200, lugar donde las vicuñas, tarucas y suris viven en su estado silvestre.

### **3.8 Población**

Se entiende por población el "(...) conjunto finito o infinito de elementos con características comunes, para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación. Esta queda limitada por el problema y por los objetivos del estudio". (Arias, 2006. p. 81). Es decir, se utilizará un conjunto de personas con características comunes que serán objeto de estudio. La población finita

Es aquella cuyo elemento en su totalidad son identificables por el investigador.

Por tanto, La población está compuesta por el total de estudiantes de las escuelas profesionales de administración, con el dictado de clases presenciales, de las universidades privadas de la Región Puno que se encuentran cursando sus estudios en el año 2014.

CUADRO 1. POBLACIÓN DE ESTUDIANTES DE  
ADMINISTRACIÓN DE LAS UNIVERSIDADES PRIVADAS DE LA  
REGIÓN PUNO, JULIACA 15 ABRIL DE 2014

UNIVERSIDADES PRIVADAS	Nº DE ALUMNOS DE ADMINISTRACION
UANCV	2156
UAP	378
UPEU	245
TOTAL	2779

Fuente: Registros académicos de las escuelas profesionales 2014

### 3.9. Muestra

Se aplicó el muestreo probabilístico aleatorio estratificado, la Muestra se compone por 338 estudiantes de las diferentes universidades privadas de la Región Puno, con un nivel de confianza o seguridad del 95% y un error muestral del 5%, se aplicó las siguientes formulas

Para la determinación de la muestra, según Charaja (2009) y Sierra (1988), se aplicó la siguiente formulas

Se tiene entonces que: 
$$n = \frac{(4 \cdot N \cdot p \cdot q)}{(E^2 \cdot (N-1) + 4 \cdot p \cdot q)}$$

**n:** tamaño de muestra que se calculo

**4:** es una constante

**N:** tamaño de la población

**p** y **q** son las probabilidades de éxito y fracaso que tienen un valor de 50% por lo que P=50 y q=50

**E:** es el error seleccionado por el investigador

CUADRO 2. MUESTRA DE ESTUDIANTES DE ADMINISTRACIÓN DE LAS UNIVERSIDADES PRIVADAS DE LA REGIÓN PUNO, JULIACA 15 ABRIL DE 2014

UNIVERSIDADES PRIVADAS	N° DE ALUMNOS DE ADMINISTRACION
UANCV	262
UAP	46
UPEU	30
TOTAL MUESTRA	338

Fuente: Elaboración propia

### 3.10 Prueba de confiabilidad

La Prueba de Fiabilidad o consistencia interna se dio con el objetivo de establecer el grado de fiabilidad de las variables abordadas en el presente estudio, se les calculó a cada una de ellas el coeficiente alfa de Cronbach, dando una consistencia interna de para la dimensiones de Características Personales, Sociales y Psicológicas 0.851 lo que evidencia que existe una coherencia interna entre los ítems que midieron el perfil emprendedor de los estudiantes de Administración de las Universidades privadas de las región Puno.

CUADRO 3. ESTADÍSTICA DE FIABILIDAD, JULIACA 15 MAYO DE  
2014

<b>Alfa de Cronbach</b>	<b>N de elementos</b>
0.851	23

Fuente: Elaboración propia



## CAPÍTULO IV

### RESULTADOS Y DISCUSIÓN

A continuación, se presenta los resultados de la percepción que tienen los estudiantes de administración de las universidades privadas de la Región Puno frente al desarrollo de su perfil emprendedor desde las características personales, sociales y psicológicas.

#### **4.1. Análisis de los datos para las características personales del perfil emprendedor**

El objetivo específico “A” busca *“Identificar las características personales del perfil emprendedor de los estudiantes de administración de las universidades privadas de la Región Puno.”*

En las características personales se contemplan la dimensión de la autonomía, donde los estudiantes de administración consideran en un 43% el emprendimiento les ha permitido reconocer las habilidades y capacidades fortaleciendo a su vez la postura autónoma, además se resalta que en un 58.7% dicha autonomía potencia el individualismo al momento de la elección del personal para la organización, sin dejarse influir por terceros.

En relación a la toma de decisiones como parte del perfil emprendedor definen que 57.5% ante la toma de una decisión se definen las situaciones más relevantes, un 44.5% busca posibles alternativas de solución y se

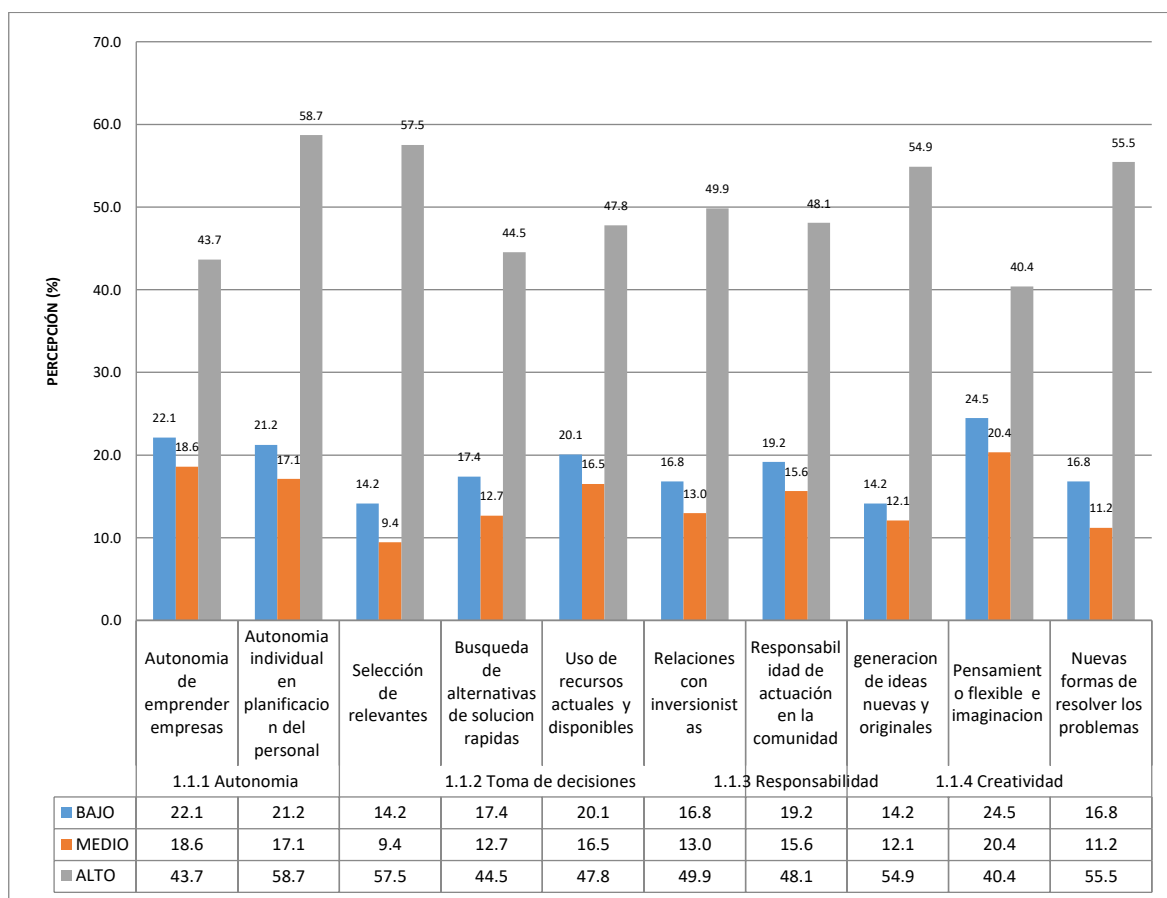
informa detalladamente frente a la situación que se está presentado, acompañado de un 47.8 % que basa la búsqueda de soluciones teniendo en cuenta los recursos con los que cuento o estoy en capacidad de adquirir y un 49.9% mantiene relaciones positivas con inversionistas o posibles inversionistas.

En este mismo sentido, se evidencia en los entrevistados un alto desarrollo de la dimensión de responsabilidad, mostrando que un 48.1% considera identifica las consecuencias que pueden tener sus acciones sobre sí mismo y sobre otras personas,

En cuanto a la dimensión de creatividad se observa que el 54.9% de los encuestados sienten que constantemente hay un impulso por crear ideas originales o diferentes, un 55% idean nuevas formas de resolver los problemas, acompañado de un 40.4% que perciben el desarrollo de un pensamiento flexible y capacidad imaginativa.

Como se observa en la figura 1 prueba que los estudiantes de administración de las universidades privadas de la región Puno perciben un alto desarrollo de características personales desde la autonomía, la toma de decisiones, responsabilidad y la creatividad, como elementos fundamentales en la consolidación del perfil emprendedor.

FIGURA 1. CARACTERÍSTICAS PERSONALES DEL PERFIL EMPRENDEDOR, NOVIEMBRE DEL 2014



Fuente: Elaboración propia

#### 4.2 Análisis de los datos para las características sociales del perfil emprendedor

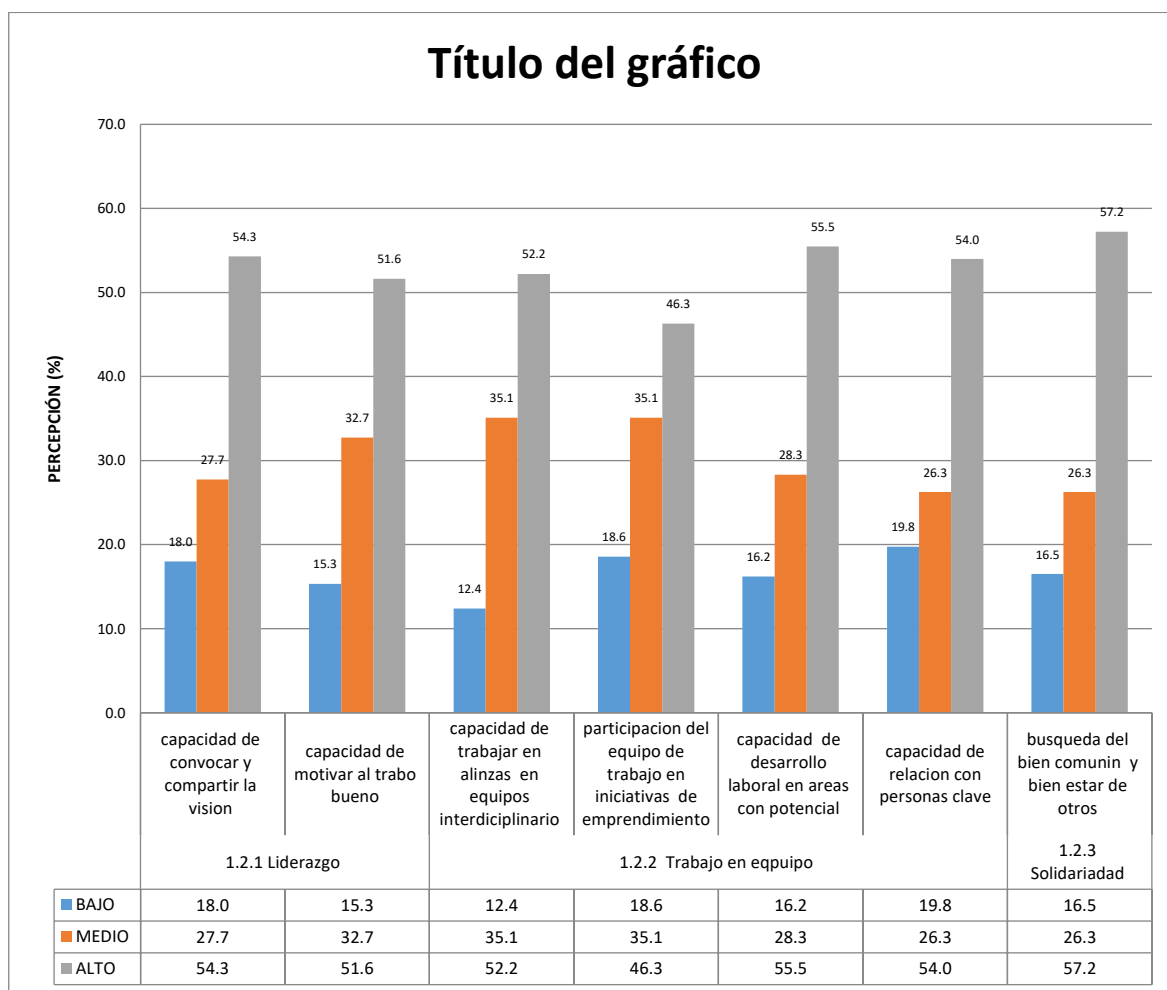
En el análisis de las características sociales, se describen las percepciones dadas por los encuestados vinculando el liderazgo, la capacidad para el trabajo en equipo y la solidaridad. Desde la dimensión del liderazgo se encontró que el 54.3% tiene la capacidad de convocar y compartir la misión, acompañado de un 51.6% que posee la capacidad para motivar cuando se realizan trabajos en equipo transmitiendo emociones, energía, confianza que permite convocar y movilizar a otros.

De manera similar, el 96% de los encuestados reconocen tener capacidad para trabajar con equipos interdisciplinarios con el fin de promover emprendimiento, un 46.3% cuentan con capacidad de desarrollo laboral en áreas con potencial, mientras que un porcentaje similar 54% tienen capacidad de relación con personas clave.

De igual manera, se puede observar como la solidaridad se configura en una dimensión relevante a la hora de caracterizar el perfil emprendedor de los estudiantes de administración, y que según los encuestados cuenta con un alto nivel de desarrollo evidenciando que un 57.2% percibe como importante promover el bien común y comprometerse con el bienestar de otros.

Como se puede apreciar en la figura 2, los altos niveles de desarrollo de las características sociales del perfil emprendedor, no solo se favorece el crecimiento personal desde la autonomía, el liderazgo, la toma de decisiones, entre otros, sino que además permite la complementariedad y formación grupal, mostrando que el emprendimiento demanda el desarrollo de capacidades tanto individuales como grupales.

FIGURA 2. CARACTERÍSTICAS SOCIALES DEL PERFIL EMPRENDEDOR, NOVIEMBRE DEL 2014



Fuente: Elaboración propia

### 4.3 Análisis de los datos para las características psicológicas del perfil emprendedor

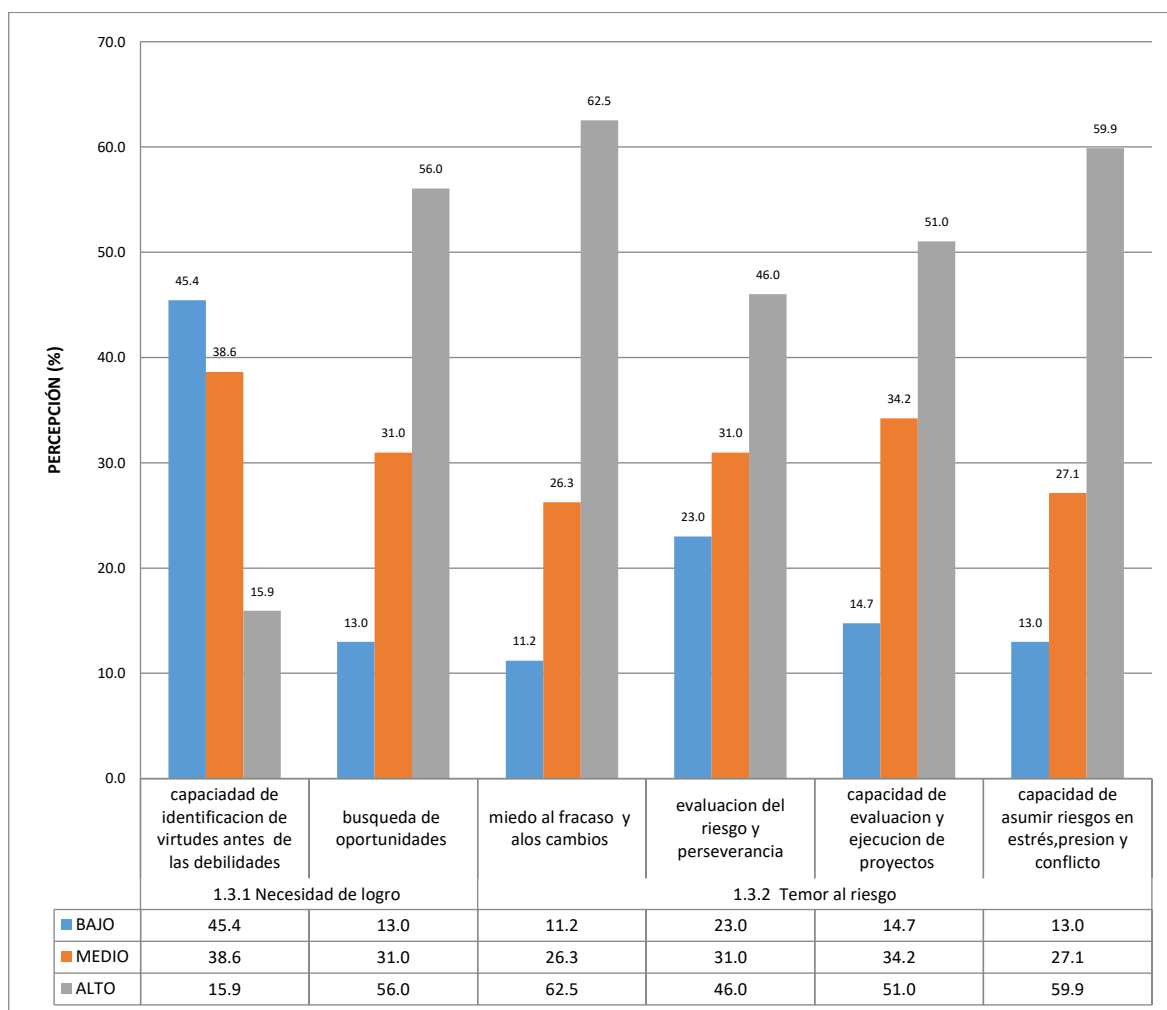
Por último, se describen las frecuencias halladas para las características psicológicas donde se ubican dimensiones como la necesidad de logro y la minimización de riesgos, consideradas según los estudiantes de administración como factores desarrollados. En este sentido, dentro de las necesidades de logro que perciben los estudiantes de administración, se puede notar que tiene una baja capacidad de identificar virtudes antes

de las debilidades, quizá esto esté explicado por la falta de experiencia en la dirección de empresas, ya que se ven limitados a la identificación de fortalezas organizacionales, sin embargo, un 56% de estudiantes tienen la percepción de buscar oportunidades que les permita emprender negocios.

Finalmente en la dimensión temor al riesgo, se puede apreciar que el 62.5% pertenece a que los estudiantes no tienen miedo al fracaso, un 46% de los encuestados consideran que poseen la capacidad para evaluar el riesgo y perseverar en la ejecución de proyectos (51%) y buscar constantemente oportunidades que les permitan emprender, por último, el 59.9% manifiestan que tienen la capacidad de asumir los riesgos en estrés, presión y conflicto cuando estén dispuestos de emprender un negocio.

Como se observa en la figura 03, los estudiantes de administración perciben un alto desarrollo de características psicológicas en la necesidad de logro y la minimización de riesgos, como elementos fundamentales en la consolidación del perfil emprendedor.

FIGURA 3. CARACTERÍSTICAS PSICOLOGICAS DEL PERFIL EMPRENDEDOR, NOVIEMBRE DEL 2014



Fuente: Elaboración propia

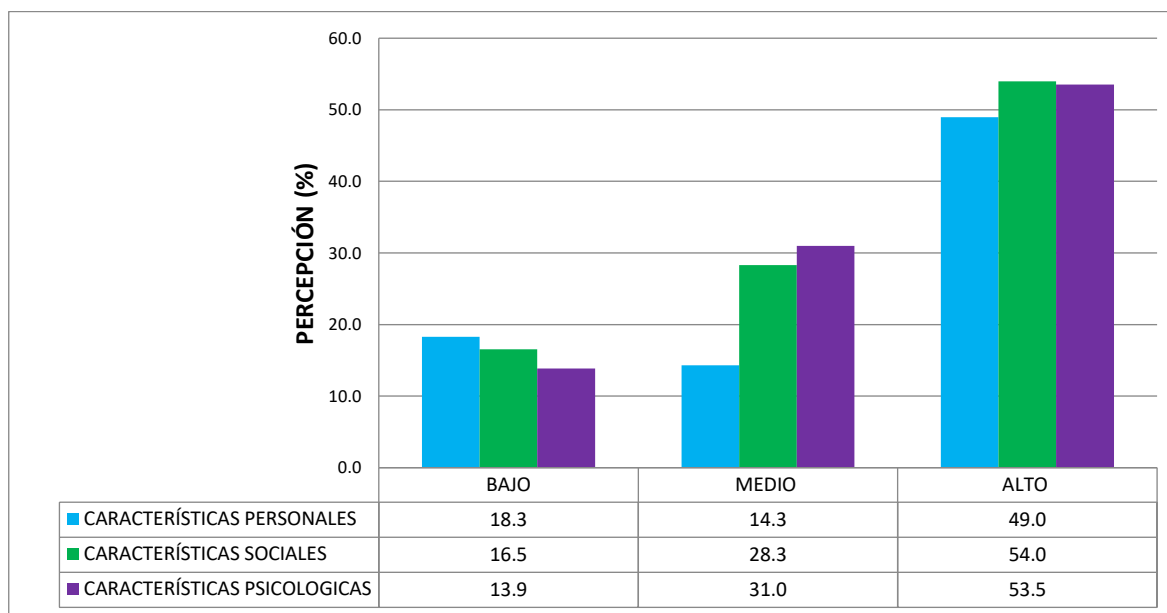
#### 4.4 Análisis de los datos para las características personales, sociales y psicológicas del perfil emprendedor

En el objetivo general es “*Determinar la percepción del perfil emprendedor de los estudiantes de administración de las universidades privadas de la Región Puno en el año 2014*”.

Como se muestra en la figura 4, Los resultados determinan un alto desarrollo en las características sociales, con un 49% que contribuyen favorablemente el perfil emprendedor.

Los resultados descritos, evidencian y determina un alto desarrollo en las características sociales (49%), individuales(54%) y psicológicas (53.5%) del perfil emprendedor de los estudiantes de administración, donde se reconoce el aporte de la universidad ha dado para la consolidación de dicho perfil, desde el fortalecimiento de dimensiones que contemplan la autonomía, la toma de decisiones, la responsabilidad, la creatividad, el liderazgo, el trabajo en equipo, la solidaridad, la necesidad de logro y la minimización de riesgos.

FIGURA 4. PERCEPCIÓN DE LAS CARACTERÍSTICAS PERSONALES, SOCIALES Y PSICOLOGICAS DEL PERFIL EMPRENDEDOR, NOVIEMBRE DEL 2014



Fuente: Elaboración propia



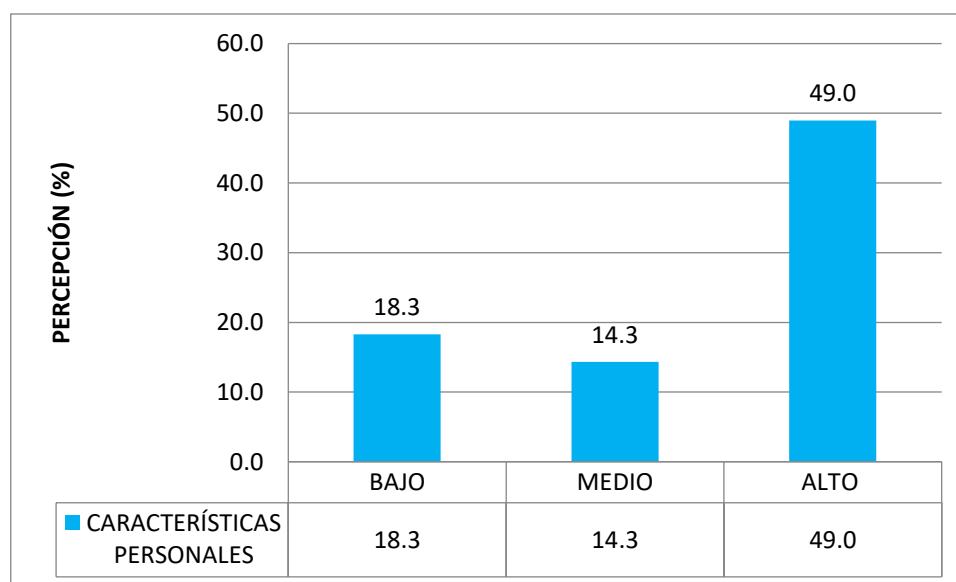
## 4.5 Contrastación de hipótesis

### 4.5.1 Contrastación de la Hipótesis Especifica A

En la hipótesis específica “A” se propuso que “los estudiantes de administración de las universidades privadas de la región Puno tienen alto desarrollo de las características personales, producto de la autonomía, toma de decisiones, responsabilidad y grado de creatividad”

Como se puede observar en la Figura 5 la percepción de las características personales del perfil emprendedor de los estudiantes de administración de las universidades privadas es alta con un 49%, por lo que se acepta la hipótesis específica A.

FIGURA 5. PERCEPCIÓN DE LAS CARACTERÍSTICAS PERSONALES DEL PERFIL EMPRENDEDOR, NOVIEMBRE DEL 2014



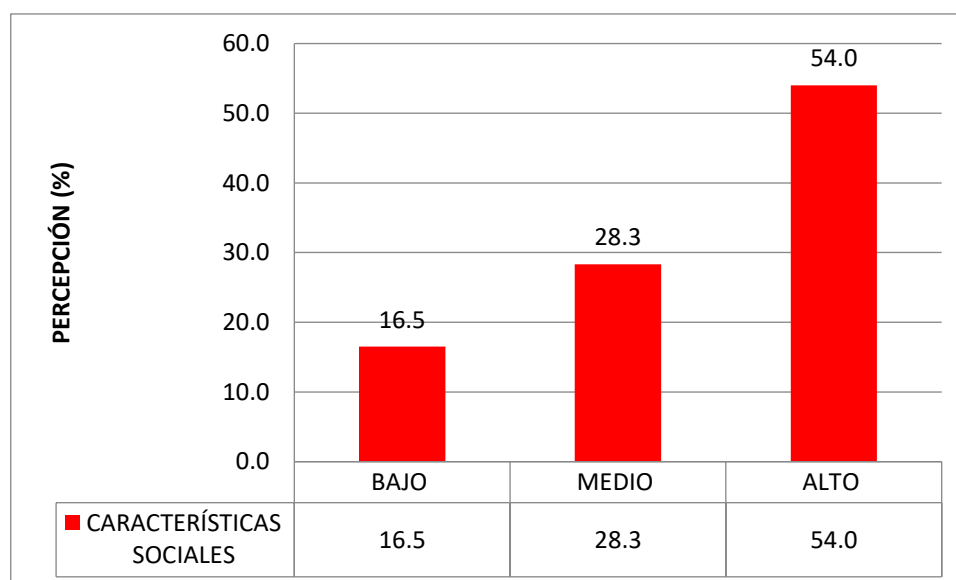
Fuente: Elaboración propia

#### 4.5.2 Contratación de la Hipótesis Específica B

En las hipótesis específica B se mencionó que “los estudiantes de administración de las universidades privadas de la Región Puno tienen un destacado desarrollo de las características sociales, producto del liderazgo, trabajo en equipo y solidaridad.”

Como se observa en la figura 6, la percepción de las características sociales del perfil emprendedor de los estudiantes de administración de las universidades privadas es la más alta que las demás características con una percepción del 54%, destacando como una característica muy asociada a la profesión de la administración y a los estudiantes de la escuela profesional, por lo que, que se acepta la hipótesis específica B.

FIGURA 6. PERCEPCIÓN DE LAS CARACTERÍSTICAS SOCIALES DEL PERFIL EMPRENDEDOR, NOVIEMBRE DEL 2014



Fuente: Elaboración propia

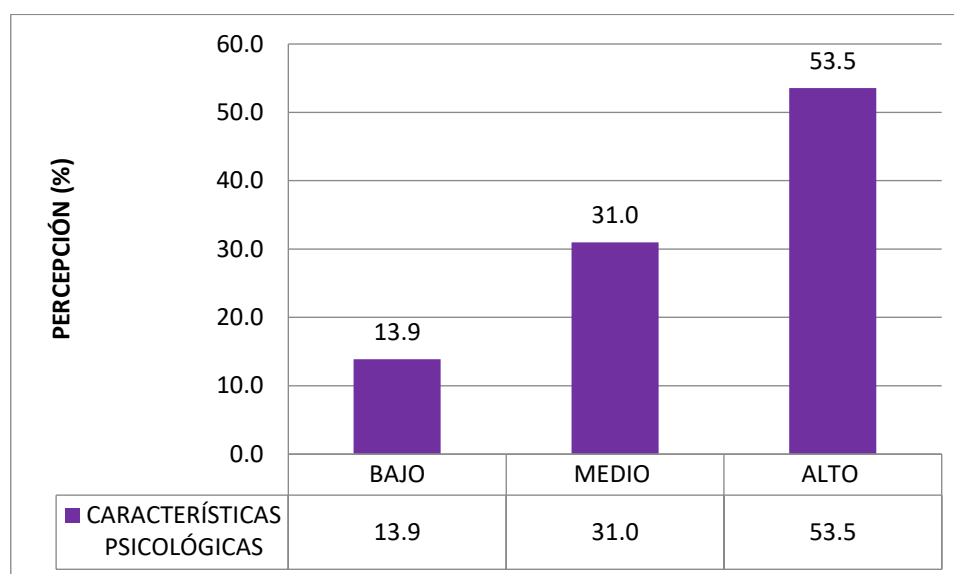
#### 4.5.3 Contrastación de la Hipótesis Específica C

En la hipótesis específica “C” se propuso que “Los estudiantes de administración de las universidades privadas de la Región Puno tienen alto desarrollo de las características psicológicas, producto de la necesidad de logro y la minimización del temor al riesgo.

Se observa en la figura 7 la percepción de las características psicológicas del perfil emprendedor de los estudiantes de administración de las universidades privadas es alta con un 53.5%, esta característica determina muchas veces la capacidad de generar emprendimiento y manejar riesgos controlados, por lo que, que se acepta la hipótesis específica “C”.

Como se puede observar en la Figura N°07 la percepción de las características personales del perfil emprendedor de los estudiantes de administración de las universidades privadas es alta con un 49%, por lo que se acepta la hipótesis específica A.

FIGURA 7. PERCEPCIÓN DE LAS CARACTERÍSTICAS PSICOLÓGICAS  
DEL PERFIL EMPRENDEDOR, NOVIEMBRE DEL 2014



Fuente: Elaboración propia

#### 4.5.4 Contrastación de la Hipótesis General

En la hipótesis general se consideró que “Los estudiantes de administración de las universidades privadas tienen alto desarrollo de las características personales, sociales y psicológicas del perfil emprendedor en la región de Puno en el periodo 2014.

Como se pueden observar en las Figuras 5,6 y 7 la percepción de las características personales, sociales y psicológicas del perfil emprendedor de los estudiantes de administración de las universidades privadas son altas por lo que se acepta la hipótesis general.

## 4.6 Discusión

### 4.6.1 Características del perfil emprendedor

El perfil emprendedor desde la perspectiva de (Gartner, 1989), se encuentra compuesto por las características personales, sociales y psicologías, ubicando dentro de cada una de ellas un conjunto de competencias que ante su eficiente desarrollo configurar un perfil orientado al emprendimiento. Dentro de estas competencias se encuentra la autonomía, la toma de decisiones, la responsabilidad, el liderazgo, trabajo en equipo, la necesidad de logro, entre otras.

#### 4.6.1.1 Características personales

Los hallazgos obtenidos en la presente investigación evidencian un alto desarrollo de la dimensión de autonomía en los estudiantes de administración de las universidades privadas como componente de las características personales del perfil emprendedor. En este sentido, es importante comprender que la autonomía frente al tema de emprendimiento establece una relación de doble sentido; en un primer momento la autonomía se constituye en un elemento fundamental para crear e iniciar acciones emprendedoras, y por otro lado, el desarrollo de procesos emprendedores permite que las personas reconozcan sus capacidades, logrando fortalecer la seguridad y confianza en sí mismas, la autonomía y capacidad para la toma de decisiones racionales (Sánchez, 2003). Esta última perspectiva es coherente con lo relacionado por los estudiantes de administración, quienes han desarrollado altos niveles en las características emprendedoras que les permitirá que ejecuten acciones de

emprendimiento fortaleciendo la autonomía a partir del reconocimiento del potencial que se poseen.

En mismo sentido los estudiantes de administración de las universidades privadas tienen que reconocer “que el fortalecimiento de la autonomía desde el emprendimiento, se relaciona más con una actividad que integra a las personas y las invita a generar trabajo que en equipo, que con un ejercicio que privilegie el individualismo. Este enfoque se soporta en los planteamientos de Fascioli” (2008), quien propone un tipo de autonomía personal desde la perspectiva intersubjetiva, implicando un ejercicio de desligarse de aquella autonomía que genera individualismo, para proponer un ser autónomo con desarrollo de capacidades de agencia (autoconfianza, autoestima y autorespeto) que reconoce la existencia y capacidades de los otros. En este sentido, se presenta la autonomía como una capacidad que fortalecen las personas a través de la ejecución de actividades de emprendimiento y que su vez impulsa el ejercicio emprendedor, en busca del propio desarrollo, generando la posibilidad de reconocer la importancia del otro en ese proceso de crecimiento.

De otra parte, es importante resaltar el papel fundamental que juega la creatividad dentro del perfil de un emprendedor, ya que a partir de ella se da la generación de nuevas ideas y el fomento del emprendimiento (López 2008). Frente a esta dimensión los estudiantes de administración percibieron altos niveles para crear ideas originales, pero que además estas buscan dar respuesta o solución a una necesidad presente. Este último como un elemento relevante, ya que la creatividad no es medida solo por la

generación de nuevas ideas, sino que además su importancia radica en lo novedosas y útiles que pueden llegar a ser (Amabile 1997).

Para Flores y Méndez (2010), la creatividad es una condición humana, presente en las diferentes actividades que se realizan durante el transcurso de la vida y se encuentra relacionada con el pensamiento divergente, la originalidad y la flexibilidad, entre otros. Estas características han sido altamente desarrollada por los graduados, ya que consideran poseen un pensamiento flexible y capacidad imaginativa, que les permite dar crear ideas novedosas y prácticas.

Es importante resaltar, que según la literatura la creatividad es un elemento esencial a la hora de iniciar proyectos empresariales o generar una orientación al crecimiento, a tal punto que algunos autores la han denominado como sinónimo de la creatividad (Csikszentmihalyi, 1997 en López, 2008).

Según los hallazgos obtenidos, se puede concluir que los estudiantes de administración de las universidades privadas cumplen con los tres componentes de creatividad que plantea Amabile (1998), dentro de los que se encuentran la motivación y orientación a generar constantemente nuevas idea, el desarrollo de un pensamiento flexible y la habilidad para dar solución a las dificultades presentes a partir de la generación de ideas novedosas.

De igual manera, se puede observar que otro componente altamente desarrollado por los graduados es la toma de decisiones, definida por Bohome (2009) como un proceso racional que desarrollan los individuos en

el transcurso de su vida, que según el autor implica tres momentos: el primero relacionado con la selección de las situaciones más relevantes que se deben atender; segundo la selección de las posibles alternativas de solución teniendo en cuenta los recursos que se poseen; y por último la selección de las mejores alternativas. Elementos que según los graduados han desarrollado a largo de su vida y se han fortalecido con elementos éticos a partir de su formación universitaria. El factor ético anteriormente planteado, es considerado por Cortina (2003) como un elemento fundamental dentro de la toma de decisiones, ya que demanda un ejercicio de reflexión y deliberación que hace evidente sus los pos y contras, y lleva a la toma de decisiones prudentes.

Díaz (2011) menciona la importancia la toma de decisiones a nivel organizacional, y más aún cuando se fundamentan en la ética y no solo en factor costo-beneficio. De igual manera, el autor considera que la toma de decisiones permeada por un componente ético, permite identificar los efectos que tiene en otros la elección realizada, vinculando directamente esta dimensión con la responsabilidad empresarial y la necesidad desde el contexto organizacional al no solo privilegiar el éxito de tipo económico y material.

La responsabilidad es otra dimensión abordada dentro de las características personales del perfil emprendedor, y es valorado por los graduados como una competencia altamente desarrollada que permite identificar y asumir las consecuencias que surgen como resultado de las acciones en la vida cotidiana, en coherencia con lo anterior. Arroyo (2004) menciona que la responsabilidad es definida como la capacidad de los



seres humanos de reflexionar frente a las consecuencias tanto positivas como negativas que tienen sus actos.

Como se mencionaba anteriormente desde la ámbito organizacional, la responsabilidad juega un papel importante, principalmente cuando se atribuye a la empresa el compromiso de velar no solo por su crecimiento económico, además la promoción del bien común dentro de entorno que contempla una dimensión social y una ambiental, elementos que son resaltados como importantes por los estudiantes de administración de las universidades privadas; de tal manera, que la responsabilidad dentro del contexto organizacional implica asumir obligaciones de tipo legales, pero sobretodo éticas.

En este sentido, la responsabilidad debe soportar cualquier idea de emprendimiento, permitiendo identificar la importancia que tiene para una organización el velar por el establecimiento del equilibrio económico, social y ambiental, como una obligación que se adquiere al poner en marcha una acción emprendedora, desde que inicia hasta la obtención de una empresa rentable y sostenible (Orrego, 2008).

#### **4.6.1.2 Características sociales**

En las características sociales son contempladas las dimensiones como el liderazgo, el trabajo en equipo y la solidaridad, soporte y promotor de las acciones de emprendimiento que buscan un beneficio colectivo. Por su parte, el liderazgo se presenta como una característica marcada en el grupo de estudiantes de administración que participaron de la presente investigación, resaltando que poseen habilidad la generación de iniciativas

cuando se está realizando trabajos colectivos, además de la capacidad para convocar y movilizar a las demás personas basado en la confianza, características que para Konntz y Wehrich (1998) son propias de un líder, y de gran importancia para un emprendedor, ya que a partir de la movilización de equipos de trabajo puede llegar a alcanzar las metas y objetivos organizacionales, como resultado de sus habilidades y capacidades para orientar e inspirar los grupos de trabajo.

De igual manera, se mencionan otras habilidades que los graduados consideran alcanzan un alto desempeño dentro de la dimensión de liderazgo, como es la capacidad de transmitir emoción, energía y confianza, todos ellos fundamentales dentro de la consolidación de un perfil emprendedor, ya que facilitan la creación de ambientes propicios de trabajo en función del desarrollo y la movilización humana para el cumplimiento de los objetivos organizacionales propuestos.

Por otra parte, se encuentran competencias relacionadas con el trabajo en equipo que de igual manera consideran los graduados ha sido desarrollado en el transcurso de su vida, contemplando dentro de él la capacidad de trabajar con equipos interdisciplinarios con el fin de promover su emprendimiento, la generación de espacios de participación que permita a los integrantes de la organización contribuir al desarrollo de las nuevos proyectos o ideas, además de la capacidad para la delegación de tareas como una estrategia para integrar a otros en los procesos emprendidos. En este sentido, Puga y Martínez (2008) definen que el trabajo en equipo es una habilidad marcada en los emprendedores, que los convierte en facilitadores de procesos de gestión y posibilitadores de espacios de

participación para la ejecución de las diferentes actividades que buscan el desarrollo de la organización. Asimismo, (Hellrieger et al, 2002) argumentan que el emprendedor a través del trabajo en equipo, tiene la posibilidad de generar espacios para que los integrantes de la organización participen en los procesos de desarrollo, reconociendo entonces las fortalezas y aptitudes que estos poseen y la importancia de su intervención para el logro de los objetivos organizacionales.

Los resultados muestran que los estudiantes de administración son personas con alto índice de solidaridad, dado que las personas encuestadas consideran que es importante promover el bien común en su entorno laboral, organización y en la comunidad, a través de la colaboración constante por el logro de metas de otras personas, concluyéndose que su personalidad es visible el espíritu solidario.

Lo anterior es consecuente con lo que plantea Bilbao y Pachano (2002), quienes encuentran evidencia que las personas con un rasgo de solidaridad marcado, buscan constantemente un compromiso en pro de la comunidad y son influyentes para la edificación de metas exitosas, esto en gran medida potencia la construcción de tejido social.

Es así como Malavé y Piñagos (2012), manifiestan que la solidaridad es un factor que determina el éxito, convirtiéndose en un atributo para el individuo debido al cambio que pueden generar en su entorno, forjando así actitudes emprendedoras.

#### **4.6.1.3 Características psicológicas**

Se percibe que la mayoría de los estudiantes de administración sienten un constante interés por identificar sus virtudes y falencias, lo cual se ve complementado por la búsqueda persistente de oportunidades que les permitan mejorar y crecer en diferentes contextos de la vida.

De acuerdo a lo anterior, se podría decir, que los resultados reflejados por la necesidad al logro pueden estar atribuidos al interés que se demuestra durante el proceso de emprendimiento (Calderón,1999), pues como lo manifiesta Morris y Maisto (2005), los individuos que demuestren una constante necesidad de sobresalir, a través de su persistencia, proyectando al tiempo la confianza que tienen en sí mismos, no crean limitaciones ni obstáculos, más bien observan posibilidades que los orienten al alcance de los resultados esperados.

Se puede entender que las personas que tienen tendencia u orientación al logro, son personas que se encuentran comprometidas con los ideales que motiven el desarrollo de un emprendimiento sin importar el sector económico o área de conocimiento donde lo debe desarrollar, pues bien, la necesidad de logro se convierte en motivación constante que genera cuestionamientos frecuentes de las actividades desarrolladas a cabo por las personas que cuentan con dicha característica, debido al alcance de las metas, de la responsabilidad sobre los resultados de éxito o fracaso como lo plantean Padrón y Sánchez (2010), se reconoce que las personas emprendedoras con orientación al logro van a percibir en medio de la dificultad o problemática, la posibilidad de suplir dicha dificultad con el fin de alcanzar el éxito esperado, partiendo así de una situación adversa, lo

que se convierte en mayor motivación, debido a la necesidad que presentan las personas que tienen esta característica de superarse constantemente.

Puede observar también que los participantes de la encuesta tienen un comportamiento similar relacionado con la minimización de riesgos, ya que se percibe un alto porcentaje al considerar las variables del entorno antes de iniciar un proyecto y de esta forma comenzar con el emprendimiento. Por otra parte se encontró que los estudiantes hacen frente al miedo al fracaso y a los cambios que impide iniciar un negocio, por ello evalúan los riesgos y son perseverantes en cumplir sus objetivos.

Esto sintetiza la investigación de Calderón (1999), que establece que una buena proporción de personas asumen riesgos, es decir prefieren informarse y consultar expertos con el fin de reducir los posibles riesgos que se puedan presentar. Si bien es cierto las personas consultan especialistas con el fin de disminuir los posibles riesgos que se puedan presentar, es importante tener en cuenta que no todos pueden controlarse, porque en la mayoría de los casos dependen de factores externos no manipulados y controlados por el emprendedor, lo que genera un vacío durante el proceso de construcción del proyecto emprendedor.

Por otra parte, es importante desarrollar capacidad de asumir riesgos en estrés, presión y conflicto, puesto las prácticas que impulsen a los individuos a tomar decisiones deben ser racionales y no emocionales, en la medida de lo posible con conocimiento de causa, es decir, brindar información teórica a través de cursos con contenidos relacionados con la actividad emprendedora, donde se permita identificar aquellas

características, variables, condiciones sociales, culturales, económicas y políticas que puedan minimizar el riesgo de los proyectos a pesar de estas ser exógenas en la mayoría de las ocasiones, donde los alcances y atributos de los emprendedores se pueden ver afectados en el desarrollo final del emprendimiento, de acuerdo a lo anterior se podría concluir que las personas que han sido capacitadas y toman la iniciativa de ejecutar un proyecto que se encuentre relacionado con el emprendimiento, tendrán un mayor número de herramientas para estudiar y evaluar los riesgos en comparación con aquellas personas que no se han capacitado previamente en dichos temas.

#### **4.7 Utilidad de los resultados de estudio**

En el mundo existen múltiples tendencias, desarrollos, crecimientos en temas académicos, administrativos, empresariales y comerciales, ha impulsado desde diferentes sectores económicos diversos retos y necesidades, generando un cambio acelerado y competitivo en una sociedad capitalista, donde el actuar debe ser casi inmediato para no verse rezagado en medio de la lucha por tener un posicionamiento en el mercado. Ante esto, es claro que las universidades son conscientes de la importancia que tiene el emprendimiento para generar desarrollo económico y social en un país, convirtiéndose en un tema de gran interés en los últimos años.

Teniendo en cuenta lo anterior, el resultado de esta investigación contribuye en la identificación de la percepción de las características emprendedoras que se están desarrollando los estudiantes de administración, sin embargo, estas aun, no han logrado niveles muy altos, apropiados para la generación

de empresas, empleo y desarrollo de la región, por ello surge la necesidad de desarrollar procesos académicos que aporten de manera eficaz a la formación del perfil emprendedor de los estudiantes de administración, mejorando las capacidades personales, sociales y psicológicas, de ahí, que las Universidad Privadas como las públicas se comprometa con la formación estructural, cultural y vivencial de sus estudiantes, para dar de esta forma respuesta a las exigencias que se presentan en la actualidad frente al tema del emprendimiento, por medio de la fundamentación metodológica en el modelo propuesto por la Babson College, reconocido por ser el líder a nivel mundial en emprendimiento.

## CONCLUSIONES

En la presente investigación permitió evidenciar el alto desarrollo de las características emprendedoras en este sentido se presentan las siguientes conclusiones:

**PRIMERO:** Los estudiantes de administración de las universidades privadas de la región Puno, perciben altos grados de desarrollo de las características personales que tienen reflejado en manejo de niveles de autonomía, capacidad para la toma de decisiones racionales, comportamiento guiados por la responsabilidad y capacidad creativa, como aspectos fundamentales para el desarrollo de actividades de emprendimiento,

**SEGUNDO:** Los estudiantes de administración de las universidades privadas perciben poseer altos niveles de capacidades de liderazgo, trabajo en equipo y espíritu solidario, elementos que configuran las características sociales de un perfil emprendedor, evidenciando que el emprendimiento no solo demanda capacidades a nivel individual, sino además, la búsqueda del beneficio colectivo, al reconocer la importancia que tiene el trabajo interdisciplinario o colaborativo en el desarrollo de procesos de emprendimiento.

**TERCERO:** Los estudiantes de administración de las universidades privadas tienen desarrolladas las características psicológicas, como la necesidad de logro y la minimización de riesgos, teniendo la capacidad de asumir los riesgos en



momentos de estrés, presión y conflicto cuando estén dispuestos de emprender un negocio, pudiendo buscar oportunidades que les permita emprender negocios controlando el riesgos y miedo al fracaso, por ello, evalúan el riesgo y perseveran en la ejecución de proyectos.

## RECOMENDACIONES

Según los resultados obtenidos en el desarrollo del presente trabajo de investigación y basado en diferentes herramientas que permitieron medir el perfil emprendedor de los estudiantes de administración de las universidades privadas de la Región Puno, se recomienda:

**PRIMERO:** Incorporar en el plan de estudios o en la malla curricular componentes de la metodología Babson College, en diferentes asignaturas que guarden algún tipo de relación con la generación de características emprendedoras, ya que la universidad tiene la responsabilidad en la formación de profesionales emprendedores, por ello, es necesario que se analicen y mejoren aquellos contenidos del plan de estudios de las escuelas profesionales, que son necesarios mejorar las características emprendedoras durante el proceso de formación profesional.

**SEGUNDO:** Promover los talleres de capacidades en liderazgo, trabajo en equipo y espíritu solidario, elementos que configuran las características sociales de un perfil emprendedor para desarrollar en los estudiantes altos niveles de capacidades de trabajo en equipo y bajo presión en grupos de interés interno y externos a la organización.

**TERCERO:** Implementar en las universidades privadas de la región el departamento de psicología, para llevar la tutoría especializada en los

estudiantes de administración, que les permitirá mejorar su auto estima, buscar su realización personal, combatir sus miedos y riesgos para el emprendimiento logrando fortalecer sus capacidad de asumir los riesgos en momentos de estrés, presión y conflicto, pudiendo buscar oportunidades que les permita emprender negocios controlando el riesgos y miedo al fracaso.

## BIBLIOGRAFÍA

- Álvarez, C., & Urbano, D. (2011). Una década de investigación basada en el GEM: Logros y Retos. *Revista Latinoamericana de Administración*, 46, 1637.
- Amabile, M. (1997). Entrepreneurial creativity through motivational synergy. *Journal of Creative Behavior* , 31 (1), 18-26.
- Amabile, T. (1998). Cómo matar la creatividad. *Harvard Business Review Creatividad e Innovación* , 1-32.
- Amorós, J. E., & Cazenave, C. P. (2013). *Global Entrepreneurship Monitor Actividad Emprendedora en Chile y el Mundo 2012*. Chile: Universidad del Desarrollo.
- Andrade, M., & Bravo, W. (2009). Propuesta didáctica para la enseñanza del emprendimiento en el programa de Administración de Empresas de la Universidad de la Amazonia. Tesis de maestría publicada, Universidad de Amazonia. Florencia, Colombia.
- Arenius, P., & Minniti, M. (2005). Perceptual variables and nascent entrepreneurship. *Small Business Economics*, 24, 233–247.
- Arias, Fidas (2006). *El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica*. (5º. ed.) Caracas - Venezuela: Episteme.

- Arraut, L., Sánchez, H., & Novoa, K. (2011). Impacto del programa emprendedor en la Universidad Tecnológica de Bolívar mediante un análisis a través de SPSS. (U. EAN, Ed.) Revista Escuela de Administración de Negocios (71), 184-195.
- Arroyo, F. (2004). Adquisición de actitudes de responsabilidad social a través de un programa de voluntariado. Tesis doctoral publicada. Valencia, España: Universidad de Valencia.
- Baltar, Fabiola, & Brunet Icart, Ignasi. (2013). Estructura de oportunidades y comportamiento emprendedor: Empresarios argentinos en Cataluña, España. Migraciones internacionales, 7(2), 9-38. Recuperado en 20 de diciembre de 2015, de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1665-89062013000200001&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-89062013000200001&lng=es&tlng=es).
- Bello, J. R. (2006). La preparación emprendedora y la formación de graduados universitarios. Cuadernos UUADERNOS UNIMETANOS (9), 2-13.
- Bilbao, A., & Pachano, S. (2002). Rasgos y Actitudes de los Emprendedores. Venezuela: Corporación Andina de Fomento – CAF - Venezuela Competitiva.
- Calderón, G. (1999). Características del creador de pequeña empresa en Manizales. Decisión Administrativa, 1, 62-68.
- Carrasco, J. (1997). Hacia una enseñanza eficaz. Madrid: Ediciones Rialp.

- Castaño, J. C., Lanzas, A. M., & López, M. E. (2007). Estrategia organizacional orientada al logro de resultados desde el trabajo en equipo. *Scientia Et Technica* , XIII (35), 369-373.
- Castellanos, O. F., Chávez, R. D., & Jiménez, C. N. (2003). Propuesta de formación en liderazgo y emprendimiento. *INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales* , 22, 145-156.
- Castillo, A. (1999). Estado del Arte en la Enseñanza del Emprendimiento dentro del marco del proyecto “Emprendedores como creadores de riqueza y desarrollo regional”. Chile: First Public Inc Chile S.A.
- Castro, M. (2003). El proyecto de investigación y su esquema de elaboración. (2ª.ed.). Caracas: Uyapal.
- Contin, I., Larraza, M., & Mas, I. (2007). Características distintivas de los emprendedores y los empresarios establecidos: Evidencia a partir de los datos REM de Navarra. *Revista de Empresa* (20), 10-19.
- Correa, Z., Delgado H., C., & Conde C., Y. A. (2011). Formación en emprendimiento en estudiantes de la carrera de administración de empresas en la Universidad Pública de Popayán. *Revista escuela administraciòn de negocios* (71), 40-51.
- Cortés, P. (2003 йил 17-junio). Enseñar a emprender es cosa de método. From CEO: Clima de Emprendimiento Organizado: <http://www.ceo.cl/newtenberg/609/article-32869.html>
- Cortina, A. (2003). *Ética de la empresa. Claves para una nueva cultura empresarial*. Madrid: Editorial Trotta.

- Charaja, F. (2002). *Manual de investigación científica*. Lima - Perú: San Marcos.
- Cuervo, A., Ribeiro, D., & Roig, S. (2006). *Entrepreneurship: conceptos, teoría y perspectiva*. Madrid: Fundación Bancaja.
- Daza, M. C., Mosquera, C. E., & Arias, A. (2010). La creación de empresas en Colombia desde las percepciones femenina y masculina. *Revista Economía, Gestión y Desarrollo* (10), 61-77.
- Díaz, B. (2011). El arte de tomar decisiones con contenidos éticos. *Revista Venezolana de Gerencia* , 16 (54), 323-325.
- Estrada, S. (2006). Modelo de Liderazgo en Organizaciones Cambiantes. *Scientia Et Technica* , 295-300.
- Flores, A., & Méndez. (2010). La creatividad en la formación de individuos emprendedores desde el ámbito universitario. *Revista Educare* , 14 (1), 7192.
- Franco, C. A., & Velásquez, F. (2000). Como Mejorar La Eficiencia Operativa Utilizando El Trabajo en Equipo. *Estudios Gerenciales* (76), 27-35.
- Fuentes, F. J., & Sanchez, S. M. (2010). Análisis del Perfil Emprendedor: Una perspectiva de género. *Estudios de economía aplicada*, 28 (3), 1-28.
- Garazi A, M. (2011). *Ezagutzen, Ekintzaileak*. La intención emprendedora en estudiantes universitarios El caso de la Universidad de Deusto. Universidad de Deusto.

- Gartner, W. (1989). "Who Is an Entrepreneur?" Is the Wrong Question. *Entrepreneurship Theory and Practice* , 47-68.
- Global Entrepreneurship Monitor. (2009). *Global Entrepreneurship Monitor: reporte anual Colombia 2008*. Bogota: Ediciones Uniandes.
- Gómez N, L., Martínez C, P., Figueroa, C. A., Pereira, F., Quiroga, R. F., Vesga, R. A., y otros. (2010). *Reporte GEM Colombia 2010*. Bogotá: Editorial Universidad del Norte.
- Gómez, L., Martínez, P., Angulo, L. E., Calderón, G., López, Y., Madrid, J. A., Sandoval, L. A., Rojas, L. R. y Sánchez, J. (2010). *Reporte GEM Colombia regiones- Eje Cafetero 2010*. Bogotá: Universidad del Norte.
- Guariglia, O. (1999). Identidad, autonomía y concepciones de la buena vida. *Isegoría* , 20, 19-
- Guzmán Vásquez, Alexander, & Trujillo Dávila, María Andrea. (2008). *Emprendimiento Social - REVISIÓN DE LITERATURA*. *Estudios Gerenciales*, 24(109), 105-123. Recuperado en 20 de diciembre de 2015, de [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0123-59232008000400005&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-59232008000400005&lng=es&tlng=es)
- Hellrieger, D., Jackson, S., & Slocum, J. W. (2002). *Administración: Un Enfoque Basado en Competencias*. (9ª Edición ed.). Thomson Editores.
- Huaylupo A, J. (2007). El liderazgo: un poder relativo. *Revista de Ciencias Sociales (Cr)* , I, 103-124.



- Instituto Nacional de Estadística e Informática (2014), Encuesta Nacional de Hogares sobre Condiciones de Vida y Pobreza 2014. Recuperado de [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib1294/cap03.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1294/cap03.pdf)
- Julca, M. (2011). Evaluación de factores básicos de competencia de emprendimiento empresarial en los estudiantes de turismo: El caso de la universidad de San Martín de Porres. Tesis de doctorado publicada . Lima, Perú.
- Kantis, H., Angelelli, P., & Moori. (2004). Desarrollo emprendedor. América Latina y la experiencia internacional. Washington: Banco Interamericano de Desarrollo y Fundes Internacional.
- Kantis, H., Postigo, S., Federico, J., & Tamborini, M. F. (2005). El surgimiento de emprendedores de base universitaria: ¿En qué se diferencian? evidencias empíricas para el caso de Argentina.
- Konntz, H., & Weihrich, H. (1998). Administración Una Perspectiva Global. (11<sup>a</sup> Edición ed.). México D.F: Mc Graw Hill.
- Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing* , 15 (5-6), 411-432.
- Leguizamón, L. A. (2011 Noviembre). ¿ Es posible un modelo de emprendimiento en la educación Colombiana? Retrieved 2014 йил 28-Enero de <http://www.idep.edu.co/>: <http://www.idep.edu.co/pdf/aula/MAU%2082.pdf>

- Liñán, F. (2004). Intention-based models of entrepreneurship education. *Piccolla Impresa/Small Business* , 3, 11-35.
- Loli, A.; Del Carpio, J. y La Jara, E. (2014). El emprendimiento en los estudiantes de la UNMSM y su relación con algunas variables sociodemográficas. *Revista de Investigación en Psicología*, 12(1), 111-130.
- López, P. (2008). Influencia del comportamiento emprendedor de los mandos medios en el fomento del Corporate Entrepreneurship. Tesis de doctorado publicado . Barcelona , España: Universidad Ramon Llull.
- Malavé, J., & Piñango, R. (2012). Líderes, gerentes y emprendedores: un estudio empírico de actitudes y significados. *Revista Venezolana de Gerencia* , 17 (60), 676-694.
- Marulanda M, J. A., Correa C, G., & Mejía M, L. F. (2009). Emprendimiento: Visiones desde las teorías del comportamiento humano. *Revista Escuela de Administración de Negocios* , 66, 153-168.
- Mora, R. (2011). Estudio de actitudes emprendedoras con profesionales que crearon empresa. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 71, 70-83.
- Moreno, H. M., & Espíritu, R. (2010). Análisis de las características del emprendimiento y liderazgo en los países de Asia y Latinoamérica. *Portes, revista mexicana de estudios sobre la Cuenca del Pacífico* , 4 (8), 101-122.

- Moriano, J. A., Palací, F. J., & Morales, J. F. (2006). El perfil psicosocial del emprendedor universitario. *Revista De Psicología Del Trabajo y De Las Organizaciones* , 22 (1), 75-100.
- Morris, C., & Maisto, A. (2005). *Introducción a la Psicología*. México: Pearson Prentice Hall.
- Mundo Alma. (2014). ¿Cuál es el perfil del emprendedor de clase media en Latinoamérica? – edición 08. <http://www.mundoalma.com/cual-es-el-perfildel-emprendedor-de-clase-media-en-latinoamerica/#sthash.zCzwI0ZT.dpuf>.
- Orrego, C. (2008). La dimensión humana del emprendimiento. *Revistas Ciencias Estratégicas* , 16 (20), 225-235.
- Osorio T, F. F., & Pereira L, F. (2011). Hacia un modelo de educación para el emprendimiento: una mirada desde la teoría social cognitiva. *Cuadernos de Administración* , 24 (43), 13-33.
- Padrón, G. A., & Sánchez de G, M. (2010). Efecto de la motivación al logro y la inteligencia emocional en el Crecimiento Psicológico. *Revista Venezolana de Gerencia* , 15 (49), 141-157.
- Palacios Núñez, Guadalupe. (2010). Emprendimiento social: integrando a los excluidos en el ámbito rural. *Revista de Ciencias Sociales*, 16(4), 579-590. Recuperado en 22 de diciembre de 2015, de [http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1315-95182010000400002&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-95182010000400002&lng=es&tlng=es).

- Palomo, M. T. (2007). Liderazgo y Motivación de Equipos de Trabajo. (4ª Edición ed.). Madrid: ESIC Editorial.
- Pereira, F. (2007). La evolución del espíritu empresarial como campo del Conocimiento. Hacia una visión sistémica y humanista. Cuadernos de Administración, 20 (34), 11 - 37.
- Petit Torres, Elsa Emilia. (2007). La gerencia emprendedora innovadora como catalizador del emprendimiento económico. Revista de Ciencias Sociales, 13(3), 495-506. Recuperado en 22 de diciembre de 2015, de [http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1315-95182007000300010&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-95182007000300010&lng=es&tlng=es).
- Petit, E. E. (2007). La gerencia emprendedora innovadora como catalizador del emprendimiento económico. Revista de Ciencias Sociales, XIII (3), 495-506.
- Pineiro Carreras, Julia.(2011) Los emprendimientos turísticos y sus efectos: El caso del Hotel-Casino en Victoria, Entre Ríos, Argentina. Estud. perspect. tur., Ciudad Autónoma de Buenos Aires, v. 20, n. 5, oct. 2011 . Disponible en [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1851-17322011000500006&lng=es&nrm=iso](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322011000500006&lng=es&nrm=iso). accedido en 20 dic. 2015.
- Pizzi, Alejandro, & Brunet, Ignasi. (2013). Creación de empresas, modelos de innovación y pymes. Cuadernos del Cendes, 30(83), 53-74. Recuperado en 22 de diciembre de 2015, de [http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1012-25082013000200004&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1012-25082013000200004&lng=es&tlng=es).

- Puga V, J., & Martínez C, L. (2008). Competencias directivas en escenarios globales. *Estudios Gerenciales*, 87-103.
- Sierra Bravo (1988) *Técnicas de Investigación Social, Teoría y Ejercicios*. Paraninfo – Madrid pág. 175
- Radrigán R, Mario H, Dávila R, Ana María, & Penaglia V, Francesco E. (2012). *Gestión y Liderazgos en los Emprendimientos Sociales: El caso del Sector No Lucrativo Chileno*. *Polis (Santiago)*, 11(32), 141-165.  
Recuperado en 20 de diciembre de 2015, de  
[http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0718-65682012000200009&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-65682012000200009&lng=es&tlng=es). 10.4067/S0718-65682012000200009.
- Ramírez Urquidy, Martín, Bernal, Manuel, & Fuentes, Roberto. (2013). *Emprendimiento y desarrollo manufactureros en las entidades federativas de México*. *Problemas del desarrollo*, 44(174), 167-195.  
Recuperado en 20 de diciembre de 2015, de  
[http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0301-70362013000300008&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0301-70362013000300008&lng=es&tlng=es).
- Rodríguez, A. (2009). Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. *Pensamiento & Gestión* (26), 94-119.
- Rodríguez, Carlos Alberto, & Prieto Pinto, Frank A. (2009). La sensibilidad al emprendimiento en los estudiantes universitarios: Estudio comparativo Colombia-Francia. *Innovar*, 19(Supl. 1), 73-89.  
Recuperado en 20 de diciembre de 2015, de

[http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0121-50512009000400007&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-50512009000400007&lng=es&tlng=es).

Rodríguez-Suárez, Pedro Manuel, Pico-González, Beatriz, & Méndez-Ramírez, Francisco Javier. (2013). Capacidad innovadora en la empresa familiar como área de oportunidad hacia el desarrollo de México. *Economía, sociedad y territorio*, 13(43), 779-794. Recuperado en 20 de diciembre de 2015, de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1405-84212013000300009&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-84212013000300009&lng=es&tlng=es).

Sánchez, J. C. (2011). Entrepreneur ship: Introduction. *Psicothema* , 23 (3), 424-426.

Sánchez, L. (2003). Perfil psicológico del auto empleado. Tesis de doctorado publicada . Madrid, España: Universidad Complutense de Madrid.

Simón M, V., Revuelto T, L., & Medina L, A. F. (2012). La influencia de la formación, la experiencia y la motivación para emprender en la supervivencia de las empresas de nueva creación. *Estudios Gerenciales* , 28, 237-262.

Thomasson, Roy. (2009). Ciencia, innovación y emprendimiento: La próxima generación de negocios en las américas. *Interciencia*, 34(7), 454. Recuperado en 22 de diciembre de 2015, de [http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0378-18442009000700001&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0378-18442009000700001&lng=es&tlng=es).

- Varela, R. (2001). *Innovación Empresarial. Arte y ciencia en la creación de empresas*. Bogotá, D. C: Prentice Hall.
- Varela, R. (2003). *Hacia una Universidad con espíritu empresarial. Viña del Mar: II conferencia de investigación en Entrepreneurship en Latino América*.
- Varela, R., & Bedoya, O. L. (2006). *Modelo conceptual de desarrollo empresarial basado en competencias*. *Estudios Gerenciales* , 21-47.
- Veciana, J. M. (2005). *La creación de empresas. Un enfoque gerencial*. *Colección Estudios Económicos* (33), 1-307.
- Vigorena, F. (2006). *Educación emprendedora*. *Pharos*, 13(1), 59-65.



**ANEXOS**



Anexo 1

Cuestionario de percepción emprendedora

I. DATOS GENERALES

UNIVERSIDAD: \_\_\_\_\_

ESCUELA ACADEMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACION: \_\_\_\_\_

CICLO DE ESTUDIO: \_\_\_\_ EDAD: \_\_\_\_ SEXO: (M) (F)

II. AUTOEFICACIA EMPRENDEDORA

Si usted tuviera su propia empresa, ¿En qué grado cree que sería capaz de desempeñar eficazmente cada una de las siguientes tareas? Marque la escala siguiente.

ESCALA  
1 = Completamente Incapaz; 2 = Algo Capaz; 3= Capaz.; 4= Muy Capaz; 5= Completamente Capaz

Recuerde marque solo UNA.

1. Trabajar eficazmente bajo un continuo estrés, presión y conflicto..... 1 2 3 4 5
2. Desarrollar y mantener relaciones favorables con potenciales Inversores..... 1 2 3 4 5
3. Reconocer nuevas oportunidades en el mercado para nuevos productos y servicios... 1 2 3 4 5
4. Reclutar y entrenar a los empleados clave..... 1 2 3 4 5
5. Establecer la visión y valores de la organización..... 1 2 3 4 5
6. Descubrir nuevas formas para mejorar los productos existentes..... 1 2 3 4 5
7. Desarrollar relaciones con personas clave para obtener capital..... 1 2 3 4 5
8. Identificar nuevas áreas de crecimiento potencial..... 1 2 3 4 5
9. Desarrollar una adecuada planificación de personal para cubrir los puestos clave de la empresa..... 1 2 3 4 5
10. Inspirar a otros a aceptar la visión y valores de la compañía..... 1 2 3 4 5
11. Tolerar los cambios inesperados en las condiciones del negocio..... 1 2 3 4 5
12. Diseñar productos que resuelvan problemas corrientes..... 1 2 3 4 5
13. Identificar recursos potenciales de financiación..... 1 2 3 4 5
14. Crear un entorno de trabajo que permita a las personas ser más su propio jefe..... 1 2 3 4 5
15. Persistir frente a la adversidad..... 1 2 3 4 5
16. Crear productos que satisfagan las necesidades no cubiertas de los clientes..... 1 2 3 4 5
17. Formular unas acciones rápidas para perseguir las oportunidades..... 1 2 3 4 5
18. Desarrollar un entorno laboral que promueva que las personas intenten hacer cosas nuevas.  
..... 1 2 3 4 5
19. Usar antiguos conceptos comerciales de una nueva manera..... 1 2 3 4 5

20. Determinar si el negocio va bien..... 1 2 3 4 5
- 21. Alentar a las personas para que tomen iniciativas y responsabilidades sobre sus ideas y decisiones, independientemente de sus resultados..... 1 2 3 4 5**
22. Identificar y construir equipos de gestión..... 1 2 3 4 5
23. Formar asociaciones o alianzas con otros..... 1 2 3 4 5

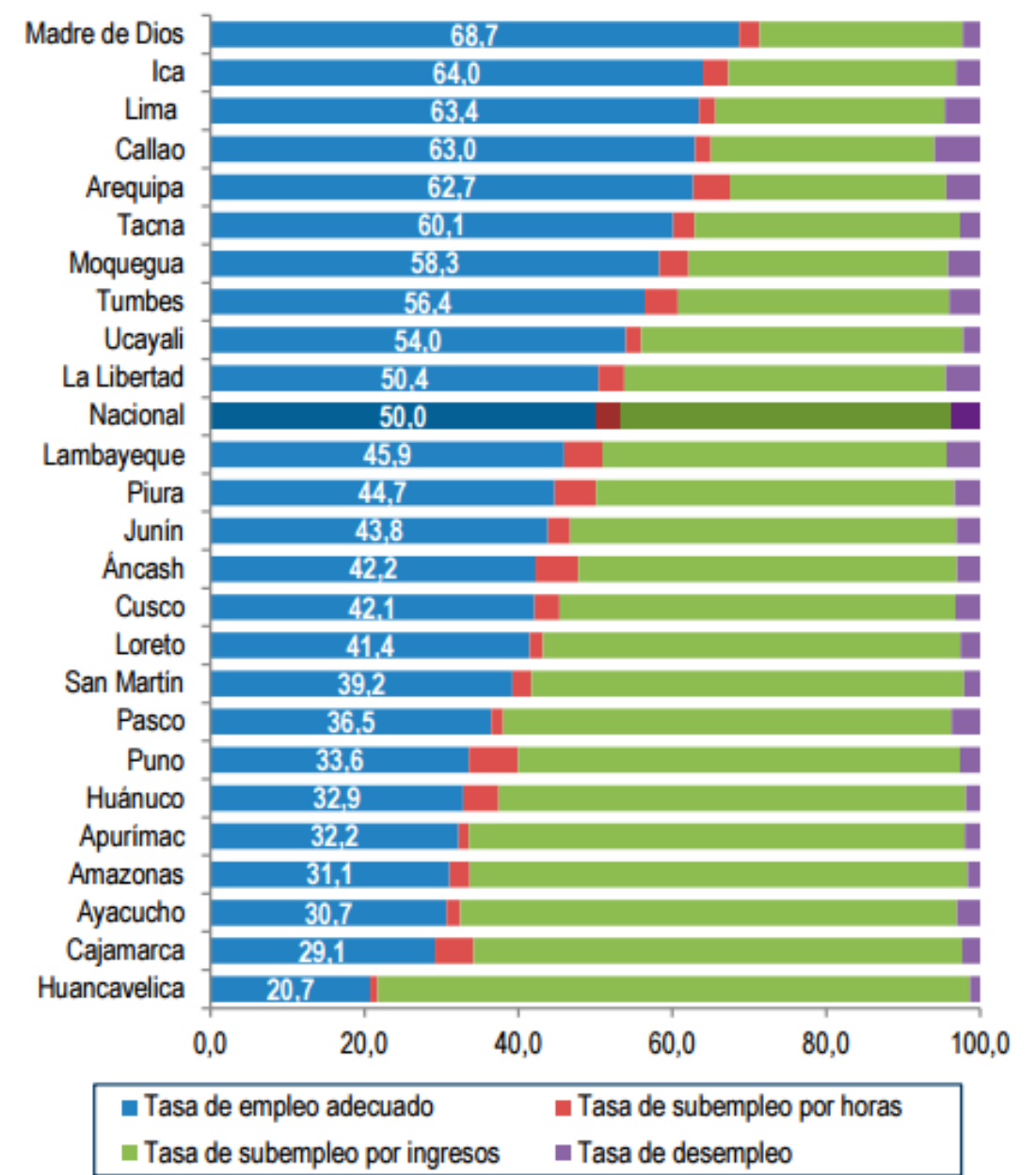
Anexo 2

Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES
<p><b>Problema general</b> ¿Cuál es la percepción del perfil emprendedor en los estudiantes de administración de las universidades privadas de la región Puno en el año 2014?</p> <p><b>Problemas específicos</b> A.- ¿Cuáles son las características personales del perfil emprendedor de los estudiantes de administración de las universidades privadas de la región Puno? B.- ¿Cuáles son las características sociales del perfil emprendedor de los estudiantes de administración de las universidades privadas de la región Puno? C.- ¿Cuáles son las características psicológicas del perfil emprendedor de los estudiantes de administración de las universidades privadas de la región Puno?</p>	<p><b>Objetivo general</b> Determinar la percepción del perfil emprendedor de los estudiantes de administración de las universidades privadas de la Región Puno en el año 2014.</p> <p><b>Objetivos específicos</b> A.- Identificar las características personales del perfil emprendedor de los estudiantes de administración de las universidades privadas de la Región Puno. B.- Identificar las características sociales del perfil emprendedor de los estudiantes de administración de las universidades privadas de la Región Puno. C.- Identificar las características psicológicas del perfil emprendedor de los estudiantes de administración de las universidades privadas de la Región Puno.</p>	<p><b>Hipótesis general</b> Los estudiantes de administración de las universidades privadas tienen alto desarrollo de las características personales, sociales y psicológicas del perfil emprendedor en la región de Puno en el periodo 2014.</p> <p><b>Hipótesis específicas</b> A.- Los estudiantes de administración de las universidades privadas de la Región Puno tienen alto desarrollo de las características personales, producto de la autonomía, toma de decisiones, responsabilidad y grado de creatividad B.- Los estudiantes de administración de las universidades privadas de la Región Puno tienen un destacado desarrollo de las características sociales, producto del liderazgo, trabajo en equipo y solidaridad. C.- Los estudiantes de administración de las universidades privadas de la Región Puno tienen alto desarrollo de las características psicológicas, producto de la necesidad de logro y la minimización del temor al riesgo.</p>	<p><b>Variable General</b> - <b>Variable Independiente:</b> Perfil de emprendedor - <b>Variable Dependiente:</b> Características emprendedoras</p> <p><b>variables específicas:</b> De la hipótesis específica A - Variable independiente: Características personales - Variable dependiente: Emprendimiento De la hipótesis específica B: - Variable independiente: Características Sociales - Variable dependiente: Emprendimiento De la hipótesis específica C: - Variable independiente: Características psicológicas - Variable dependiente: Emprendimiento</p>

Anexo 3

FIGURA 8. TITULO COM TASA DE EMPLEO ADECUADO, SUBEMPLEO Y DESEMPLEO, SEGÚN DEPARTAMENTO, 2014.



Fuente: INEI-PERU