

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



**ACTITUD EMPRENDEDORA DE LOS ALUMNOS DE
ADMINISTRACIÓN DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO
TORIBIO DE MOGROVEJO, 2019**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

AUTOR

YOSMERI MEDALID ALEJANDRIA FLORES

ASESOR

DIOGENES JESUS DIAZ RIOS

<https://orcid.org/0000-0002-0955-7994>

Chiclayo, 2021

**ACTITUD EMPRENDEDORA DE LOS ALUMNOS DE
ADMINISTRACIÓN DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA
SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO, 2019**

PRESENTADA POR:

YOSMERI MEDALID ALEJANDRIA FLORES

A la Facultad de Ciencias Empresariales de la
Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo
para optar el título de

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

APROBADA POR:

Linda Marita Cruz Pupuche

PRESIDENTE

Angel Eduardo Rivas Llatas

SECRETARIO

Diogenes Jesus Diaz Rios

VOCAL

Dedicatoria

Este proyecto de tesis lo dedico a Dios y a mi familia. A Dios por permitirme llegar hasta este momento de mi vida y cumplir una de mis metas. A mi padre que siempre ha sido de guía, apoyo y que desde el cielo me sigue cuidando, y a mi madre por ser de ayuda y me ha dado el coraje para nunca rendirme.

Agradecimientos

Agradezco a todas las personas que de alguna manera estuvieron presentes e hicieron posible el desarrollo de la presente tesis, a mis familiares, amigos, compañeros y docentes.

Índice

Resumen	8
Abstract	9
I. Introducción	10
II. Marco Teórico	13
Antecedentes	13
Bases teóricas	16
III. Metodología	32
IV. Resultados	40
V. Discusión	50
VI. Conclusiones	55
VII. Recomendaciones	56
VIII. Referencias	57
IX. Anexos	68

Lista de Tablas

Tabla 1 Operacionalización de variables	34
Tabla 2 Alfa de Cronbach actitud emprendedora	36
Tabla 3 Matriz de consistencia	38
Tabla 4 Características demográficas	40
Tabla 5 Análisis de brechas para la actitud emprendedora	77
Tabla 6 Análisis factorial actitud emprendedora	78
Tabla 7 Comunalidades actitud emprendedora	78
Tabla 8 Varianza total explicada actitud emprendedora	80
Tabla 9 Matriz de componente rotado actitud emprendedora	82
Tabla 10 Análisis factorial intensidad emprendedora	84
Tabla 11 Comunalidades intensidad emprendedora	84
Tabla 12 Varianza total explicada intensidad emprendedora	85
Tabla 13 Matriz de componente rotado intensidad emprendedora	86
Tabla 14 Análisis factorial voluntad emprendedora	87
Tabla 15 Comunalidades voluntad emprendedora	88
Tabla 16 Matriz de componente rotado voluntad emprendedora	89
Tabla 17 Matriz de componente rotado voluntad emprendedora	90
Tabla 18 Análisis factorial habilidades emprendedoras	92
Tabla 19 Comunalidades habilidades emprendedoras	92
Tabla 20 Matriz de componente rotado habilidades emprendedoras	93
Tabla 21 Declaraciones de la entrevista	94

Lista de Figuras

Figura 1. Intención emprendedora en base a la escala de actitud emprendedora en estudiantes	41
Figura 2. Estudiantes según el nivel de intensidad emprendedora y el sexo	41
Figura 3. Estudiantes según el nivel de intensidad emprendedora y el ciclo en base a la escala de actitud emprendedora en estudiantes	42
Figura 4. Estudiantes según el nivel de intensidad emprendedora y la relación familiar con un emprendedor en base a la escala de actitud emprendedora en estudiantes	43
Figura 5. Voluntad emprendedora en base a la escala de actitud emprendedora en estudiantes	43
Figura 6. Estudiantes según el nivel de voluntad emprendedora y el ciclo	44
Figura 7. Estudiantes según el nivel de voluntad emprendedora y la relación familiar con un emprendedor	44
Figura 8. Habilidades emprendedoras	45
Figura 9. Estudiantes según el nivel de habilidades emprendedoras y el ciclo	46
Figura 10. Estudiantes según el nivel de habilidades emprendedoras y la relación familiar con un emprendedor	46
Figura 11. Actitud emprendedora en base a la escala de actitud emprendedora en estudiantes	47
Figura 12. Estudiantes según el nivel de actitud emprendedora y el ciclo	48
Figura 13. Estudiantes según el nivel de actitud emprendedora y la relación familiar con un emprendedor	48
Figura 14. Estudiantes según el sexo y la relación familiar con un emprendedor	49
Figura 15. Gráfico de brechas actitud emprendedora en base a la escala de actitud emprendedora en estudiantes	77
Figura 16. Gráfico de sedimentación actitud emprendedora en base a la escala de actitud emprendedora en estudiantes	81
Figura 17. Gráfico de sedimentación intensidad emprendedora	86
Figura 18. Gráfico de sedimentación voluntad emprendedora en base a la escala de actitud emprendedora en estudiantes	90

Resumen

En la presente investigación tuvo como propósito poder identificar el nivel de actitud emprendedora, a fin de poder conocer qué proporción de estudiantes presentan mayor inclinación a emprender y cuantos tienen preferencia por trabajar de manera dependiente, a partir de ello se tuvo como objetivo general determinar la actitud emprendedora de los alumnos de administración de empresas de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo en el 2019.

La metodología empleada se constituyó bajo un nivel de investigación es cuantitativo, un tipo de investigación aplicada, dentro de un diseño no experimental, para la recolección de datos se hizo uso de la técnica de la encuesta por medio del instrumento del cuestionario de preguntas. Además de esto se utilizó una pequeña entrevista para contrarrestar con la encuesta aplicada.

Los resultados más resaltantes fueron que, de las tres dimensiones correspondientes a la actitud emprendedora, los estudiantes mostraron mayores habilidades emprendedoras (36.5%) en relación a la voluntad emprendedora donde solo el 29.4% de estudiantes presentaron niveles altos, así como la intensión emprendedora, donde alrededor del 37% de los estudiantes mostraron niveles altos. Concluyéndose, que, en proporción de los resultados presentados, los estudiantes de administración de empresas, el 60.3% de los estudiantes presentaron un regular nivel, mientras que el 35.7% de ellos si mostraron un nivel alto, pudiendo inferirse que un tercio de los estudiantes tienen una inclinación a emprender su propia empresa.

Palabras clave: intensión emprendedora, voluntad emprendedora, habilidades emprendedoras.

Abstract

In the purpose of this research was to be able to identify the level of entrepreneurial attitude, in order to know what proportion of students are more inclined to undertake and how many have a preference for working in a dependent manner. From this, the general objective was to determine the Entrepreneurial attitude of the business administration students of the Catholic University Santo Toribio de Mogrovejo in 2019.

The methodology used was constituted under a level of research that is quantitative, a type of applied research, within a non-experimental design, for the collection of data using the technique of the survey using the questionnaire instrument. In addition to this, a short interview was used to counter the applied survey.

The most outstanding results were that, of the three dimensions corresponding to the entrepreneurial attitude, the students showed greater entrepreneurial skills (36.5%) in relation to the entrepreneurial will where only 29.4% of students presented high levels, as well as the entrepreneurial intention, where around 37% of the students showed high levels. Concluding, that, in proportion to the results presented, the business administration students, 60.3% of the students presented a regular level, while 35.7% of them did show a high level, being able to infer that a third of the students they have an inclination to start their own business.

Keywords: entrepreneurial intent, entrepreneurial will entrepreneurial skills.

I. Introducción

En un mundo donde los jóvenes están empezando a tratar de cambiar el mundo a través de nuevos sistemas tecnológicos y factores de innovación, la perspectiva ha empezado a reorganizarse, tratando de generar nuevas ideas en pro del avance de su economía. No obstante, esta preocupación, surge muchas veces de la situación laboral en el país, como es actualmente el desempleo, el cual existe en la mayoría de países en vías del crecimiento, esto genera que las personas no puedan cubrir sus necesidades básicas adecuadamente; dando origen a una nueva condición que crea la misma persona, como es la actitud emprendedora.

Frente a esta situación, es necesario resaltar que existen individuos con capacidades de emprendimiento, por ejemplo, en Estonia, según Põder, Kallaste, Raudsaar & Venesaar (2017) en 212 alumnos, se obtuvo que las capacidades empresariales de las universidades estonias que, el enfoque de la educación empresarial en las universidades estonias se orientó a proporcionar oportunidades de aprendizaje y capacitación, crear conciencia sobre el espíritu empresarial y el desarrollo curricular. En las áreas estudiadas, las universidades han brindado el mayor apoyo al desarrollo de la enseñanza y el aprendizaje empresarial. Por otro lado, en los pobladores de México, se detectó que la acción más realizada ante el fracaso es trabajar para una tercera persona con la finalidad de emprender y aprender en el futuro, en donde se descubrió que el 36% de los emprendimientos universitarios se originan de un proyecto académico y el 65% de los negocios universitarios mencionaron que su universidad los incentiva en el desarrollo de un emprendimiento (Gasca, 2018).

En Perú, es relevante mencionar, que a través de un sondeo sobre las expectativas de emprendimiento entre los alumnos de la Universidad Nacional Agraria La Molina (UNALM), el 10.3% acotó que el emprendimiento que tienen por desarrollar estaría orientado a un rubro diferente al estudiado como carrera universitaria (Gestión, 2016). Bajo ese contexto, a nivel regional, el 40% de los egresados de las universidades no cuentan con un trabajo fijo, mientras que los egresados de carreras técnicas alcanzan un porcentaje de 30% y un 25% las personas que cuentan con secundaria completa, sin embargo, de los tres grupos mencionados los que más intentan ingresar al mercado laboral es la juventud que tiene poco tiempo de haber concluido sus estudios, del cual siempre va a desprender un porcentaje de esta población que va a buscar emprender un negocio propio, mientras que otro grupo optará por un trabajo dependiente (RPP, 2018). Bajo esta misma línea, en la región, existe más desempleo juvenil que de adultos, reportando 15,462 jóvenes (8.3%) en relación a 7,588

adultos (1.8%), sumado a ello, entre el 2008 y el 2017 el nivel de formación académico de los jóvenes egresados no coincidió con la ocupación que desempeñaron o desempeñan actualmente, esta tasa de inadecuación en el 2017 fue del 54.3%, y el 42.8% corresponde a jóvenes universitarios, incrementándose en un 6.9% respecto al 2016 (MINTRA, 2019).

Bajo este escenario, a las universidades, así como la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, le toca la difícil tarea de evaluar el nivel de aprendizaje y el desarrollo mismo de habilidades en los estudiantes. Conforme a las entrevistas previas realizadas, se pudo conocer que los estudiantes consideran a la universidad con la base de conocimientos, que, si bien es un inicio, sin embargo, consideran que se debe impulsar más al estudiante a desarrollar sus habilidades y reforzar lo ya aprendido para que se pueda aplicar a un futuro negocio. Asimismo, estos estudiantes, suelen tener algún tipo de influencia por parte de sus padres o familiares cercanos ya que alguno de ellos tienen o han tenido su empresa propia, la cual inició como un emprendimiento, y ellos se han ido formando bajo esta crianza, mientras que el otro grupo se presenta lo mismo, donde padres, familiares, y amigos cercanos trabajan en una empresa pública o privada, y bajo este entorno se forman y suelen optar por trabajar en una empresa, la cual no necesariamente es definitivo porque cada estudiante cuenta con sus propias convicciones. Hoy por hoy, si bien existen muchas personas que cuentan con la idea o ya han emprendido algún negocio, esto no llega a madurar y termina por cerrar porque no basta solo con la convicción de querer emprender, lo cual se refleja en la baja tasa de trabajo en el país actualmente, sumado a ello, la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo cuenta actualmente con una incubadora de negocios llamada Impulsat, siendo esta la primera incubadora de su tipo en la región, si bien brinda servicios para madurar la idea de negocio (pre incubación), su inserción al mercado (incubación), y el seguimiento (post incubación), al parecer no está generando el impacto esperado en cuanto a la actitud emprendedora de los estudiantes, de los cuales solo han recepcionado y trabajado solo 5 ideas de negocios, de los cuales solo uno es de un estudiante de administración.

Consecuentemente esto puede encausarse dado que de manera tradicional siempre ha existido la percepción de que la educación universitaria se encauza hacia el profesional como un empleado, sin embargo, día a día se presentan estudiantes que poseen capacidades propias de emprendedores, sin estar del todo conscientes de ello. Por tanto, es importante detectar dichas capacidades y estimular a aquellos que las posean para que en un mediano plazo pueden desarrollarlas como empresarios de éxito, puesto que de mantenerse como tales

seguirán los problemas de siempre como es la baja tasa de desempleo, las empresas nuevas terminan cerrando, disminuye la competitividad, y por tanto la economía no crece.

Conforme a lo mencionado, la investigación entorna a una problemática que se puede resumir en la siguiente pregunta: ¿Cuál es la actitud emprendedora de los alumnos de administración de empresas de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, 2019?; para dar respuesta a esta problemática se planteó como objetivo general conocer cuál es la actitud emprendedora de los alumnos de administración de empresas de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, 2019. Para lograr este objetivo se establecieron los siguientes tres objetivos específicos determinar la intención emprendedora, determinar la voluntad emprendedora, determinar las habilidades emprendedoras de los alumnos de administración de empresas de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, 2019. Para alcanzar los objetivos se utilizó el modelo de Ponce, Flores y Arriaga, 2014.

Teniendo en cuenta lo anterior, este estudio se justifica principalmente porque permitió conocer y analizar el origen y las causas que genera la actitud emprendedora y como se forma dentro del proceso cognitivo del estudiante, con la intención de establecer cómo y dónde se pretenden desenvolver en su vida laboral, para que de esta manera se pueda promover este tipo de motivación, para poder guiar y preparar al estudiante para que asuma riesgos, muestren independencia y generar confianza frente a un futuro laboral. Para ello, la investigación fue abordada por capítulos, tratándose en el primero el abordaje de la problemática, ello permitió plantear un problema, desarrollar objetivos. Por otra parte, en el capítulo dos se las bases teóricas y antecedentes necesarios para el enriquecimiento del estudio. En el tercer capítulo se presentó el tipo, nivel, método y diseño de la investigación, así como la población, muestra, técnicas e instrumentos de recolección de datos, operacionalización de variables, matriz de consistencia, entre otras. En el cuarto capítulo se presentó los resultados y discusión de los datos obtenidos. En el siguiente capítulo se presentó las conclusiones y posteriormente sus respectivas recomendaciones.

II. Marco Teórico

2.1. Antecedentes

Carvajal, et al (2015) buscó evaluar la actitud emprendedora de los estudiantes de ingeniería de la universidad, empleando una metodología cuantitativa, con un tipo de investigación de carácter básico, con un nivel descriptivo y un diseño de estudio no experimental de corte transversal, la muestra de estudio estuvo conformado por 586 alumnos de estudios de pregrado, la técnica empleada fue la encuesta con el cuestionario de preguntas como instrumento, siendo el resultado principal que solo el 6.4% de los estudiantes de estudios de grado tienen experiencia en negocios, del mismo modo, más del 60% piensa que es concebible y está en sus intereses hacer una empresa terminado su carrera profesional.

Isada, Lin y Isada (2015) el objetivo de este estudio es desarrollar empíricamente una comparación internacional del alcance del emprendimiento estudiantil y los factores que lo influyen, empleando un enfoque cuantitativo, con un alcance de estudio explicativo y un diseño no experimental, la muestra lo conformaron 350 no graduados, siendo el principal resultado fue que las variables elementos ambientales y factores individuales impactan significativamente en el nivel de emprendimiento. Además, se ha ilustrado la complementariedad correspondiente de las variables naturales e individuales y la probabilidad de dinamismo permiten reforzar la inclinación a ser más emprendedores.

Ubierna (2015) tuvo como objetivo describir las características de la intención emprendedora del estudiante de turismo, empleando una metodología cuantitativa, un tipo de estudio comparativo, de diseño no experimental de corte transversal, la muestra se formó a partir de 122 estudiantes entre grados de maestría y de grado, donde el principal resultado fue que los estudiantes de pregrado muestran mayor intención que los de maestría, siendo 50.53% en la primera y 33.33% en la segunda. Las razones que llevan a generar estas perspectivas sólidas con el anhelo de autonomía, que debería fomentar el reconocimiento del pasado, los aspectos financieros, cómo ganar mucho dinero, entre otras.

Mora (2016) presentó como objetivo analizar las actitudes emprendedoras de los egresados en base a su comportamiento, creencias y emociones, empleando una metodología cualitativa, teniendo como objetivo el análisis de la actitud emprendedora de estudiantes que trabajaron con emprendedores, con un diseño no experimental a nivel exploratorio, la muestra lo conformaron por 121 empresarios de la UJTL, a los que se conectó el instrumento

"Escala de orientación de actitud de empresa" (EAO), donde se observó que la prevención de riesgos está disponible entre los empresarios de la UJTL. Siendo el principal resultado que el aspecto cognitivo es el más predominante de la actitud emprendedora de los estudiantes con una puntuación de 94/100, mientras que el elemento afectivo de la actitud emprendedora era el más determinante en la motivación del estudiante al momento de emprender.

Sánchez (2017) presentó como objetivo determinar el nivel de asociación entre los rasgos de personalidad, la intensidad emprendedora y las prácticas de negocios, mediante un enfoque cuantitativo, de diseño no experimental de corte transversal, y alcance descriptivo, la muestra estuvo conformado por 86 jóvenes de diferentes universidades de Lima metropolitana, para la recolección de datos se empleó la técnica de la encuesta, así como el análisis documental, mientras que el instrumento corresponde al cuestionario de preguntas, la escala de personalidad y la ficha de datos sociodemográficos, obteniéndose la existencia de una relación significativa, ya que estos elementos convergen a la generación de una actitud emprendedora.

Vásquez (2017) tuvo como objetivo determinar cuáles de los factores es más incidente la formación de intensidad emprendedora entre los universitarios con experiencia laboral, la metodología se enmarcó dentro de un enfoque cuantitativo, con tipo de investigación básico, de diseño no experimental, de corte transversal y de alcance descriptivo, la muestra lo conformaron 871 personas, siendo que para la recolección de datos se empleó un cuestionario de preguntas como instrumento, mediante la técnica de la encuesta, siendo el resultado principal que los aspectos más relevantes en la intensidad emprendedora son la conducta, el estándar emocional y el comportamiento, esto a su vez permitió que los emprendedores desarrollaran formación pionera, evidenciándose mayor nivel de emprendimiento en estudiantes que presentaban dichas características.

Muñoz y Zavala (2017) presentaron como objetivo conocer cuáles son los factores de mayor influencia en la capacidad emprendedora del estudiante, empleando un enfoque cuantitativo, bajo un tipo de investigación de carácter bibliográfico, con un diseño de investigación no experimental, teniendo como muestra a 28 trabajos referenciales, para la recolección de datos se empleó un motor de búsqueda o gestor de bibliografía '*publish or perish*', obteniéndose como principal resultado que las características más resaltantes de los estudios sobre capacidad emprendedora es la perspectiva psicológica, la perspectiva demográfica y la perspectiva actitudinal.

Acuña y Gamarra (2018) su estudio tuvo como objetivo indicar el nivel e influencia de los factores predominantes en la intención emprendedora de los estudiantes de pregrado, contó con una metodología cuantitativa, con un alcance descriptivo de corte transversal y diseño no experimental, teniendo como muestra 376 alumnos, mientras que para la recopilación de la información se empleó la técnica de la encuesta y el cuestionario de preguntas como instrumento, siendo el principal resultado que la utilidad percibida, la actitud emprendedora, la formación empresarial, la autoconfianza, la creatividad, la experiencia de negocios, el ambiente, las normas subjetivas y el control percibido se relacionan con la intención de emprendimiento.

Diez Canseco (2018) tuvo como objetivo describir el perfil emprendedor y como este se asocia en el uso de herramientas de gestión en los diferentes egresados, el procedimiento metodológico utilizado fue un enfoque cuantitativo, el tipo de investigación fue básico con un nivel descriptivo, bajo un diseño no experimental de corte transversal, la muestra lo conformaron 284 graduados universitarios, para la recolección de datos se empleó un cuestionario de preguntas como instrumento por medio de la técnica de la encuesta, siendo el principal resultado hallado que, el perfil emprendedor se relaciona directa y significativamente con el uso de herramientas de gestión entre los egresados de la universidad, del mismo modo que el perfil emprendedor tiene como características que en su mayoría son varones, así como haber estudiado en la facultad de ciencias empresariales y haber egresado entre el 2010 al 2012.

Jácome (2018) tuvo como objetivo determinar el efecto entre la contabilidad en la intención emprendedora, la metodología presenta un enfoque cuantitativo, bajo un diseño de investigación no experimental y con un paradigma post positivista, de corte transversal, con una muestra de 669 estudiantes universitarios, para la recolección de datos se empleó un cuestionario de preguntas como instrumento bajo la técnica de la encuesta, el resultado principal demuestra que la capacidad de control aplica un trabajo de en la conexión entre la autosuficiencia y la intención emprendedora, además, los resultados orientan al uso de enfoques emprendedores en la vida académica de los estudiantes para generar mayor intención y voluntad emprendedora.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Actitud emprendedora

2.2.1.1. Concepto

La actitud emprendedora es un proceso de diferenciación, dedicación de tiempo valor y esfuerzo vital, aceptar los peligros relacionados, monetarios y sociales relacionados con el dinero y obtener los subsiguientes premios individuales y financieros (Bóveda, Oviedo, & Yakusik, 2016).

El estado de ánimo innovador se fundamenta en la habilidad de innovación, pensamiento creativo y realizar un movimiento por medio de la ejecución de los pensamientos. Dicho estado de ánimo se puede obtener por medio de la realización de las cosas que nos agradan, con las que sienten entusiasmo y que forman parte de nuestros deseos. Si no, es difícil que un determinado negocio perdure en el tiempo. Sin embargo, pese a realizar lo que nos agrada y querer la actividad a la que nos dedicamos, es necesario desarrollar la habilidad fundamental de tener la opción de hacer negocios empresariales (Secretaría Pyme y Desarrollo Emprendedor del Ministerio, 2014).

El empresario, como individuo visionario e inspirado que traduce el mercado, diferencia y analiza el inicio de empresas y se prepara para hacer negocios, es el primordial anunciante de un crecimiento monetario y social de un país. Su propósito es diferenciar las aperturas de los negocios, encontrar los activos, explotarlos para transformarlos en organizaciones benéficas (SPDEM, 2014).

El estado de ánimo emprendedor hace referencia a las diversas etapas por medio de las cuales prueba otros esfuerzos, desde el inicio en que se efectúa la elección hasta el momento de creación de una nueva organización, a pesar que hay diversos conceptos sobre la importancia de intento, gran parte de las autoridades están conforme con el proceso innovador adiciona todos los ejercicios hallados con la creencia de apertura y acciones para reconocerlos, realizando una mentalidad de vida, por ejemplo, tener su propia actividad, ser proactivos, no mantenerlos firmes para revelar qué y cómo debemos hacer las cosas se insta a decidir (SPDEM, 2014).

La persona de negocios debe tener claro lo que debe ser y lograr como individuo. Debe iniciar con lo que necesita para trabajar en la perspectiva de un experto. Aquí

obtenemos "dominio" como su propia acción generadora para la cual obtendrán su pensamiento relacionado con el dinero, que se basará en el desarrollo de una empresa pionera dimensionada. Además, a partir de este círculo, construya los canales y las conexiones que deben darse con el resto de los aspectos individuales, una realidad básica según la cual la visión pionera limita nuestro borde de conexión con el resto de círculos individuales, y en nuestro procedimiento de definición. Es importante lograr un conocimiento esencial entre cada uno de ellos para lograr una imagen de incorporación que permita caracterizar lo que se debe hacer y las actividades que se deben intentar (Monsalve, 2017).

2.2.1.2. Importancia de la actitud emprendedora

Ser un visionario de negocios es un estado de ánimo que debe tener en cada zona de nuestras vidas. Es tener tu propio disco, ser proactivo. Se está moviendo del pensamiento a la actividad. Se está escapando del lugar seguro. Es tener resistencia a la decepción, a la luz del hecho de que un individuo que se dedica a los negocios que fracasa más de una vez no se desmaya, por el contrario, aprende a realizar de una forma diferente, funciona como un grupo complementando capacidades. Se va a la quiebra, la presentación y la conducción hacia adelante. Se está cambiando sustancias utilizando la innovación para mejorar nuestra circunstancia, la de nuestra familia y la de la red. En esta estructura se presenta el manual "Compromiso", con el objetivo principal de promover la sociedad emprendedora en los jóvenes. De este modo, se suma al futuro nacimiento de nuevas empresas benéficas que aumentan el valor de nuestro marco lucrativo y producen nuevas ocupaciones, avanzando en la mejora social y financiera (SPDEM, 2014).

La inspiración para abrazar puede tener diversos establecimientos. Podría surgir en vista de la necesidad de tener un ingreso económico o porque se identifique con la creación de un negocio de algo que no existe o mejorarlo a partir de ahora. En ese instante el instarse a abrazar depende del carácter de cada individuo y de las capacidades que se ha desarrollado debido a la experiencia, todos de cierta forma u otras personas de negocios, debido a que en conjunto se arriesga, decide y enfrenta al temor de realizar un determinado movimiento (SPDEM, 2014).

2.2.1.3. Características de la actitud emprendedora

Según Monsalve (2017), el visionario empresarial debe emplear la representación de lo que necesita alcanzar en las imágenes, debe observar la visión, independientemente de si

es individual, competente o pionero, para lograr una progresión de los componentes del cebador con el fin de clasificar y despachar al emprendedor visionario empresarial, por lo que se debe lograr que el visionario empresarial tenga el siguiente alcance:

Una predicción. Indica que el emprendedor debe de tener una noción previa de lo que pretende alcanzar, es decir debe de realizar una narración de cómo es el canal de llegada de los propósitos que quiere alcanzar, es necesario que se describa ampliamente dicha visión. Cuando elevado es el nivel de detalle, existirá una mayor probabilidad de hallar elementos que supongan espacios de actuación o de trabajo futuro. Dicha visión se concreta con la conversación, redacción y escritura, debido a que, una vez identificado lo que se desea lograr, es necesario que se exponga a diferentes interlocutores, a los individuos que de una manera u otra se encuentran relacionados con el proyecto emprendedor (Monsalve, 2017).

Una previsión. Menciona que se debe realizar una prevención, además de un estudio y valoración de los elementos que forman parte para el alcance de la meta de emprendimiento. Este aspecto se refuerza con lo realizado con la predicción (Monsalve, 2017).

Un presentir. Hace referencia a la motivación y energía. El sentimiento y la emoción son las que incentivan al individuo al logro de la meta trazada referente al emprendimiento, es necesario que se evoquen los diferentes estados de ánimo y emociones que permitirán lograr los resultados, que brindan las energías y fuerzas para iniciar las tareas y acciones planteadas (Monsalve, 2017).

2.2.1.4. La visión emprendedora

El objetivo es crear la conexión del visionario de negocios de la persona de negocios con su empresa comercial y cumplir una promesa de actividad para la puesta en marcha o por otro lado no. En otras palabras, está relacionado con dar el espacio satisfactorio a un liderazgo básico razonable, con respecto al individuo, sobre si está preparado para el inicio o, en realidad, puede decir "no" ya que no lo está, configurar ahora, no necesita o necesita comenzar la agenda (Monsalve, 2017).

En relación a la visión emprendedora, permite:

Decir. Se orienta a la descripción de que como personas buscamos lograr. Del mismo modo se aboca a poder contar, escribir o redactar tanto nuestros objetivos como nuestras metas. Es importante poder expresar lo que uno planea alcanzar, si no lo hace, será difícil para todos transmitir para que se trabaje y con que se trate. Además, como probablemente se sabe, sin estructura las relaciones sociales son complicado para el progreso, la actividad principal de los negocios es declarar lo que se busca (Monsalve, 2017).

Decir (se). Su implicancia se reduce a la conciencia de cada individuo. Es menester estar consciente del dialogo que realiza cada individuo, desde lo que plantea hasta lo que concluye, así como el poder articular adecuadamente un modelo de relación entre el individuo junto a su entorno, y dentro de este entorno poder interactuar, del mismo modo se orienta a alcanzar su propia conciencia y conocer lo que quiere llevar a cabo favoreciendo una mayor generación de ideas y creencias así como modificar o transformar las ideas que uno posee (Monsalve, 2017).

Decirse (lo). Un individuo que busca emprender tiene que saber integrar todas aquellas metas, así como los objetivos que desde un inicio estuvo persiguiendo, debe conocer claramente que pretende, como lo desea alcanzar y los recursos que cuenta o planea utilizar para conseguirlo. Se busca suficiente capacidad para ser conscientes de la labor, así como del proyecto generado a partir de una idea y como poder capitalizarlo adecuadamente (Monsalve, 2017).

Por otro lado, la visión del emprendedor permite lograr alcanzar transformar al emprendedor también en otros aspectos, por tanto, la visión debe:

Crear. El inicio de todo emprendimiento nace en este punto, en este aspecto es cuando nace la idea, el sueño de querer iniciar un proyecto empresarial, así como la primera experiencia de cada individuo, de la misma manera, la realidad se presenta distinto en este tipo de personas. Una meta inicial y personal, partiendo del inicio a concretar la idea (Monsalve, 2017).

Crear (se). En este punto, surge el talento del emprendedor, así como sus habilidades y capacidades para emprender. Este punto pasa por interiorizar el contexto y aventurarse y arriesgarse a emprender, este elemento surge como un proceso interno de cada individuo que busque generar un emprendimiento (Monsalve, 2017).

Crearse (lo). En este aspecto, el individuo deja parte de las ideas de un lado, a pensar más en lo concreto, en los hechos, en empezar a moldear esta idea de negocio a algo concreto, conocer que el emprendedor es el principal protagonista de este negocio, modelar la idea abstracta en hacerlo algo más palpable. Formalizar el negocio, plantear actividades y desarrollarlo, recordando que el emprendimiento es fiel reflejo de lo que el emprendedor deseó e ideó, y que ahora puede concretar y empezar a trabajar (Monsalve, 2017).

2.2.1.5. Etapas del emprendimiento

La primera etapa de una empresa comercial es la idea empresarial que un individuo empresarial podría crear. Se tienen ideas que pueden querer hacer y ponerlos en práctica, en cualquier caso, no todas las ideas pueden posiblemente convertirse en una verdadera posibilidad de negocio. Así se distingue un pensamiento inteligente fundamental para comenzar un negocio. La principal aptitud de la persona de negocios es contar con la facilidad de diferenciar de manera rápida si la idea tiene posibilidades de progresar y elegir, además de cuánto esfuerzo y tiempo contribuir (Bóveda, Oviedo & Yakusik, 2016).

Búsqueda de nuevas ideas

Las fuentes de oportunidades de negocio pueden ser de diferentes fuentes (Bóveda, Oviedo & Yakusik, 2016). Tal es así que podemos agruparlas como lo indican los criterios que lo acompañan:

- Repetir encuentros de otros individuos.
- Tome la posición preferida de participación en ocupaciones pasadas o preparándose en un campo en particular.
- Innovación en ítems o administraciones.
- Reconocer la necesidad no atendidas en un mercado.

2.2.1.5. Perfil de una persona emprendedora

Según Bóveda, Oviedo & Yakusik (2016), la persona de negocios debe poseer diversas cualidades deseadas que describen a un visionario de emprendimientos, están conectadas por el aprendizaje, las cualidades, costumbres y las habilidades, lo que le permite cambiar sus ideas en resultados concretos. Dicho estado de ánimo no indica cual será el comportamiento de cada persona. Ese es el motivo con la diligencia y voluntad de que la gran

mayoría de las habilidades se pueden trabajar y crear. Algunas personas pensarán que es más fácil abusar de ciertas aptitudes y otros les corresponde pagar su desarrollo innovador con la cantidad de penitencia.

Competencias vinculadas al logro

- ***Búsqueda de oportunidades***, La identificación de una ventaja y su empleo es una característica inscrita usual de todos los visionarios de negocios (Bóveda, Oviedo & Yakusik, 2016).
- ***Perseverancia***, Un visionario empresarial debe interiorizar que la decepción no es un aspecto importante del proceso, sino verlo más como una exención. Capacidad para no descartar el curso arreglado prestando poca atención a lo desfavorable que es la calle, sin embargo, teniendo en cuenta en descubrir tanto lo negativo, así como lo positivo que enfrentar dichos encuentros. Requiriendo siempre de una voluntad más sólida e incasable para lograr dichas metas (Bóveda, Oviedo & Yakusik, 2016).
- ***Demanda de calidad***, Es autopetición. Construyendo sus propios modelos sin permitir un estilo sin complicaciones; es un sello de confianza que favorece las conexiones (Bóveda, Oviedo & Yakusik, 2016).
- ***Toma de riesgos calculados***, el emprendimiento está relacionado con la toma de riesgos, debido a que este se encuentra inherente a la persona emprendedora, el cual admite que pueda anticipar de cierta manera un posible fracaso. Reducir el riesgo son datos, experiencia, planificación generalmente ayuda si se desea lograr algo que todavía no se conoce. Por lo que es importante asumir un determinado riesgo (Bóveda, Oviedo & Yakusik, 2016).
- ***Tolerancia a la incertidumbre***, la persona que no tiene tolerancia a la incertidumbre, es necesario que tenga un empleo, debido a que el camino del emprendimiento no brinda garantías de un éxito total (Bóveda, Oviedo & Yakusik, 2016).

Competencias vinculadas a los compromisos

- ***Fijación de objetivos***, indica que las personas deben de tener claro hacia donde quieren llegar y deben de tener la habilidad de transmitir dichos objetivos a todo el equipo, con base a ello se deben de realizar todos los ajustes necesarios para el éxito del negocio y tienen que ser considerados sin esquemas rígidos (Bóveda, Oviedo & Yakusik, 2016).
- ***Cumplimientos de los compromisos***, los cuales permiten determinar las acciones que permitan el logro de los compromisos, si se adicionan aportantes, instituciones, inversionistas o socios, los compromisos serían más exigibles y concretos. Este aspecto indica que se debe de cumplir los compromisos con uno mismo y los demás, sin desistir ni posponer las actividades para después (Bóveda, Oviedo & Yakusik, 2016).
- ***Búsqueda de información***, debido a que muchos de los recursos implantados en un negocio suelen iniciar y contemplarse como algo escaso, la búsqueda de información por parte del emprendedor se sustenta como la fuente principal, en base a la competencia, las tendencias, el mercado, entre otros, y la capacidad de identificarlas, buscarlas, clasificarlas y hacer empleo de ellas en una situación oportuna (Bóveda, Oviedo & Yakusik, 2016).
- ***Búsqueda de recursos***, es una actividad constante realizada por la persona emprendedora. Los recursos financieros pueden ser muy importantes, pero no son los únicos recursos que se necesitan para comenzar un emprendimiento (Bóveda, Oviedo & Yakusik, 2016).
- ***Planificación y seguimiento***, es la habilidad de planificar las actividades con el fin de optimizar el tiempo y los recursos que se necesitan para el logro de los objetivos, además es necesario que sean flexibles para adecuarse a un ambiente exigente y cambiante, asimismo, un adecuado plan reduce los riesgos (Bóveda, Oviedo & Yakusik, 2016).

Competencias vinculadas al liderazgo

- **Construcción de redes de contactos**, es la creación de vínculos de manera gradual que sean estratégicos para el logro de sus objetivos, empleándolos cuando se necesite cierto tipo de recurso. Son el resultado de un seguimiento constante y dinámico por medio de la comunicación y especificando beneficios mutuos. Las redes de contacto conforman un capital propio pueden emplearse como una ventaja competitiva (Bóveda, Oviedo & Yakusik, 2016).
- **Capacidad de persuasión**, en todo negocio es necesario que constantemente se estén tomando decisiones, sin embargo, no todos los integrantes tienen el mismo pensamiento. Es necesario de una alta habilidad de persuasión para alcanzar el proceso relacionado a la toma de decisiones (Bóveda, Oviedo & Yakusik, 2016).
- **Capacidad de trabajo en equipo**, conforme el negocio crece, la cantidad y la diversidad de los recursos humanos se incrementa. Es necesario tener un líder del negocio con la habilidad para laborar con los distintos integrantes del equipo, comprometiendo, desafiando y conteniendo a todos en una sola visión (Bóveda, Oviedo & Yakusik, 2016).
- **Capacidad de solucionar problemas**, todo emprendedor debe tener la capacidad de poder solucionar problemas, buscando entre los problemas una oportunidad y así en poder capitalizar las ideas y las soluciones del emprendimiento a manera de activos (Bóveda, Oviedo & Yakusik, 2016).
- **Capacidad de negociación**, Este aspecto es importante, pues cada emprendedor deberá actuar por ejemplo al momento de lidiar con proveedores, con los socios, inversionistas, los empleados y los clientes, así como otros intervinientes dentro del mercado (Bóveda, Oviedo & Yakusik, 2016).
- **Iniciativa**, ser proactivo es una característica innata de cada emprendedor, de no tener iniciativa es importante para iniciar un emprendimiento, y a raíz de esto no se concretan ni los recursos ni la posibilidad de crecer (Bóveda, Oviedo & Yakusik, 2016).

- ***Independencia de criterio y autoconfianza***, para las personas que cuentan con un emprendimiento el concepto es atinado, debido a que si no se tiene confianza de uno mismo suele ser complicado para cada emprendedor, pueda combatir con el escepticismo y sus barreras frente al bien, así como al servicio de innovación, no tolerando errores y buscando siempre sobresalir (Bóveda, Oviedo & Yakusik, 2016).

2.2.2. Dimensiones de la actitud emprendedora

Según Ponce, Flores y Arriaga (2014), indicaron las personas emprendedoras no nacen, sino que se van formando independientemente de los estudios académicos de la persona, en cualquier etapa de su vida puede estar motivado para emprender, ante ello se establecen tres fuerzas que orientan y dominan el procedimiento emprendedor.

2.2.2.1. Intención emprendedora del universitario

La primera capacidad del emprendedor es tener la habilidad de conocer instantáneamente si el pensamiento o idea tiene potencial para el éxito del negocio y considerar cuánto tiempo y esfuerzo brindarle (Ponce, Flores y Arriaga, 2014).

Intención de trayectoria profesional de los estudiantes

Es la capacidad de crear su propia empresa del alumno, como también la forma de cómo ayudar a desarrollar su carrera profesional en una entidad privada o pública (Ponce, Flores y Arriaga, 2014).

La intención emprendedora es la clave y primer paso para el proceso de emprender, asimismo se considera que las intenciones son el mejor predictor de una conducta planificada, fundamentalmente cuando dicha conducta es difícil de observar. La intención del emprendedor constituye el elemento previo que determina un determinado comportamiento, el cual se fundamenta en tres factores los cuales son: la actitud frente al comportamiento o conducta, el control sobre la conducta percibida y la norma subjetiva (Ubierna, 2015).

Por otro lado, la intención emprendedora es el camino primordial para el logro del emprendimiento, el cual se basa en el control percibido sobre la conducta, además

está estrechamente vinculada con variables psicosociales, en donde los estudiantes que presenten actitudes más positivas hacia el emprendimiento y mayor control sobre el mismo tendrán mayor intención emprendedora (Navarro, Pertuz, Rojas y Quintero, 2015).

Asimismo, la intención emprendedora es una decisión planificada y voluntaria, además está estrechamente relacionada con la actitud, el control percibido y la presión social. La intención emprendedora está limitada por la capacidad y recursos de los individuos debido a que sin ellos no podría crearse una empresa (Aragón y Baixauli, 2014).

La intención emprendedora es considerada por la psicología social como estados cognitivos prioritarios a la toma de decisiones, es decir es un paso previo a la conducta real que se basa en la teoría de la acción planificada que está conformada por la percepción de deseabilidad y viabilidad (González et al., 2016).

Percepción sobre la formación en emprendimiento

Es cuando los conocimientos adquiridos en la universidad han permitido realizar proyectos, o como podría comenzar un emprendimiento en el futuro o ha hecho que se interese por asumir riesgos (Ponce, Flores y Arriaga, 2014).

Las instituciones educativas son las que quedan una mayor relevancia al inicio del emprendimiento por medio de una mayor destinación de los recursos a material relacionadas con la educación del emprendimiento, tomando en cuenta la necesidad de una educación o adiestramiento profesional adecuada que permita el crecimiento empresarial es los estudiantes y egresados. Además, se considera que la formación de empresarial debe de enseñarse y aprenderse de manera interdisciplinaria en las universidades donde se introduzca nuevas formas de conocimiento y metodologías de enseñanza que apoyen al fortalecimiento emprendedor en beneficio de crecimiento económico (Valencia, Valencia y Montaña, 2013).

Fomentar el emprendimiento implica promover actividades o acciones de emprendimiento dentro de las enseñanzas universitarias para acercar los jóvenes al mundo empresarial, además implica incentivar a la realización de proyectos

empresariales mediante la ayuda y facilitación de la información e inclusive generando encuentros con emprendedores (Caro, Sánchez y Romero, 2016).

La educación empresarial presenta como uno de sus fines básicos motivar a los alumnos en pensar o tener la intención de tener negocios propios, además de brindar las herramientas necesarias para que posean las competencias básicas para la búsqueda de oportunidades y sea capaz de lidiar en un ambiente de incertidumbre (Sánchez, Hernández y Jiménez, 2016).

Las universidades son consideradas como el ambiente idóneo para poner en marcha los programas o talleres de formación empresarial, estímulo y fomento de aptitudes empresariales tanto para alumnos como para docentes con el fin de lograr la creación de empresas. Las formaciones del emprendimiento se basan en los programas universitarios que incentivan la cultura emprendedora y empresarial (Lara, Torres y Mendoza, 2015).

Las universidades constituyen un rol más relevante en la consolidación y cimiento de las empresas e incrementando las posibilidades de éxito mediante la formación de una nueva generación de líderes empresariales que tengan la disposición de asumir riesgos, sean perseverantes y no tengan tener a los retos (Restrepo, Vélez y Mejía, 2012).

Actitud hacia la conducta emprendedora

Es cuando se enfrentan a nuevos retos, se tiene que ser creativo e innovador, pero siempre asumiendo riesgos calculados, esto siempre siendo optimistas ya que se podrá tener elevados ingresos monetarios, crear empleos, ser su propio jefe y hacer realidad algunas metas personales (Ponce, Flores y Arriaga, 2014).

Las actitudes del comportamiento emprendedor hacen referencia a las actitudes conductuales y la voluntad emprendedora en base a la personalidad de la persona. La actitud hacia un determinado comportamiento está referida al juicio individual si dicho comportamiento es bueno o malo, además está relacionado con apreciar a las personas de las presiones sociales que incentivan a desarrollar o no un determinado comportamiento (Diez, 2016).

Es la conducta constante de gestionar los recursos para producir resultados de acuerdo a la labor en que se desenvuelven, las actitudes son juicios sobre la evaluación a determinados individuos, el cual está compuesto tres componentes los cuales son el cognitivo, el afectivo y el comportamental (Mora, 2016).

Las actitudes hacia la conducta emprendedora se adecuan perfectamente que los rasgos o características de la personalidad al análisis de un hecho dinámico como es el desarrollo de un negocio. Las actitudes están constituidas por la fuerza de cada creencia relacionada con el valor subjetivo (Saucedo, 2018).

La actitud emprendedora de un individuo consiste en iniciativas de proyectos es base al esfuerzo por crear y desarrollar nuevas cosas o innovar sobre lo que ya existe con un alto nivel de persistencia hasta lograrlo (Durán y Arias, 2016).

Las actitudes se centran en los comportamientos, habilidades, capacidades o experiencias orientados al emprendimiento. Asimismo, es un procedimiento que incentiva a la realización de ciertas actividades, además establece la vida anímica de cada persona (Díaz, García, Ruiz, Jaimez y Hernández, 2009).

2.2.2.2. Voluntad emprendedora del universitario

Es pieza fundamental para la creación de una empresa.

Autoeficacia emprendedora

Es la definición de la estrategia e idea de negocio de un emprendimiento, además es tener control del procedimiento de creación del emprendimiento, como mantener relaciones favorables y negociar con potenciales bancos e inversores. Es necesario tomar en cuenta oportunidades en la industria para nuevos bienes o servicios y vincularse con individuos claves para tener capital y poner en funcionamiento el emprendimiento (Ponce, Flores y Arriaga, 2014).

La autoeficiencia emprendedora es una de las características principales de los negociantes debido a que se vincula de manera positiva con propósito de formar una nueva entidad. Además, se relaciona con la creencia o lo que percibe una persona de sí mismo sobre las habilidades o capacidades que posee para generar ciertas conductas y perseverar en el logro de los propios planes (Briseño, Camarena, y Saavedra, 2017).

Es el desarrollo profesional que cada individuo toma en cuenta para auto emplearse en base a las creencias del propio emprendedor sobre sus habilidades para la creación de una nueva empresa o proyecto (Salvador y Morales, 2009).

Asimismo, es el predictor más verídico para el logro de los propósitos planteados, en donde las personas con alto grado de autoeficacia son aquellas que tienen más intereses intrínsecos en desarrollar tareas, debido a que tienen la capacidad para emplear sus esfuerzos y ser persistentes ante los obstáculos que se les presenten (Flores, Bojórquez y Ceballos, 2016).

Es una variable motivacional que afecta al comportamiento de un individuo para que pueda superar los obstáculos o situaciones complicadas, la autoeficacia también impacta a las metas, aspiraciones, incentivos y percepciones de las personas. Además, sirve para medir el grado de creencia de un individuo sobre sus propias capacidades y habilidades para alcanzar el éxito empresarial (Noreña, 2018).

La autoeficacia emprendedora es un punto clave de la competencia humano y determina la elección de actividades esfuerzos, motivación, además, es la creencia de los individuos sobre su capacidad para desarrollar ciertas actividades emprendedoras (Moriano, Topa, Molero, Entenza y Lévy, 2012).

Pretensión emprendedora

Es la probabilidad de crear una empresa algún día, si el estudiante está dispuesto a esforzarse para ser empresario/a, y eso a pesar de tener serias dudas sobre si llegará a crear una empresa, está decidido a crear una entidad en el futuro y cumplir con su meta profesional es ser empresario/a (Ponce, Flores y Arriaga, 2014).

Consiste en la posibilidad de crear, innovar y tomar riesgos, así como la probabilidad de gestionar proyectos o planificar con la finalidad de lograr objetivos. La pretensión emprendedora implica combatir el desempleo y la exclusión social, debido a que tiene claro el interés de formar una empresa (Peña, Cárdenas, Rodríguez y Sánchez, 2015).

La pretensión emprendedora está acompañada por la necesidad y la oportunidad de creación de empresas, asimismo, es la oportunidad de ciertos

momentos para desarrollar y concretar la idea de nuevos emprendimientos (Canseco, 2014).

Es la intención de emprender basada en la motivación, aprendizaje, conocimiento y desarrollo de habilidades de trabajo, creatividad y liderazgo, asimismo, implica no temer al fracaso, saber manejar la incertidumbre y procurar generar conocimiento hacia la sociedad (Jauregui y Carmona, 2014).

La pretensión emprendedora es la disposición de tomar e iniciar actividades arriesgadas o dificultosas con la finalidad de lograr el cumplimiento de los objetivos, además es la disposición por abordar una nueva etapa con un negocio en donde establece actividades, planificación, organización y capital para asumir todas las acciones que en muchos casos pueden implicar riesgos (Poncio, 2010).

Por último, se puede indicar que la pretensión emprendedora es la búsqueda continua de alguna oportunidad que involucre el desarrollo de una institución o la generación de valor, además se relaciona con tomar la iniciativa, riesgos que impliquen el logro de los objetivos de emprender un nuevo negocio (Sela, 2014)

Dificultades percibidas para emprender

Hay ciertas dudas que tiene cada estudiante para emprender como lo siguiente: la falta de capital, dificultades para tener financiación, como también la falta de datos sobre emprendimiento, orientación, formación empresarial, apoyo empresarial y no conocer cómo elaborar un plan de negocio y el miedo a fracasar (Ponce, Flores y Arriaga, 2014).

Son un conjunto de incertidumbres que se presentan en los individuos que limitan la decisión de emprender como falta de ayuda financiera, riesgo de perder el capital de trabajo, pocas alternativas de financiación, prestamos de alto costo falta de apoyo de la población a los emprendimientos y elevada competencia (Marulanda y Morales, 2016).

Es la percepción de la dificultad para realizar un conjunto de actividades que conduzcan a la creación de una empresa, en donde se presentan una serie de obstáculos. Se ha evidenciado que las principales causas de no emprender son las

dificultades que perciben los individuos o la baja promoción de las vocaciones empresariales (Barreto, Zuniga y Ruiz, 2016).

Son los distintos riesgos que se asume para poder poner en marcha una empresa como arriesgar recursos propios, además puede existir fallo en las decisiones que se tome o incertidumbre de crecimiento (García y Ruiz, 2009).

Entre las dificultades percibidas para emprender se presenta el riesgo elevado, cargas fiscales, falta de capital inicial, problemas de manejo personal, falta de un sueldo mínimo seguro, temor al fracaso, imagen negativa de ser emprendedor, ingresos irregulares, falta de experiencia, trabajar demasiadas horas (García, Ordóñez, y Avilés, 2016).

Finalmente, también se consideran otras dificultades para emprender como tener que planificar y organizar todos los procedimientos para la creación de la empresa, encontrar personas calificadas, demasiada dedicación y tiempo al proyecto, dificultad para atraer accionistas, falta de fondos económicos, elevados riesgos y falta de financiamiento bancario (Rodríguez y Prieto, 2009).

2.2.2.3. Habilidades emprendedoras del universitario

Es la capacidad del universitario para poder emprender dentro de un mercado nuevo o ya establecido, teniendo sus propias ideas.

Creación propia empresa.

Es cuando a falta de una alternativa laboral mejor es crear su propia entidad y aprovechar la oportunidad de desarrollar un emprendimiento, es decir de crear su propio negocio (Ponce, Flores y Arriaga, 2014).

Es el surgimiento y desarrollo de emprendimiento, además implica de ser uno mismo su propio jefe, crear trabajo para otros, es decir es la realización de un sueño o proyecto propio, en donde se obtienen beneficios en el largo plazo que permite asegurar el propio futuro (Universidad Miguel Hernández, 2011).

Es convertir en realidad la idea de negocio, en donde se define como se realizará, quienes serán los clientes y cuáles serán los medios que se emplearán para

difundir y dar a conocer la empresa, asimismo, en la creación de la empresa se define la estructura de costes que tendrá la empresa (Ballester et al., 2014).

La creación de la propia empresa es la capacidad del emprendedor de asumir riesgos, tener confianza en sí mismo, actitud, aptitudes, creatividad, responsabilidad, competencias sociales e innovación. Asimismo, la creación de la empresa implica generalmente poner en práctica la creatividad o innovación (Salinas, Martínez y Sánchez, 2017).

Asimismo, la creación de un negocio es considerada como el inicio de partida del crecimiento económico y desarrollo integral del país y de la ciudadanía que la conforma, además es una gran oportunidad para la reducción de los índices de desempleo y tener una elevada calidad de vida (Cardona, Montenegro y Hernández, 2016).

El desarrollo empresarial se fundamenta en la efectividad para la formación de empresas en base a capacidades y reconocimiento de oportunidades para poner en marcha un negocio. Además, la creación de la empresa se origina en base al trabajo arduo, creatividad, perseverancia, autoconfianza y sentido de independencia (Crissien, 2011).

III. Metodología

3.1. Tipo y nivel de investigación

La presente investigación se encontró enmarcado dentro del enfoque cuantitativo, puesto que se hizo uso de la recolección de datos e información con el fin de probar la hipótesis planeada por medio de la cuantificación numérica, con la finalidad de establecer pautas de comportamiento y demostrar teorías preestablecidas (Hernández, Fernández y Baptista, 2014). A partir de lo mencionado, los resultados permiten establecer el comportamiento de la variable en base al nivel de actitud emprendedora mediante la cuantificación de los resultados en porcentajes.

Asimismo, la investigación aplicada o también llamado como práctico, dado que sus resultados serán empleados para dar solución de problemas de la realidad. La investigación aplicada se identifica normalmente a la situación del problema, y se orienta a buscar entre las posibles soluciones, aquella que pueda adecuarse más al contexto específico (Vara, 2015).

El nivel en que se encuentra la investigación fue descriptivo debido a que, permitió detallar situaciones y eventos, en otras palabras, como se manifiesta determinado fenómeno y busca especificar sus propiedades y características de personas, grupos o comunidades sometidos a análisis (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

3.2. Diseño de investigación

El diseño fue no experimental porque no se manipulan las variables de forma intencionada, sino que se analiza y explica de acuerdo a como se presenta en un determinado contexto, además es transversal porque los datos se obtendrán en un solo momento o periodo (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

3.3. Población, muestra y muestreo

La población es el conjunto de todos los casos que guardan cierta relación con una serie de características específicas (Hernández, Fernández y Baptista, 2014). Siendo para la presente investigación la población lo conformarán 193 estudiantes, de los cuales 48 estudiantes son de octavo ciclo, 67 son de noveno ciclo y 78 de décimo ciclo de la escuela profesional de administración de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo.

La muestra es un subgrupo del universo o población del cual se recolectaron los datos y que debe ser representativo de ésta (Hernández, Fernández y Baptista, 2014), para lo cual el tamaño de la muestra estuvo constituido por:

$$n = \frac{Z^2 N p q}{e^2 (N - 1) + Z^2 p q}$$

Donde:

N = Tamaño de la población

Z = Valor de la distribución de la curva normal estandarizada con un nivel de confianza de 95%, 1,96

p = proporción de la probabilidad de la variable en estudio, 50% (0,50)

q = p - 1

E = Error permisible en el cálculo de la muestra, 5% (0,05)

$$n = \frac{(1.96)^2 (193) (0.5) (0.5)}{(0.05)^2 (193 - 1) + (1.96)^2 (0.5) (0.5)}$$

$$n = 126 \text{ estudiantes}$$

Al alcanzar la muestra el 65.28% de la población por lo que se considera que cuenta con una alta representatividad.

3.4. Criterios de selección

Se investigó a la población de estudiantes de octavo, noveno y décimo ciclo que pertenezcan a la carrera profesional de administración de empresas de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, los cuales son el objeto de estudio por cumplir con los objetivos de la actitud emprendedora, escogiendo a dicha empresa por tener el acceso para encuestar, lo que facilitó realizar la investigación.

3.5. Operacionalización de variables

Tabla 1

Operacionalización de variables

VARIABLES	Definición de variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems
Actitud Emprendedora	Es la capacidad de un individuo que en base a esfuerzo y dedicación aceptar los riesgos tanto monetarios como sociales al momento de emprender un negocio (Bóveda, Oviedo, & Yakusik, 2016).	Intención emprendedora del universitario	Intención de trayectoria profesional de los estudiantes	-Tengo la firme intención de crear mi propia empresa -Tengo la intención de desarrollar mi carrera profesional en una empresa privada -Tengo la intención de trabajar en la administración pública
			Percepción sobre la formación en emprendimiento	-La educación que he recibido en la universidad me ha ayudado a poner en marcha mis proyectos -Con la educación recibida en la universidad podría iniciar un negocio en el futuro -La educación que he recibido en la universidad ha hecho que me interese por asumir riesgos
			Actitud hacia la conducta emprendedora	-Siempre estoy listo para enfrentar nuevos retos. -Siempre estoy buscando actitudes diferentes. -Siempre sé hasta dónde arriesgarme. -Con mi empresa busco tener altos ingresos económicos -Me considero apto para dirigir, controlar personas y ser mi propio jefe. -Con mi empresa voy a crear empleos para otras personas. -Tener mi propia empresa es cumplir mi sueño.
		Voluntad emprendedora del universitario	Autoeficacia emprendedora	-Siento que puedo definir mi negocio y la estrategia de una nueva empresa. -Me siento capaz de gestionar el proceso productivo de mi nueva empresa. -Me siento capaz de desarrollar relaciones favorables con potenciales inversores y bancos.

				<p>-Soy capaz de reconocer oportunidades en el mercado para nuevos productos y/o servicios.</p> <p>-Me siento capaz de relacionarme con personas claves para obtener capital.</p> <p>-Me siento capaz de poner en marcha una nueva empresa.</p>
			Dificultades percibidas para emprender	<p>-Tengo capital para iniciar un nuevo negocio.</p> <p>-Puedo obtener fácilmente financiamiento para mi nueva empresa.</p> <p>-Conozco mucho sobre emprendimiento de nuevos negocios.</p> <p>-Tengo formación empresarial para desarrollar mi nuevo negocio.</p> <p>-Es sencillo obtener orientación para desarrollar mi nuevo negocio.</p> <p>-Es fácil encontrar apoyo para desarrollar mi nuevo negocio.</p> <p>-Tengo experiencia en el ámbito empresarial para desarrollar mi nuevo negocio.</p> <p>-Conozco cómo redactar un plan de negocio.</p> <p>-Yo sé que todo negocio nuevo genera incertidumbre.</p> <p>-Tengo claro que cualquier negocio puede fracasar.</p>
			Pretensión emprendedora	<p>-Es muy probable que llegue a crear una empresa algún día.</p> <p>-Estoy dispuesto/a esforzarme lo que sea necesario para ser empresario/a.</p> <p>-Tengo serias dudas sobre si alguna vez llegaré a crear una empresa.</p> <p>Estoy decidido/a a crear una empresa en el futuro.</p> <p>-Mi objetivo profesional es ser empresario/a.</p>
		Habilidades emprendedoras del universitario	Creación propia empresa	<p>-A falta de alternativas laborales crearía mi propia empresa.</p> <p>-Aprovecharía una oportunidad de negocio para crear mi propia empresa.</p>

Nota. En base Shapero (1982), Schumpeter (1997) y Timmons & Spinelli (2004), adaptado por Ponce, Flores y Arriaga (2014)

3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica del estudio es la encuesta para la variable actitud emprendedora, la cual es un recurso que permite recopilar y analizar los datos de manera eficiente, por medio de un conjunto de interrogantes planteadas, por medio del cual el investigador puede acceder al conocimiento y aproximarse a los hechos (Ñaupas, Valdivia, Palacios y Romero, 2018).

El instrumento de la investigación fue el cuestionario el cual es definido como una serie de preguntas respecto de una o más variables que se van a medir (Ñaupas, Valdivia, Palacios y Romero, 2018). Para esta investigación el instrumento empleado por Ponce, Flores y Arriaga (2014) consta de 36 ítems, los cuales fueron medidos de acuerdo a la escala Likert del 1 como la puntuación más baja al 5 siendo esta la puntuación más alta. Para validar su uso exploratoriamente se realizaron 15 entrevistas a elementos de la población para verificar la relevancia de las variables para la realidad a estudiar, tal y como se presentan en el anexo 6.

Confiabilidad del instrumento

Tabla 2
Alfa de Cronbach actitud emprendedora

	Alfa de Cronbach	N de elementos
Actitud emprendedora	,934	36
Intensión emprendedora	,863	13
Voluntad emprendedora	,905	21
Habilidades emprendedoras	,652	2

Nota. En base a la escala de actitud emprendedora en estudiantes

De acuerdo al nivel de fiabilidad cuenta con un valor de 0.863 para intención emprendedora, 0.905 para voluntad emprendedora las cuales presentan una confiabilidad alta, y con un valor de 0.652 para habilidades emprendedoras, que, de acuerdo a la escala de confiabilidad, se considera como una fiabilidad moderada, mientras que a nivel de toda la variable su valor es de 0.934, esto quiere decir que existe consistencia interna entre los ítems que componen la actitud emprendedora.

3.7. Procedimientos

Para la administración del instrumento, se procedió a presentar solicitud a la directora de la escuela de administración, con la finalidad de que brinde autorización para aplicar el instrumento a los estudiantes de administración, a su vez para que los docentes tengan conocimiento del estudio y concedan el permiso de entrar a aulas de ser necesario.

Posteriormente, la aplicación del instrumento se tuvo un tiempo estimación de resolución entre 3 a 5 minutos, dado que solo requiere marcar con un aspa la respuesta que se acomode mejor a su percepción y forma de pensar. La recolección de datos se realizó entre el 12 y el 15 de noviembre del 2019.

3.8. Plan de procesamiento y análisis de datos

Se realizó una entrevista preliminar para validar las respuestas del encuestado, descubrir probables obstáculos y eludir inconvenientes al instante de aplicar el instrumento final. Una vez ejecutada las entrevistas, se recopiló la información en Word vaciando los datos para ser analizados, se procedió a aplicar el cuestionario.

Para el estudio estadístico y análisis de datos se siguió los siguientes procedimientos.

Se seleccionó el programa para el análisis de datos del presente estudio: Microsoft Excel en la hoja electrónica donde se digitaron los datos el cual me permitió llevar un registro minucioso y ordenado de la información obtenida de las encuestas, se preparó la suma de datos de todas las preguntas correspondientes a cada dimensión, mediante fórmulas de suma, luego se insertaran los datos ya tabulados en el en el programa SPSS, luego se hizo el análisis descriptivo mediante tablas de frecuencias y gráficos de barras, y para la constatación de hipótesis se realizó mediante análisis inferencial.

3.9. Matriz de consistencia

Tabla 3

Matriz de consistencia

Problema principal	Objetivo principal	Hipótesis principal	Variables	
¿Cuál es la actitud emprendedora de los alumnos de administración de empresas de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, 2019?	Conocer la actitud emprendedora de los alumnos de administración de empresas de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, 2019	H₁ : Los alumnos de administración de empresas de la Universidad Santo Toribio de Mogrovejo tienen actitud emprendedora.	Actitud emprendedora	
	Objetivos específicos	Variable	Dimensiones	Indicadores
	Determinar la intensión emprendedora de los alumnos de administración de empresas de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, 2019.	Actitud emprendedora	Intención emprendedora del universitario	Intención de trayectoria profesional de los estudiantes Percepción sobre la formación en emprendimiento Actitud hacia la conducta emprendedora
	Determinar la voluntad emprendedora de los alumnos de administración de empresas de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, 2019.		Voluntad emprendedora del universitario	Autoeficacia emprendedora Dificultades percibidas para emprender Pretensión emprendedora
Determinar las habilidades emprendedoras de los alumnos de administración de empresas de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, 2019.	Habilidades emprendedoras del universitario		Creación propia empresa	
Método (enfoque), diseño y tipo de investigación		Población, muestra y muestreo	Procedimiento y procesamiento de datos	
Método (enfoque): Cuantitativo		Población: 193 alumnos de 8vo, 9no y 10 ciclo, de la Universidad Santo Toribio de Mogrovejo.	Procedimiento: Presentación de solicitud a la directora de escuela para autorización Aplicación del instrumento a los estudiantes	
Diseño: No experimental, de corte transversal			Procesamiento: Aplicación de confiabilidad al instrumento Realización del análisis descriptivo mediante Excel y SPSS.	
Tipo de investigación: Aplicada		Muestra: Lo conforman 126 estudiantes de la carrera de administración.		
Nivel: Descriptivo		Muestreo: Probabilístico		

3.10. Consideraciones éticas

Las consideraciones éticas que caracteriza a la presente investigación fueron según Noreña, Alcaraz, Rojas y Rebolledo (2012) son:

Credibilidad: hace referencia a que los resultados obtenidos fueron mostrados de acuerdo a como se encuentran en el entorno, además la estimación de la realidad es una de las características del presente estudio.

Relevancia: indica que los objetivos planteados pueden utilizarse a largo plazo de un estudio superior, por medio de una repercusión positiva en el contexto que se ha analizado o estudiado.

Consentimiento informado: Ya que se les informó a los participantes sobre la finalidad de la aplicación del cuestionario, con el objetivo de que acepten ser fuentes de información, además de cumplirse con sus obligaciones y derechos como participante de la investigación.

IV. Resultados

En este capítulo tiene como objetivo dar a conocer detalladamente los resultados que se obtuvieron durante el proceso de investigación a través de los cuestionarios aplicados a los estudiantes.

4.1. Aspectos sociodemográficos

En este apartado se dan a conocer las particularidades de los encuestados respecto a su sexo, edad, ciclo, y si presentan familiar emprendedor, dado que su análisis permite obtener información para el diagnóstico de la realidad de la población estudiada.

Tabla 4
Características demográficas

Variables	Características	Porcentaje
Sexo	Masculino	34.1%
	Femenino	65.9%
Edad	20 años a 22 años	70.6%
	23 años a 25 años	27.0%
	26 años a más	2.4%
Ciclo	VIII ciclo	33.3%
	IX ciclo	33.3%
	X ciclo	33.3%
Familiar emprendedor	Sí	77.8%
	No	22.2%

Nota. En base a la escala de actitud emprendedora en estudiantes

Se presentan las principales características generales de los estudiantes de administración de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, se observó que la muestra de estudio presentó mayor participación por parte de alumnas mujeres y el menor fueron varones, por consiguiente las edades más frecuentes oscilan entre los 20 y 25 años estando dentro del rango de edad según el nivel de estudio del encuestado, se obtuvo mayor procedencia de una familia en la que uno de los familiares sea emprendedor, la cual ha sido relacionada como más atractiva respecto al emprendimiento.

4.3. Determinar la intensión emprendedora de los alumnos de administración de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, 2019

En este apartado se determina la intensión emprendedora a través de la determinación del nivel de intensión emprendedora de los estudiantes conforme a su percepción, vivencia y entorno en el cual se desenvuelven, hallando los siguientes resultados:

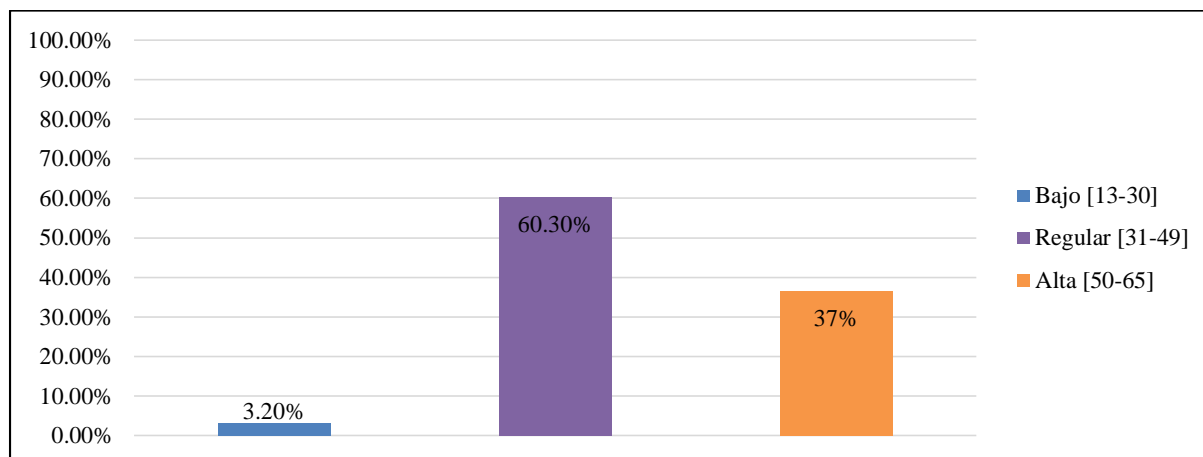


Figura 1. Intención emprendedora en base a la escala de actitud emprendedora en estudiantes

Respecto a los resultados obtenidos, la intensión predominante para el emprendimiento es de nivel regular, y en ella abarca el mayor porcentaje del total de estudiantes encuestados, lo relevante es que el 97.3% de estos estudiantes presentan una intensión emprendedora, y solo el menor porcentaje han presentado un bajo nivel de intensión emprendedora.

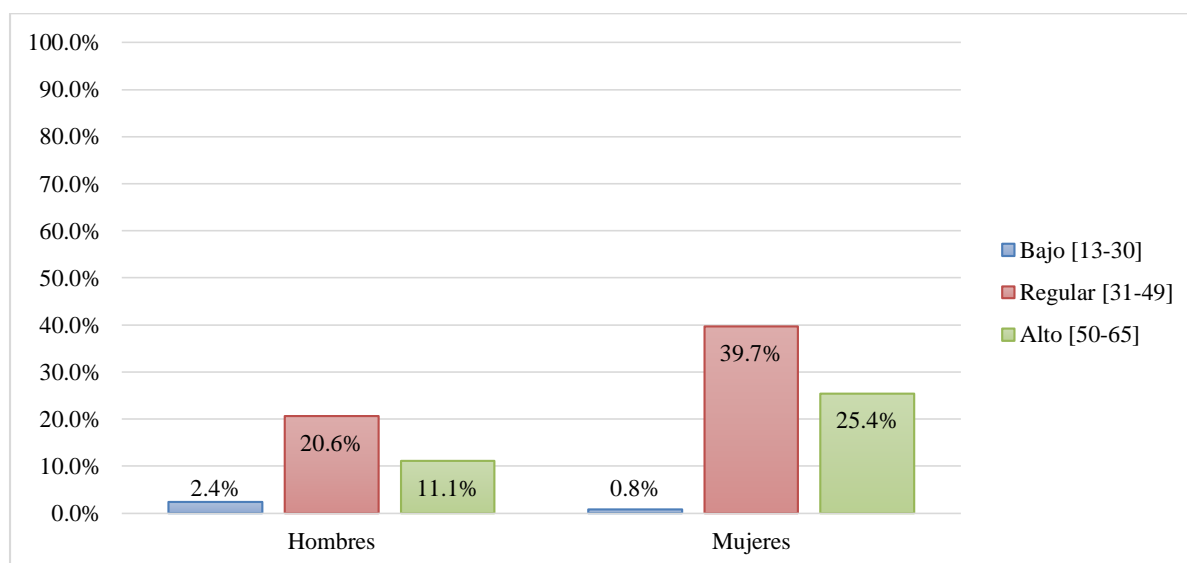


Figura 2. Porcentaje de estudiantes según el nivel de intensión emprendedora y el sexo

Al diferenciar la intensidad emprendedora entre hombres y mujeres, se pudo evidenciar que las mujeres son las que tienen un mayor nivel de intensidad emprendedora en relación a los varones, tanto a nivel general como a nivel porcentual, inclusive respecto a la proporción de estudiantes mujeres con baja intensidad emprendedora es menor que el de los varones.

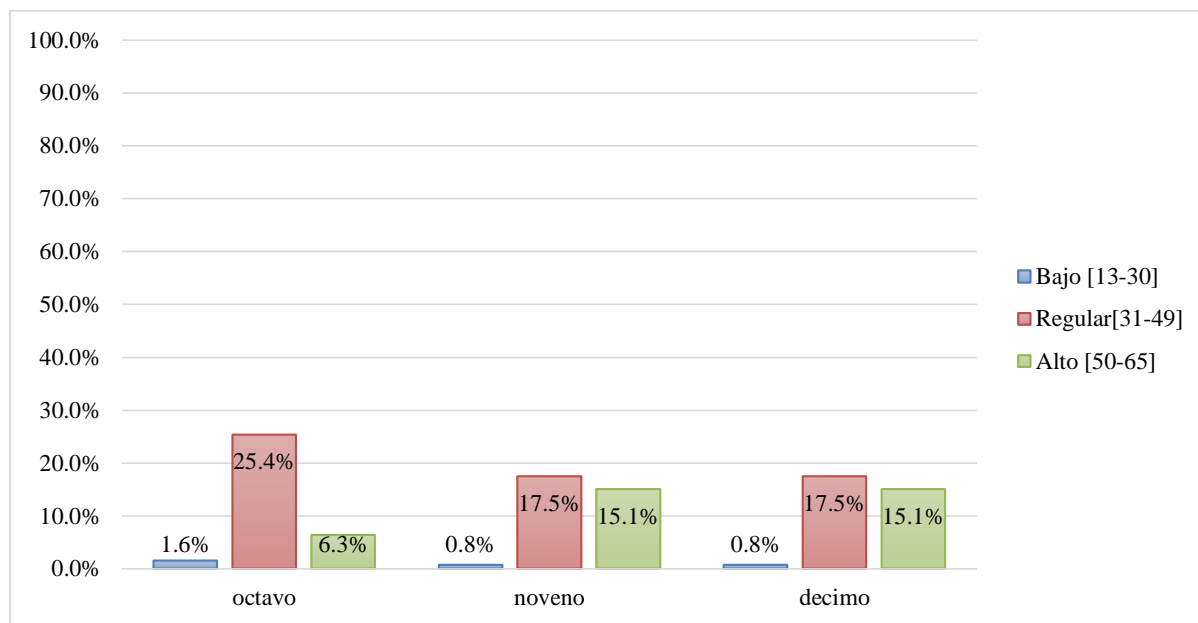


Figura 3. Porcentaje de estudiantes según el nivel de intensidad emprendedora y el ciclo en base a la escala de actitud emprendedora en estudiantes

De acuerdo a lo evidenciado los estudiantes de noveno y décimo ciclo mostraron mayor intensidad emprendedora, la paridad también existe entre los estudiantes que mantienen una intensidad emprendedora regular, sin embargo, los estudiantes de octavo fueron los que mostraron mayor intensidad emprendedora regular, frente a los de noveno y décimo; por otro lado, es el octavo ciclo quien registró el menor porcentaje de estudiantes con alta intensidad emprendedora, frente a los de noveno y décimo, a su vez, los de octavo ciclo registraron un mayor porcentaje de baja intensidad emprendedora, mientras que los de noveno y décimo ciclo registraron menos porcentaje de baja intensidad emprendedora, por eso la baja intensidad emprendedora se presenta en menor proporción en el último ciclo.

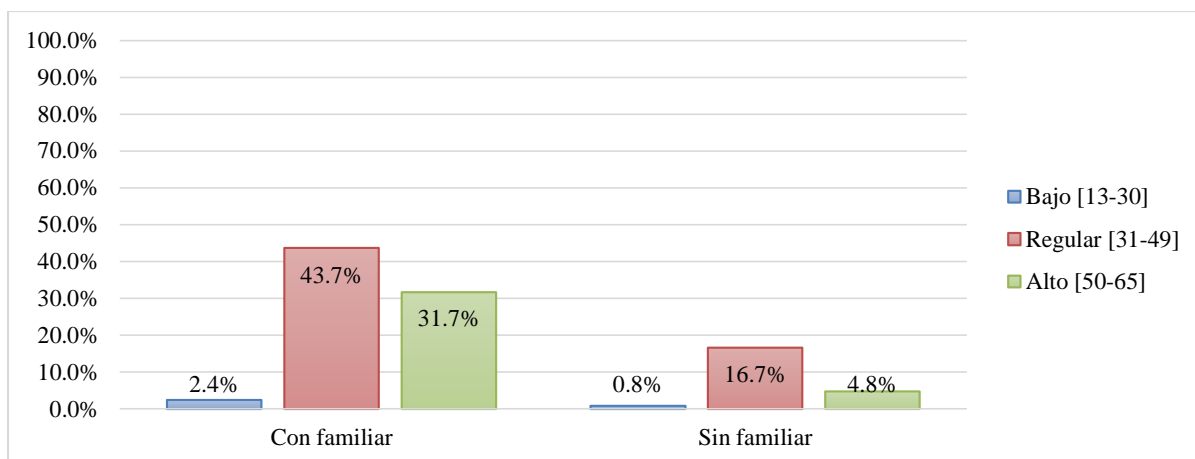


Figura 4. Porcentaje de estudiantes según el nivel de intensidad emprendedora y la relación familiar con un emprendedor en base a la escala de actitud emprendedora en estudiantes

Al diferenciar la intensidad emprendedora con si cuentan o no con algún familiar emprendedor, un alto porcentaje indicaron tener una regular intensidad con familiar emprendedor, además de contar con el mayor porcentaje de intensidad emprendedora con familiar, mientras que los que no cuentan con familiar emprendedor y cuentan con intensidad emprendedora son apenas un pequeño grupo.

4.4. Determinar la voluntad emprendedora de los alumnos de administración de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, 2019.

Se determinó la voluntad emprendedora de los estudiantes, conforme a su iniciativa de iniciar un negocio. Tomando en cuenta los siguientes rangos:

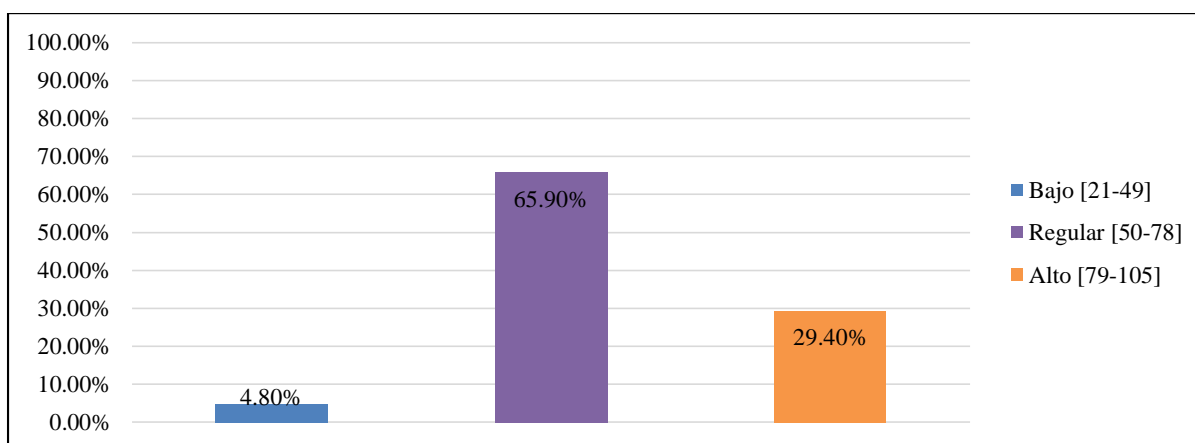


Figura 5. Voluntad emprendedora en base a la escala de actitud emprendedora en estudiantes

Conforme a los resultados obtenidos, la voluntad predominante para el emprendimiento es de nivel regular, y en ella se enmarca el mayor porcentaje del total de estudiantes de administración, lo relevante es que el 95.3% de estos estudiantes presentan

una voluntad emprendedora, y solo el menor porcentaje han presentado un bajo nivel de voluntad emprendedora.

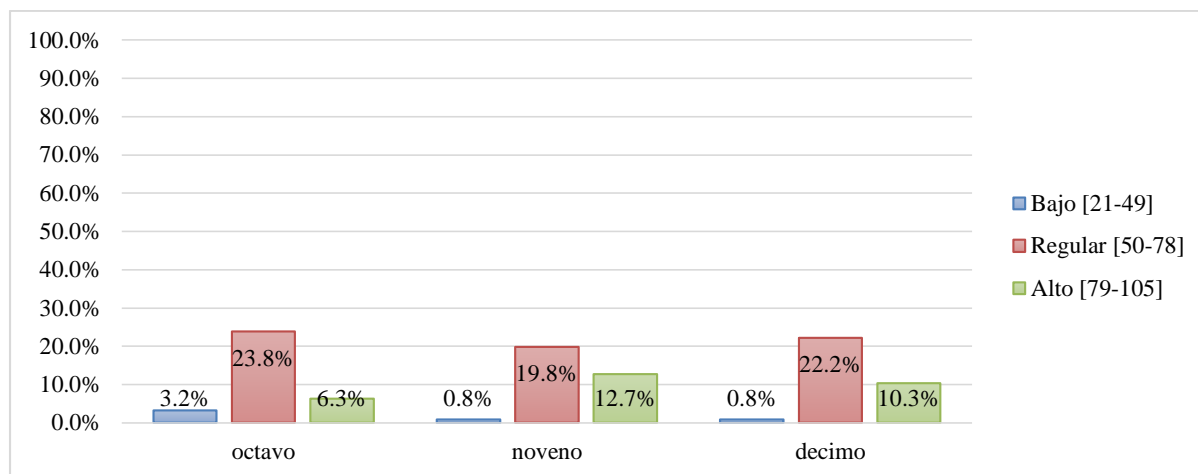


Figura 6. Porcentaje de estudiantes según el nivel de voluntad emprendedora y el ciclo

De acuerdo a lo evidenciado, según el ciclo, tanto los estudiantes de noveno y décimo ciclo mostraron mayor voluntad emprendedora, mientras que los de octavo ciclo solo el 6.3% presentaron alta voluntad emprendedora. Por otro lado, los que presentaron una regular voluntad emprendedora, son los estudiantes de octavo ciclo registraron un mayor porcentaje de estudiantes, seguido con los estudiantes de décimo ciclo y los de noveno ciclo, entre tanto, los de octavo ciclo si mostraron un mayor porcentaje respecto al nivel bajo.

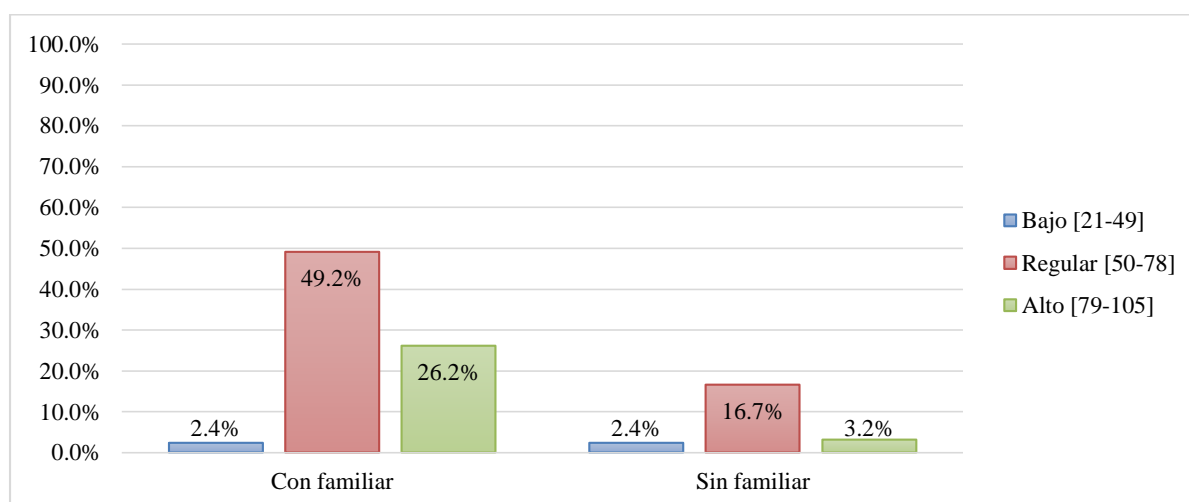


Figura 7. Porcentaje de estudiantes según el nivel de voluntad emprendedora y la relación familiar con un emprendedor

Al diferenciar la voluntad emprendedora con si cuentan o no con algún familiar emprendedor, se puede evidenciar que presentan un alto nivel de porcentaje respecto a tener

voluntad emprendedora con un familiar que haya emprendido, mientras que los que no cuentan con familiar emprendedor y cuentan con voluntad emprendedora, apenas alcanza el 22.3%.

4.5. Determinar las habilidades emprendedoras de los alumnos de administración de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, 2019.

Se determinó las habilidades emprendedoras de los estudiantes, a fin de conocer si cuentan con capacidades innatas para forjar su propio negocio. Tomando en cuenta los siguientes rangos:

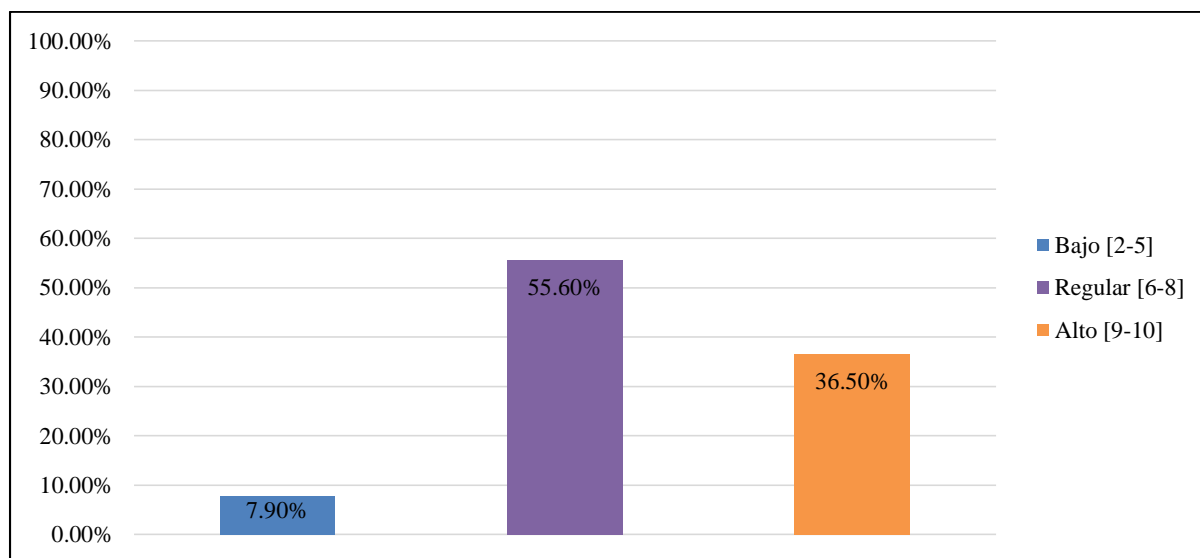


Figura 8. Habilidades emprendedoras.

Conforme a los resultados obtenidos, las habilidades predominantes para el emprendimiento son de nivel regular, lo relevante es que el 92.1% de estos estudiantes presentan unas habilidades emprendedoras, y solo el 7.9% han presentado un bajo nivel de habilidades emprendedoras.

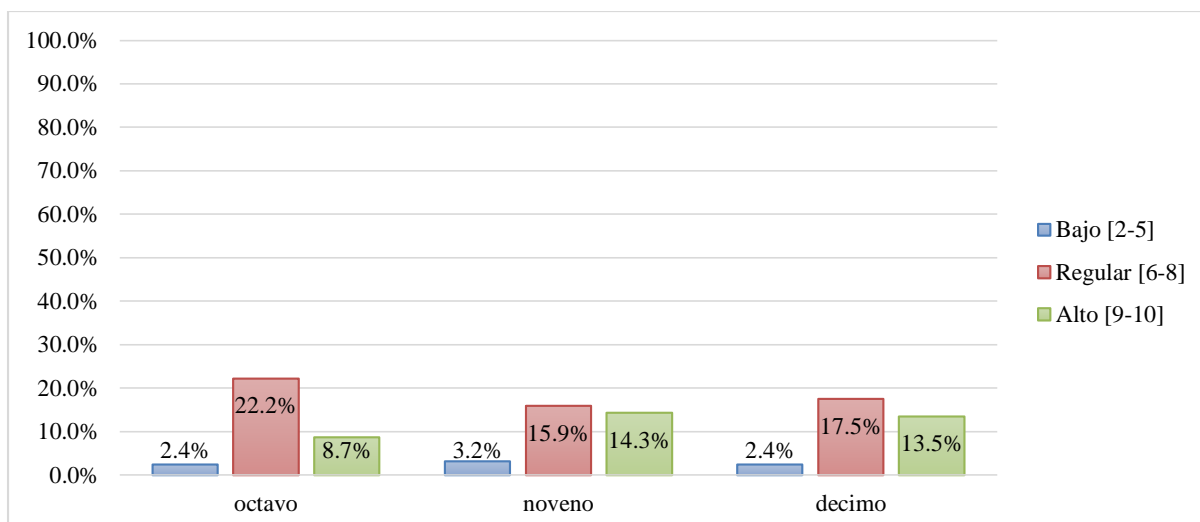


Figura 9. Porcentaje de estudiantes según el nivel de habilidades emprendedoras y el ciclo

De acuerdo a lo evidenciado, según su ciclo, tanto los de noveno ciclo como los de décimo presentaron unas altas habilidades emprendedoras, mientras que los estudiantes de octavo ciclo alcanzaron apenas el 8.7% ; Por otro lado, los de octavo ciclo mostraron el mayor nivel habilidades regulares , superiores a los de décimo y los de noveno, en cuanto a los estudiantes que presentaron bajo nivel de habilidades emprendedoras, los de noveno presentaron un mayor porcentaje de estudiantes, seguido por los de octavo y décimo, mostrándose la misma tendencia respecto a los estudiantes de último ciclo, el hecho que siempre muestran porcentajes bajos en los niveles bajos de cada dimensión.

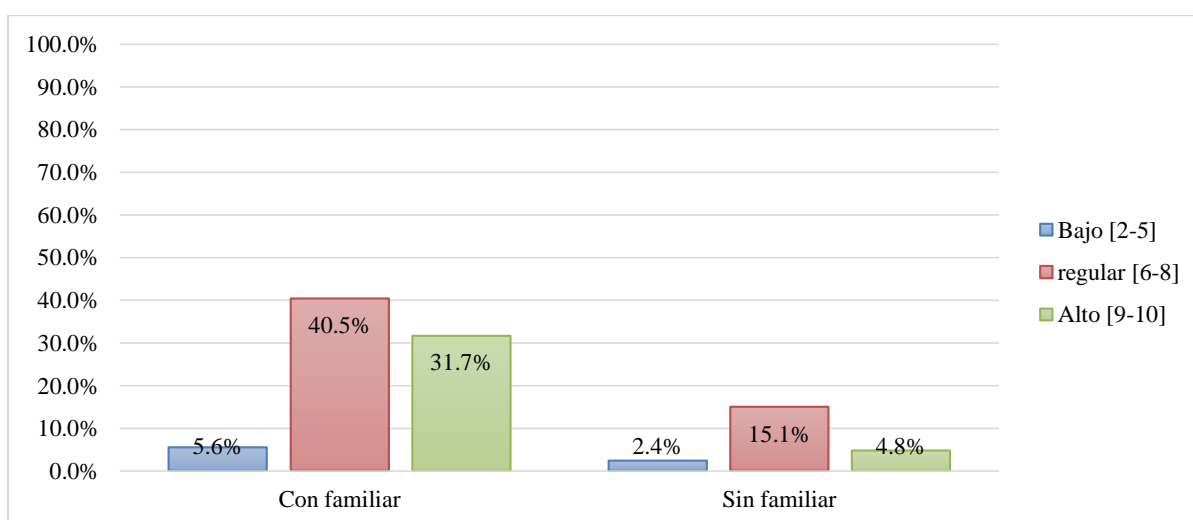


Figura 10. Porcentaje de estudiantes según el nivel de habilidades emprendedoras y la relación familiar con un emprendedor

Conforme a los resultados obtenidos, se puede evidenciar un alto nivel de habilidades emprendedoras que cuentan con un familiar que haya emprendido un negocio, por otro lado, mientras que los que no cuentan con familiar emprendedor y cuentan con habilidades emprendedoras apenas alcanza un 19.9 %.

4.6. Conocer la actitud emprendedora de los alumnos de administración de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, 2019.

En esta sección, se explica la actitud emprendedora de los estudiantes, conforme a su intención, su voluntad y sus habilidades emprendedoras, para así poder conocer su actitud. Tomando en cuenta los siguientes rangos:

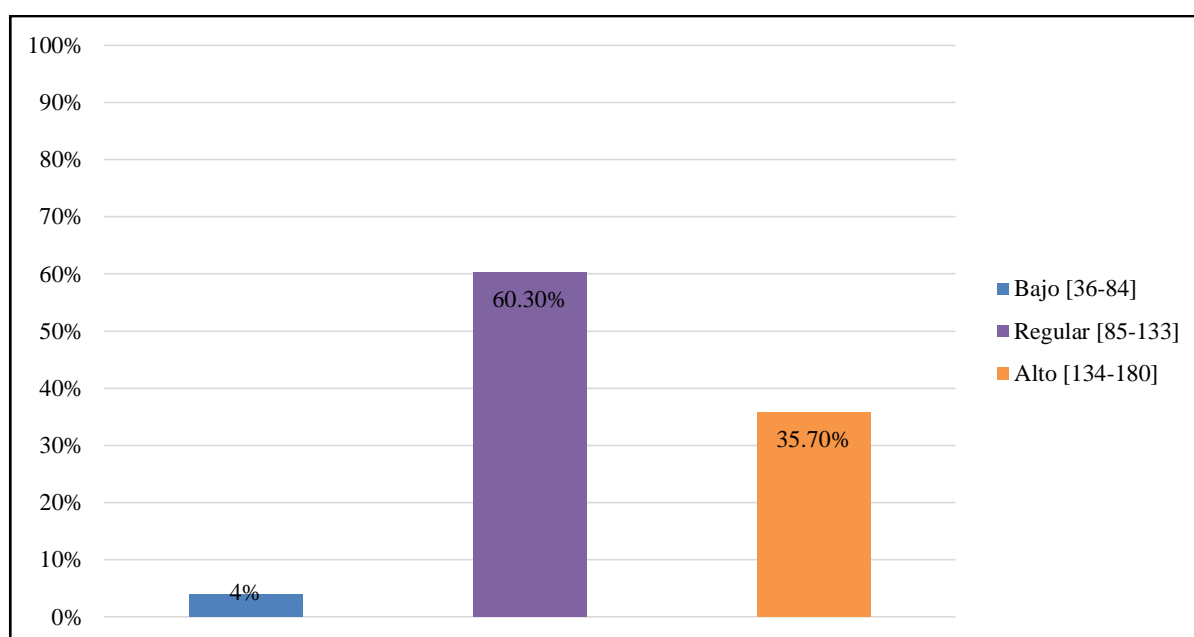


Figura 11. Actitud emprendedora en base a la escala de actitud emprendedora en estudiantes

De acuerdo con los resultados obtenidos, la actitud predominante para el emprendimiento es de nivel regular del total de estudiantes de administración, lo relevante es que el 96% de estos estudiantes presentan una actitud emprendedora, y solo el 4% han presentado un bajo nivel de actitud emprendedora.

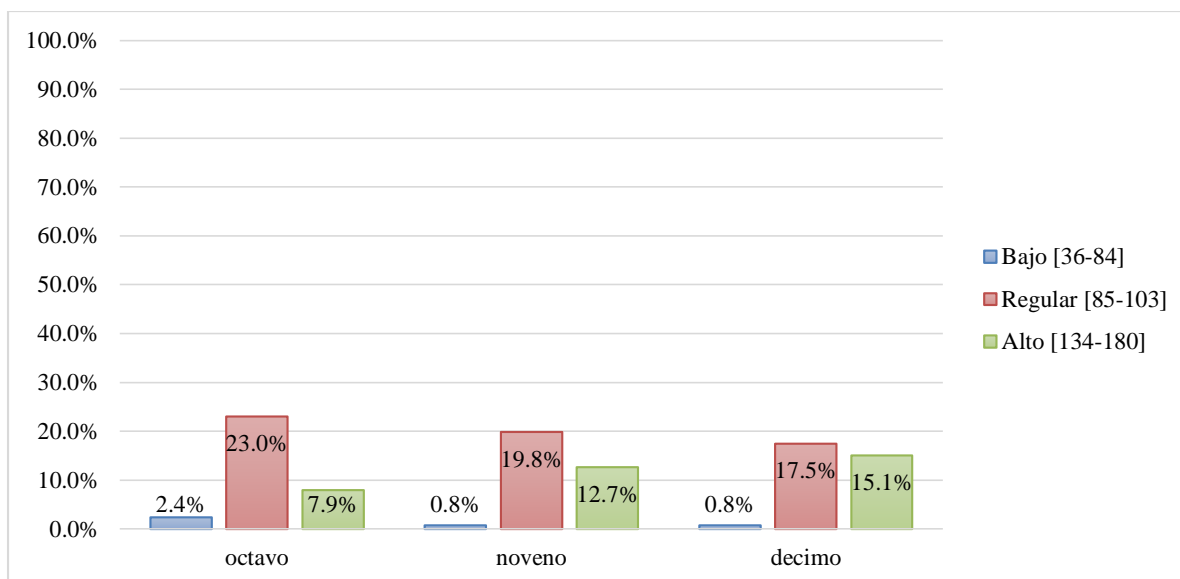


Figura 12. Porcentaje de estudiantes según el nivel de actitud emprendedora y el ciclo

Conforme a los resultados obtenidos, según su ciclo, los estudiantes de décimo ciclo presentaron mayor actitud emprendedora, seguido por los de noveno y octavo ciclo, lo que indica una mayor seguridad, dado que están más cerca de egresar, siendo los de octavo los que presentaron un mayor nivel actitud emprendedora regular, debido a que no están aún seguros de lo que desean realizar una vez que concluyan su carrera académica; seguido por los de noveno y los de décimo, siendo esto el octavo ciclo donde se debe reforzar mejor esta idea, ya que también son los que presentan mayor nivel de baja actitud con el 2.4%, pues tanto el noveno como el décimo ciclo apenas obtienen el 0.8%.

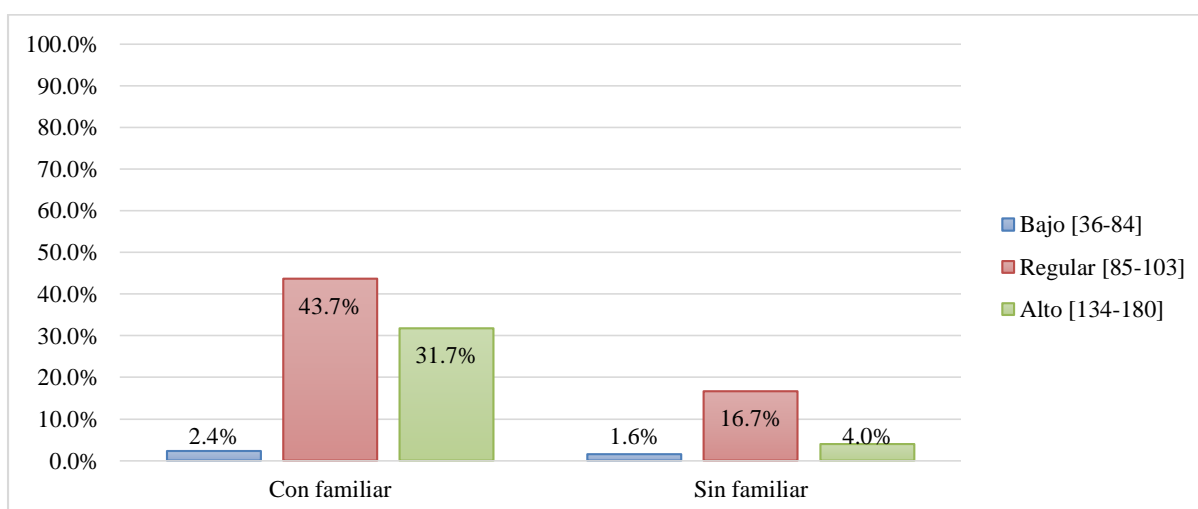


Figura 13. Porcentaje de estudiantes según el nivel de actitud emprendedora y la relación familiar con un emprendedor

De acuerdo a lo evidenciado los estudiantes que cuentan con un familiar que haya emprendido un negocio presentaron una alta actitud emprendedora esto es generado, como bien se ha indicado anteriormente, en la formación de los familiares, así como el entorno en el cual se han criado los estudiantes, lo que fomenta y desarrolla una mayor actitud emprendedora; así como se puede evidenciar que el 75.4% que es el nivel ms alto de estudiantes que tiene un familiar emprendedor, mientras que los que no cuentan con familiar emprendedor y cuentan con actitud emprendedora alcanza un bajo porcentaje.

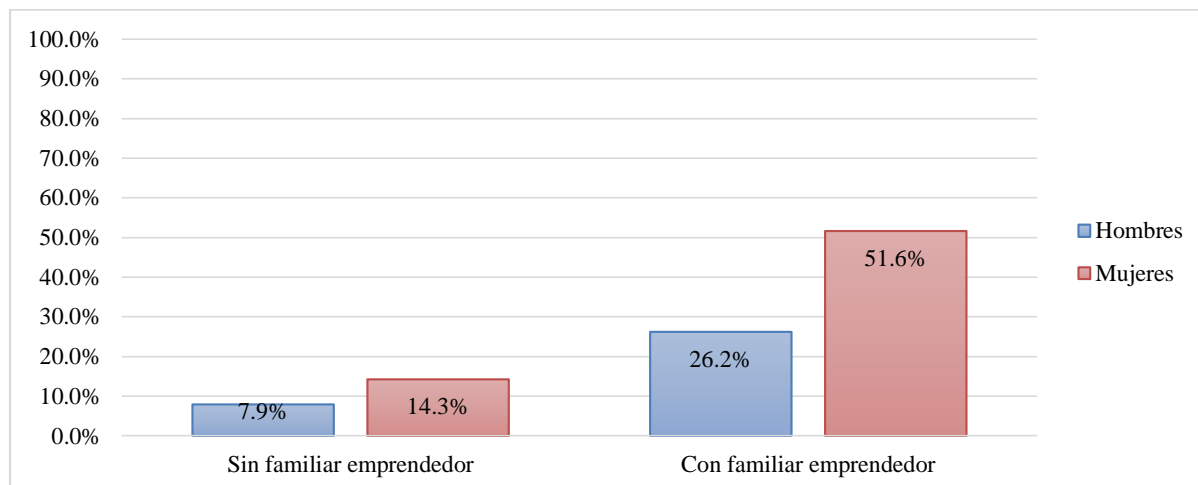


Figura 14. Porcentaje de estudiantes según el sexo y la relación familiar con un emprendedor

De acuerdo a lo evidenciado del total de los encuestados, a que si cuentan con algún familiar emprendedor, las mujeres han presentado mayor cantidad de familiares que han emprendido, esto es similar a la proporción de mujeres que presentaron intención emprendedora fue superior al de los varones, a partir de ello, como primer punto se puede entender que del grupo de estudiantes que formaron parte del estudio la gran mayoría de mujeres cuentan con un mayor rango de familiares que hayan emprendido un negocio en algún momento de su vida, y por tanto tuvieron esa formación que conlleve a crear su empresa, por otro lado, solo el 14.3% no cuentan con familiar emprendedor, mientras que en el caso de los varones, el 26.2% presentan familiar emprendedor, y solo el 7.9% de los varones no cuentan con familiar emprendedor, siendo esto, la contraparte del contexto de las mujeres, la formación de los estudiantes varones a trabajar de manera dependiente está arraigado a que no cuentan en su mayoría con familiares que hayan creado su propia empresa, por tanto tienen una mayor inclinación en trabajar en una empresa privada o pública.

V. Discusión

El presente estudio, el cual se fundamenta en las características observadas y la percepción de los estudiantes. Se empleó el modelo de actitud emprendedora de Ponce, Flores y Arriaga (2014), el cual propone tres dimensiones: la intensión emprendedora, la voluntad emprendedora, y las habilidades emprendedoras. De los resultados se concluye que, del total de los estudiantes encuestados, más de la mitad presentaron una actitud emprendedora regular, fundamentalmente porque los estudiantes indicaron que se requiere capital y suficientes conocimientos para emprender, y, por tanto, le es propio primero trabajar de manera dependiente para reunir dinero.

El emprendimiento desde la perspectiva de los estudiantes, está supeditado a la existencia de demanda laboral dependiente como medio para obtener recursos financieros para invertir, debido a que se requiere capital, financiamiento o apoyo para emprender, sumado a lo que la universidad les ofrece académicamente, sin embargo, consideran que, esto último, no es suficiente; esto los lleva a pensar que en el mediano plazo es posible emprender un negocio.

Según investigaciones, el 55% de emprendimientos parte de fuentes propias de financiamiento (Messina y Pena, 2013; Lasio y Zambrano, 2016), aunque hay estudios que recalcan el hecho que el acceso al financiamiento es determinante para el éxito de los nuevos negocios (Díaz, 2018). Todo lo anterior, explica que la actitud emprendedora de los estudiantes no es completa o no está formada adecuadamente porque se autolimita al uso de recursos financieros.

Los que presentaron una alta actitud emprendedora, tienen la firme intención de crear su propia empresa, se sienten con la voluntad, la intensión y que cuentan con las habilidades para emprender un negocio, además que tener su propia empresa siempre fue su sueño; consideran que tienen la capacidad de gestionar todo el proceso que conlleve iniciar una empresa propia. La intención de crear un negocio se basa en la percepción, viabilidad y deseabilidad, las cuales son producto del entorno social y cultural, que determinan el comportamiento y las acciones que se considerarán y se tomarán al momento de emprender, demostrando que el aspecto psicológico del individuo está relacionado con el emprendimiento (Abeeku & Asiedu, 2017). Todos estos elementos son los que van a hacer posible el desarrollo de una nueva empresa.

Independientemente de la formación del individuo, su edad y el momento cuando el emprendedor encuentre motivación, está la detección de la oportunidad empresarial, los recursos y el equipo empresarial, en base a estos tres aspectos se plantean las influencias culturales, sociales e institucionales que bien pueden estimular y desestimular la conducta del emprendedor (Moreno, 2018).

La actual actitud emprendedora de los estudiantes, se ve limitada por la importancia que le dan a la falta de financiamiento, lo cual determina su inacción para iniciar un negocio. A partir de ello, el financiamiento surge como un limitante psicológico de cada estudiante, puesto que teóricamente se conoce que el financiamiento no garantiza el éxito de un emprendimiento sino la voluntad, empeño y esfuerzo de la persona, así como la visión de encontrar oportunidades para emprender (Araya, 2017). Esta misma visión para los negocios le permite al individuo no solo iniciar una empresa, sino también poder obtener recursos, aliados comerciales, personal y motivación. Esto quiere decir, que el estudiante y su capacidad para emprender se forman como un proceso interno de pensamiento más que por situaciones externas (Maldonado, Cabrera, Duarte y Rodríguez, 2019).

La investigación halló que más de la mitad de estudiantes presentaron una regular intención emprendedora, haciendo diferencias con el género del emprendedor, las mujeres tienen más claro lo que desea en la vida, sus objetivos o metas, así como tener claro su propósito de vida, y en base a ello se orienta más a asumir riesgos (Camarena y Saavedra, 2017; OEAP, 2018). Entre tanto, los que registraron un bajo nivel de intención, fueron los varones, reforzando la idea de que los varones, al tener menor intención pueden ser más propensos a buscar trabajo en una empresa de manera dependiente. La diferencia de géneros es importante al momento de emprender, destacando que los varones son los más orientados a la búsqueda de oportunidades, mientras que las mujeres son las que emprenden por necesidad. Sin embargo, la diferencia de la proporción de intención emprendedora entre hombres y mujeres es mínima (Novillo, Sarmiento, Ollague y Ramón, 2017; Chávez, Eraso, & Torres, 2018).

En la problemática abordada, por diferentes autores, la mayor proporción de estudiantes con mayor actitud son las mujeres, explicándose que este grupo tiene mayor necesidad de emprender que en el caso de los varones, que suelen emprender al encontrar una oportunidad, mejor dicho, las mujeres crean la oportunidad de acuerdo a sus necesidades,

sean éstas económicas, desarrollo profesional o de crecimiento; mientras que en los varones no sucede necesariamente lo mismo (Ortiz y Olaz, 2018; Paredes, Castilla, y Saavedra, 2019).

Respecto al objetivo 2, más de la mitad de los encuestados presentaron una regular voluntad emprendedora, debido a que consideran que si pueden contar con la capacidad de poner en marcha una nueva empresa, ya que lo básico, según consideran los estudiantes es el capital, también lo aprendido en la universidad puede ayudar a cumplir con esos objetivos a lo que los estudiantes pueden catalogar como formación empresarial, mostrando un mayor nivel de voluntad entre los estudiantes que presentan algún familiar emprendedor, en relación con los estudiantes que no presentan familiar emprendedor que representa la cuarta parte del total de encuestados (Ortiz y Olaz, 2018).

Este escenario puede verse fuertemente influenciado, tanto a emprender como para no hacerlo, todo radica en el éxito o fracaso que hayan tenido sus familiares al momento de emprender, si bien el género no presenta una influencia intrínseca del éxito, sin embargo, el hecho de tener un familiar emprendedor con éxito si influye en la iniciativa emprendedora (Sung & Duarte, 2015). Mientras que por otro lado, se estima que la relación entre padres emprendedores no presenta una relación con que los hijos tengan inclinación a formar su propio negocio, resaltando que la familia y el trabajo no presenta conexión entre ellos; en el caso de las mujeres, la voluntad emprendedora se condiciona más en la compatibilidad que exista entre su vida familiar y su vida laboral, dejando de lado el hecho que exista o no algún caso de emprendimiento en los miembros de su familia, en otras palabras, la voluntad emprendedora se centra en la posibilidad de darle el mismo tiempo y atención tanto a su empresa como a su familia (Paredes, Castilla y Saavedra, 2019).

La voluntad emprendedora de los estudiantes puede verse formada, influenciada o relacionada con su entorno familiar, ya que tanto los resultados mostrados, como lo expuesto por Sung & Duarte (2015) enfatizan que el hecho que se tenga un familiar con negocio propio y este es exitoso, indirectamente influye en el estudiante y su disposición para emprender. Regresando al tema de los géneros, acá también se presentan disociaciones entre varones y mujeres, donde los varones son los que presentan menor influencia familiar que las mujeres, esto puede basarse a lo mencionado anteriormente, que las mujeres sustentan su voluntad de emprender conforme a las necesidades que tienen, mientras que los varones generalmente cuando se les presenta la oportunidad.

Las habilidades emprendedoras de los estudiantes se centran en un nivel regular pero con una mayor inclinación a mostrar un alto nivel de habilidad de emprendimiento ya que han mostrado características y rasgos relacionados al emprendimiento, entre ellos, destaca que los estudiantes tienen entre sus objetivos ser empresario y sienten que tienen la capacidad para hacerlo y están dispuestos a esforzarse por lograrlo, este tipo de estudiantes, como se mencionó anteriormente, siempre buscan nuevos retos, por lo tanto aprovecharían una mínima oportunidad de negocio para lograr crear su propia empresa, las mismas que sustentan en aquellos estudiantes que cuentan con un familiar emprendedor por casi tres cuartas partes del total de encuestados, mientras que los estudiantes con un nivel de habilidades altas sin familiar emprendedor no es ni la décima parte del total de estudiantes.

El panorama de los estudiantes respecto a las habilidades emprendedoras surge a partir del llamado espíritu emprendedor, la cual genera la capacidad para asumir riesgos, de animarse a crear una empresa, de la misma manera, el espíritu emprendedor surge como aquel proceso de generación de oportunidades y la creación de nuevas ideas que permite la creación de un nuevo negocio (Lozano y Espinoza, 2016). Siendo que en el caso de las mujeres emprendedoras sobresale aspectos como la creatividad, la autoconfianza y la iniciativa; mientras que los varones se basan en el deseo de tener nuevos retos o el entusiasmo frente a nuevos proyectos (Carrera, Partida y Villareal, 2016).

El espíritu emprendedor se afirma incluso como un rasgo de personalidad, lo cual puede caracterizarse como un elemento innato, en otras palabras, una habilidad propia del emprendedor (Trejo, 2015), así como diversos estudios que indican que la capacidad de identificar rápidamente una idea y que esta idea tenga un éxito empresarial es considerado como una habilidad (Ponce, Flores y Arriaga, 2014).

Así como las habilidades emprendedoras innatas se encuentran las habilidades adquiridas, estas son las que se adquieren mediante la educación como perspectiva emprendedora, pero estos son más efectivos en los últimos ciclos, ya que dictar materias relacionadas con el emprendimiento en los primeros ciclos mostraron ser poco significativos (0.393), mientras que en los últimos ciclos este efecto perdura y culmine en la creación de un negocio (Navarro, Rodríguez, Chura, & Chombo, 2019), por ello, resulta importante una educación emprendedora en las universidades para desarrollar las habilidades emprendedoras, porque sin dichas habilidades no se forma una intensión emprendedora y por lo tanto tampoco una actitud emprendedora (Moreno, 2019).

Las habilidades emprendedoras de los estudiantes, si bien es algo innato que cuenta cada estudiante, estos también pueden ser adquiridos, en este caso depende tanto de la educación que la universidad haya ofrecido, así como la apertura del estudiante a desarrollar estas habilidades en conjunto con la experiencia (García, Melchor y Díaz, 2018), y todos los demás factores que se han podido describir a lo largo de la investigación, supone un posible conjunto de añadidos, una es que el estudiante cuente con esa característica innata, a esto se suma lo que el estudiante recepcione a lo largo de su vida universitaria, y si adicional a ello tenga experiencia, ya sea con emprendimientos iniciales o experiencia mediante sus propios familiares generará mayores habilidades emprendedoras.

VI. Conclusiones

De acuerdo al análisis de la variable en estudio, en torno al escenario local, se pudo conocer que la actitud emprendedora se direcciona a los elementos de intención emprendedora la cual se orienta al estado mental a favor de querer y desear iniciar un negocio propio; la voluntad emprendedora que se presenta con la fuerza o voluntad del individuo para emprender y las habilidades emprendedoras que se basan en la capacidad y grado de competencia de cada estudiante, como un conjunto de destrezas y aptitudes para poner en marcha un negocio.

Las mujeres estudiantes mostraron mayor intención emprendedora que los varones, debido a que el entorno en donde en que se desenvuelven las mujeres, emprender surge más por necesidad que por la búsqueda de oportunidades. De igual manera, las mujeres son más propensas a asumir riesgos que los varones, por lo que estos emprendimientos tienden a ser más vulnerables en el caso de las mujeres.

La voluntad de emprender entre los estudiantes, se sustenta en el éxito o fracaso, principalmente, que familiares hayan tenido en sus emprendimientos, mostrando que aquellos estudiantes que tienen familiar emprendedor presentan mayor voluntad emprendedora que aquellos que no cuentan con un familiar que haya emprendido. Un elemento adicional en esta dimensión, es el acceso al capital de los estudiantes, que si bien, se demuestra que no es determinante, para los estudiantes presentan este limitante como brecha para emprender.

Las habilidades emprendedoras han presentado mayor nivel en relación con la intención y la voluntad emprendedora, siendo que en la mayoría de estudiantes han presentado este tipo de rasgo la cual ha ido desarrollándose a lo largo de su vida universitaria, siendo que, al llegar a los últimos ciclos, esta característica se refleje en sus deseos de querer iniciar un emprendimiento, y en muchos casos ya cuentan con uno.

La investigación se enmarcó dentro de la teoría abordada, así como de diferentes estudios que contrastaron los resultados obteniéndose información dentro de lo esperado. El estudio y su contenido permitirán ampliar el panorama a futuras investigaciones que aborden y definan variables relacionadas al emprendimiento, así como quedar aun material que seguir explorando a fin de determinar las características, así como el origen de un emprendedor.

VII. Recomendaciones

Se requiere un análisis más profundo de todas aquellas variables intervinientes en el proceso de actitud emprendedora en estudiantes, tales como el género, el entorno familiar, el aspecto psicológico de cada estudiante para ampliar el panorama respecto al origen de la actitud emprendedora en los estudiantes.

Es importante profundizar en los rasgos de las mujeres como varones respecto al emprendimiento, a fin que se evalúen las oportunidades que distan ambos géneros y como buscan capitalizar en acciones dichas necesidades/oportunidades, así como los aspectos relevantes que cada estudiante perciba para su idea de negocio a fin de que este se concrete.

Realizar mayores estudios respecto a la influencia familiar en la voluntad de emprender, para conocer si existen más aspectos internos influyentes, y no solo limitarse a conocer si cuenta con un familiar que haya emprendido, o si este tuvo o no éxito con su emprendimiento, y como esto cala en los miembros de su familia, así como su opinión respecto al éxito o fracaso del emprendimiento.

La universidad debe introducir mayores cursos, o direccionar los actuales a la generación de habilidades de emprendimiento, donde los estudiantes puedan percibir y cuenten con visión de negocios, así como encaminar sus ideas a un concepto más concreto.

Es importante emplear el modelo de actitud en primeros ciclos, si bien, investigaciones determinan que es poco significativo, pero es relevante para nuestra realidad ir encaminando a los estudiantes desde sus primeros años en el mundo del emprendimiento.

VIII. Referencias

- Abeeku, B., & Asiedu, F. (2017). Factors influencing entrepreneurship start-ups among graduate students in Ghana. *International Journal of Business and Management Studies*, 6(2), 219-228. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/322527246_FACTORS_INFLUENCING_ENTREPRENEURSHIP_START-UPS_AMONG_GRADUATE_STUDENTS_IN_GHANA
- Acuña, A., & Gamarra, M. (2018). *Factores que influyen en la intención de emprendimiento de estudiantes de pregrado de una universidad privada de Lima 2018*. Universidad San Ignacio de Loyola, Lima. Obtenido de http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/8446/1/2018_Acu%C3%B1a-Seguil.pdf
- Alvarado, E., Ortiz, J., & Morales, D. (2018). Factores que influyen en el emprendimiento de un micronegocio familiar en México. *Revista de Economía del Rosario*, 21(1), 153-180. Obtenido de <https://revistas.urosario.edu.co/index.php/economia/article/download/6816/6109>
- Aragón, A., & Baixauli, S. (2014). *Intención emprendedora de los estudiantes de bachillerato y ciclos formativos en la región de Murcia*. Universidad de Murcia, Murcia. Obtenido de <https://www.um.es/emprendedores/documentos/2014-15/Libro-Intencion-Emprendedora-AF.pdf>
- Ballester, D., González, F., Megías, J., Polo, F., Romero, P., & Vilanova, C. (2014). *Cómo crear tu empresa: Idea, plan de proyecto y consejos para emprendedores*. Madrid: Reconocimiento-NoComercial 2.5 España. Obtenido de <https://www.contunegocio.es/wp-content/uploads/2014/01/ebook-emprendedores.pdf>
- Barreto, K., Zuniga, S., & Ruiz, S. (2016). Educación e Intención Emprendedora en Estudiantes Universitarios: Un Caso de Estudio. *Formación Universitaria*, 9(1), 25-34. Obtenido de <https://scielo.conicyt.cl/pdf/formuniv/v9n1/art04.pdf>
- Bóveda, A., Oviedo, A., & Yakusik, A. (2016). *Manual del Emprendedurismo*. Asunción: Productiva. Obtenido de

https://www.jica.go.jp/paraguay/espanol/office/others/c8h0vm0000ad5gke-att/info_11_01.pdf

Briseño, N., Camarena, M., & Saavedra, M. (2017). *Relacion de la autoeficacia con la intención de emprendimiento: un enfoque de género*. XXII Congreso internacional de contaduría, administración e informática, México. Obtenido de <http://congreso.investiga.fca.unam.mx/docs/xxii/docs/10.07.pdf>

Cabana, R., Cortes, I., Plaza, D., Castillo, M., & Alvarez, A. (2013). Análisis de las capacidades emprendedoras potenciales y efectivas en alumnos de centros de educación superior. *Journal of Technology Management & Innovation*, 65-75. Obtenido de <https://scielo.conicyt.cl/pdf/jotmi/v8n1/art07.pdf>

Camarena, M., & Saavadra, M. (2017). *Características y retos de la mujer empresaria en la ciudad de México*. Universidad Nacional Autónoma de México, Ciudad de México. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/324418383_caracteristicas_y_retos_mujer_empresaria

Canseco, R. (2014). *El arte de emprender*. Lima: Universidad San Ignacio de Loyola. Obtenido de <http://www.rauldiezcanscoterry.com/el-arte-de-emprender-descarga/pdf/el-arte-de-emprender.pdf>

Cardona, D., Montenegro, A., & Hernández, H. (2016). Creación de empresa como pilar para el desarrollo social e integral de la región Caribe en Colombia: apuntes críticos. *saber, ciencia y libertad*, 12(1), 130-139. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6069712.pdf>

Caro, F., Sánchez, I., & Romero, H. (2016). *Impacto de la formación en emprendimiento en estudiantes sin formación*. VII Jornada de Innovación e Investigación Docente. Obtenido de <https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/43279/impacto%20de%20la%20formacion%20en%20emprendimiento%20en%20estudiantes.pdf?sequence=1>

Carvajal, J., Corredor, B., Gutiérrez, L., Murgas, G., Plata, R., Rincón, G., & Dugarte, E. (2015). La actitud emprendedora de los estudiantes de ingeniería de la Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Bucaramanga como elemento esencial para la creación de empresas. *Encuentro Internacional de Educación en Ingeniería ACOF*,

- 1-11. Obtenido de <https://www.acofipapers.org/index.php/eiei2015/2015/paper/viewFile/1282/441>
- Chávez, I., Álvarez, L., Rosas, B., & Sánchez, L. (2017). Relación entre Antecedente Empresarial Familiar y el Emprendimiento de Micro y Pequeñas Empresas. *European Scientific Journal*, 13(28). Obtenido de <http://eujournal.org/index.php/esj/article/download/10046/9536>
- Chávez, M., Eraso, B., & Torres, J. (2018). Mujeres emprendedoras y el contexto social ecuatoriano. *Visión Empresarial*, 1(8), 61-65. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/330453409_Mujeres_emprendedoras_y_el_contexto_social_ecuatoriano
- Crissien, J. (2011). Enseñando entrepreneurship creación de empresas- Estrategias pedagógicas para despertar el espíritu empresarial. *Revista Escuela de Administración de Negocios*(71), 100-125. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/206/20623157008.pdf>
- De la Cruz, C., & Berdugo, L. (Julio-Diciembre de 2016). Modelo de emprendimiento para la universidad Libre Seccional Barranquilla. *Dictamen libre*, 77-93.
- Díaz, F., García, E., Ruiz, C., Jaimez, M., & Hernández, M. (2009). *Actitudes, valores y comportamientos emprendedores en la población universitaria*. Obtenido de <https://www.uv.es/motiva2/Ponencias%20Motiva2009/docs/57.pdf>
- Díaz, J. (2018). Los factores determinantes del emprendimiento. *eXtoikos*, 1(21), 13-16. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6867834.pdf>
- Diez Canseco, D. (2018). *Perfil emprendedor y uso de herramientas de gestión en los egresados de la Universidad San Ignacio de Loyola*. Universidad San Ignacio de Loyola, Lima. Obtenido de http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/3911/1/2018_Diez-Canseco-Terry.pdf
- Diez, S. (2016). La actitud conductual en las intenciones. *Revista Empresarial*, 10(2), 42-48. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5603317.pdf>
- Duarte, T., & Ruiz, M. (29 de octubre de 2009). Emprendimiento, una opción para el desarrollo. *Scientia et Technica*, 1(43).

- Durán, E., & Arias, D. (2016). Actitud emprendedora y estilos emocionales. Contribuciones para el diseño de la. *Revista Gestión de la Educación*, 6(2), 83-102. Obtenido de <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/gestedu/article/download/25490/25774/>
- Fabra, A., & Giménez, A. (2013). *El cambiante mundo de las organizaciones*. Castelló de la Plana: Une. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=oTmGCgAAQBAJ&pg=PA531&lpg=PA531&dq=mayor+voluntad+emprendedora+con+familiar+emprendedor&source=bl&ots=-miMQNRYfE&sig=ACfU3U3Eqow8E_9VT4A70UvChd_h-tF_9w&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwiPxfGE8e3pAhUqGrkGHaG7CWQQ6AEwAXoECAwQAQ
- Flores, A., Bojórquez, A., & Ceballos, S. (2016). *El impacto de la autoeficacia emprendedora en los resultados de innovación de los emprendedores del sector de software en Yucatán*. Memoria del X Congreso de la Red Internacional de Investigadores en Competitividad. Obtenido de <https://riico.net/index.php/riico/article/viewFile/1334/1003>
- Galina, P. (2019). *La formación universitaria, clave para los emprendedores*. Obtenido de Question Pro: <https://www.questionpro.com/blog/es/formacion-universitaria-clave-para-los-emprendedores/>
- García, E., Ordóñez, L., & Avilés, E. (2016). Motivaciones y obstáculos para el emprendedurismo: una perspectiva de género desde los jóvenes universitarios. *Retos*(11). Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5967030.pdf>
- García, F., & Ruiz, C. (2009). *Dificultades para la creación de empresas por universitarios: un análisis a partir de las percepciones de los estudiantes*. Universidad de La Laguna. Obtenido de <https://www.uv.es/motiva2/Ponencias%20Motiva2009/docs/70.pdf>
- Gasca, L. (19 de Diciembre de 2018). *¿Por qué fracasan los emprendedores universitarios?* Obtenido de Entrepreneur: <https://www.entrepreneur.com/article/325044>
- Gestión. (17 de Octubre de 2016). *El 89% de estudiantes universitarios piensa emprender algo relacionado a su carrera*. Obtenido de Diario Gestión: <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:vD4YHZjBkcIJ:https://gestion.pe/tendencias/management-empleo/89-estudiantes-universitarios-piensa-emprender-relacionado-carrera-148298+&cd=3&hl=es-419&ct=clnk&gl=pe>

- González, M., Valantine, I., Pérez, C., Aguado, S., Calabuig, F., & Crespo, J. (2016). La influencia del género y de la formación académica en la intención de emprender de los estudiantes de ciencias de la actividad física y el deporte. *Intangible Capital*, 12(3), 759-788. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/46606254.pdf>
- Harris, M., & Gibson, S. (2008). Examinando las actitudes emprendedoras de nuestros estudiantes de negocios. *Education + training*, 50(7), 568-581. Obtenido de www.emeraldinsight.com/0040-0912.htm
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (Sexta ed.). México: Mc Graw Hill. Obtenido de <https://metodologiaecs.wordpress.com/2016/01/31/libro-metodologia-de-la-investigacion-6ta-edicion-sampieri-pdf/>
- Isada, F., Lin, H., & Isada, Y. (2015). Emprendimiento de estudiantes universitarios en Taiwán y Japón. *Revisión de investigación de gestión*, 38(12), 1251-1266. Obtenido de <https://www.emeraldinsight.com/doi/full/10.1108/MRR-06-2014-0131>
- Jácome, M. (2018). *Efecto mediador de la controlabilidad percibida en la intención emprendedora de los estudiantes universitarios*. Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima. Obtenido de http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/11936/J%C3%81COME_EFECTO_UNIVERSITARIOS.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Jaramillo, M., Pérez, M., & Cardoso, D. (2015). *Factores empresariales de los estudiantes y docentes universitario*. Obtenido de http://www.aeca1.org/pub/on_line/comunicaciones_xviiiicongresoaecca/cd/66c.pdf
- Jauregui, F., & Carmona, L. (2014). *100 consejos para emprender*. España: Editorial Almuzara. Obtenido de <http://www.ciberoamericana.com/pdf/EOI.pdf>
- Lara, Y., Torres, M., & Mendoza, L. (2015). *Percepción del perfil emprendedor de los estudiantes de la licenciatura de Negocios y Comercio Internacionales*. XX Congreso Internacional de contaduría, administración e informática, México. Obtenido de <http://congreso.investiga.fca.unam.mx/docs/xx/docs/8.12.pdf>

- Lasio, V., & Zambrano, J. (2016). Financiamiento para emprendedores. *ESPAE*, 1(1), 1-8. Obtenido de https://espae.espol.edu.ec/wp-content/uploads/2017/11/financiamientopara_emprendedor.pdf
- López, G., Gómez, J., & Haro, J. (2012). *La Influencia de los Antecedentes Familiares en la Actitud Emprendedora de los Estudiantes Universitarios y Empresarios de Nayarit*. Universidad Autónoma de Nayarit, Buenos Aires. Obtenido de http://www.alafec.unam.mx/docs/asambleas/xiii/ponencias/administracion/AD_24.pdf
- Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (2019). Región Lambayeque: Panorama laboral. *MINTRA*. Obtenido de: https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/341140/PPT_-_Panorama_Laboral_-_Lambayeque_NV.pdf
- Marulanda, F., & Morales, S. (2016). Entorno y motivaciones para emprender. *Revista Escuela de Administración de Negocios* (81), 12-28. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/206/20649705002.pdf>
- Monsalve, J. (2017). *Jóvenes, talento y perfil emprendedor*. Madrid: Instituto de la Juventud. Obtenido de http://www.injuve.es/sites/default/files/Guia%20Jovenes%2C%20talento%20y%20perfil%20emprendedor_0.pdf
- Mora, R. (2016). Estudio de actitudes emprendedoras con profesionales que crearon empresa. *Esc.adm.neg.*, 70-83. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/ean/n71/n71a06.pdf>
- Moreno, A. (2018). *Environmental factors that affect the entrepreneurial intention*. Universitat Autònoma de Barcelona, Barcelona. Obtenido de https://ddd.uab.cat/pub/tfg/2018/191947/TFG_amorenosanchez.pdf
- Moreno, J. (2019). *Factores clave en la intención de emprender de los estudiantes universitarios. El papel moderador del entorno*. Universidad de la Rioja, Logroño.
- Moriano, J., Topa, G., Molero, F., Entenza, A., & Lévy, J. (2012). Autoeficacia para el Liderazgo Emprendedor. Adaptación y Validación de la Escala CESE en España. *Anales de Psicología*, 28(1), 171-179. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/167/16723161019.pdf>


- Muñoz, K., & Zavala, D. (2017). Factores que influyen en la capacidad emprendedora del estudiantado en educación superior. *Revista Publicando*, 10(1), 406-419. Obtenido de https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/viewFile/443/pdf_284
- Navarro, A., Pertuz, V., Rojas, G., & Quintero, L. (2015). Intención emprendedora en los estudiantes universitarios. *Pretium, Revista de Economía, Finanzas y Negocios*, 14-22. Obtenido de https://www.academia.edu/25918433/INTENCI%C3%93N_EMPRENDEDORA_EN_LOS_ESTUDIANTES_UNIVERSITARIOS
- Navarro, F., Rodríguez, M., Chura, R., & Chombo, J. (2019). Impacto de la educación emprendedora: Estudio de la intención emprendedora en estudiantes universitarios peruanos. *UCV - Scientia*, 11(1), 35-44. Obtenido de <http://revistas.ucv.edu.pe/index.php/UCV-SCIENTIA/article/view/2401>
- Noreña, A., Alcaráz, N., Rojas, J., & Rebolledo, D. (2012). Aplicabilidad de los criterios de rigor y éticos en la investigación cualitativa. *Revista Aquichan*, 12(3). Obtenido de <http://jbposgrado.org/icali/Criterios%20de%20rigor%20en%20la%20Inv%20cualitativa.pdf>
- Noreña, D. (2018). *Revisión de literatura del constructo Autoeficacia Emprendedora*. Universidad de Lima. Obtenido de http://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/ulima/6857/Norena_Diego_autoeficacia.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J., & Romero, H. (2018). *Metodología de la investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de la tesis*. Bogotá: Ediciones de la U.
- OEAP. (2018). *Programas de apoyo al emprendimiento femenino*. Observatorio Estratégico de la Alianza del Pacífico, Santiago. Obtenido de https://home.mujeresdelpacifico.org/uploads/library/5b96f4d0a1270_1er-Informe-MdP-ASELA-OAP.pdf
- Ortiz, P., & Olaz, Á. (2018). Factores competenciales en el emprendimiento de la mujer. *Revista Española de Sociología*, 1(27), 1-21. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/322946600_Factores_competenciales_en_el_emprendimiento_de_la_mujer

- Paredes, S., Castilla, M., & Saavedra, L. (2019). Factores que influyen en el emprendimiento femenino en México. *Suma de Negocios*, 10(23), 158-167. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/334070863_Factores_que_influyen_en_el_emprendimiento_femenino_en_Mexico
- Paunero, J. (2014). *Aspectos sociales del emprendedor*. Universidad de Valladolid, Valladolid. Obtenido de <http://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/7046/TFG-G645.pdf;jsessionid=750E6D1444F0A65EF2540EAEC96249C3?sequence=1>
- Peña, J., Cárdenas, A., Rodríguez, A., & Sánchez, E. (2015). La cultura emprendedora como objetivo educativo: marco general y estado de la cuestión. *Cultura emprendedora y educación*, 19-59. Obtenido de https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/47817/La%20cultura%20emprendedora%20como%20objetivo%20educativo_2015_posprint.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Perloff, R. (2016). *The dynamics of persuasion*. Routledge. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=K4m_DQAAQBAJ&pg=PT176&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Pöder, A., Kallaste, M., Raudsaar, M. & Venesaar, U. (2017). Evaluation of entrepreneurial capacity of universities - a case of Estonia. *The European Proceedings of Social & Behavioural Sciences*. 1(1), 966-977. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/320428994_Evaluation_Of_Entrepreneurial_Capacity_Of_Universities_-_A_Case_Of_Estonia
- Ponce, M., Flores, O., & Arriaga, M. (2014). Actitud emprendedora de estudiantes del 4º. Año de carreras administrativas: estudio comparativo. *Red Internacional de Investigadores en Competitividad*, 1371-1390. Obtenido de <https://www.riico.net/index.php/riico/article/download/1218/887>
- Poncio, D. (2010). *Animarse a emprender*. Villa María: Eduvim. Obtenido de <http://galeon.com/analidia19/libro.pdf>
- Restrepo, L., Vélez, C., & Mejía, D. (2012). Percepción sobre emprendimiento empresarial por parte de estudiantes del programa de Ciencias. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*(35), 234-253. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1942/194224362013.pdf>

- Rodríguez, A., & Pérez, A. (2017). Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 1(82), 1-26. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/206/20652069006.pdf>
- Rodríguez, C., & Prieto, F. (2009). La sensibilidad al emprendimiento en los estudiantes universitarios. Estudio comparativo ColombiaFrancia. *INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 19, 73-89. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/818/81819025007.pdf>
- RPP. (07 de Junio de 2018). *Lambayeque: el 40% de los jóvenes que egresa de la universidad no tiene trabajo*. Obtenido de Radio Programas del Perú: <https://rpp.pe/peru/lambayeque/lambayeque-el-40-de-los-jovenes-que-egresa-de-la-universidad-no-tiene-trabajo-noticia-1127831>
- Salinas, J., Martínez, J., & Sánchez, A. (2017). *Empresa e iniciativa emprendedora*. Colombia: Mc Graw Hill. Obtenido de <https://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448196864.pdf>
- Salvador, C., & Morales, J. (2009). Fundamentos psicológicos de la autoeficacia emprendedora en jóvenes mexicanos. *Alternativas en Psicología*(20). Obtenido de <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/alpsi/v14n20/v14n20a04.pdf>
- Sánchez, F. (2017). *Relaciones entre la intención emprendedora, prácticas de negocio y rasgos de personalidad en emprendedores universitarios*. Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima. Obtenido de http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/9725/SANCHEZ_BALLESTEROS_RELACIONES_ENTRE_LA_INTENCION_EMPRENDEDORA_PRACTICAS_DE_NEGOCIO_Y_RASGOS_DE_PERSONALIDAD_EN_EMPRENDEDORES.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Sánchez, S., Hernández, C., & Jiménez, M. (2016). Análisis de la percepción sobre iniciativa empresarial y el espíritu emprendedor en estudiantes de un tecnológico federal. *Acta universitaria*, 26(6), 70-82. Obtenido de <http://www.scielo.org.mx/pdf/au/v26n6/2007-9621-au-26-06-00070.pdf>
- Santamaría, Á., Moreno, E., Torres, E., & Cadrazco, W. (2013). En el emprendimiento empresarial: el caso de tres PYMES de los sectores comercial y de servicios de la

- ciudad de Sincelejo Sucre. *Revista Nueva Portada*. Obtenido de <https://revistas.unisucre.edu.co/index.php/rpg/article/view/86/96>
- Saucedo, H. (2018). Medición de la intención de emprendedores universitarios empleando ecuaciones estructurales. *Revista de investigación y negocios*, 11(18), 52- 63. Obtenido de http://www.scielo.org.bo/pdf/riyn/v11n18/v11n18_a06.pdf
- Secretaría Pyme y Desarrollo Emprendedor del Ministerio, SPDEM. (2014). *Emprendiendo*. Córdova: Secretaría Pyme. Obtenido de <https://es.slideshare.net/gewcordoba/web-emprendiendo>
- Sela, J. (2014). La ciencia y el arte de emprender. *Revista del Departamento de Ciencias Sociales*, 5-15. Obtenido de <http://www.redsocialesunlu.net/wp-content/uploads/2014/11/RSOC006-01-La-ciencia-y-el-arte-de-emprender-SELA.pdf>
- Sung, S., & Duarte, S. (2015). El perfil del emprendedor y los estudios relacionados a los emprendedores Iberoamericanos. *Revista de Investigación en Ciencias Sociales*, 11(2), 291-314. Obtenido de http://scielo.iics.una.py/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2226-40002015000200010&lng=es&nrm=iso&tlng=es
- Trejo, E. (2015). *Perfil psicosocial de la persona emprendedora*. Universidad de Valladolid, Valladolid. Obtenido de <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/16786/Tesis987-160418.pdf;jsessionid=295866BC2428327AB69C3514B890995D?sequence=1>
- Ubierna, F. (2015). La intención emprendedora y el estudiante universitario de turismo: análisis comparativo de grado y máster. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 1, 235-273. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5665867.pdf>
- Universidad Miguel Hernández. (2011). *Manual para la Creación de Empresas por Universitarios*. Universidad Miguel Hernández. Obtenido de <http://observatorio.umh.es/files/2011/06/2002-manual-para-la-creacion-de-empresas-por-universitarios.pdf>

- Valencia, J., Valencia, A., & Montaña, W. (2013). Percepciones de la formación para el emprendimiento en los estudiantes universitarios. *Actualidades Pedagógicas*, 62, 143-164. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/302138424_Percepciones_de_la_formacion_para_el_emprendimiento_en_los_estudiantes_universitarios
- Vara, A. (2015). *Desde la idea hasta la sustentación: 7 pasos para una tesis exitosa*. Universidad San Martín de Porres, Lima. Obtenido de <http://www.administracion.usmp.edu.pe/investigacion/files/7-PASOS-PARA-UNA-TESIS-EXITOSA-Desde-la-idea-inicial-hasta-la-sustentaci%C3%B3n.pdf>
- Vargas, Z. (2009). La investigación aplicada: una forma de conocer las realidades con evidencia científica. *Revista Educación*, 33(1), 155-165. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/440/44015082010.pdf>
- Vásquez, J. (2017). *Factores que inciden en la intención de emprendimiento de universitarios adultos con experiencia laboral*. Universidad San Ignacio de Loyola, Lima. Obtenido de http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/2705/1/2017_Vasquez_Factores-que-inciden-en-la-intencion-de-emprendimiento.pdf
- Yetisen, A., Volpatti, L., Coskun, A., Cho, S., Kamrani, E., Butt, H., . . . Yun, S. (2015). Entrepreneurship. *The Royal Society of Chemistry*, 15(18), 1-23. Obtenido de <https://sci-hub.tw/10.1039/c5lc00577a>

IX. Anexos**Anexo 1. Constancia de autorización de uso de datos**

Universidad Católica
Santo Toribio de Mogrovejo

Chiclayo, 26 de junio de 2019

Carta N° 122-2019-USAT-EADM

Mgtr.
Valeria Tamara Llontop Hernández
Directora Escuela Administración de Empresas
Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo
Presente.-

Asunto: Recabar información para trabajo de investigación

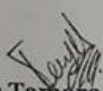
De mi consideración:

Es grato dirigirme a usted para expresarle el cordial saludo a nombre de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, y a la vez manifestar que la señorita: **ALEJANDRIA FLORES YOSMERI MEDALID** con Código Universitario: 142EP51972 y DNI: 71054019, estudiante del VII ciclo de la Escuela de Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Empresariales; solicita información acerca de los alumnos del VIII, IX y X ciclo para el desarrollo de su trabajo de investigación que lleva por título "LA ACTITUD EMPRENDEDORA DE LOS ALUMNOS DE ADMINISTRACIÓN DE LA UNIVERSIDAD SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO 2019".


Por lo que solicito a Usted brindar su apoyo para la realización de sus objetivos.

Sin otro particular y agradeciendo la atención que brinde a la presente, hago propicia la oportunidad para expresarle los sentimientos de consideración y estima.

Atentamente,



Mgtr. **Valeria Tamara Llontop Hernández**
Directora (e)



ESCUELA DE
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Av. San Josemaría Escrivá N°855. Chiclayo-Perú | (074) 606200 - 606217 | www.usat.edu.pe

Anexo 2. Cuestionario aplicado**Escala de actitud emprendedora en estudiantes**

**UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO
DE MOGROVEJO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**Instrucciones:**

Estimado estudiante esperamos su colaboración, respondiendo con sinceridad el presente cuestionario. La prueba es anónima.

El presente tiene por objeto determinar cuál es la actitud emprendedora de los alumnos de administración de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo.

Lea usted, con atención y conteste a las preguntas marcando (X) en una sola alternativa.

Información General:

Sexo: M () F ()

Edad: _____

Ciclo: _____

Tiene familiar emprendedor: Si () No ()

Ha participado en algún emprendimiento: Si () No ()

I. Intención de trayectoria profesional de los estudiantes

Intención de trayectoria profesional de los estudiantes		Muy en Desacuerdo	Más bien en Desacuerdo	De acuerdo	Más bien De acuerdo	Muy de acuerdo
1	Tengo la firme intención de crear mi propia empresa.					

2	Tengo la intención de desarrollar mi carrera profesional en una empresa privada.					
3	Tengo la intención de trabajar en la administración pública.					

II. Percepción sobre la formación en emprendimiento

Percepción sobre la formación en emprendimiento		Muy en Desacuerdo	Más bien en Desacuerdo	De acuerdo	Más bien De acuerdo	Muy de acuerdo
4	La educación que he recibido en la universidad me ha ayudado a poner en marcha mis proyectos.					
5	Con la educación recibida en la universidad podría iniciar un negocio en el futuro.					
6	La educación que he recibido en la universidad ha hecho que me interese por asumir riesgos.					

III. Actitud hacia la conducta emprendedora

Actitud hacia la conducta emprendedora		Muy en Desacuerdo	Más bien en Desacuerdo	De acuerdo	Más bien De acuerdo	Muy de acuerdo
7	Siempre estoy listo para enfrentar nuevos retos.					
8	Siempre estoy buscando actitudes diferentes.					
9	Siempre sé hasta dónde arriesgarme.					
10	Con mi empresa busco tener altos ingresos económicos.					
11	Me considero apto para dirigir, controlar personas y ser mi propio jefe.					
12	Con mi empresa voy a crear empleos para otras personas.					
13	Tener mi propia empresa es cumplir mi sueño.					

IV. Autoeficacia emprendedora

	Auto eficiencia emprendedora	Muy en Desacuerdo	Más bien en Desacuerdo	De acuerdo	Más bien De acuerdo	Muy de acuerdo
14	Siento que puedo definir mi negocio y la estrategia de una nueva empresa.					
15	Me siento capaz de gestionar el proceso productivo de mi nueva empresa.					
16	Me siento capaz de desarrollar relaciones favorables con potenciales inversores y bancos.					
17	Soy capaz de reconocer oportunidades en el mercado para nuevos productos y/o servicios.					
18	Me siento capaz de relacionarme con personas claves para obtener capital.					
19	Me siento capaz de poner en marcha una nueva empresa					

V. Dificultades percibidas para emprender

	Dificultades percibidas para emprender	Muy en Desacuerdo	Más bien en Desacuerdo	De acuerdo	Más bien De acuerdo	Muy de acuerdo
20	Tengo capital para iniciar un nuevo negocio.					
21	Puedo obtener fácilmente financiamiento para mi nueva empresa.					
22	Conozco mucho sobre emprendimiento de nuevos negocios.					
23	Tengo formación empresarial para desarrollar mi nuevo negocio.					
24	Es sencillo obtener orientación para desarrollar mi nuevo negocio.					
25	Es fácil encontrar apoyo para desarrollar mi nuevo negocio.					

26	Tengo experiencia en el ámbito empresarial para desarrollar mi nuevo negocio.					
27	Conozco cómo redactar un plan de negocio.					
28	Yo sé que todo negocio nuevo genera incertidumbre.					
29	Tengo claro que cualquier negocio puede fracasar.					

VI. Pretensión emprendedora

	Pretensión emprendedora	Muy en Desacuerdo	Más bien en Desacuerdo	De acuerdo	Más bien De acuerdo	Muy de acuerdo
30	Es muy probable que llegue a crear una empresa algún día.					
31	Estoy dispuesto/a esforzarme lo que sea necesario para ser empresario/a.					
32	Tengo serias dudas sobre si alguna vez llegaré a crear una empresa.					
33	Estoy decidido/a a crear una empresa en el futuro.					
34	Mi objetivo profesional es ser empresario/a.					

VII. Creación propia empresa

	Creación propia empresa	Muy en Desacuerdo	Más bien en Desacuerdo	De acuerdo	Más bien De acuerdo	Muy de acuerdo
35	A falta de alternativas laborales crearía mi propia empresa.					
36	Aprovecharía una oportunidad de negocio para crear mi propia empresa.					

Anexo 3. Constancia de validación de experto de cuestionario y / o entrevista**CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE CUESTIONARIO
POR JUICIO DE EXPERTOS**

Quien suscribe, _____, mediante la presente hago constar que el instrumento de recolección de datos de la tesis para obtener el título de Licenciado en administración, titulado “Actitud emprendedora de los alumnos de administración de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, 2019”, elaborado por la Bach. Yosmeri Medalid Alejandría Flores; reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos, por tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantearon en la investigación.

Atentamente

Chiclayo, 10 de septiembre de 2019.

FIRMA DEL EXPERTO

DNI _____

Dr./Mg./Lic. Nombre: _____

Cargo Actual: _____

1. ESTRUCTURA DE LA INVESTIGACION

TÍTULO DE TESIS

“Actitud emprendedora de los alumnos de administración de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, 2019”.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuál es la actitud emprendedora de los alumnos de administración de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, 2019?

HIPÓTESIS

H₁: Los alumnos de administración de la Universidad Santo Toribio de Mogrovejo tienen actitud emprendedora.

H₀: Los estudiantes de la Escuela de Administración de Empresas de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, no tienen actitud emprendedora.

OBJETIVO GENERAL

Determinar la actitud emprendedora de los alumnos de administración de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, 2019.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- 1) Diagnosticar la intención emprendedora de los alumnos de administración de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, 2019.
- 2) Identificar la voluntad emprendedora de los alumnos de administración de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, 2019.
- 3) Identificar las habilidades emprendedoras de los alumnos de administración de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, 2019.

2. RÚBRICA DE VALIDACION DE CUESTIONARIO POR JUICIO DE EXPERTO

Estimado Juez Experto, se le solicita responder sobre la pertinencia de cada ítem o pregunta, del cuestionario elaborado. Se le agradece anticipadamente su colaboración.

		<i>In n ec es ar io</i>	<i>Nec esa rio</i>	<i>Imp ort ant e</i>	Observación
	CARACTERISTICAS GENERALES				
	Sexo				
	Edad				
	Ciclo				
	Tiene familiar emprendedor				
	Ha participado en algún emprendimiento				
	I. INTENCIÓN DE TRAYECTORIA PROFESIONAL DE LOS ESTUDIANTES				
1	Tengo la firme intención de crear mi propia empresa.				
2	Tengo la intención de desarrollar mi carrera profesional en una empresa privada.				
3	Tengo la intención de trabajar en la administración pública.				
	II. PERCEPCIÓN SOBRE LA FORMACIÓN EN EMPRENDIMIENTO				
4	La educación que he recibido en la universidad me ha ayudado a poner en marcha mis proyectos.				
5	Con la educación recibida en la universidad podría iniciar un negocio en el futuro.				
6	La educación que he recibido en la universidad ha hecho que me interese por asumir riesgos.				
	III. ACTITUD HACIA LA CONDUCTA EMPRENDEDORA				
7	Siempre estoy listo para enfrentar nuevos retos.				
8	Siempre estoy buscando actitudes diferentes.				
9	Siempre sé hasta dónde arriesgarme.				
10	Con mi empresa busco tener altos ingresos económicos.				
11	Me considero apto para dirigir, controlar personas y ser mi propio jefe.				
12	Con mi empresa voy a crear empleos para otras personas.				
13	Tener mi propia empresa es cumplir mi sueño.				
	IV. AUTOEFICACIA EMPRENDEDORA				
14	Siento que puedo definir mi negocio y la estrategia de una nueva empresa.				
15	Me siento capaz de gestionar el proceso productivo de mi nueva empresa.				
16	Me siento capaz de desarrollar relaciones favorables con potenciales inversores y bancos.				
17	Soy capaz de reconocer oportunidades en el mercado para nuevos productos y/o servicios.				
18	Me siento capaz de relacionarme con personas claves para obtener capital.				
19	Me siento capaz de poner en marcha una nueva empresa				
	V. DIFICULTADES PERCIBIDAS PARA EMPRENDER				

20	Tengo capital para iniciar un nuevo negocio.				
21	Puedo obtener fácilmente financiamiento para mi nueva empresa.				
22	Conozco mucho sobre emprendimiento de nuevos negocios.				
23	Tengo formación empresarial para desarrollar mi nuevo negocio.				
24	Es sencillo obtener orientación para desarrollar mi nuevo negocio.				
25	Es fácil encontrar apoyo para desarrollar mi nuevo negocio.				
26	Tengo experiencia en el ámbito empresarial para desarrollar mi nuevo negocio.				
27	Conozco cómo redactar un plan de negocio.				
28	Yo se que todo negocio nuevo genera incertidumbre.				
29	Tengo claro que cualquier negocio puede fracasar.				
	VI. PRETENSIÓN EMPRENDEDORA				
30	Es muy probable que llegue a crear una empresa algún día.				
31	Estoy dispuesto/a esforzarme lo que sea necesario para ser empresario/a.				
32	Tengo serias dudas sobre si alguna vez llegaré a crear una empresa.				
33	Estoy decidido/a a crear una empresa en el futuro.				
34	Mi objetivo profesional es ser empresario/a.				
	VII. CREACIÓN PROPIA EMPRESA				
35	A falta de alternativas laborales crearía mi propia empresa.				
36	Aprovecharía una oportunidad de negocio para crear mi propia empresa.				

Anexo 4. Estadísticas descriptivas complementarias

Análisis por brechas

En este apartado se realiza un análisis de brechas el cual compara la situación actual tanto a nivel de dimensiones como de la variable actitud emprendedora y que es lo que falta para llegar al óptimo, esto tiene como finalidad, que en conjunto con el análisis por dimensiones expliquen el problema o escenario actual y plantear lineamientos de mejora si se requiere.

Tabla 5
Análisis de brechas para la actitud emprendedora

	Media	Brecha
Intención emprendedora	3.63	1.37
Voluntad emprendedora	3.38	1.62
Habilidades emprendedoras	3.86	1.14
Actitud emprendedora	3.62	1.38

Nota. En base a la escala de actitud emprendedora en estudiantes

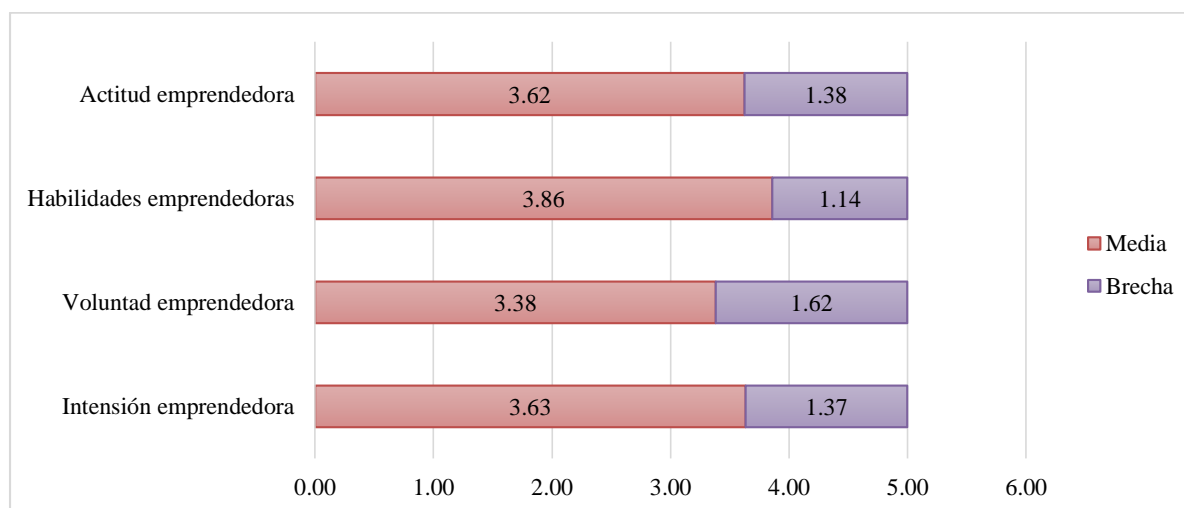


Figura 15. Gráfico de brechas actitud emprendedora en base a la escala de actitud emprendedora en estudiantes

Conforme a lo evidenciado en la tabla como el gráfico, se puede ver que la dimensión intención emprendedora cuenta con una media de 3.63, siendo la brecha promedio para alcanzar la máxima puntuación de 1.37, por otro lado, la dimensión voluntad emprendedora presenta una media de 3.38 con una brecha de 1.62, donde finalmente la dimensión habilidades emprendedoras presentan una media de 3.86 con una brecha de apenas el 1.14 para obtener la máxima valoración, esto conlleva a obtener una media a nivel de toda la variable de 3.62, teniendo como brecha de margen un valor de 1.38.

Anexo 5. Reporte de estadística inferencial complementarias

Tabla 6
Análisis factorial actitud emprendedora

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		,859
	Aprox. Chi-cuadrado	2678,013
Prueba de esfericidad de Bartlett	gl	630
	Sig.	,000

Nota. En base a la escala de actitud emprendedora en estudiantes

De acuerdo con el contraste del modelo factorial para la dimensión actitud emprendedora, al tener una medida de KMO superior a 0.4 se considera la correlación parcial de sus elementos como notable, mientras que con respecto a la esfericidad de Bartlett su significancia se encuentra debajo del 0.05 por lo tanto si se puede aplicar un análisis factorial.

Tabla 7
Comunalidades actitud emprendedora

	Inicial	Extracción
P1IE- ¿Tengo la firme intención de crear mi propia empresa?	1,000	,428
P2IE- ¿Tengo la intención de desarrollar mi carrera profesional en una empresa privada?	1,000	,391
P3IE- ¿Tengo la intención de trabajar en la administración pública?	1,000	,083
P4IE- ¿La educación que he recibido en la universidad me ha ayudado a poner en marcha mis proyectos?	1,000	,522
P5IE- ¿Con la educación recibida en la universidad podría iniciar un negocio en el futuro?	1,000	,529
P6IE- ¿La educación que he recibido en la universidad ha hecho que me interese por asumir riesgos?	1,000	,564
P7IE- ¿Siempre estoy listo para enfrentar nuevos retos?	1,000	,382
P8IE- ¿Siempre estoy buscando actitudes diferentes?	1,000	,396
P9IE- ¿Siempre sé hasta dónde arriesgarme?	1,000	,446
P10IE- ¿Con mi empresa busco tener altos ingresos económicos?	1,000	,537
P11IE- ¿Me considero apto para dirigir, controlar personas y ser mi propio jefe?	1,000	,712

P12IE- ¿Con mi empresa voy a crear empleos para otras personas?	1,000	,514
P13IE- ¿Tener mi propia empresa es cumplir mi sueño?	1,000	,452
P1VE- ¿Siento que puedo definir mi negocio y la estrategia de una nueva empresa?	1,000	,559
P2VE- ¿Me siento capaz de gestionar el proceso productivo de mi nueva empresa?	1,000	,612
P3VE- ¿Me siento capaz de desarrollar relaciones favorables con potenciales inversores y bancos?	1,000	,461
P4VE- ¿Soy capaz de reconocer oportunidades en el mercado para nuevos productos y/o servicios?	1,000	,557
P5VE- ¿Me siento capaz de relacionarme con personas claves para obtener capital?	1,000	,518
P6VE- ¿Me siento capaz de poner en marcha una nueva empresa?	1,000	,512
P7VE- ¿Tengo capital para iniciar un nuevo negocio?	1,000	,472
P8VE- ¿Puedo obtener fácilmente financiamiento para mi nueva empresa?	1,000	,623
P9VE- ¿Conozco mucho sobre emprendimiento de nuevos negocios?	1,000	,533
P10VE- ¿Tengo formación empresarial para desarrollar mi nuevo negocio?	1,000	,658
P11VE- ¿Es sencillo obtener orientación para desarrollar mi nuevo negocio?	1,000	,585
P12VE- ¿Es fácil encontrar apoyo para desarrollar mi nuevo negocio?	1,000	,633
P13VE- ¿Tengo experiencia en el ámbito empresarial para desarrollar mi nuevo negocio?	1,000	,472
P14VE- ¿Conozco cómo redactar un plan de negocio?	1,000	,433
P15VE- ¿Yo sé que todo negocio nuevo genera incertidumbre?	1,000	,375
P16VE- ¿Tengo claro que cualquier negocio puede fracasar?	1,000	,508
P17VE- ¿Es muy probable que llegue a crear una empresa algún día?	1,000	,498
P18VE- ¿Estoy dispuesto/a esforzarme lo que sea necesario para ser empresario/a?	1,000	,549
P19VE- ¿Tengo serias dudas sobre si alguna vez llegaré a crear una empresa?	1,000	,198
P20VE- ¿Estoy decidido/a a crear una empresa en el futuro?	1,000	,537
P21VE- ¿Mi objetivo profesional es ser empresario/a?	1,000	,425

P1HE- ¿A falta de alternativas laborales crearía mi propia empresa?	1,000	,383
P2HE- ¿Aprovecharía una oportunidad de negocio para crear mi propia empresa?	1,000	,465

Nota. En base a la escala de actitud emprendedora en estudiantes

*Método de extracción: análisis de componentes principales.

De acuerdo con el análisis de comunalidades, para la variable actitud emprendedora, la cual se estima como la proporción de su varianza que puede ser explicado por el modelo factorial obtenido, del cual la P19VE es la peor explicada, ya que solo el modelo solo es capaz de reproducir el 19.8% de la variable original.

Tabla 8
Varianza total explicada actitud emprendedora

Componente	Auto valores iniciales			Sumas de cargas al cuadrado de la extracción		
	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado
1	12,203	33,899	33,899	12,203	33,899	33,899
2	2,887	8,020	41,918	2,887	8,020	41,918
3	2,432	6,756	48,674	2,432	6,756	48,674
4	1,752	4,868	53,542			
5	1,516	4,210	57,752			
6	1,307	3,629	61,382			
7	1,202	3,339	64,721			
8	1,041	2,891	67,612			
9	,941	2,614	70,226			
10	,880	2,443	72,669			
11	,845	2,347	75,016			
12	,736	2,045	77,061			
13	,725	2,015	79,076			
14	,634	1,761	80,837			
15	,619	1,720	82,557			
16	,567	1,575	84,132			
17	,529	1,471	85,603			
18	,499	1,385	86,988			
19	,491	1,363	88,351			
20	,455	1,264	89,615			
21	,439	1,219	90,835			
22	,373	1,037	91,872			
23	,345	,957	92,829			
24	,330	,917	93,746			
25	,275	,765	94,511			
26	,270	,750	95,261			
27	,246	,684	95,945			
28	,226	,628	96,573			

29	,211	,585	97,158
30	,190	,528	97,686
31	,185	,514	98,200
32	,169	,468	98,668
33	,143	,396	99,064
34	,131	,365	99,429
35	,112	,310	99,739
36	,094	,261	100,000

Nota. En base a la escala de actitud emprendedora en estudiantes

De acuerdo con la tabla, el primer elemento explica casi el 34% de la varianza total, mientras que el tercer elemento apenas explica el 6.7%, además se destaca que con solo los tres primeros elementos se puede explicar 48.6% de la varianza total.

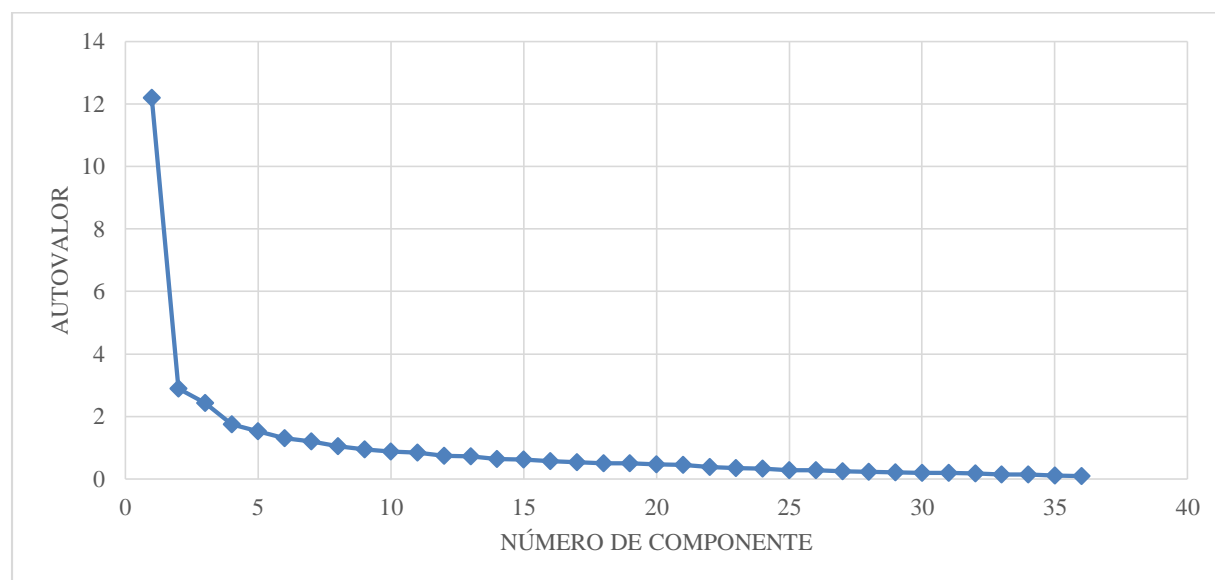


Figura 16. Gráfico de sedimentación actitud emprendedora en base a la escala de actitud emprendedora en estudiantes

De acuerdo con el gráfico de sedimentación para la variable actitud emprendedora, muestra la magnitud de los autovalores, donde el corte en la tendencia descendente sirve de regla para para la determinación del número óptimo de factores óptimo presente en la solución, esta representación parte de los autovalores de la matriz de correlaciones originales, el indica que el modelo para su solución le corresponden tres factores, siendo el resto de 33 factores no es significativo para su determinación

Tabla 9
Matriz de componente rotado actitud emprendedora

	Componente		
	1	2	3
P11IE- ¿Me considero apto para dirigir, controlar personas y ser mi propio jefe?	,822		
P6IE- ¿La educación que he recibido en la universidad ha hecho que me interese por asumir riesgos?	,726		
P5IE-¿Con la educación recibida en la universidad podría iniciar un negocio en el futuro?	,723		
P4IE- ¿La educación que he recibido en la universidad me ha ayudado a poner en marcha mis proyectos?	,705		
P10IE- ¿Con mi empresa busco tener altos ingresos económicos?	,665		
P1VE- ¿Siento que puedo definir mi negocio y la estrategia de una nueva empresa?	,662		
P4VE- ¿Soy capaz de reconocer oportunidades en el mercado para nuevos productos y/o servicios?	,643		
P9IE- ¿Siempre sé hasta dónde arriesgarme?	,624		
P2IE- ¿Tengo la intención de desarrollar mi carrera profesional en una empresa privada?	,614		
P5VE- ¿Me siento capaz de relacionarme con personas claves para obtener capital?	,608		
P2VE- ¿Me siento capaz de gestionar el proceso productivo de mi nueva empresa?	,598		
P1IE- ¿Tengo la firme intención de crear mi propia empresa?	,590		
P3VE- ¿Me siento capaz de desarrollar relaciones favorables con potenciales inversores y bancos?	,544		
P6VE- ¿Me siento capaz de poner en marcha una nueva empresa?	,540		
P13IE- ¿Tener mi propia empresa es cumplir mi sueño?	,520		
P12IE- ¿Con mi empresa voy a crear empleos para otras personas?	,507	,490	
P8IE- ¿Siempre estoy buscando actitudes diferentes?	,481		
P7IE- ¿Siempre estoy listo para enfrentar nuevos retos?	,438		

P16VE- ¿Tengo claro que cualquier negocio puede fracasar?		,711
P20VE- ¿Estoy decidido/a a crear una empresa en el futuro?		,635
P2HE- ¿Aprovecharía una oportunidad de negocio para crear mi propia empresa?		,611
P21VE- ¿Mi objetivo profesional es ser empresario/a?		,599
P18VE- ¿Estoy dispuesto/a esforzarme lo que sea necesario para ser empresario/a?	,450	,587
P15VE- ¿Yo sé que todo negocio nuevo genera incertidumbre?		,579
P1HE- ¿A falta de alternativas laborales crearía mi propia empresa?		,577
P14VE- ¿Conozco cómo redactar un plan de negocio?		,482
P17VE- ¿Es muy probable que llegue a crear una empresa algún día?	,460	,463
P3IE- ¿Tengo la intención de trabajar en la administración pública?		
P8VE- ¿Puedo obtener fácilmente financiamiento para mi nueva empresa?		,788
P12VE- ¿Es fácil encontrar apoyo para desarrollar mi nuevo negocio?		,764
P7VE- ¿Tengo capital para iniciar un nuevo negocio?		,667
P11VE- ¿Es sencillo obtener orientación para desarrollar mi nuevo negocio?		,659
P9VE- ¿Conozco mucho sobre emprendimiento de nuevos negocios?		,659
P10VE- ¿Tengo formación empresarial para desarrollar mi nuevo negocio?	,450	,654
P13VE- ¿Tengo experiencia en el ámbito empresarial para desarrollar mi nuevo negocio?		,600
P19VE- ¿Tengo serias dudas sobre si alguna vez llegaré a crear una empresa?		

Nota. En base a la escala de actitud emprendedora en estudiantes

**Método de extracción: análisis de componentes principales.*

* *Método de rotación: Varimax con normalización Kaiser.*

a. *La rotación ha convergido en 5 iteraciones.*

De acuerdo con la matriz de componente rotado de la variable actitud emprendedora se tiene que mediante el método de rotación varimax, se pudo comparar las saturaciones

relativas de cada elemento con cada uno de sus componentes, donde se aprecia que solo los elementos P12IE, P18VE y P17VE aportan tanto al componente 1 como al componente 2, mientras que P10VE aporta tanto al componente 2 como al componente 3, mientras que el resto de elementos aporta solo a un componente.

Tabla 10

Análisis factorial intención emprendedora

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		,852
	Aprox. Chi-cuadrado	733,668
Prueba de esfericidad de Bartlett	gl	78
	Sig.	,000

Nota. En base a la escala de actitud emprendedora en estudiantes

De acuerdo con el contraste del modelo factorial para la dimensión intención emprendedora, al tener una medida de KMO superior a 0.7 se considera la correlación parcial de sus elementos como notable, mientras que con respecto a la esfericidad de Bartlett su significancia se encuentra debajo del 0.05 por lo tanto si se puede aplicar un análisis factorial.

Tabla 11

Comunalidades intención emprendedora

	Inicial	Extracción
P1IE- ¿Tengo la firme intención de crear mi propia empresa?	1,000	,635
P2IE- ¿Tengo la intención de desarrollar mi carrera profesional en una empresa privada?	1,000	,402
P3IE- ¿Tengo la intención de trabajar en la administración pública?	1,000	,662
P4IE- ¿La educación que he recibido en la universidad me ha ayudado a poner en marcha mis proyectos?	1,000	,737
P5IE- ¿Con la educación recibida en la universidad podría iniciar un negocio en el futuro?	1,000	,702
P6IE- ¿La educación que he recibido en la universidad ha hecho que me interese por asumir riesgos?	1,000	,716
P7IE- ¿Siempre estoy listo para enfrentar nuevos retos?	1,000	,720
P8IE- ¿Siempre estoy buscando actitudes diferentes?	1,000	,805
P9IE- ¿Siempre sé hasta dónde arriesgarme?	1,000	,529

P10IE- ¿Con mi empresa busco tener altos ingresos económicos?	1,000	,632
P11IE- ¿Me considero apto para dirigir, controlar personas y ser mi propio jefe?	1,000	,661
P12IE- ¿Con mi empresa voy a crear empleos para otras personas?	1,000	,466
P13IE- ¿Tener mi propia empresa es cumplir mi sueño?	1,000	,497

Nota. En base a la escala de actitud emprendedora en estudiantes

*Método de extracción: análisis de componentes principales.

De acuerdo con el análisis de comunalidades, para la dimensión intención emprendedora, la cual se estima como la proporción de su varianza que puede ser explicado por el modelo factorial obtenido, del cual la P2IE es la peor explicada, ya que solo el modelo solo es capaz de reproducir el 40.2% de la variable original, mientras que P8IE es la mejor explicada, al reproducir 80.5% de la variable original.

Tabla 12
Varianza total explicada intención emprendedora

Componente	Autovalores iniciales			Sumas de cargas al cuadrado de la extracción		
	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado
1	5,525	42,498	42,498	5,525	42,498	42,498
2	1,499	11,533	54,031	1,499	11,533	54,031
3	1,141	8,773	62,804	1,141	8,773	62,804
4	,912	7,017	69,821			
5	,834	6,419	76,240			
6	,597	4,593	80,833			
7	,528	4,063	84,897			
8	,464	3,572	88,468			
9	,387	2,977	91,445			
10	,378	2,911	94,356			
11	,268	2,062	96,419			
12	,267	2,052	98,470			
13	,199	1,530	100,000			

Nota. En base a la escala de actitud emprendedora en estudiantes

De acuerdo con la tabla, el primer elemento de la dimensión intención emprendedora explica el 42.4% de la varianza total, mientras que el tercer elemento apenas explica el 8.7%, además se destaca que con solo los tres primeros elementos se puede explicar 62.8% de la varianza total.

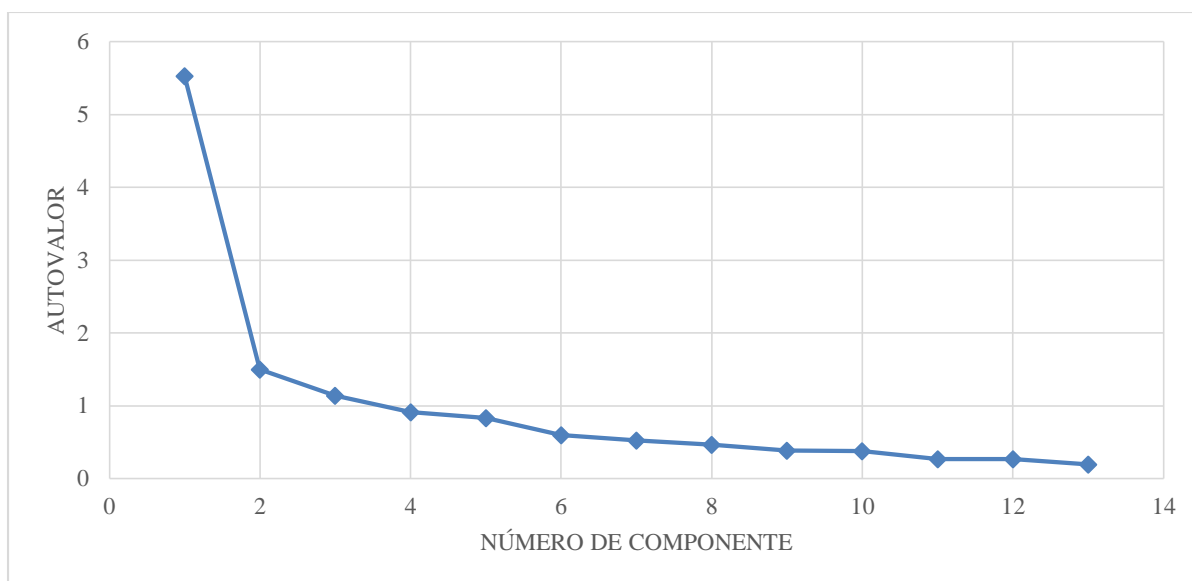


Figura 17. Gráfico de sedimentación intensidad emprendedora
 Nota. En base a la escala de actitud emprendedora en estudiantes

De acuerdo con el gráfico de sedimentación para la dimensión intensidad emprendedora, muestra la magnitud de los autovalores, donde el corte en la tendencia descendente sirve de regla para para la determinación del número óptimo de factores óptimo presente en la solución, esta representación parte de los autovalores de la matriz de correlaciones originales, el indica que el modelo para su solución le corresponden tres factores, siendo el resto de 10 factores no es significativo para su determinación.

Tabla 13

Matriz de componente rotado intensidad emprendedora

	Componente		
	1	2	3
P4IE- ¿La educación que he recibido en la universidad me ha ayudado a poner en marcha mis proyectos?	,849		
P6IE- ¿La educación que he recibido en la universidad ha hecho que me interese por asumir riesgos?	,827		
P5IE- ¿Con la educación recibida en la universidad podría iniciar un negocio en el futuro?	,817		
P11IE- ¿Me considero apto para dirigir, controlar personas y ser mi propio jefe?	,588	,519	

P2IE- ¿Tengo la intención de desarrollar mi carrera profesional en una empresa privada?	,562		
P8IE- ¿Siempre estoy buscando actitudes diferentes?		,893	
P7IE- ¿Siempre estoy listo para enfrentar nuevos retos?		,841	
P9IE- ¿Siempre sé hasta dónde arriesgarme?	,456	,563	
P12IE- ¿Con mi empresa voy a crear empleos para otras personas?		,561	
P10IE- ¿Con mi empresa busco tener altos ingresos económicos?	,412	,492	,469
P3IE- ¿Tengo la intención de trabajar en la administración pública?			-,771
P1IE- ¿Tengo la firme intención de crear mi propia empresa?	,409		,622
P13IE- ¿Tener mi propia empresa es cumplir mi sueño?		,413	,438

Nota. En base a la escala de actitud emprendedora en estudiantes

**Método de extracción: análisis de componentes principales.*

**Método de rotación: Varimax con normalización Kaiser.*

a. La rotación ha convergido en 5 iteraciones.

De acuerdo con la matriz de componente rotado de la dimensión intención emprendedora se tiene que mediante el método de rotación varimax, se pudo comparar las saturaciones relativas de cada elemento con cada uno de sus componentes, donde se aprecia que solo los elementos P9IE, P11IE y P1IE aportan tanto al componente 1 como al componente 2 en el primer par de casos y en el segundo caso aportan al primer y al tercer componente, mientras que P13IE aporta tanto al componente 2 como al componente 3, y solo el elemento P10IE aporta a los 3 componentes, por otro lado, el elemento mientras que P10VE aporta tanto al componente 2 como al componente 3, mientras que P3IE es el único con carga negativa, esto quiere decir que al momento de calcular la puntuación final de cada encuestado se le resta este elemento para obtener una puntuación real.

Tabla 14

Análisis factorial voluntad emprendedora

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		,865
Aprox. Chi-cuadrado		1388,899
Prueba de esfericidad de Bartlett	gl	210
	Sig.	,000

Nota. En base a la escala de actitud emprendedora en estudiantes

De acuerdo con el contraste del modelo factorial para la dimensión voluntad emprendedora, al tener una medida de KMO superior a 0.7 se considera la correlación parcial de sus elementos como notable, mientras que con respecto a la esfericidad de Bartlett su significancia se encuentra debajo del 0.05 por lo tanto si se puede aplicar un análisis factorial.

Tabla 15

Comunalidades voluntad emprendedora

	Inicial	Extracción
P1VE- ¿Siento que puedo definir mi negocio y la estrategia de una nueva empresa?	1,000	,678
P2VE- ¿Me siento capaz de gestionar el proceso productivo de mi nueva empresa?	1,000	,697
P3VE- ¿Me siento capaz de desarrollar relaciones favorables con potenciales inversores y bancos?	1,000	,647
P4VE- ¿Soy capaz de reconocer oportunidades en el mercado para nuevos productos y/o servicios?	1,000	,678
P5VE- ¿Me siento capaz de relacionarme con personas claves para obtener capital?	1,000	,671
P6VE- ¿Me siento capaz de poner en marcha una nueva empresa?	1,000	,628
P7VE- ¿Tengo capital para iniciar un nuevo negocio?	1,000	,471
P8VE- ¿Puedo obtener fácilmente financiamiento para mi nueva empresa?	1,000	,615
P9VE- ¿Conozco mucho sobre emprendimiento de nuevos negocios?	1,000	,537
P10VE- ¿Tengo formación empresarial para desarrollar mi nuevo negocio?	1,000	,653
P11VE- ¿Es sencillo obtener orientación para desarrollar mi nuevo negocio?	1,000	,651
P12VE- ¿Es fácil encontrar apoyo para desarrollar mi nuevo negocio?	1,000	,633
P13VE- ¿Tengo experiencia en el ámbito empresarial para desarrollar mi nuevo negocio?	1,000	,484
P14VE- ¿Conozco cómo redactar un plan de negocio?	1,000	,458
P15VE- ¿Yo sé que todo negocio nuevo genera incertidumbre?	1,000	,479
P16VE- ¿Tengo claro que cualquier negocio puede fracasar?	1,000	,475
P17VE- ¿Es muy probable que llegue a crear una empresa algún día?	1,000	,517
P18VE- ¿Estoy dispuesto/a esforzarme lo que sea necesario para ser empresario/a?	1,000	,606

P19VE- ¿Tengo serias dudas sobre si alguna vez llegaré a crear una empresa?	1,000	,187
P20VE- ¿Estoy decidido/a a crear una empresa en el futuro?	1,000	,600
P21VE- ¿Mi objetivo profesional es ser empresario/a?	1,000	,484

Nota. En base a la escala de actitud emprendedora en estudiantes

**Método de extracción: análisis de componentes principales.*

De acuerdo con el análisis de comunalidades, para la dimensión voluntad emprendedora, la cual se estima como la proporción de su varianza que puede ser explicado por el modelo factorial obtenido, del cual la P19VE es la peor explicada, ya que solo el modelo solo es capaz de reproducir el 18.7% de la variable original, mientras que P2VE es la mejor explicada, al reproducir 69.7% de la variable original.

Tabla 16

Matriz de componente rotado voluntad emprendedora

Componente	Autovalores iniciales			Sumas de cargas al cuadrado de la extracción		
	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado
1	7,794	37,112	37,112	7,794	37,112	37,112
2	2,381	11,337	48,450	2,381	11,337	48,450
3	1,676	7,981	56,431	1,676	7,981	56,431
4	1,325	6,310	62,740			
5	1,033	4,918	67,658			
6	,869	4,137	71,795			
7	,723	3,442	75,237			
8	,709	3,376	78,613			
9	,618	2,941	81,554			
10	,510	2,427	83,981			
11	,475	2,260	86,241			
12	,457	2,175	88,416			
13	,428	2,040	90,456			
14	,366	1,742	92,198			
15	,328	1,564	93,762			
16	,293	1,395	95,157			
17	,234	1,116	96,273			
18	,233	1,109	97,382			
19	,209	,995	98,377			
20	,183	,871	99,248			
21	,158	,752	100,000			

Nota. En base a la escala de actitud emprendedora en estudiantes

De acuerdo con la tabla, el primer elemento de la dimensión voluntad emprendedora explica el 37.1% de la varianza total, mientras que el tercer elemento apenas explica el 7.9%,

además se destaca que con solo los tres primeros elementos se puede explicar 56.4% de la varianza total.

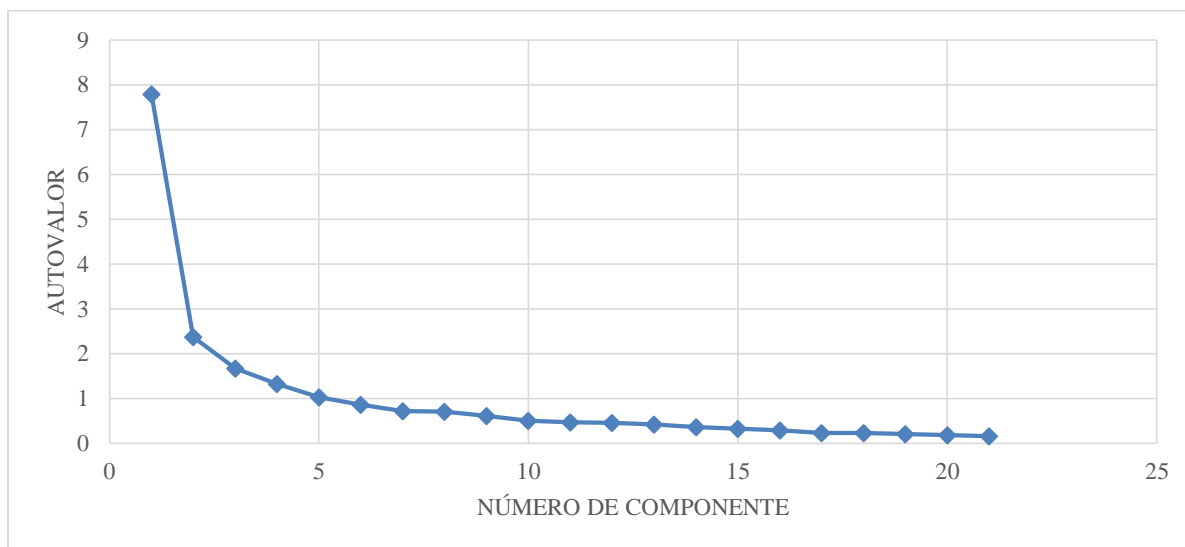


Figura 18. Gráfico de sedimentación voluntad emprendedora en base a la escala de actitud emprendedora en estudiantes

De acuerdo con el gráfico de sedimentación para la dimensión voluntad emprendedora, muestra la magnitud de los autovalores, donde el corte en la tendencia descendente sirve de regla para para la determinación del número óptimo de factores óptimo presente en la solución, esta representación parte de los autovalores de la matriz de correlaciones originales, el indica que el modelo para su solución le corresponden cuatro factores, siendo el resto de 17 factores no es significativo para su determinación.

Tabla 17

Matriz de componente rotado voluntad emprendedora

	Componente		
	1	2	3
P5VE- ¿Me siento capaz de relacionarme con personas claves para obtener capital?	,779		
P1VE- ¿Siento que puedo definir mi negocio y la estrategia de una nueva empresa?	,778		
P4VE- ¿Soy capaz de reconocer oportunidades en el mercado para nuevos productos y/o servicios?	,777		
P3VE- ¿Me siento capaz de desarrollar relaciones favorables con potenciales inversores y bancos?	,755		

P2VE- ¿Me siento capaz de gestionar el proceso productivo de mi nueva empresa?	,727	
P6VE- ¿Me siento capaz de poner en marcha una nueva empresa?	,720	
P20VE- ¿Estoy decidido/a a crear una empresa en el futuro?		,711
P18VE- ¿Estoy dispuesto/a esforzarme lo que sea necesario para ser empresario/a?		,696
P16VE- ¿Tengo claro que cualquier negocio puede fracasar?		,684
P15VE- ¿Yo sé que todo negocio nuevo genera incertidumbre?		,677
P21VE- ¿Mi objetivo profesional es ser empresario/a?		,662
P17VE- ¿Es muy probable que llegue a crear una empresa algún día?		,570
P14VE- ¿Conozco cómo redactar un plan de negocio?		,521
P8VE- ¿Puedo obtener fácilmente financiamiento para mi nueva empresa?		,773
P12VE- ¿Es fácil encontrar apoyo para desarrollar mi nuevo negocio?		,758
P11VE- ¿Es sencillo obtener orientación para desarrollar mi nuevo negocio?	,430	,665
P9VE- ¿Conozco mucho sobre emprendimiento de nuevos negocios?		,643
P7VE- ¿Tengo capital para iniciar un nuevo negocio?		,621
P10VE- ¿Tengo formación empresarial para desarrollar mi nuevo negocio?	,469	,616
P13VE- ¿Tengo experiencia en el ámbito empresarial para desarrollar mi nuevo negocio?		,593
P19VE- ¿Tengo serias dudas sobre si alguna vez llegaré a crear una empresa?		

Nota. En base a la escala de actitud emprendedora en estudiantes

**Método de extracción: análisis de componentes principales.*

**Método de rotación: Varimax con normalización Kaiser.*

a. La rotación ha convergido en 5 iteraciones.

De acuerdo con la matriz de componente rotado de la dimensión voluntad emprendedora se tiene que mediante el método de rotación varimax, se pudo comparar las saturaciones relativas de cada elemento con cada uno de sus componentes, donde se aprecia

que solo los elementos P11VE y P10VE aportan tanto al componente 2 como al componente 3, y solo el elemento P19VE presenta cargas por debajo al 0.40. Asimismo, se puede resaltar que, P1VE, P2VE, P3VE, P4VE, P5VE y P6VE son los únicos elementos que se encuentran dentro de su componente, mientras que el resto de elementos se encuentran distribuidos en los otros dos componentes restantes.

Tabla 18

Análisis factorial habilidades emprendedoras

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		,500
Aprox. Chi-cuadrado		33,492
Prueba de esfericidad de Bartlett	gl	1
	Sig.	,000

Nota. En base a la escala de actitud emprendedora en estudiantes

De acuerdo con el contraste del modelo factorial para la dimensión habilidades emprendedoras, al tener una medida de KMO superior a 0.4 se considera la correlación parcial de sus elementos como mediano, mientras que con respecto a la esfericidad de Bartlett su significancia se encuentra debajo del 0.05 por lo tanto si se puede aplicar un análisis factorial.

Tabla 19

Comunalidades habilidades emprendedoras

	Inicial	Extracción
P1HE- ¿A falta de alternativas laborales crearía mi propia empresa?	1,000	,744
P2HE- ¿Aprovecharía una oportunidad de negocio para crear mi propia empresa?	1,000	,744

Nota. En base a la escala de actitud emprendedora en estudiantes

Método de extracción: análisis de componentes principales.

De acuerdo con el análisis de comunalidades, para la dimensión habilidades emprendedoras, la cual se estima como la proporción de su varianza que puede ser explicado por el modelo factorial obtenido, del cual la P1HE y P2HE presentan las mismas cargas, donde el modelo es capaz de reproducir el 74.4% de la variable original.

Tabla 20
Matriz de componente rotado habilidades emprendedoras

Componente	Autovalores iniciales			Sumas de cargas al cuadrado de la extracción		
	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado
1	1,487	74,368	74,368	1,487	74,368	74,368
2	,513	25,632	100,000			

Nota. En base a la escala de actitud emprendedora en estudiantes

**Método de extracción: análisis de componentes principales.*

De acuerdo con la tabla, el primer elemento de la dimensión habilidades emprendedoras explica el 74.3% de la varianza total, y al ser solo dos elementos analizados el acumulado entre ambos es explicado por el 100% de la varianza total.

Anexo 6. Declaraciones de entrevista

Tabla 21
Declaraciones de la entrevista

Dimensiones	Respuestas
<p>Intensión empresarial</p>	<p>Los estudiantes optan primero por trabajar en una empresa privada e inclusive pública para recaudar fondos y poner su negocio.</p>
	<p>Los conocimientos de la universidad son importantes, pero son subjetivos, si bien sientan las bases para el emprendimiento falta más orientación práctica para el inicio de una empresa propia.</p>
	<p>Mapean la idea, de acuerdo a las necesidades y recursos, y según ello plantean y proyectan su idea.</p>
<p>Voluntad empresarial</p>	<p>Hacen hincapié de no querer depender de nadie más, del mismo modo, quieren aplicar lo aprendido en la universidad en su propia empresa.</p>
	<p>Es diverso dependiendo de la idea que tengan en mente del emprendimiento, pero la comunicación es el aspecto más resaltante.</p>
	<p>El capital inicial y financiamiento es uno de los principales problemas que enfrentarían los estudiantes.</p>
<p>Habilidades empresariales</p>	<p>Consideran que formar y orientar a la creación del negocio propio es importante, ya que resaltan lo complicado que es conseguir empleo.</p>

Nota. En base a la entrevista realizada a los estudiantes para afianzar el modelo empleado.