

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



**INTENCIÓN DE EMPRENDIMIENTO EN LOS ESTUDIANTES DE LA  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES DE LA UNIVERSIDAD  
CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO**

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

**AUTOR**

**ARABELLA DEL ROSARIO ANTEZANA MANAY**

**ASESOR**

**LINDA MARITA CRUZ PUPUCHE**

<https://orcid.org/0000-0002-8600-8032>

**Chiclayo, 2020**

**INTENCIÓN DE EMPRENDIMIENTO EN LOS  
ESTUDIANTES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS  
EMPRESARIALES DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA  
SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO**

PRESENTADA POR:

**ARABELLA DEL ROSARIO ANTEZANA MANAY**

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:

Rocio Elizabeth Saavedra Yorente

PRESIDENTE

Rolando Eduardo Malca Correa

SECRETARIO

Linda Marita Cruz Pupuche

VOCAL

## **Dedicatoria**

A mis abuelos maternos Esperanza y Ronald.  
A mi madre Viviana y mis hermanas Annabella y Valeria.

## **Agradecimientos**

A mi tío Hermógenes por sus palabras de aliento en todos mis años de estudio.  
A mi abuela Esperanza por su apoyo constante.  
A mi asesora Linda Marita Cruz Pupuche por brindarme su apoyo en cada una de las asesorías.

## Índice

<b>Resumen .....</b>	<b>9</b>
<b>Abstract .....</b>	<b>10</b>
<b>I. Introducción.....</b>	<b>11</b>
<b>II. Marco teórico.....</b>	<b>13</b>
<b>III. Metodología .....</b>	<b>24</b>
<b>IV. Resultados .....</b>	<b>36</b>
<b>V. Discusión .....</b>	<b>79</b>
<b>VI. Conclusiones .....</b>	<b>82</b>
<b>VII.Recomendaciones .....</b>	<b>84</b>
<b>VIII. Referencias .....</b>	<b>85</b>
<b>IX. Anexos .....</b>	<b>89</b>

## Lista de tablas

Tabla 1. Operacionalización de Variables.....	27
Tabla 2. Análisis de Fiabilidad - Prueba Piloto.....	30
Tabla 3 . Matriz de Consistencia.....	33
Tabla 4.Resultados generales: carrera, ciclo, edad y sexo. ....	41
Tabla 5. Resultados generales: estado civil, si cuenta con trabajo, condición de vivienda y el ingreso familiar mensual. ....	41
Tabla 6. Resultados generales: financiamiento de estudios y cantidad de hijos.....	42
Tabla 7. Resultados generales - Lugar de residencia y procedencia.....	42
Tabla 8. Resultados generales: nivel de estudios y profesión de los padres de familia.....	43
Tabla 9.Resultados generales: existe algún empresario en la familia y el parentesco que tienen.....	43
Tabla 10. Resultados generales: intención de crear una empresa.....	44
Tabla 11. Resultados generales - Intención de crear una empresa por escuela.....	44
Tabla 12. Resultados generales: Tiempo en el que piensan crear su empresa.....	45
Tabla 13.Resultados generales: Razón por la que deciden emprender.....	45
Tabla 14. Resultado general del sector predilecto en el que les gustaría incursionar.....	46
Tabla 15. Características predominantes en los estudiantes de octavo y noveno ciclo de la Facultad de Ciencias Empresariales de la USAT.....	52
Tabla 16. Comparación y significancia de medias del perfil emprendedor y características. .	64
Tabla 17. Significancia según la existencia de un familiar emprendedor.....	66
Tabla 18. Significancia según el deseo de emprender.....	68
Tabla 19. Significancia según la carrera de Administración de Empresas & Ciclo Académico.....	70
Tabla 20. Significancia según la carrera de Administración de empresas & Existencia de algún emprendedor en la familia.....	72
Tabla 21. Significancia según la carrera de Administración de empresas y el deseo de emprender.....	74
Tabla 22. Significancia según la carrera Contabilidad y el sexo.....	76

Tabla 23. Medias generales sobre las características de un emprendedor de la Facultad de Ciencias Empresariales. .... 77

Tabla 24. Intención de crear una empresa de la Facultad de Ciencias Empresariales. .... 78

## Lista de figuras

Figura 1. Proceso emprendedor.....	19
Figura 2. Características de un emprendedor según escuelas. ....	47
Figura 3. Características de un emprendedor según escuelas y ciclo académico .....	48
Figura 4. Características de un emprendedor según escuela y sexo.....	49
Figura 5. Características de un emprendedor según la existencia de algún familiar emprendedor según escuelas. ....	50
Figura 6. Características de un emprendedor y el deseo de emprender según escuelas. ....	51
Figura 7. Consideración como persona emprendedora y conocimientos necesarios para montar su propia empresa según escuelas. ....	54
Figura 8. Realización de una actividad que fomente el emprendimiento y consideración de la formación universitaria dotadora de conocimientos necesarios para crear su propia empresa según escuelas. ....	55
Figura 9. Orientación para crear su propia empresa de la USAT según escuelas.....	56
Figura 10. Existencia de algún empresario en la familia por escuelas.....	58
Figura 11. Parentesco con el familiar emprendedor según escuelas.....	59
Figura 12. Intención de crear una empresa según escuelas.....	60
Figura 13. Razón por la que quiere emprender según escuelas. ....	61
Figura 14. Oportunidades que buscan para emprender.....	62
Figura 15. Sector predilecto para montar su propio negocio. ....	63
Figura 16. Diferencia de medias según escuela y características de un emprendedor.....	65
Figura 17. Significancia de Factor de corrección según la presencia de un familiar emprendedor. ....	67
Figura 18. Significancia según el deseo de emprender y características de un emprendedor..	69
Figura 19. Diferencia de medias de la escuela de Administración de Empresas y el ciclo de estudios.....	71
Figura 20. Significancia de medias según la escuela de Administración de empresas y la existencia de un familiar emprendedor. ....	73
Figura 21. Significancia según la escuela de Administración de Empresas y el deseo de emprender.....	75

Figura 22. Significancia según la escuela de Contabilidad y el sexo..... 77

## Resumen

La intención de emprendimiento de los estudiantes se puede ver influenciada por una serie de factores, los cuales demuestran cuanto conocen los estudiantes sobre emprendimiento, su perfil emprendedor y ciertas características sociodemográficas que les permite emprender. La investigación tiene como fin analizar el grado de intención de emprendimiento de los estudiantes de octavo y noveno ciclo de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo; se utilizó un cuestionario que tiene como autor a Lucía Pérez Blanco y está conformado por tres bloques los cuales tratan sobre el perfil de los emprendedores, el papel de la universidad y las características sociodemográfico de los estudiantes todos relacionados con la intención emprendedora. El método es descriptivo y aplicado, teniendo un enfoque mixto para una obtención más precisa de los datos e información. Las técnicas utilizadas fueron la de encuesta y Focus Group. Como principal resultado se obtuvo que los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales de la USAT de octavo y noveno ciclo, tienen un alto grado de intención de emprendimiento basado en los tres bloques del cuestionario antes mencionado. Se concluyó que los estudiantes presentan características del perfil emprendedor predominantes; además que la Universidad influye de manera neutra en su intención de emprendimiento y por último que la existencia de un familiar emprendedor influye en su decisión de emprender.

**Palabras clave:** emprendimiento, emprendimiento juvenil, intención emprendedora, universidad.

**JEL:** M10, M13, M19

### **Abstract**

The students' entrepreneurial intention can be influenced by a series of factors, which demonstrate how much students know about entrepreneurship, their entrepreneurial profile and certain sociodemographic characteristics that allow them to undertake. The purpose of the research is to analyze the degree of entrepreneurial intention of the eighth and ninth cycle students of the Faculty of Business Sciences of the Santo Toribio de Mogrovejo Catholic University; a questionnaire was used, whose author is Lucía Pérez Blanco and consists of three blocks which deal with the profile of the entrepreneurs, the role of the university and the sociodemographic characteristics of the students all related to entrepreneurial intention. The method is descriptive and applied, taking a mixed approach to obtain more accurate data and information. The techniques used were the survey and Focus Group. The main result was that the students of the USAT Business School of the eighth and ninth grades have a high degree of entrepreneurial intention based on the three blocks of the aforementioned questionnaire. It was concluded that the students present characteristics of the predominant entrepreneurial profile; In addition, the University has a neutral influence on their entrepreneurial intention and, finally, the existence of an entrepreneur family member influences their decision to undertake.

**Keywords:** entrepreneurship, youth entrepreneurship, entrepreneurial intention, university.

**JEL:** M10, M13, M19

## I. Introducción

Un emprendedor es aquella persona que usa su creatividad para elaborar ideas que tal vez algunos ejecutivos no las ven o no es de su importancia. Identificando así oportunidades para negocios nuevos e innovadores. Puede tener o no conocimientos empresariales y su principal característica es un espíritu emprendedor con alta tendencia al cambio de la producción o de los procesos. (Freeman, Stoner, & Gilbert, 2009)

Perú ocupa el cuarto lugar en emprendimiento en Latinoamérica; por lo que desarrollar y promover un ambiente emprendedor hoy en día para las ideas disruptivas e innovadoras de los jóvenes es una meta que se debe de plantear y poner en marcha. (Comercio, 2017) Es importante tener en cuenta que Perú registró la mayor tasa de desempleo juvenil en el 2017 con 425 mil jóvenes entre los 15 y 29 años, representando un 8.4% de la población económicamente activa; por lo que fomentar programas de emprendimiento fortalecerá la economía y se genera oportunidades de autoempleo. (RPP, 2017)

En el 2018 el porcentaje de emprendimiento en edad temprana fue de 19.1%, ocupando el tercer puesto en el ranking mundial de emprendimiento juvenil. (Serida, Guerrero, Alzamora, Borda, & Morales, 2017)

El GEM (Global Entrepreneurship Monitor) es considerado como la mayor fuente de información sobre emprendimiento a nivel mundial y del impacto que este tiene sobre el crecimiento económico, brindando informes anuales sobre la situación emprendedora de los países participantes. (Serida, Guerrero, Alzamora, Borda, & Morales, 2017). La generación de empleo se encuentra en auge a nivel mundial; por lo que es conveniente la construcción de un ecosistema emprendedor positivo para la juventud y así generar más empleos independientes y con alta productividad.

Es de vital importancia fomentar una educación emprendedora, ya que Perú es uno de los países más destacado en esta actividad. Si bien se crean más de 103000 empresas, la mayoría son de sobrevivencia e informales; emprendiendo por necesidad u oportunidad. Teniendo en el primer caso la habilidad de identificar oportunidades en el mercado y el segundo por generar sus propios ingresos. Por esto en las universidades se debe de fortalecer las capacidades y competencias emprendedoras de los estudiantes y asegurar el desarrollo del país, fomentando así la no disolución de los negocios. (Sineace, 2013), Serida et.al (2017).

Los jóvenes emprendedores deben de desencadenar su potencial para crear una nación de innovación y emprendimiento, en la cual los conocimientos de estos son un valor agregado a la mejora. (Saettone, 2012)

Por todo lo expuesto es de vital importancia conocer el grado de intención de emprendimiento que tienen los estudiantes en esta etapa de su vida universitaria próxima a culminar; ya que se ha observado que muchos de los estudiantes buscan tener un negocio propio, donde ellos mismos sean sus jefes y dar oportunidad de trabajo a más jóvenes. Son solo los estudiantes próximos para culminar la carrera, quienes ayudarán a conocer la situación en la que están terminando la universidad y el pensamiento que se les inculcó en todos los años de estudio; demostrando así la capacidad para identificar oportunidades en el mercado, las habilidades empresariales que adquirieron y la intención emprendedora que se pudo haber inculcado en algún momento de su etapa universitaria.

La investigación describe y analiza el grado de intención de emprendimiento juvenil en los estudiantes de octavo y noveno ciclo de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo ( USAT), teniendo como objetivo principal analizar el grado de intención de emprendimiento de los estudiantes de los ciclos ya mencionados y como objetivos específicos, diagnosticar la situación actual de los estudiantes en cuanto al principal constructo, identificar las características de un emprendedor según los conocimientos, describir el papel de la universidad y la intención emprendedora y por último especificar las características sociodemográficas en la intención emprendedora.

En el primer capítulo se encuentra la introducción de la investigación que se realizó, como segundo capítulo se tiene a los antecedentes y el marco teórico que fueron la base principal de este trabajo. En el capítulo tercero se localiza todo lo relacionado a la metodología que se usó a lo largo de la ejecución. El capítulo 4 demuestra los resultados obtenidos de la aplicación del cuestionario elegido y del Focus Group, hallando así el grado de intención de emprendimiento en los estudiantes de octavo y noveno ciclo de la Facultad de Ciencias Empresariales de la USAT.

## II. Marco teórico

### *Antecedentes*

(Norasmah, Norashidah, & Hariyaty, 2012) este estudio se realizó en las universidades de Malasya sobre la educación empresarial y emprendedora, teniendo como objetivo principal determinar la preparación empresarial en estudiantes y el entorno de la universidad y su participación en producir graduados listos para emprender. Se enfocó en los estudiantes de pregrado ya que se debe de desarrollar un capital humano competitivo. Se utilizó un cuestionario para medir la intención emprendedora, enfoque cuantitativo, se aplicó a 1000 estudiantes de pregrado. El instrumento se dividió en 2 partes, siendo la primera sobre voluntad empresarial y la segunda es la preparación en capacidades de espíritu empresarial. Se llegó a la conclusión que la educación debe de incluir los elementos necesarios para cultivar un espíritu emprendedor, las universidades deben de presentar en su plan de estudios cursos relacionados al emprendimiento; para que los graduados sean fuente activa de trabajo independiente y mejorar la economía.

(Ruiz Navarro, Cabello Medina, & Medina Tamayo, 2014) los autores en su investigación manifiestan que mediante las regulaciones que plantea el gobierno es que se pueden crear empresas; por lo tanto, tienen que hacer un ecosistema donde se estimule el emprendimiento, desarrollo de la actividad económica y así conseguir una nación más próspera. Esta investigación tuvo un análisis cualitativo y se aplicó a 43 personas. Su finalidad recae en presentar un documento que profundice el cambio de mentalidad y que se valore mucho más la actividad emprendedora y la asunción de riesgos por parte de estas personas.

En el interés por promover la actividad emprendedora deben de participar escuelas, notarios, registradores, el gobierno, sistemas financieros, etc.

(Medina Brito, Bolívar Cruz, & Lemes Hernández, 2014) sostienen en su aporte que la intención emprendedora del estudiante universitario es un tema actual de investigación y que en base al modelo Global University Entrepreneurial Spirit Student's Survey (GUESSS), se relaciona mucho con la carrera que eligieron. Se concluyó que los hombres tienen vocación emprendedora mayor al de las mujeres. Buscó no solo tener en cuenta las características psicológicas; sino antecedentes personales, características específicas y las variables situacionales. Resaltan mucho la importancia el pensamiento con el cual terminan los estudiantes su etapa universitaria y como buscan desempeñarse en el ámbito laboral. Consta de cinco apartados, los cuales abordan todos los temas relacionados con el proyecto Guesss; teniendo como antecedente y referencia la Teoría del comportamiento planificado de Azjen.

El cuestionario se aplicó a 517 estudiantes de la universidad de Santo Gallen, consta de 12 bloques con escala de Likert de 5 o 7 puntos.

Proporcionó información sobre la intención emprendedora de los estudiantes y se podrá reflexionar sobre qué actividades hacer para fomentar una cultura emprendedora.

(García V. D., 2015) Buscó dar a conocer con su investigación las percepciones que tienen los estudiantes sobre el emprendimiento empresarial como respuesta a no encontrar trabajo, y su posible conocimiento sobre organizaciones que apoyen el emprendimiento. El punto de vista más resaltante de dicha investigación reincidió en que el emprender es una competencia que se debe desarrollar en universidades y así generar autoempleo. La información la obtuvo mediante una entrevista y una encuesta; siendo la primera para recolectar información sobre el tema en diversas situaciones y la segunda para conocer la opinión de los estudiantes en cuanto al tema en cuestión. Se usó una muestra probabilística estratificada de la población total del grupo de referencia y es una investigación de tipo cualitativo.

(García García, 2015) En su artículo *Emprendimiento Empresarial Juvenil: Una evaluación;* y teniendo como objetivo general investigar sobre las percepciones que tienen los estudiantes de una universidad respecto al emprendimiento empresarial. Se aplicó una encuesta a 25 estudiantes de una muestra de la población total de la universidad. Tuvo un tipo de muestreo probabilístico estratificado y aplico la fórmula para cuando se sabe el tamaño de la población. Como principal aporte de la investigación se obtuvo que los jóvenes indican que unas de las limitaciones son la falta de oportunidades y encontrar un empleo decente en el mercado. Se llegó a la conclusión que para los jóvenes no existe una cultura emprendedora en México; por distintos factores: falta de experiencia, la educación no lo promueve, existe desinterés por parte de algunos jóvenes y en su mayoría expresaron que es por la falta de oportunidades. Sin embargo, de la encuesta también se obtuvo que para algunos estudiantes si existe una cultura emprendedora y que la principal causa es porque si existen oportunidades para la creación de nuevas empresas. Además, señalaron como principal elemento para comenzar con un negocio propio es contar con habilidades propias a fin de organizar lo necesario para crearlo.

(Mejía Baldera, 2015) Esta indagación tuvo como objetivo general determinar la actitud emprendedora de los estudiantes egresados de la carrera de Administración de empresas. El tipo de investigación es de tipo exploratorio y cualitativo. Se realizaron entrevistas a una muestra de 20 egresados dependientes e independientes de las cuales se obtuvo como resultado que los segundos tienen una actitud emprendedora mucho mayor; lo que da a entender que obtuvieron mejores conocimientos y habilidades dentro de la etapa universitaria para emprender en un negocio. Resaltó también la conclusión que los egresados recibieron más conocimientos

teóricos que prácticos, lo que obstaculizaba que se encuentren preparados para la competitividad laboral.

(Pérez Blanco, 2016) Este estudio tuvo como población objetiva los estudiantes universitarios de 6 carreras específicas en la Universidad Politécnica de Valencia, analizando si su paso por la misma los ha estimulado en emprender. El estudio es cuantitativo, el modelo de cuestionario consta de tres bloques: el perfil de los emprendedores, características que predominan en ellos y la influencia de la universidad en su intención emprendedora.

Su objetivo principal analizar la tercera misión de la universidad, como un ente que brinde asesoría y conocimientos de emprendimiento, teniendo en cuenta factores sociodemográficos, conocimientos y características de un emprendedor. Como resultado principal de obtuvo que los estudiantes desean crear un negocio y si se consideran personas emprendedoras y que el contar con un familiar emprendedor influye en la decisión de emprender. Además, aquellos que se consideran emprendedores solo un 12% ha asistido a actividades que fomenten el emprendimiento por parte de su centro de estudios.

(Pontón Deluquez & Márquez López, 2016) En esta investigación se obtuvo como resultado que el emprendimiento se ha convertido en un tema relevante para los millennials; quienes se definen como generadores de cambio significativo e innovadores que aportan a la sociedad. Del mismo modo caracterizan al marketing como un área primordial para desarrollar sus negocios emprendedores. Es decir, la relación de estos términos está sumamente valorada para la generación del milenio; teniendo al mercadeo como estrategia vital para hacer crecer sus negocios. El diseño de estudio fue de campo experimental, para la recolección de información se aplicaron encuestas con escala de Likert a 41 egresados de Negocios internacionales. Su objetivo general consistió en establecer la relación de marketing y emprendimiento, y como ayuda a la sostenibilidad del negocio.

(Oliver, Galiana, & Gutiérrez-Benet, 2016) en su indagación buscaban proporcionar en el contexto de la educación española y como se encuentran las actitudes emprendedoras en estudiantes universitarios y del nivel secundario, evaluando si tiene mucho que ver el género. Se llevó a cabo un análisis descriptivo y análisis de varianza multivariados paramétricos y no paramétricos, se obtuvo como resultado que el género influye en algunos casos en el emprendimiento. Se usó la Escala de Actitudes Emprendedoras.

(Sánchez Rodríguez, Hernández Herrera, & Jiménez García, 2016) en esta investigación se concluyó que los estudiantes del tecnológico se encuentran en un rango de buenas a muy buenas actitudes de emprender; sin embargo, un 8% no demuestra la capacidad para dicha acción; por lo que se propone reforzar el plan de estudio con temas de emprendimiento. El objetivo

principal recae en conocer la percepción sobre emprendimiento, los datos fueron obtenidos mediante un cuestionario que se estructuró en dos secciones. La muestra fue de 357 estudiantes obtenida mediante la fórmula de la población conocida. El estudio fue de tipo transversal y descriptivo. Un dato resaltante de la investigación es que los estudiantes consideraban que son personas que no saben detectar oportunidades; lo que quiere decir que falta desarrollar esta habilidad en ellos. De igual manera se destacó que no consideran que las asignaturas que han llevado hasta el momento no ayudan a desarrollar un espíritu emprendedor.

(García, S., Ward, Hernández, & Florez, 2017) Esta investigación “Educación emprendedora” tuvo como objetivo principal dar a conocer la situación actual de la educación en emprendimiento. El tipo de investigación fue netamente académico, obteniendo información de libros y artículos. Obteniendo como resultado que el interés académico se basa en el aporte a la economía e innovación. Además de concientizar a los jóvenes que no sólo se emprende para enfrentar la falta de empleo; sino para crear un entorno en el que se fomente y apoye la mentalidad y espíritu emprendedor.

(Echeverri Sánchez, Laura; Valencia Arias, Alejandro; Benjumea Arias, Martha; Barrera Del Toro, Andry, 2018) en su estudio que tiene como objetivo principal explorar los factores que influyen en la intención emprendedora del Instituto Tecnológico Metropolitano, de tipo cualitativo, aplicando 29 entrevistas semi estructuradas a estudiantes de pregrado. Se obtuvo que los estudiantes pueden identificar las oportunidades de negocio en el mercado, que existe una influencia familiar o social en la intención de emprender y que debe existir un equilibrio entre el trabajo y la vida personal. También, mencionan que los estudiantes identifican que el fracaso o éxito es parte de un emprendimiento. Y como conclusión más importante manifiestan que las universidades deben de adoptar y comenzar a enseñar una cultura emprendedora.

### ***Bases teóricas***

#### ***Definición de emprendedor***

Cantillón se refirió por primera vez sobre el concepto emprendedor en 1775 y lo describió como una persona que asume riesgos en un entorno de incertidumbre. Citado por (Suarez & Vásquez, 2015), (Herrera, Garcés, & Vargas, 2002).

Para Chiavenato (2002) una persona es emprendedora cuando asume riesgos aprovechando las oportunidades donde otra puede ver amenazas.

Según Romero y Milone (2016) Indican que el emprendedor es una persona que descubre, investiga y aprovecha una oportunidad. Por otro lado, Maqueda, Olamendi y Parra (2003) lo

definen como una combinación de fuerza y meditación; disponiendo de tiempo y autoconocimiento, además de las características propias de un emprendedor, resaltando mucho la actitud emprendedora teniendo de referencia la perseverancia, toma de riesgos y decisiones importantes.

### ***Definición de emprendimiento***

Loillier y Tellier citado por Aktouf según Carmen Herrera y Luz Montoya (2013) explican el emprendimiento como la capacidad emprendedora teniendo como principal ventaja competitiva frente a otros la innovación.

Para Shane y Venkataraman citado por Ana Romero y Mónica Milone (2016) Interpretan emprendimiento como un conjunto de pasos para descubrir oportunidades y explotarlo ofreciendo así un servicio o producto a los consumidores.

Según Serisa, Guerrero, Alzamora, Borda y Morales (2017) emprendimiento es un intento que realiza la persona de crear nuevos negocios, hacer más grande uno ya existente o simplemente generar autoempleo. Sin embargo, para Toca (2010) considera que es una forma de adaptarse a la crisis en los distintos ámbitos que se pueda presentar, resaltando que no existe miedo a la equivocación.

Por otro lado, Mingfeng, Xiaogang y Qiaohua (2014) manifiestan que en la actualidad es la generación de nuevas ideas y una buena implementación de estas, encontrando soluciones creativas ante algún obstáculo o necesidad.

Para Vásquez (2017) el emprendimiento es una respuesta al desarrollo de la sociedad, desde distintos ámbitos y escenarios. Manifestando que la universidad debe de ser la base y el cimiento para los jóvenes adquieran los conocimientos y habilidades necesarias para fomentar la creación de empresas y así el empleo de más personas.

### ***Intención emprendedora***

La intención emprendedora es el querer cumplir un objetivo, teniendo el estado de la mente centrado en ese propósito. Valencia, Montoya, Montoya (2016) y Fernando, Londoño (2015)

Sin embargo, para Sánchez, Aldana y De Dios (2012) es considerada como un esfuerzo que las personas hacen para llevar a cabo una determinada conducta; por lo que relacionarlo con la creación de una empresa es lo más acertado y un ejemplo preciso.

Factores que influyen en la intención emprendedora

Sánchez et al. (2012) consideran en su estudio que influyen 3 factores en la intención emprendedora de las personas: percepción de deseabilidad, factibilidad y la propensión del acto. Estando estos incluidos en todo lo que conlleva a crear una empresa y directamente relacionados con la intención.

Durán y Arias (2015) consideran que los factores están dentro de dos vertientes; cognitivos y socio personales; difiriendo de Sánchez et al. y citando a Delgado, Gómez, Romero y Vázquez señalan que el factor cognitivo es el que determina el conocimiento y las habilidades de una persona para poner un negocio. Mientras que los segundos factores están directamente relacionados con la propia decisión de crear una empresa como también la influencia de los familiares, amigos, etc.

Para (Noorkartina, Hock- Eam, Norhafezah, & Jan-Jan, 2015) es la iniciativa empresarial para toda persona que se encuentra influenciada por distintas características como: alto riesgo, actitud, innovaciones, etc. Además, juega un papel importante para el impulso de la economía local como nacional; reduciendo a su vez el desempleo.

### ***Iniciativa emprendedora***

Durán, Fernández, Vacas y López (2016) relatan que la iniciativa emprendedora es una asignatura dictada en centros educativos que tiene como fin mejorar las capacidades de los estudiantes para un trabajo en equipo y aprender a descubrir oportunidades.

Para Lucía Pérez Blanco (2016) es el motor de una economía y de los grandes cambios sociales que van de la mano con las personas, quienes no necesariamente pueden ser empresarios que han impulsado distintos proyectos o descubrimientos.

Transforma los retos que se pueden presentar en grandes oportunidades, encontrando la mejor manera de desempeñarse en el mercado con creatividad, imaginación, capacidad de captar y un uso eficiente de los recursos. Por otro lado, para Toca (2010) es una manera de desarrollar el pensamiento en distintos marcos con extremada ambigüedad y es para aquellos individuos que desean vivir en un ambiente laboral independiente.

Este término Castro, Renés y de León (2014) lo plasman de una manera muy distinta a lo antes mencionado; es el conjunto de actitudes propias del individuo que utiliza para valerse por sí mismo en una sociedad incierta.

Se puede deducir que intención emprendedora está muy ligada a lo que es iniciativa emprendedora; ya que una persona que tiene la intención de emprender está motivada por distintos factores que la llevan a la iniciativa de emprender en un negocio y arriesgarse a todo lo que conlleva la consolidación de este.

## Proceso emprendedor

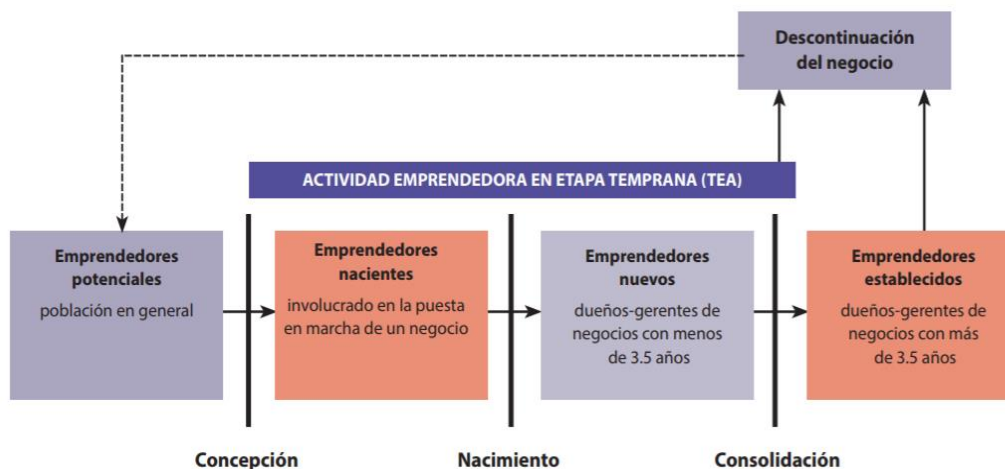


Figura 1. Proceso emprendedor

Fuente: Reporte Mundial GEM 2017.

El GEM (Global Entrepreneurship Monitor) define este proceso como un ciclo, en el cual se nace, se desarrolla, se puede reinventar y en el mejor de los casos de consolida. Este está relacionado sumamente con el tipo de emprendedores ya que el avance que obtienen como tal es definido por los tipos que existen. Serisa et.al. (2017)

## Influencia de teorías en el término emprendimiento

Beatriz Velasco (2008) Contempla que Max Weber y McClelland con sus teorías aportaron en gran parte a lo que es hoy el término emprendimiento; ya que exponen distintos componentes que describen a un emprendedor.

Angelo Kinicki y Robert Kreitner (2003) Definen el estudio de McClelland con la relación de necesidades y comportamiento. Teniendo tres tipos de necesidades: de logro, afiliación y poder. En este tema de emprendimiento la más resaltante y la que nos ayuda a comprender el término emprendimiento es la primera necesidad mencionada. La necesidad de logro tiene que ver con el impulso de alcanzar algo difícil y obtenerlo con independencia, superando los pormenores que se presenten, mejorando así su autoestima. McClelland aportó con su teoría de motivación, definiendo motivo como algo que impulsa naturalmente a realizar una acción.

Murillo (2015) señala que el aporte de Maslow con su teoría de la jerarquía de las necesidades; ayuda a comprender el perfil de un emprendedor siendo los niveles más importantes el de autorrealización y el de reconocimiento. Los cuales una vez satisfechos harán que el individuo se sienta capaz de resolver más problemas e identificar más oportunidades.

Para Hernández y Rodríguez (2002) expresan que la autorrealización es la necesidad secundaria más importante, ya que el hombre necesita trascender en la vida, además de gozar de ser productivos y serviciales.

### ***Características de los emprendedores***

Robinson (2014) relata que las características de las personas emprendedoras no son necesariamente con las que contaban Steve Jobs o Bill Gates, o que la iniciativa de emprender estaba en su ADN. Algunas de las principales características son: pasión, tenacidad, visión, tolerancia a la ambigüedad, creer en sí mismo, flexibilidad y sobre todo desobedecer las reglas.

Para Sánchez Almagro citado por Alcaraz (2011) considera que las principales características de los emprendedores son:

- Compromiso total, determinación y perseverancia.
- Capacidad para alcanzar metas.
- Orientación a las metas y oportunidades.
- Iniciativa y oportunidad.
- Persistencia en la solución de problemas.
- Altos niveles de energía.
- Toma de riesgo calculados.

Para Maqueda.et.al. (2003) un emprendedor debe ser tenaz, decidido, buscando lograr sus objetivos a toda costa; con una actitud positiva. En su mayoría son creativos, encontrando soluciones originales a sus problemas. Antes de lograr sus metas fracasan y no se rinden, nunca buscan un culpable a sus dificultades. Son entusiastas al momento de expresar sus ideas al demostrar que es lo que anhelan y de igual manera al obtener información del mercado.

### ***Factores de emprendimiento***

Según Lundstrom y Stevenson citados por García, Martínez y Fernández (2004) los factores de emprendimiento son las oportunidades, motivación y las habilidades de los individuos para la creación de nuevas empresas.

Sin embargo, para Audretsch y Fristsch, Fernández y Junquera, Keeble y Walter citado por García.et.al. (2004) sostiene que estos están determinados por los factores del entorno y los factores personales.

Sin embargo, para el Modelo GEM, la mayor fuente de información sobre emprendimiento a nivel mundial una persona emprende por necesidad o por oportunidad; siendo la primera porque el individuo quiere generar sus propios ingresos como respuesta a no encontrar trabajo y la segunda debido a que saben detectar oportunidades en el mercado, teniendo muy en cuenta sus metas personales. (Serida, Guerrero, Alzamora, Borda, & Morales, 2017)

### ***Papel de la Universidad en relación con el emprendimiento***

Para Bikse, Lusena Ezera, Rivza y Volkova (2016) , Mingfeng et.al. (2014) la universidad tiene que ser el intermediario entre la incubadora de negocios, proporcionar actividades empresariales para que los estudiantes participen y mejoren su capacidad negociadora interactuando con otros empresarios. Además, sostienen que se debe de enseñar no solo la parte teórica, sino especializarse más en lo práctico para que los estudiantes adquieran más habilidades dentro de la universidad y salgan más preparados a enfrentarse con el ambiente laboral.

Las universidades incluyen ahora en sus materias temas de emprendimiento, despertando así la conciencia emprendedora en los jóvenes quienes están próximos a enfrentarse a la realidad de encontrar un trabajo estable y rentable.

La educación es un medio para propiciar el emprendimiento añaden Castro.et.al (2014), dándose desde el nivel primario hasta el superior inculcándoles valores sociales y personales que juntos harán de ellos personas capaces de emprender y tener un desenvolvimiento profesional.

- Valores personales

Creatividad

Autonomía

Confianza

Tenacidad

Sentido de Responsabilidad

Capacidad para asumir riesgo

- Valores sociales

Liderazgo

Espíritu de equipo

Solidaridad

### ***Informes de emprendimiento a nivel mundial***

#### ***Global Entrepreneurship Monitor***

Es la mayor fuente de información sobre emprendimiento a nivel mundial, presentando informes los cuales son resultado de los 2 tipos de encuesta que aplican, en las cuales tienen en cuenta los factores a nivel cultural, institucional normativo y las políticas públicas; determinando así la actividad emprendedora de los países en cuestión. Serida et al (2013).

Además, estudia las percepciones y actitudes de las personas presentadas hacia el emprendimiento basado en tres indicadores: existencia de buenas oportunidades para iniciar un negocio, percepción de contar con conocimientos o habilidades y el miedo al fracaso. (Serida, Jaime ; Guerrero, Carlos ; Alzamora, Jessica ; Borda, Armando ; Morales Oswaldo, 2018). Es importante tener en cuenta que los peruanos consideran que el emprendimiento es una buena opción de carrera; ya que consideran que la mayoría de estos obtienen éxito y prosperan.

#### ***GUESSS***

Es un proyecto que resalta el papel de la universidad con el emprendimiento como mejora a la economía de un país. Este cuenta con información precisa sobre las intenciones emprendedoras de los estudiantes universitarios, dando a conocer como principal problema que es lo que los motiva a crear su propia empresa. (Claudia, Izaias, & Tatiana, 2017).

#### ***Red Emprendia***

Guerrero, Urbano, Ramos, Ruiz Navarro, Neira y Fernández Laviada (2016) señalan que su informe tiene como pilar la importancia de la universidad en la formación emprendedora de los estudiantes y cómo es que todo lo recibido académicamente los ayudará a desempeñarse bien en todo proyecto que se les presente. Además, tienen en cuenta que los centros educativos son los responsables de apoyar y estimular el progreso económico y social.

#### ***Modelo de cuestionario***

El título del modelo es Caracterización de pautas emprendedoras en materia de emprendimiento universitario, del autor Lucía Pérez Blanco (2016). Conformado por tres bloques: el primero contiene 55 ítems sobre las características de un emprendedor para marcar

en una escala de Likert del 1 al 5, el segundo acerca del papel de la universidad en la intención emprendedora de los estudiantes que consta de preguntas dicotómicas; y el tercero busca conocer las características sociodemográficas y la intención emprendedora, con preguntas categóricas, dicotómicas, en escala de Likert y textuales.

Es un modelo que ayuda a obtener información sobre la intención emprendedora de los jóvenes universitarios, poniendo como base características propias de un emprendedor que pueden tener, influencia de familiares que cuenten con un negocio e incluso la enseñanza universitaria.

### *Definición de términos básicos*

**Emprendedor:** Cantillón se refirió por primera vez sobre el concepto emprendedor en 1775 y lo describió como una persona que asume riesgos en un entorno de incertidumbre.

**Emprendimiento:** conjunto de pasos para descubrir oportunidades y explotarlo ofreciendo así un servicio o producto a los consumidores.

**Intención emprendedora:** querer cumplir un objetivo, teniendo el estado de la mente centrado en ese propósito.

### **III. Metodología**

#### ***Tipo y Nivel de Investigación***

De enfoque mixto, combinación del enfoque cuantitativo y cualitativo, agregando valor y la necesidad de realizar una investigación más profunda. (Hernández Sampieri, 2014) ya que se pretendió estudiar el grado de intención de emprendimiento de los jóvenes estudiantes donde se buscó obtener información más precisa. En la primera parte se hizo uso de la entrevista en grupo (Focus Group) de 10 estudiantes máximo por carrera de octavo y noveno ciclo de la Facultad de Ciencias Empresariales del ciclo 2018 II de la USAT, esto sirvió para hacer el diagnóstico del nivel de conocimiento de los estudiantes sobre emprendimiento juvenil.

Se usó un cuestionario para analizar el grado de intención de emprendimiento que tienen los estudiantes sobre el emprendimiento juvenil y del mismo se obtendrá datos socioeconómicos y demográficos, que ayudará a cruzar preguntas al momento de la elaboración de los resultados y que según algunas investigaciones son importantes para determinar las características de los emprendedores en cierto lugar y tiempo.

Es aplicada y descriptiva, ya que se busca conocer una realidad a través del método científico y los resultados que se obtengan.

#### ***Diseño de investigación***

El diseño es transversal y no experimental; ya que se estudiará a la población en un momento determinado en el cual se dará a conocer cuanto saben los estudiantes sobre emprendimiento juvenil y si han tenido en algún momento la intención de emprender.

De igual manera es prospectiva; ya que debido al auge en investigación de emprendimiento se seguirá a través del tiempo de la investigación.

#### ***Población, muestra y muestreo***

La población de la investigación está conformada por los estudiantes de octavo y noveno ciclo de la Facultad de Ciencias Empresariales que incluye las escuelas de Administración de Empresas, Administración de Hotelería y Servicios Turísticos, Economía y Contabilidad. El número total de estudiantes es de 384.

La población se dividirá por carreras profesionales, teniendo en cada una de ellas el siguiente número de estudiantes:

**Administración de empresas**

Octavo ciclo: 122 estudiantes

Noveno ciclo: 99 estudiantes

**Economía**

Octavo ciclo: 21 estudiantes

**Contabilidad**

Octavo ciclo: 47 estudiantes

Noveno ciclo: 48 estudiantes

**Administración hotelera y de servicios**

Octavo ciclo: 23 estudiantes

Noveno ciclo: 24 estudiantes

El método utilizado será el de nivel de respuesta; ya que no todos los estudiantes se encontrarán o asistirán a clases cuando el investigador pase por aula aplicando encuestas.

El muestreo será probabilístico estratificado; ya que todos los estudiantes están en las condiciones de participar de la encuesta y los estratos estarán determinados por el octavo y noveno ciclo de la Facultad de Ciencias Empresariales.

Para la entrevista (Focus Group) se aplicará el muestreo no probabilístico por bola de nieve.

***Criterios de selección***

Se consideró conveniente la selección de estudiantes de octavo y noveno ciclo de la Facultad de Ciencias Empresariales; debido a que son aquellos que cuentan con más conocimientos relacionados a sus carreras universitarias y que están muy ligados a lo que es el emprendimiento; además su grado de intención de emprendimiento puede estar más desarrollado ya que en algunos casos ya cuentan con un negocio.

### *Operacionalización de variables*

Para la elaboración de la operacionalización de variables se tuvo como base el modelo de Lucía Pérez Blanco del año 2016 de la Universidad Politécnica de Valencia.

Como instrumentos se usaron el Focus Group y el cuestionario; para el primero el investigador tuvo en cuenta aspectos relacionados a los ítems o preguntas del modelo que se aplicó para el cuestionario, relacionado todo con las dimensiones e indicadores; enriqueciendo más la investigación al poder constatar esto en los resultados.

Tabla 1. *Operacionalización de Variables*

VARIABLES	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA	INSTRUMENTO
<b>EMPRENDIMIENTO JUVENIL</b>	Conjunto de pasos para descubrir oportunidades y explotarlas ofreciendo así un servicio o producto a los consumidores. Romero Martínez, A. M., & Milone, M.  (2016)	Características de un emprendedor	Buscar oportunidades e iniciativas	1,12,23,34,45	Likert	Focus Group y Cuestionario
			Persistencia	2,13,24,35,46		
			Cumplimiento	3,14,25,36,47		
			Exigir eficiencia y calidad	4,15,26,37,48		
			Correr riesgos calculados	5,16,27,38,49		
		Papel de la universidad y su influencia en la intención emprendedora	Fijar metas	6,17,28,39,50	Variable dicotómica	
			Búsqueda de información	7,18,29,40,51		
			Planificación sistemática y seguimiento	8,19,30,41,52		
			Persuasión y redes de apoyo	9,20,31,42,53		
			Autoconfianza e independencia	10,21,32,43,54		
			Factor de corrección	11,22,33,44,55		
	Ha asistido a cursos o charlas sobre emprendimiento.					
	Tiene los conocimientos necesarios para poner su propio negocio.	1,,2,3,4				
	La formación universitaria aporta conocimientos y habilidades necesarios y facilitadores y herramientas para poner tu propio negocio.	5,6,7,8,9,10				

---

Conocimiento sobre algún centro  
de apoyo al emprendimiento

	La universidad apoya a los estudiantes en cuanto a la formación de su propia empresa.		Likert
Características demográficas y la intención empresarial	Información personal	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12	Categóricas, dicotómicas, textual,
	Antecedentes familiares sobre emprendimiento.	13,14,15,16,17,18	Categórica, Dicotómica
	Intención de poner su propio negocio.	19,20,21,18	Escala de Likert y categórica

---

Autor: Lucía Pérez Blanco (2016)

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

Los instrumentos de recolección de datos seleccionados fueron la encuesta y focus group; siendo la primera de vital importancia para determinar las características emprendedoras que poseen los estudiantes, la intención emprendedora y como la universidad aporta los suficientes conocimientos para crear un negocio propio. El cuestionario constó de tres bloques: Características del emprendedor, papel de la universidad en la intención emprendedora y perfil socioeconómico e intención emprendedora. El autor es Lucía Pérez Blanco de la Universidad Politécnica de Valencia.

El primer bloque mencionado estuvo conformado de 55 ítems para valorar en escala de Likert del 1 al 5; el segundo formado por preguntas dicotómicas, una pregunta de valoración en escala de Likert del 1 al 5 y una politómica. Por último, el tercero constituido por preguntas dicotómicas, politómicas y también para llenar sobre el lugar de residencia

En cuanto al Focus Group se seleccionó a los estudiantes por la técnica de bola de nieve; ya que solo iría dirigida a unos 10 estudiantes máximo por cada carrera de la Facultad de Ciencias Empresariales. La guía para esta actividad fue diseñada por el investigador y coherente con todos los puntos tratados en el marco teórico y teniendo en cuenta investigaciones previas.

### ***Prueba Piloto***

Se aplicó la prueba piloto a 15 estudiantes de la Universidad Señor de Sipán que cursan el octavo y noveno ciclo de la carrera de Administración de Empresas. El cuestionario está constituido por tres bloques como se mencionó en el punto anterior.

Se aplicó el alfa de Cronbach y como resultado de la prueba piloto se vio necesario el rediseño de algunos ítems del primer bloque del cuestionario. Teniendo que replantear 5 ítems, para una mejor comprensión y lectura del instrumento de recolección de datos.

### *Análisis de Fiabilidad*

DeVellis, en el año 1991 en su libro *Scale Development. Theory and Applications*, detalló la apreciación en cuanto a confiabilidad del alfa de Cronbach, se explica de la siguiente manera: mientras el coeficiente sea superior a 0.95 la apreciación es muy elevada o excelente y si está entre 0.00 – 0.40 es inaceptable.

### **Análisis de fiabilidad Emprendimiento juvenil - prueba piloto**

Tabla 2. *Análisis de Fiabilidad - Prueba Piloto*

Dimensiones	Alfa de Cronbach	Apreciación
Buscar oportunidades e iniciativas	0.657	Mínimamente aceptable
Persistencia	0.690	Mínimamente aceptable
Cumplimiento	0.725	Respetable
Exigir influencia y calidad	0.775	Muy respetable
Correr riesgos calculados	0.622	Mínimamente aceptable
Fijar metas	0.693	Mínimamente aceptable
Búsqueda de información	0.739	Respetable
Planeación sistemática y de seguimiento	0.760	Muy respetable
Persuasión y redes de apoyo	0.813	Buena
Autoconfianza e independencia	0.768	Muy respetable
Factor de corrección	0.780	Muy respetable

### *Rediseño de preguntas*

Según el análisis estadístico realizado en el programa SPSS 25, se debería rediseñar las siguientes preguntas del primer bloque del cuestionario, teniendo en cuenta que su valor (ver anexo 3, 4 y 5) indica redundancia:

Ítem 45: Me aventuro a hacer cosas nuevas y diferentes de lo que he hecho en el pasado.

**Rediseño: Me gusta hacer nuevas cosas.**

Ítem 2: Cuando me enfrente a un problema difícil, invierto mucho tiempo en encontrar una solución.

**Rediseño: Cuando tengo un problema no encuentro fácilmente la solución.**

Ítem 5: Prefiero situaciones en las que puedo controlar al máximo el resultado final.

**Rediseño: Prefiero situaciones que puedo controlar.**

Ítem 16: No me involucro en algo nuevo a menos que haya hecho todo lo posible por asegurar el éxito.

**Rediseño: Si me involucro en algo nuevo es porque voy a tener éxito.**

Ítem 39: Cuento con un plan claro en mi vida.

**Rediseño: Tengo un plan para mi vida ya establecido.**

### *Procedimientos*

El Focus Group se realizó previo a la encuesta para diagnosticar la situación sobre conocimiento de emprendimiento juvenil en los estudiantes, hablando en esta actividad sobre todos los puntos tratados en el marco teórico, y a partir de esto se creó una conversación fluida con los participantes sobre el emprendimiento. Se llevó a cabo en el domicilio del investigador, citando a cada grupo en un día determinado, tuvo una duración máxima de 40 minutos.

Se solicitó el permiso al decano de la Facultad de Ciencias Empresariales; para poder aplicar la encuesta en horario de clases, sea al final o inicio de hora. Además de conocer el número de estudiantes inscritos de octavo y noveno ciclo de las carreras universitarias parte de la población en el semestre 2018 II.

Por aula se dió un tiempo máximo de 25 minutos, la encuesta se dio en forma física, auto asistida, conformada por preguntas dicotómicas, categóricas y también en escala de Likert. Esta se aplicó en un máximo de 6 días y en la hora que la universidad indique de acuerdo con el horario. El cuestionario como se mencionó anteriormente estuvo dividido en tres dimensiones: características de un emprendedor, papel de la universidad y su influencia en la intención emprendedora, y por ultimo las características demográficas y su relación con la intención emprendedora.

Para el momento de aplicación de las encuestas, primero se solicitó permiso al profesor encargado, luego con el permiso concedido se ingresó al aula, se hizo una breve presentación del investigador se explicó de que trata el cuestionario y por último se repartió el cuestionario para que sea llenado por los estudiantes.

### ***Plan de procesamiento y análisis de datos***

Se diseñó una base de datos en Excel en la que se vació la información obtenida. Para después pasar esa plantilla al programa SPSS, el cual se procesó y analizó la información con los resultados de la encuesta.

Además, se realizaron barras gráficas para determinar con porcentaje la intención emprendedora de los estudiantes encuestados y si la universidad apoya o brinda información sobre el emprendimiento en la actualidad.

Para procesar lo obtenido del Focus Group se transcribió todo lo conversado en un documento para poder diferenciar los comentarios de los estudiantes sobre emprendimiento juvenil, teniendo en cuenta que no todos estudiaban la misma carrera, se separó por grupos los resultados de este.

*Matriz de Consistencia*Tabla 3 . *Matriz de Consistencia.*

<b>Problema Principal</b>	<b>Objetivo Principal</b>	<b>Dimensiones Variables/</b>	<b>Indicadores/ Operacionalización</b>
	Analizar el grado de intención de emprendimiento en los estudiantes de octavo y noveno ciclo de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo (USAT).	VI: Emprendimiento juvenil	
	<b>Objetivos</b>	<b>Dimensiones</b>	
¿Cuál es el grado de intención de emprendimiento en los estudiantes de octavo y noveno ciclo de la Facultad de Ciencias Empresariales de la USAT?	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Diagnosticar el nivel de conocimiento sobre emprendimiento juvenil de los estudiantes de octavo y noveno ciclo de la Facultad de Ciencias Empresariales de la USAT.</li> <li>•Determinar el perfil emprendedor de los estudiantes de octavo y noveno ciclo de la Facultad de Ciencias Empresariales de la USAT.</li> <li>•Describir el papel de la Universidad en la intención de emprender en los estudiantes de octavo y noveno ciclo de la Facultad</li> </ul>	<p>Características de un emprendedor</p> <p>Papel de la universidad y la intención emprendedora</p> <p>Características sociodemográficas y la intención emprendedora</p>	<p>Búsqueda de oportunidades, persistencia, cumplimiento, factor de corrección, exigencia de eficiencia y calidad, fijar metas, búsqueda de información, persuasión y redes de apoyo.</p> <p>Asistencia a charlas de emprendimiento, formación universitaria y su influencia en la intención emprendedora, datos demográficos, antecedentes familiares de emprendimiento, intención de poner un negocio.</p>

de Ciencias Empresariales de la USAT.

•Especificar las características sociodemográficas y la intención emprendedora en los estudiantes de octavo y noveno ciclo de la Facultad de Ciencias Empresariales de la USAT.

<b>Diseño de Investigación</b>	<b>Población</b>	<b>Técnicas Estadísticas</b>	<b>Tipo de investigación</b>
No experimental y transversal	384 estudiantes de octavo y noveno ciclo de la Faculta de Ciencias Empresariales de la USAT.	Alfa de Cronbach	Mixta y descriptiva

### *Consideraciones éticas*

En la investigación se considerará el anonimato en las respuestas de los cuestionarios; teniendo en cuenta que son estudiantes y algunos de ellos pueden no sentirse a gusto si esas respuestas se publican.

Es de relevancia científica ya que es un tema en auge de investigación y la información será entregada al centro de desarrollo empresarial de la USAT.

El resultado proporcionará los datos necesarios para que la institución mejore los puntos en cuanto a emprendimiento en sus estudiantes y los impulse a crear un negocio y ser fuentes de crecimiento económico para el país.

#### IV. Resultados

##### *Diagnóstico de la situación actual sobre el conocimiento de emprendimiento en los estudiantes de octavo y noveno ciclo de la Facultad de Ciencias Empresariales*

Los estudiantes de la Facultad de Ciencia Empresariales del octavo y noveno ciclo presentaron similares opiniones y percepciones en cuanto a emprendimiento, a continuación, se detallará las más importantes de cada Focus Group realizado por escuelas.

- **Administración de Empresas:** los estudiantes manifestaron que entienden el emprendimiento como una actividad que tiene como principal característica buscar oportunidades y arriesgar muchas cosas en todos los aspectos de la vida. Además, que este término debe de estar relacionado siempre con la innovación para llegar al éxito. Mencionaron también que es una respuesta muy actual al desempleo; ya que muchos de sus compañeros debido a la falta de experiencia o al no encontrar trabajo, crean su propia empresa. Como principal habilidad afirman que la de saber encontrar o buscar oportunidades es la más importante; ya que puedes sacar ventaja del resto. El espíritu emprendedor para ellos es querer hacer lo que te guste y siempre inspirar a los demás a que luchen por lo que quieren. No consideran que tienen una educación en emprendimiento, es decir consideran que la universidad aportó conocimientos; pero no se centró en la cultura emprendedora. En cuanto a la decisión de emprender, resaltan que uno emprende por la detección de oportunidades en el mercado y que además si tienen pensado montar su propia empresa, de preferencia en el rubro de Servicios a Empresas. En su plan de estudios consideran que se debió incluir más temas sobre emprendimiento o talleres que lo fomenten. Las materias más importantes que se tienen en cuenta para la creación de la empresa es plan de negocios, que abarca el tema de finanzas y el realizar un análisis del sector tanto interno como externo. Otro punto importante es que en su mayoría cuentan con un familiar emprendedor y que eso los motiva o ayuda a pensar en seriamente poner su propio negocio teniendo como guía a este familiar. Consideran también que debido a su falta de experiencia en el ámbito laboral, puede ser muy difícil encontrar trabajo y que por lo tanto crear su propia empresa sería bueno tanto como para su economía como para la sociedad, ya que el tema de emprendimiento es actualmente muy tocado.

- **Contabilidad:** En esta conversación con los estudiantes se afirma que emprendimiento es una forma de tener trabajo con tus propios conocimientos sean o no universitarios. Como principal característica de un emprendedor mencionan que el compromiso y la persistencia son

pilares para que el emprendimiento se lleve a cabo y perdure en el tiempo. No consideran que la innovación esté relacionada al emprendimiento, porque conocen a personas que lo son y no necesariamente tengan innovación en lo que ofrecen. De la misma forma consideran que emprender es una respuesta al desempleo de los jóvenes al terminar su carrera universitaria, dicen que no cuentan con una educación en emprendimiento por parte de la USAT; y que su plan de estudios no presenta cursos que los ayuden a motivarse para crear su propia empresa. Al igual que los estudiantes de administración de empresas manifiestan que una persona emprende por oportunidad, pero que también lo hace por un tema de necesidad muchas veces económica. Si tienen pensado crear su propia empresa en un futuro. Cuentan con familiares empresarios y afirman que seguirán sus pasos, pero que primero quisieran tener experiencia en alguna otra empresa.

- **Economía:** Esta es la carrera que cuenta con menos estudiantes, teniendo solo el octavo ciclo; sin embargo, las opiniones fueron muy interesantes. Manifiestan que el emprendimiento es la creación de ideas y que se pueden llevar a cabo con mucha disposición y entusiasmo, una persona emprendedora debe tener las siguientes características ser proactiva, tener iniciativa y sobre todo saber resolver problemas y obstáculos que se les presenten. La innovación debe estar siempre de la mano con el emprendimiento, pero expresan que no es algo que marque el éxito de un negocio. No consideran que el ser emprendedores y montar su propio negocio sea respuesta al desempleo, ya que actualmente muchos jóvenes trabajan para otras empresas, mas no para ellos mismos, y que muchas veces buscan experiencia y luego deciden si ponen su negocio. Como principal habilidad mencionan que la de buscar oportunidades es la más importante. Lo que motiva al emprendedor es que se haga reconocido tanto el cómo su producto. Definen el espíritu emprendedor como las ganas de hacer algo y proponerte actividades que te llevaran a alcanzar tus metas. La universidad no inculcó en ellos una cultura de emprendimiento y los cursos de su plan de estudios no los consideran suficientes para crear su propia empresa, pero mencionan también que les gustaría tener un negocio en el rubro de servicios a otras empresas, como realizar supervisiones, auditorías, asesoría, etc. Además, una persona emprende por necesidad ya que buscan sustentar de manera rápida sus gastos. Si tienen la imagen de familiar emprendedor y eso los ayuda a en un futuro crear su propia empresa. Otra idea resaltante es que encontrar trabajo en la actualidad al egresar de la universidad es muy difícil y que por eso si emprendieran al salir de esta (en el caso no encuentren un buen trabajo).

- **Administración hotelera y de servicios:** los estudiantes de esta carrera definen emprendimiento como una actividad que fomenta la innovación y que además las personas emprendedoras deben de ser muy creativas, teniendo como principal característica ser

persistentes y saber aprovechar las oportunidades que encuentren en el mercado. Mencionan también que la actividad que realicen debe de dar un valor agregado a la sociedad. Las habilidades que presentan deben de ser consideradas en cuanto al encontrar buenas oportunidades, tener una red de contactos amplia y sobre todo saber escuchar. Lo que más motiva a un emprendedor es que su producto o servicio sea reconocido, teniendo un espíritu emprendedor que busca cambios y que debe estar preparado para asumir riesgos o fracasos. No consideran que tienen una educación en emprendimiento baja, ya que solo han asistido a una actividad que la universidad realizó; sin embargo, una de las estudiantes menciona que participo en la conferencia para quitarse el sombrero y que además eso le ayudó a crear su propio negocio de catering para eventos. Una persona emprende por oportunidades que encuentra, pero también por necesidad ya que buscan una mayor independencia. Todos afirman que esperan tener un negocio de restaurantes o catering, ya que su carrera está muy relacionada con ese rubro. No llevaron algún curso que los ayudé o guie para la creación de su propia empresa.

***Cursos de las carreras de la Facultad de Ciencias Empresariales relacionados al emprendimiento***

Administración de Empresas:

- Ciclo 1: Contabilidad Empresarial
- Ciclo 2: Proceso Administrativo
- Ciclo 3: Costos y presupuestos
- Ciclo 4: Contabilidad gerencial y Economía empresarial
- Ciclo 6: Investigación de mercados
- Ciclo 7: Formulación y evaluación de proyectos
- Ciclo 9: Plan de negocios
- Ciclo 9: Sistemas de Información Gerencial
- Ciclo 10: Alta dirección

Contabilidad:

- Ciclo 1: Contabilidad Empresarial
- Ciclo 4: Contabilidad corporativa
- Ciclo 5: Investigación de mercados
- Ciclo 8: Formulación y evaluación de proyectos

Economía:

Ciclo 1: Emprendimiento y creatividad empresarial

Ciclo 2: Análisis cuantitativo para los negocios

Ciclo 4: Contabilidad empresarial e investigación de mercados

Administración Hotelera y de Servicios Turísticos:

Ciclo 1: Introducción a los negocios y al emprendimiento

Ciclo 6: Investigación de mercados

***Actividades que realiza la USAT relacionadas al emprendimiento desde el año 2016***

- El “Segundo encuentro de emprendedores” se llevó a cabo en abril del 2016, el cual tenía como fin orientar, inspirar y capacitar a estudiantes universitarios para la creación de su propia empresa. Teniendo en cuenta que las ideas de negocio deben ser realizables, pero también que estas perduren y sean sostenibles en el tiempo.
- El 21 de abril del 2016 se realizó la conferencia “Innovación en la PYMES” a cargo de la Facultad de Ciencias Empresariales, teniendo como principal tema a tratar el crecimiento de las PYMES y el aporte que brindan estas al crecimiento económico del país.
- En junio del año 2016 se llevó a cabo una conferencia llamada “Emprendimiento social Innovador”, la cual tuvo como principal idea el crecimiento de empresas con responsabilidad social en el ámbito social y el ponente a cargo fue el Fundador & CEO de YAQUA, Econ. Fernando Tamayo Grados. Para él, un emprendedor es una persona que deja de pensar en sí mismo y se proyecta a los demás, agregando que no tiene que tener miedo a lanzar ideas innovadoras o los prejuicios por lo que piensan. Recalca que los peruanos son personas emprendedoras por excelencia y que saben salir adelante de distintas maneras innovadoras o no.
- El 5 de julio del 2016 se dio inicio a la Semana Naranja Emprendedora, teniendo como principal actividad con gran acogida la Feria de Emprendimiento en la que se podían inscribir estudiantes de las carreras de Administración de Empresas, Contabilidad, Economía y Administración Hotelera y de Servicios Turísticos; con el fin de potenciar el perfil emprendedor de los alumnos.
- En el 2017 en el mes de diciembre, un distinguido profesor de la universidad viajó a Estados Unidos para participar en la VIII edición de Américas Competitiveness Exchange on Innovation and Entrepreneurship (ACE). Es de vital importancia que los docentes asistan a conferencias o reuniones relacionadas a este tema en auge de

investigación como lo es el emprendimiento; ya que así puede expresar o transmitir todo lo aprendido a los estudiantes y así fomentar a la creación de empresas y empleo. Además, en este encuentro podrá establecer relaciones internacionales con universidades, empresas y directores de incubadoras de negocios alrededor del mundo.

- En junio de 2017 se realizó Ciclo de Conferencias: Emprendimiento, innovación e incubación, la cual tuvo como ponentes a tres distinguidos expertos en el tema. Fue dirigido al público en general.
- En junio de 2018 se llevó a cabo una conferencia para los microempresarios Lambayecanos, presentando dos grandes casos de éxito de jóvenes empresarios y la importancia del uso de las redes sociales para la promoción de sus negocios. El nombre de la conferencia fue “Micro y pequeños empresarios peruanos en el mundo digital”.
- En agosto de 2018 IMPULSAT (Incubadora de negocios de la USAT), culminó su convocatoria para la presentación de proyectos o ideas de negocios, siendo estas propuestas emprendedoras en etapa de preincubación o incubación, siendo uno de los principales jurados el Country Manager de Future Startup Hero.
- Otra de las actividades realizada por la USAT, por IMPULSAT en el mes de agosto del 2018 fue el taller: Gestión de Proyectos y Emprendimientos con SCRUM y la conferencia Paradigmas y perspectivas futuras en el mundo digital, desplegando herramientas emergentes para sus propuestas de negocios.
- En noviembre del 2018 se dio la conferencia “Los retos de Emprender”, en la que los ponentes recalcaron los diferentes obstáculos que puede enfrentar un emprendedor y como con la experiencia deben de aprender a sobrellevarlos y superarlos.
- Otra actividad a la que todo estudiante puede presentarse anualmente es el Premio Para Quitarse el Sombrero de la Fundación Romero, en el cual se pueden inscribir estudiantes de todas las universidades y sin distinción de carrera.

### ***Datos generales Perfil socioeconómico e intención emprendedora***

Una vez aplicado el cuestionario con el método del nivel de respuesta; de los 384 estudiantes respondieron al cuestionario 300, representando un 78% del total de la población; se dan a conocer los siguientes resultados en porcentajes generales sobre la carrera que estudian, edad y sexo; teniendo en cuenta estos aspectos importantes para la interpretación a profundidad a lo largo del análisis de resultados de la investigación.

Tabla 4. *Resultados generales: carrera, ciclo, edad y sexo.*

<b>Carrera</b>		<b>Ciclo</b>		<b>Edad</b>		<b>Sexo</b>	
Administración	56%	Octavo	56%	< 20 Años	7%	Femenino	62%
Contabilidad	22%			20-25 años	90%		
Economía	6%	Noveno	44%	26-35 años	3%	Masculino	38%
Hotelería	16%						

La población en estudio se concentra en la carrera de Administración de Empresas teniendo un 56% de estudiantes que respondieron a la encuesta. De igual forma hay mayor cantidad de estudiantes que cursan el octavo ciclo en general y oscilan entre las edades de 20 a 25 años, habiendo en su mayoría estudiantes mujeres con un 62%. Es importante tener en cuenta la edad; porque ayudará a conocer a qué edad promedio piensan o quieren poner su propia empresa, teniendo como base siempre el emprendimiento.

Tabla 5. *Resultados generales: estado civil, si cuenta con trabajo, condición de vivienda y el ingreso familiar mensual.*

<b>Estado Civil</b>		<b>Trabaja</b>		<b>Vivienda</b>		<b>Ingreso Mensual</b>	
Soltero	97%	Sí	34%	Alquilado	15%	S/. 1500 - 2000	34%
Casado	1%			Padres	76%	S/. 2000 - 4000	41%
Separado	2%	No	66%	Familiares	9%	S/. 4000 a más	25%

Un 97% de la población estudiada son solteros debido a que son estudiantes y tan solo un 1 % son casados. Como consecuencia en un 76% viven en la casa de sus padres, ya que no cuentan con el sustento económico para adquirir una vivienda. Otro dato importante es que el

ingreso familiar mensual oscila entre los S/.2000 a S/.4000, lo que debe de impulsar a los estudiantes a buscar empleo para mejorar los ingresos tanto familiares como personal.

Un 66% de la población no cuenta con un trabajo, este dato es alarmante; ya que quiere decir que los estudiantes en algunos casos no tienen experiencia laboral y actualmente el ambiente es muy competitivo. Además, que muchos de los estudiantes prefieren terminar su carrera y poner un negocio propio como respuesta a no encontrar trabajo. Es significativo que los estudiantes emprendan dentro de la etapa universitaria, ya que esto representa la intención emprendedora que puede o no haber sido influenciada por la enseñanza en la universidad o en algunos casos por los familiares; como se señalará más adelante como resultado importante del cuestionario aplicado y respondiendo a uno de los objetivos específicos.

Tabla 6. *Resultados generales: financiamiento de estudios y cantidad de hijos.*

<b>Financiamiento de estudios</b>		<b>Hijos</b>	
Ingresos Propios	13%	No tiene	93%
Apoyo Familiar	78%	1 hijo	6%
Becas	3%	2 hijos a más	0%
Otros	7%		

Un 78% financia sus estudios con el apoyo familiar, mientras que un 13% lo hace con sus propios ingresos debido a que pueden contar con un trabajo estable. La población al ser jóvenes universitarios no tiene hijos en su mayoría, mientras que un 6% si tiene un hijo.

Tabla 7. *Resultados generales - Lugar de residencia y procedencia*

<b>Residencia</b>		<b>Procedencia</b>	
Chiclayo	84%	Chiclayo	66%
Lambayeque	8%	Lambayeque	9%
Otros	8%	Otros	25%

Del total de estudiantes que respondieron al cuestionario el 84% reside en la ciudad de Chiclayo y un 25% de ellos proceden de otras ciudades del Perú como Tarapoto, Bagua, Cajamarca, Monsefú, Motupe, entre otros.

Tabla 8. *Resultados generales: nivel de estudios y profesión de los padres de familia.*

<b>Nivel de estudios - Padre</b>		<b>Profesión - Padre</b>		<b>Nivel de estudios - Madre</b>		<b>Profesión - Madre</b>	
Primarios	5%	Empresario	28%	Primarios	8%	Empresario	24%
Secundarios	29%	Obrero	8%	Secundarios	24%	Obrero	1%
		Liberal	12%			Liberal	7%
Superior	51%	Administrativo	9%	Superior	44%	Administrativo	9%
		Funcionario	2%			Funcionario	3%
Técnicos	15%	Directivo	1%	Técnicos	23%	Directivo	1%
		Otro	40%			Otro	55%

En cuanto al nivel de estudios y la profesión de los padres; ayudó a conocer si el rol de estos influye o no en la intención emprendedora de los encuestados, agregando también que dentro del cuestionario se realiza la pregunta si hay algún empresario dentro de la familia (siguiente figura). En cuanto al nivel de estudios tanto padre y madre cuentan con estudios superiores, lo que es un claro ejemplo a seguir para los estudiantes el terminar una carrera universitaria. La profesión en mayor proporción tanto de padre y madre se concentró en el ítem otro, es decir se dedican a algún rubro no especificado en el cuestionario.

Tabla 9. *Resultados generales: existe algún empresario en la familia y el parentesco que tienen.*

<b>Empresario en la familia</b>		<b>Parentesco - Empresario</b>	
Sí	No	Abuelo	9%
72%	28%	Hermano	12%
		Padres	45%
		Otros	34%

Este es un punto muy importante dentro de la investigación; ya que según muchas investigaciones previas los resultados son que el que exista un familiar emprendedor incita a que los jóvenes quieran seguir estos pasos e influye en su espíritu emprendedor. Se obtuvo que un 72% sostiene que si existe un empresario en su familia y que en su mayoría con un 45% son los padres de familia.

Tabla 10. *Resultados generales: intención de crear una empresa.*

<b>Crear una empresa</b>	
Nunca	10%
Empresa familiar	8%
Sí	37%
Absolutamente	45%

Los estudiantes de octavo y noveno ciclo de la Facultad de Ciencias Empresariales presentan una percepción alta a la creación de una empresa, este punto es importante resaltar; ya que las carreras que estudian están muy ligadas a lo que es la constitución de una empresa, demostrando así que se consideran capaces de lograrlo o al menos está en sus planes futuros.

Tabla 11. *Resultados generales - Intención de crear una empresa por escuela*

	<b>CREACIÓN DE UNA EMPRESA</b>			
	<b>Administración</b>	<b>Contabilidad</b>	<b>Economía</b>	<b>Hotelera</b>
<b>Nunca</b>	7%	12%	16%	17%
<b>Empresa familiar</b>	6%	9%	21%	9%
<b>Sí</b>	39%	35%	37%	34%
<b>Absolutamente</b>	48%	44%	26%	40%

En cuanto a la intención de crear una empresa (tabla 11) un 45% manifestó que absolutamente quieren realizarla, mientras que un 8% sostiene que espera integrarse a la empresa familiar. Por lo que se deduce que gran parte de los estudiantes tiene el deseo de emprender y tal vez seguir los pasos de su familia empresaria.

Como se observa en la tabla 11, las 4 carreras universitarias presentaron la firme decisión de que absolutamente quieren crear una empresa, por lo que se deduce que los estudiantes como afirmaron en el Focus Group definitivamente desean emprender en algún momento de su vida; en la siguiente tabla se observa el tiempo en el que piensan crear su empresa.

Tabla 12. *Resultados generales: Tiempo en el que piensan crear su empresa.*

<b>Tiempo</b>	
Término de estudios	19%
Uno o dos años	24%
Tres a cinco años	31%
Más de 5 años	15%
No sabe	12%

Los estudiantes que piensan crear su propia empresa revelaron con un 31% que sería en unos 3 a 5 años, por otro lado, solo un 12% no sabe en qué momento lo realizará. Este apartado es importante ya que se puede deducir la determinación de los estudiantes para la creación de un negocio, ultimando de acuerdo con los datos; que los jóvenes buscan hacer todo con tiempo, planificando y teniendo en cuenta los conocimientos que adquirieron en la universidad.

Tabla 13. *Resultados generales: Razón por la que deciden emprender.*

<b>Razón</b>		<b>Oportunidad</b>	
Necesidad	10%	Mayor independencia	47%
Oportunidad	79%	Aumentar ingresos	43%
		Mantener ingresos	6%
Otros motivos	12%	Otros	4%

Como uno de los resultados más importantes de la investigación se obtiene que los estudiantes quieren emprender en un negocio por encontrar una oportunidad en el mercado con un 79%, mientras que un 10% lo haría por necesidad. Además, los que señalaron que emprenden por oportunidades lo hacen por obtener mayor independencia en su vida con un 47%, lo cual es una tendencia alta en jóvenes que quieren salir adelante por sí mismos. Un 4% manifiesta que tiene otros motivos y un 6% para mantener sus ingresos.

Tabla 14. *Resultado general del sector predilecto en el que les gustaría incursionar.*

<b>Sector predilecto</b>	
Transporte	4%
Farmacéutico	2%
Textil	17%
Servicios recreativos	20%
Construcción	9%
Servicios a empresas	27%
Siderurgia	2%
Restaurantes	19%

Se obtuvo como resultado que el sector que los estudiantes consideran más atractivo para su empresa es el de servicios para empresas con un 27%, seguido de servicios recreativos con 20%; por otro lado, un 4 % incursionaría en el sector transporte y un 2% en el farmacéutico.

#### ***Resultados del Perfil emprendedor e intención emprendedora***

Para dar respuesta al primer bloque del cuestionario; teniendo como base los 55 ítems en los que se mencionan características de un emprendedor, el investigador decidió cruzar los resultados con algunas preguntas del Bloque 3 “Características sociodemográficas y la intención emprendedora”; para poder separar las respuestas y hacer más específico el resultado por escuelas, ciclo académico, sexo, existencia de un familiar emprendedor y deseo de emprender.

Es importante recalcar que según lo obtenido en el Focus Group, los estudiantes afirmaron que la existencia de un familiar emprendedor es significativa para la motivación al crear su propia empresa y que el deseo de emprender es positivo en la mayoría de ellos.

Además, las características que más resaltaron en los estudiantes según lo obtenido con el primer bloque del cuestionario fueron: la búsqueda de oportunidades, cumplimiento, fijar metas, exigencia de influencia y calidad, búsqueda de información, planeación sistemática y correr riesgos calculados. En los siguientes gráficos se explicó más detalladamente dichas características.

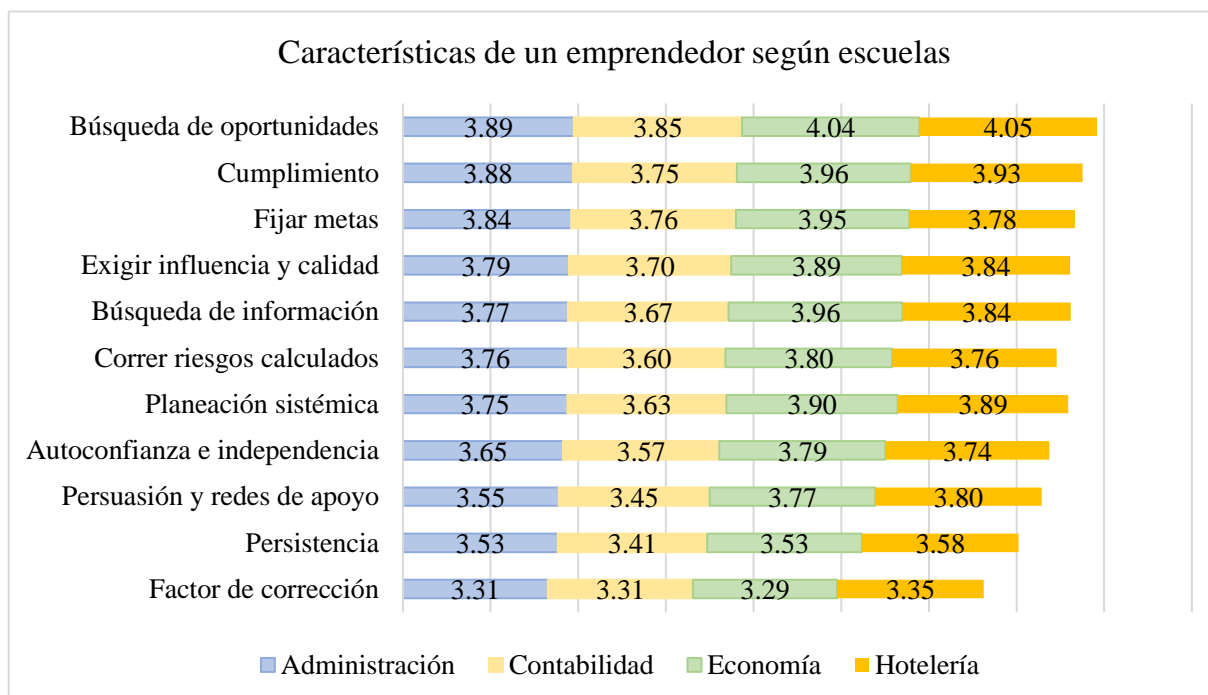


Figura 2. *Características de un emprendedor según escuelas.*

Las características emprendedoras que más resaltaron en los estudiantes de las carreras de Administración de Empresas , Contabilidad , Economía y Hotelería son las relacionadas con la búsqueda de oportunidades que es la habilidad que cada uno de ellos tiene para encontrar y aprovechar oportunidades que se les presenten en todo aspecto de su vida; también la subdimensión y característica de cumplimiento que tiene que ver con hacer muchas veces sacrificios personales y realizar actividades que como consecuencia los lleven a alcanzar y lograr sus metas. La tercera característica que posee mayor aceptación es la de fijarse metas, que se detalla en el hecho de tener un plan en su vida, una misión y visión clara. Además, el exigir influencia y calidad fue una de las principales características que presentaron los alumnos de Administración, Contabilidad y Hotelería que está sumamente relacionado con el querer hacer las cosas bien, asegurarse que todo se cumpla de manera correcta y sobre todo cumplir con los requisitos que se les pidan.

Por el contrario, las características que resaltaron menos son las de consistencia y factor de corrección que se relacionan con las actitudes que presentan ante desafíos en sus vidas tanto personal como laboral.

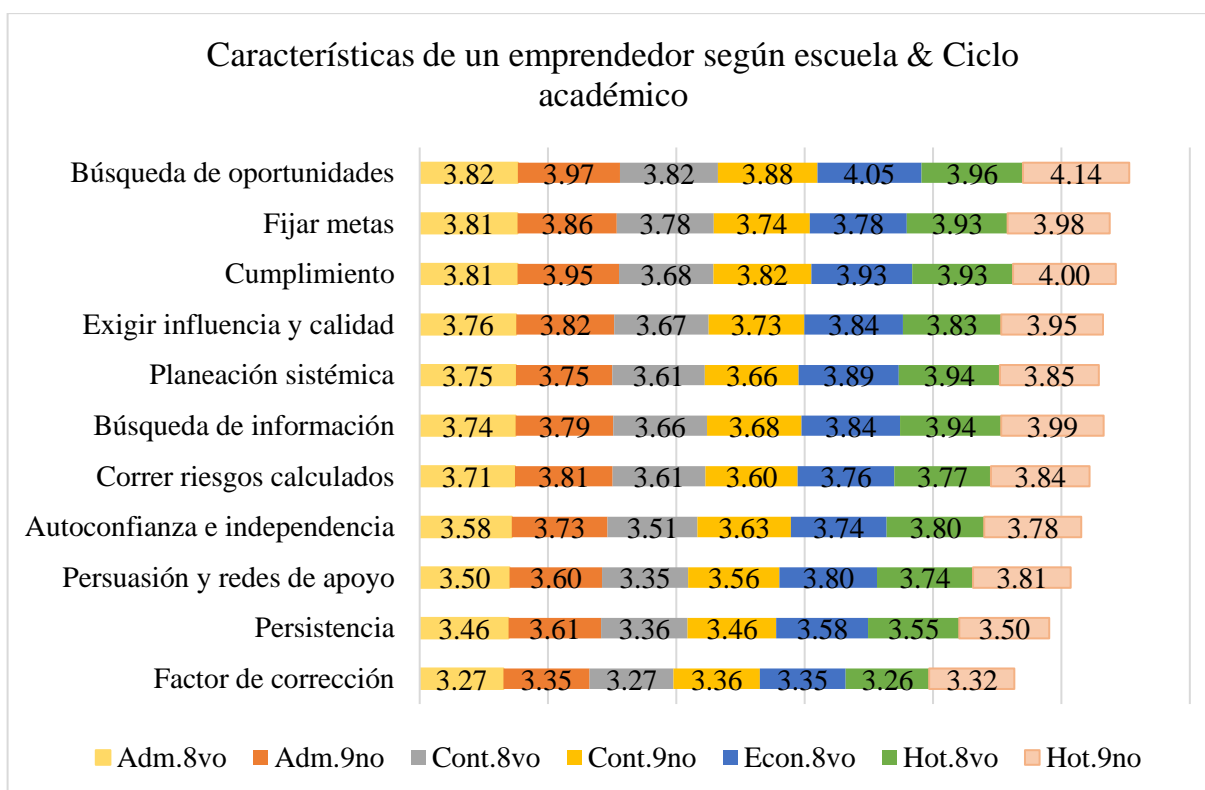


Figura 3. *Características de un emprendedor según escuelas y ciclo académico*

Relacionando las características de un emprendedor con el ciclo académico y la escuela en la que estudian; en carreras de Administración de Empresas, Contabilidad, Economía y Hotelería se notan percepciones parecidas al igual que en el cuadro que menciona las características de un emprendedor según las escuelas. Las de mayor promedio son las de Búsqueda de oportunidades, fijar metas y cumplimiento. Donde la característica que presenta mayor valor es la que tiene que ver con el hacer cosas o actuar antes que algo suceda y la de cumplimiento relacionada con el esfuerzo extraordinario que hacen las personas muchas veces haciendo sacrificios personales. Estas dos características pertenecen a la necesidad del logro de McClelland. Mientras que el fijar metas implica tener una visión clara de su vida en lo personal y profesional; así como también tener metas realizables a corto plazo.

Del mismo modo una de las características que más sobresalió es la de planeación sistemática con un promedio de 3.77 que trata de subdividir las tareas que uno tiene y hacerlas más fáciles y además de realizar un seguimiento a estas.

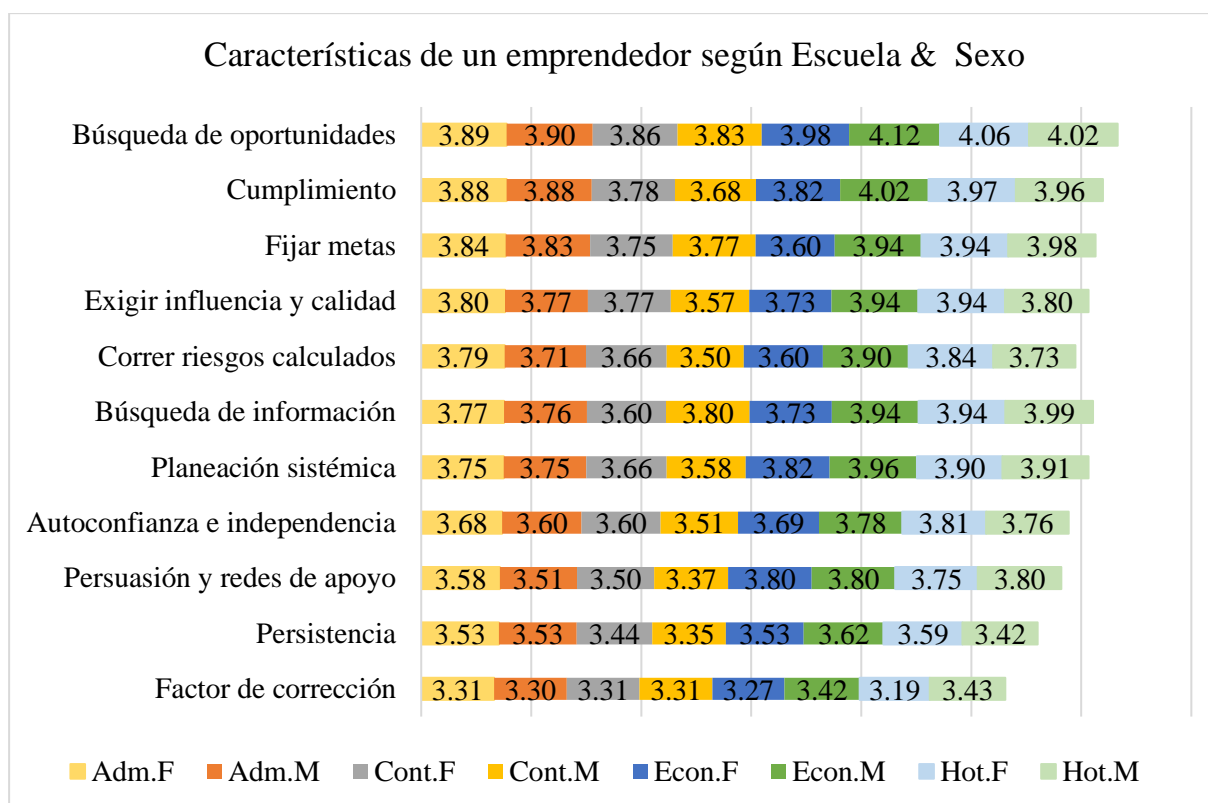


Figura 4. *Características de un emprendedor según escuela y sexo.*

Según el sexo, la escuela y las características de un emprendedor al igual que en la primera figura, las subdimensiones que obtuvieron un promedio mayor son la de búsqueda de oportunidades, fijación de metas y el cumplimiento. Que tratan sobre el plantearse algo y cumplirlo, teniendo la habilidad de fácil reconocimiento de oportunidades en el mercado o en ciertas circunstancias de la vida. El sexo femenino y masculino en las cuatro escuelas presentan mayor promedio en la característica de búsqueda de oportunidades, reforzando el resultado de las figuras anteriores en general. En cuanto al sexo no hay diferencia significativa de características, todos los estudiantes sin distinción de sexo presentan la misma predominancia de características.

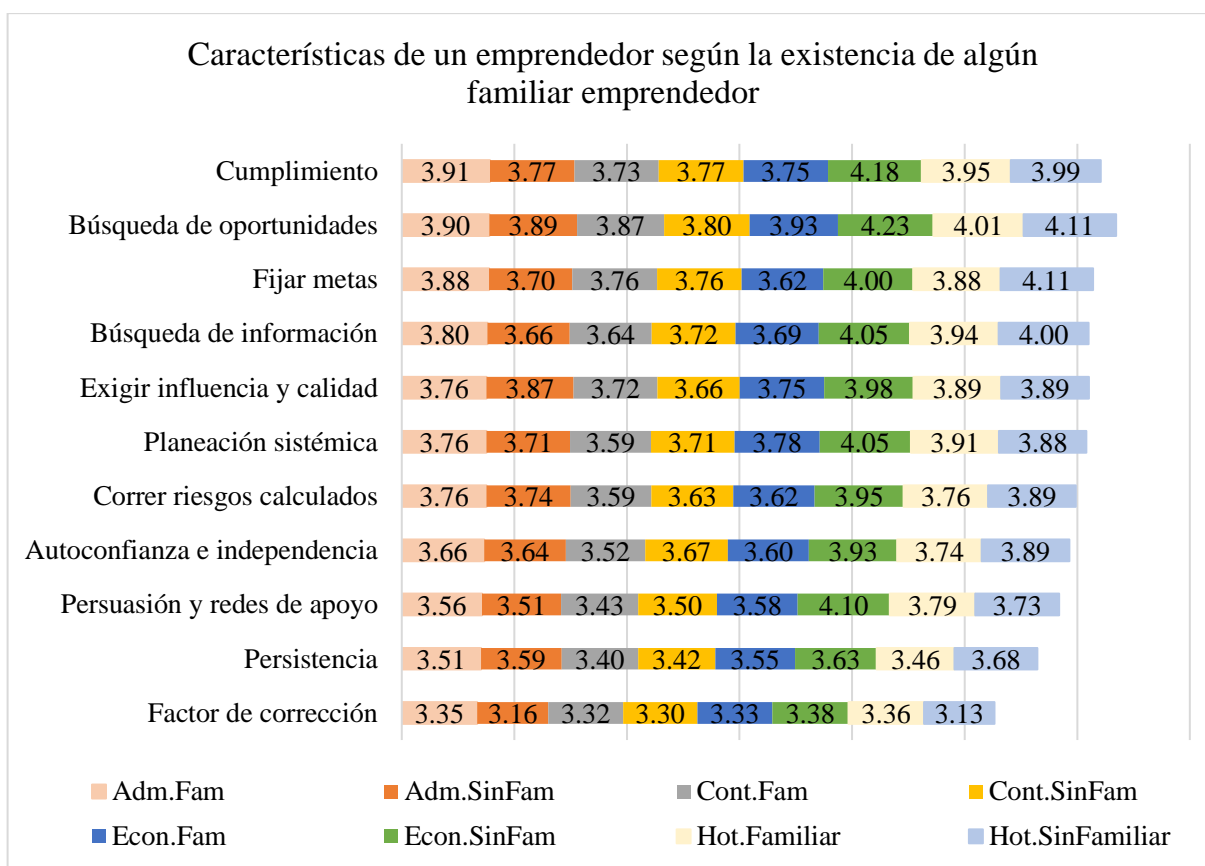


Figura 5. Características de un emprendedor según la existencia de algún familiar emprendedor según escuelas.

Los estudiantes que tienen algún familiar empresario según las escuelas de la Facultad de Ciencias Empresariales presentaron una media mayor en la característica de búsqueda de oportunidades, que demuestra una vez más que los estudiantes pueden presentar habilidades para encontrar oportunidades fácilmente.

Como segunda característica más relevante se encontró la de cumplimiento, resaltando así que la presencia de un familiar emprendedor puede influir en los estudiantes en cuanto a plantearse objetivos y metas, cumpliendo con ciertas actividades para llegar a ellas.

En cuanto a la fijación de metas los estudiantes una vez más la investigación demostró que tanto con la existencia de un familiar emprendedor o sin la presencia de este; pueden tener una visión y misión clara tanto a corto plazo como largo. Esto debido a la formación que recibieron en la universidad y que les ha sido de mucha ayuda para la adquisición de conocimientos. De igual modo la característica de exigir influencia y calidad presentó un promedio significativo en debido a que la existencia de un familiar emprendedor y sus experiencia puede influir en los alumnos para en base a ellas plantearse bien las acciones que deben tomar y cumplir con los requisitos.

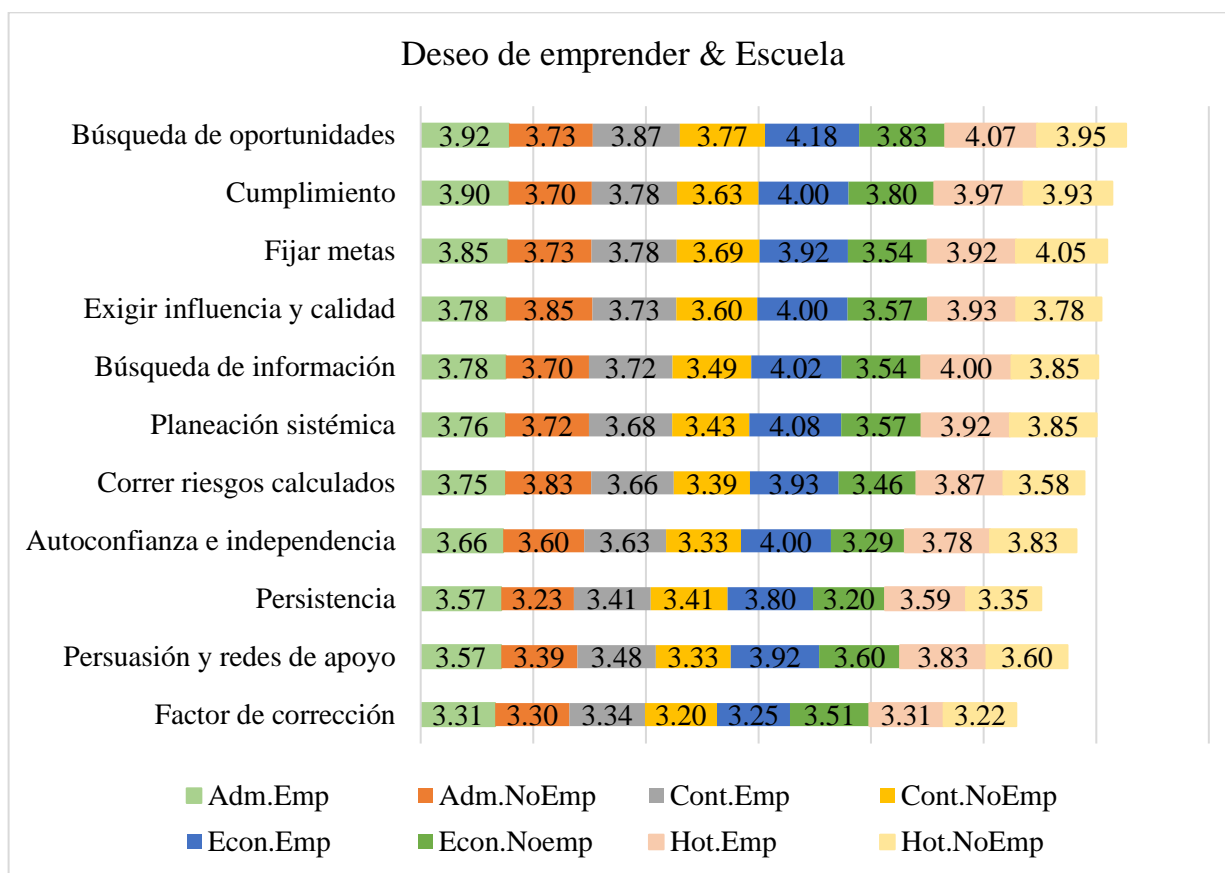


Figura 6. *Características de un emprendedor y el deseo de emprender según escuelas.*

El deseo de emprender en un estudiante se puede dar en cualquier momento de su etapa universitaria influyendo en ello distintos factores, en general la Facultad de Ciencias Empresariales presenta como característica más resaltante según el deseo de emprender la de búsqueda de oportunidades, siguiendo a ella las de cumplimiento y fijación de metas. Como características con menos percepción se encuentran las de factor de corrección, persuasión y redes de apoyo y la persistencia; lo cual quiere decir que los estudiantes tienen una baja percepción en cuanto a la persistencia en su vida. En cuanto a la persuasión y redes de apoyo debido a que la mayoría no trabaja no tienen una amplia red de apoyo, lo cual es comprensible; se les debe inculcar la búsqueda de un trabajo o el de realizar prácticas preprofesionales.

Los estudiantes de la carrera de Administración que no se consideran emprendedores presentan mayor percepción en las características de Exigencia de influencia y calidad, y el de correr riesgos calculados. El exigir eficiencia y calidad es el hacer las cosas más rápido y de buena forma; mientras que correr riesgos calculados está ligado tratar de controlar los resultados tanto personalmente como empresarialmente. Por otro lado, los estudiantes de las carrera de Contabilidad que se califican como emprendedores siguen confirmando que la característica

con mayor predominancia en ellos es la búsqueda de oportunidades; mientras que los que no se consideran emprendedores afirman que la fijación de metas es lo más importante.

Los alumnos de la carrera de Economía en la subdimensión de búsqueda de oportunidades siguen presentando mayor percepción; mientras que con menor percepción se encuentra las características relacionadas el factor de corrección.

En la carrera de Hotelería los estudiantes que se consideran emprendedores demuestran que las características con más predominancia en ellos son las de búsqueda de oportunidades, búsqueda de información, cumplimiento, exigencia de eficiencia y calidad y por último las de fijación de metas y la planeación sistémica. Donde el plantear tareas y planificarlas, exige la eficiencia y buena manera de desarrollar las actividades para alcanzar las metas propuestas.

Tabla 15. *Características predominantes en los estudiantes de octavo y noveno ciclo de la Facultad de Ciencias Empresariales de la USAT.*

<b>Subdimensión</b>	<b>Medias</b>
Búsqueda de oportunidades	3.92
Cumplimiento	3.86
Fijar metas	3.83
Exigir influencia y calidad	3.79
Búsqueda de información	3.78
Planeación sistémica	3.76
Correr riesgos calculados	3.73
Autoconfianza e independencia	3.66
Persuasión y redes de apoyo	3.58
Persistencia	3.51
Factor de corrección	3.31

La característica que obtuvo un mayor promedio y marcación en la escala de Likert del 1 al 5 en general fue la de búsqueda de oportunidades lo que indicó que los estudiantes teniendo como base los conocimientos adquiridos en la universidad y las experiencias por las que han pasado, tienen facilidad para buscar oportunidades y aprovecharlas en el mercado.

Además, el cumplimiento y la fijación de metas, que están relacionadas con los sacrificios que muchas veces se tienen que hacer para poder cumplir sus objetivos y tener un plan en su vida, es decir una misión y visión clara.

Por otro lado, el exigir influencia y calidad, ligado al querer hacer las cosas bien con eficiencia, cumpliendo todo de manera correcta. En cuanto a la búsqueda de información que

es la quinta característica más resaltante en general según las escuelas, los estudiantes confirman que el informarse antes de hacer algo es importante para un mejor resultado.

La planeación sistémica y el correr riesgos calculados, son afines a planificar los resultados que esperas y hacerles un seguimiento para un mejor final; y medir los riesgos que se podrían presentar para evitar ciertas situaciones que se pueden presentar.

Confirmando lo obtenido con el Focus Group, los estudiantes se consideran personas que saben buscar oportunidades y que es una de las principales características de un emprendedor; además que son personas que arriesgan y muchas veces hacen sacrificios para obtener lo que se proponen.

### ***Resultados sobre el papel de la Universidad en la intención emprendedora.***

En este apartado se encuentran las respuestas relacionadas al segundo bloque del cuestionario “El papel de la universidad y la intención emprendedora”, encontrando así las percepciones de los estudiantes sobre la influencia de la universidad sobre la intención de emprender. Comparando una vez más con lo obtenido del Focus Group, los estudiantes confirman que la universidad influye moderadamente en su intención emprendedora. Tomando en cuenta que las escuelas presentan distintos planes de estudios, era obvio que no tengan las mismas respuestas respecto a las preguntas planteadas en el cuestionario.

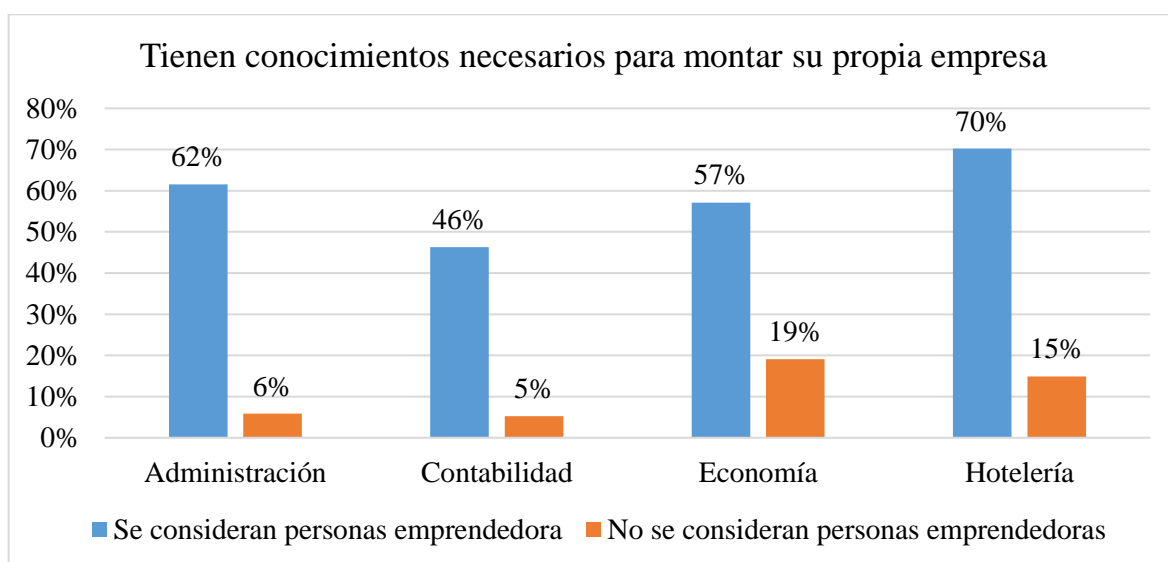


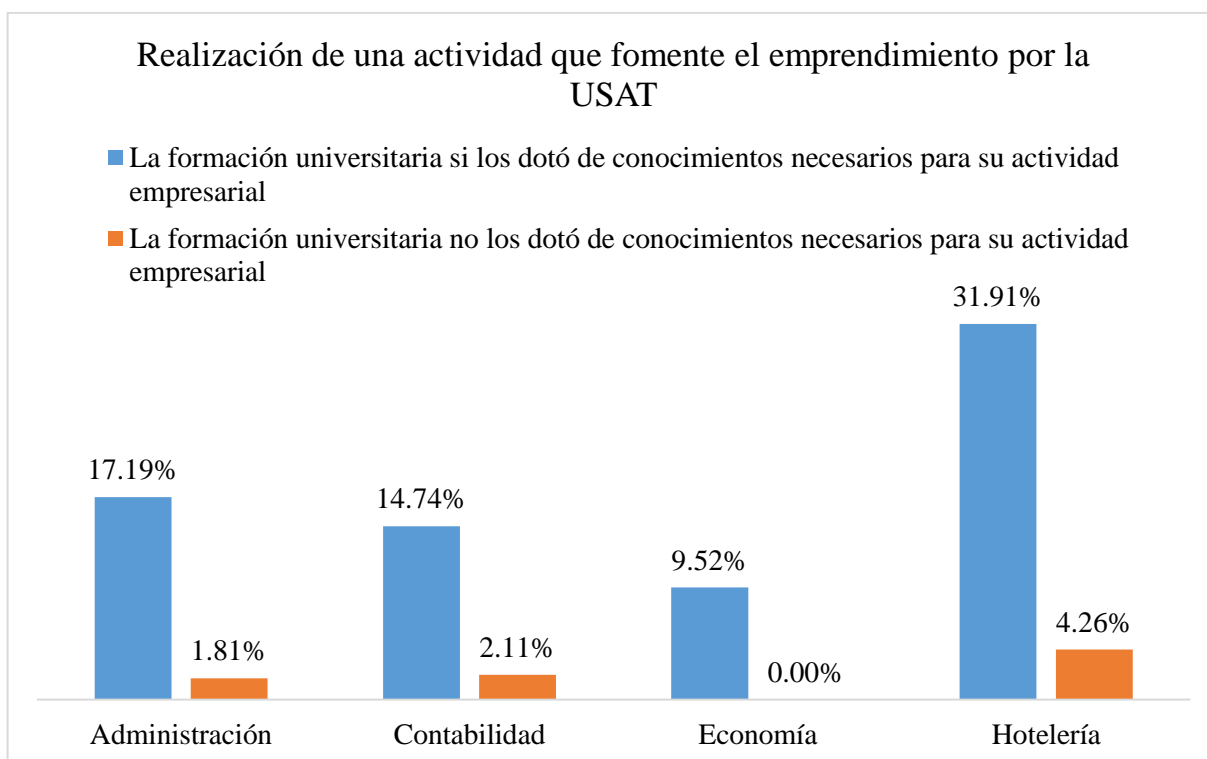
Figura 7. *Consideración como persona emprendedora y conocimientos necesarios para montar su propia empresa según escuelas.*

Los estudiantes que consideran que si tienen los conocimientos necesarios para montar su propia empresa y al mismo tiempo se consideran personas emprendedoras en su mayoría pertenecieron a la carrera de Hotelería y Administración de Empresas con un 62% y 70% respectivamente; este punto reafirma lo que mencionaron los alumnos de dichas carreras en el Focus Group en cuanto a la adquisición o propiedad de conocimientos para poder poner su propio negocio sabiendo que pueden emprender por oportunidades que encuentran o buscan en el mercado; lo que quiere decir que los resultados fueron coherentes y parejos tanto en la respuesta al primer objetivo específico como al segundo.

Por otro lado, la carrera de Contabilidad con un 46% de afirmación a las preguntas 1 y 4 del segundo bloque del cuestionario aplicado consideró que si eran personas emprendedoras y

si contaban con los conocimientos necesarios para montar su propia empresa. Sin embargo; cabe resaltar que presentan el menor porcentaje de las carreras estudiadas; lo que quiere decir y acorde al Focus Group que no contaban con una educación en emprendimiento por parte de la Universidad.

En cuanto al no considerarse emprendedores teniendo como base la pregunta sobre el tener conocimientos necesarios para montar su propia empresa en la carrera de Economía un 19% de alumnos no se consideran personas emprendedoras, mientras que en Administración de Empresas y Contabilidad con un menor porcentaje de 6% y 5% respectivamente manifiestan que, si tienen conocimientos necesarios para montar su empresa, pero no se consideran personas emprendedoras. Se demuestra que hay diferencia en las percepciones de los estudiantes de la carrera de Administración con las demás carreras; ya que su plan de estudios si incluye cursos que fomenten el emprendimiento o se mencione este en ellos; confirmando que los estudiantes de dicha escuela se consideran personas emprendedoras y además si sienten que tienen los conocimientos, habilidades y características necesarias para montar su propia empresa.



*Figura 8. Realización de una actividad que fomente el emprendimiento y consideración de la formación universitaria dotadora de conocimientos necesarios para crear su propia empresa según escuelas.*

Teniendo la pregunta sobre la realización de alguna actividad que fomente el emprendimiento por la USAT relacionada con la respuesta positiva sobre si la formación universitaria los dotó de conocimientos para su actividad empresarial, un 17% de la carrera de Administración de Empresas mostraron que si han asistido a actividades que fomenten el emprendimiento gracias a la USAT y que la formación universitaria si está orientada a dotarlos de conocimientos para crear su propia empresa. Agregando valor a esta figura, los estudiantes realizaron ciertas ferias o conferencias concernientes al emprendimiento en su mayoría fomentadas por la misma universidad. En el mes de noviembre se llevó a cabo una conferencia llamada Los retos de emprender, a la cual asistieron estudiantes de Administración de Empresas y Administración Hotelera y de Servicios, verificando así que la universidad está considerando más a profundidad el tema de emprendimiento y la creación de empresas por los estudiantes, fomentando que elaboren propuestas innovadoras y sobre todo a raíz de las experiencias que oyen corregirse y tratar de ser mejores.

En Economía al haber sido la carrera con la menor cantidad de alumnos debido a que en el momento que se realizó la investigación solo había novenos ciclo afirmaron que la universidad si aportó conocimientos necesarios para que monten su propia empresa, por otra parte, es importante recalcar que en su mayoría la respuesta a este cruce de preguntas ha sido positiva; por consiguiente, la formación universitaria en la USAT si estaba orientada a la constitución de empresas.

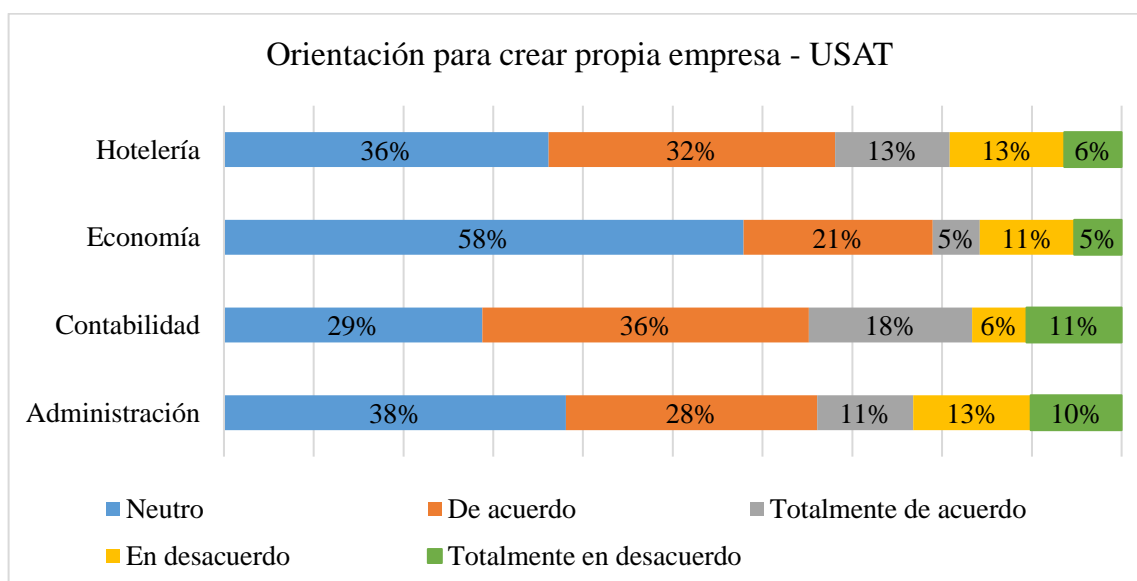


Figura 9. Orientación para crear su propia empresa de la USAT según escuelas.

Tanto en las carreras de Economía, Hotelería y Administración de Empresas los estudiantes indicaron que tienen percepciones neutras o indecisas sobre si la Universidad orienta a la creación de su propia empresa. En esta pregunta se tiene que tener en cuenta el plan de estudios que se menciona en el diagnóstico, sin embargo en la carrera de Administración de Empresas que es aquella que tiene cursos orientados a la creación y dirección de una empresa, los estudiantes manifiestan en un 38% que la educación que reciben en la universidad no es ni fomentadora ni no fomentadora a la creación de empresas por parte de sus alumnos, lo que quiere decir que la universidad debería de enfocarse en implantar una cultura emprendedora en la que demuestren las exigencias del mercado laboral y por otro lado enseñarles la tolerancia al fracaso a la que todo emprendedor esta propenso y sobre todo sensibilizarlos y motivarlos continuamente.

### ***Resultados de características sociodemográficas e intención emprendedora***

En esta parte se adquirió resultados más específicos acerca del Bloque 3 que trata del perfil socioeconómico e intención emprendedora, teniendo en cuenta la carrera que estudian, ciclo que cursan, si existe algún empresario en su familia y que parentesco tiene con este, la intención de crear una empresa, porque motivo la quiere crear y que sector es el más atractivo (en el caso que si hayan pensado en algún momento crear su propia empresa.)

La población estudiada conformada por estudiantes de octavo y noveno ciclo de la Facultad de Ciencias Empresariales de La Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo , después de haber aplicado el cuestionario y teniendo en cuenta que la población fue de 384 estudiantes y que el método fue por nivel de respuesta se obtuvo que en la carrera de Administración de Empresas un 53% pertenece al octavo ciclo y el resto a noveno; en cuanto a la carrera de Contabilidad un 52% cursa el octavo ciclo y un 48% el noveno ciclo. En Economía el 100% representa al octavo ciclo (no hubo noveno ciclo en el semestre 2018 II) y por último Administración Hotelera y de servicios (hotelería en los gráficos y demás análisis de resultados) un 53% representa al noveno ciclo y un 47% al octavo. Asumiendo como resultado de la encuesta aplicada más participación en todas las carreras del octavo ciclo.

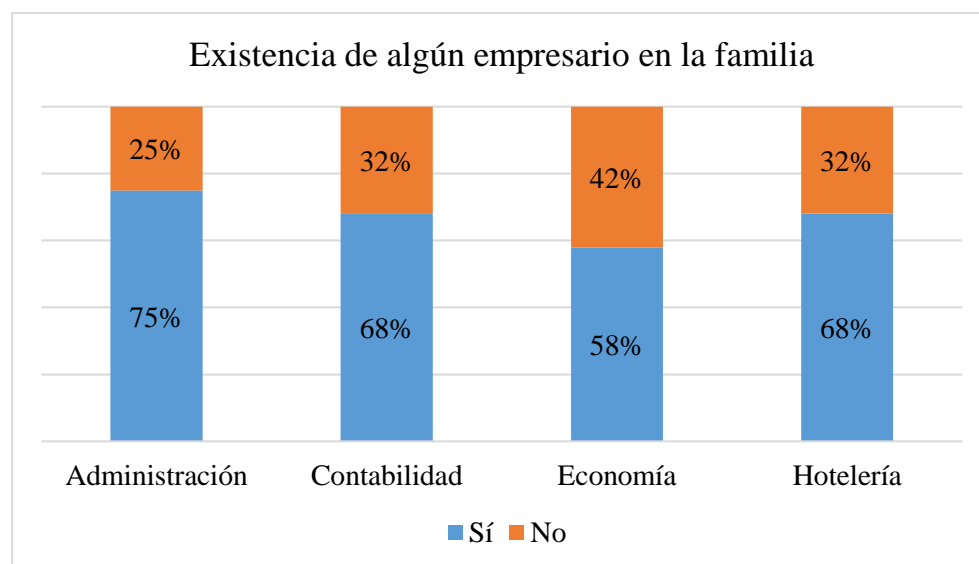


Figura 10. *Existencia de algún empresario en la familia por escuelas.*

El tener la presencia de un empresario en la familia puede o no influir en la creación de una empresa, por lo que como se observa en la figura 3 en las cuatro carreras de la Facultad de Ciencias Empresariales predomina el porcentaje que, si cuentan con un familiar empresario teniendo un 75% en la carrera de Administración de Empresas y un 68% en las carreras de

Contabilidad y Hotelería, es importante recalcar que más adelante se relacionará esta pregunta con la creación de la empresa propia. En todas las carreras el porcentaje más alto fue la respuesta positiva a la pregunta sobre la existencia de un familiar empresario, lo que pretende decir que el grado de emprendimiento en las familias de los estudiantes es ligeramente alto. Encontrando en ellos un apoyo y motivación para montar su propia empresa.

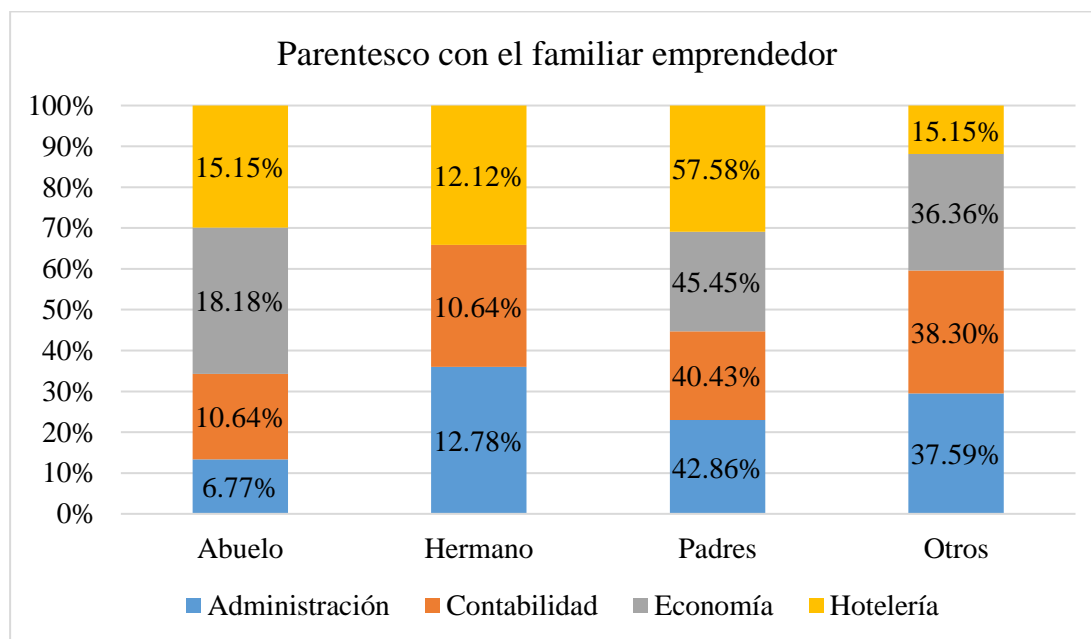
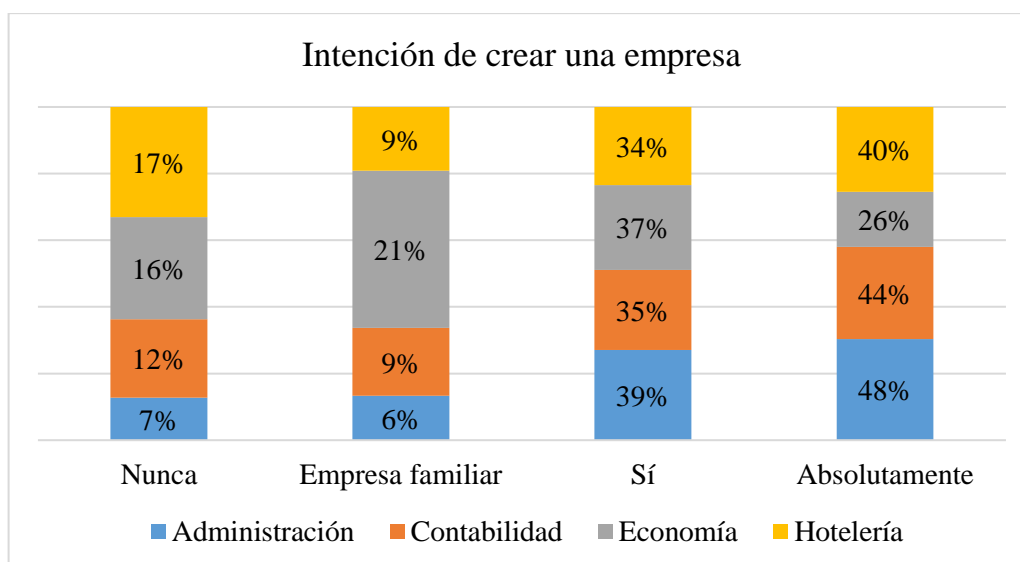


Figura 11. *Parentesco con el familiar emprendedor según escuelas.*

En la carrera de Administración de Empresas los estudiantes manifestaron con un 42% que el parentesco con el familiar emprendedor existió con los padres de familia, al igual que en las demás carreras con un 40.43% en Contabilidad, Economía con un 45% y Hotelería con un 57.58%. Mientras que en un menor porcentaje se encontró el de parentesco con el abuelo en la carrera de Administración de Empresas con un 6.77% y con un 10.64% en la carrera de contabilidad con el abuelo y hermano. La presencia de un familiar emprendedor o empresario ayuda o motiva a los estudiantes a crear su propia empresa, siendo esta novedosa o simplemente copiando la idea de negocio.



*Figura 12. Intención de crear una empresa según escuelas.*

Esta es una de las preguntas y punto más importante de la investigación ya que intervinieron muchos factores en ella; llama mucho la atención que en las 4 carreras en gran parte de la población si o absolutamente hayan pensado en crear su propia empresa.

Con un 48% en la carrera de Administración, un 44% en Contabilidad y un 40% en Hotelería tuvieron en mente absolutamente crear una empresa propia, lo que quiere decir que se sienten capaces para ello y todo lo que trae consigo. Por otro lado, el porcentaje más bajo lo presentó el querer integrarse a la empresa de su familia al culminar sus estudios con un 6%; manifestación de los estudiantes de Administración de Empresas. El surgimiento de la idea de crear una empresa puede ser por distintos motivos o también de las circunstancias por las que esté pasando la persona.

Además de acuerdo con lo obtenido con la pregunta 20 los estudiantes afirmaron que deseaban poner su propia empresa, lo que quiere decir que la existencia de un familiar que cuente con un negocio influya en mayor proporción; sin embargo, el menor porcentaje se halló en el ítem de seguir con un negocio familiar en las carreras de Administración de empresas, Contabilidad y Hotelería.

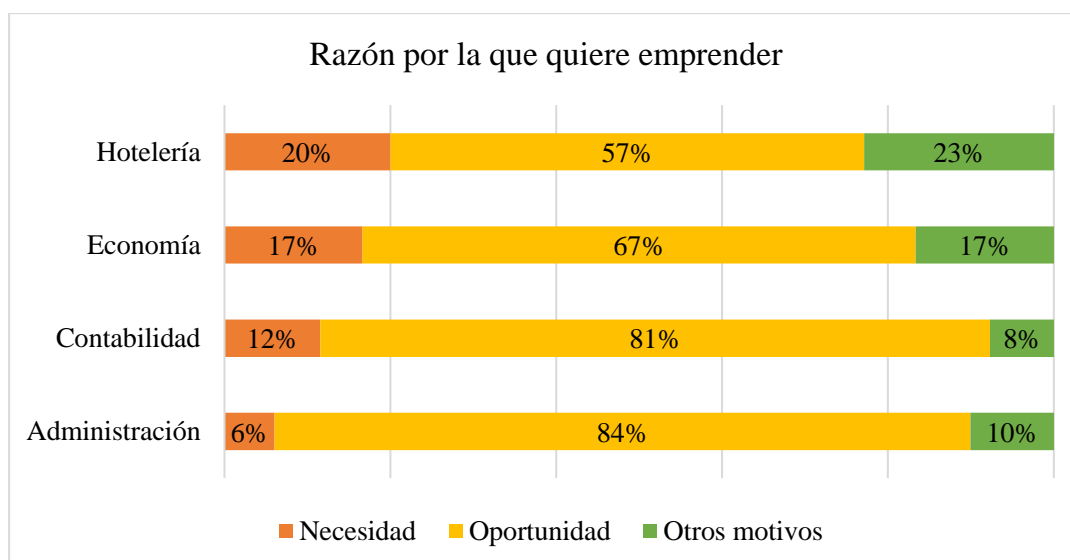


Figura 13. *Razón por la que quiere emprender según escuelas.*

Una persona puede emprender por distintas razones entre ellas tenemos por oportunidad, necesidad u otros motivos. Según el GEM al emprender por oportunidad es porque la persona es muy buena identificando buenas oportunidades en el mercado y cuando es por necesidad es por mejorar su estilo de vida. Como resultado de esta pregunta se obtuvo que las carreras en estudio emprenderían en un negocio por la identificación de oportunidades representando en la carrera de Administración de Empresas un 84%, mientras que en Hotelería representa un 57%. Además, en el apartado de emprender por necesidad la carrera de Hotelería obtuvo un mayor porcentaje con 20%. Si una persona decide emprender por necesidad no necesariamente quiere decir que desea que su empresa perdure en el tiempo o que sea exitosa; ya que simplemente busca una solución a determinadas circunstancias por las que esté pasando. Es más, el generar utilidades no es lo más importante, si no poder obtener el dinero que necesitan. Por otro lado, emprender por oportunidad es planear el negocio, aprovechar las situaciones que se den, evaluar el mercado y su potencial.

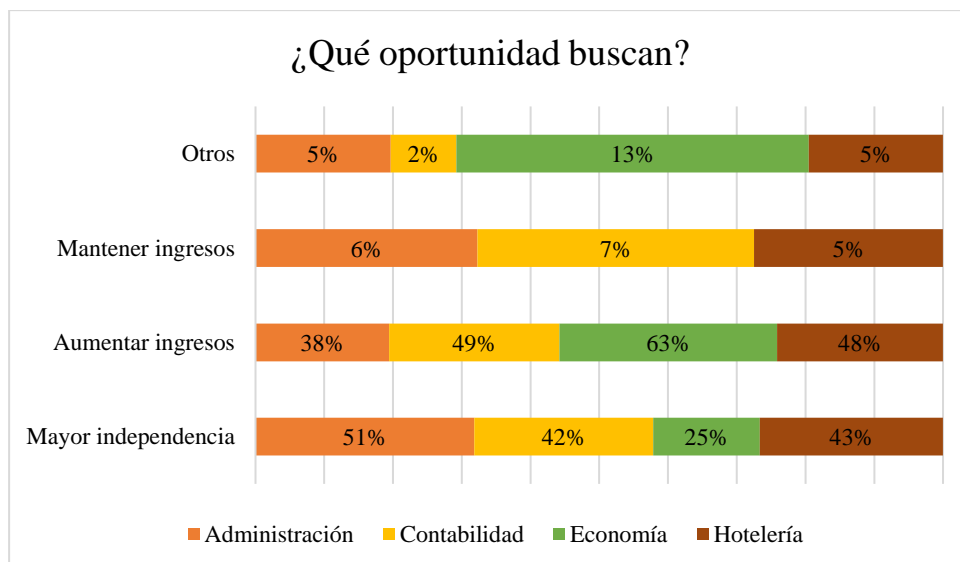


Figura 14. *Oportunidades que buscan para emprender.*

Como se observó en la figura el mayor porcentaje se obtiene de la premisa oportunidad; confirmando que emprenderían por encontrar una oportunidad para aumentar sus ingresos que representa un 63% para la carrera de Economía, mientras que para la carrera de Administración de Empresas es por tener mayor independencia con un 51% y de igual manera para Contabilidad con un porcentaje de 49%. Como se mencionó en el texto anterior emprender por oportunidad supone el saber aprovechar al máximo las oportunidades que uno busque, encuentre o pueda solucionar con su negocio. Obtener mayores ingresos y ser tu mismo el director de tu empresa está relacionado con el poder de logro de McClelland que lo impulsa a mejorar, afrontar obstáculos y calcular.

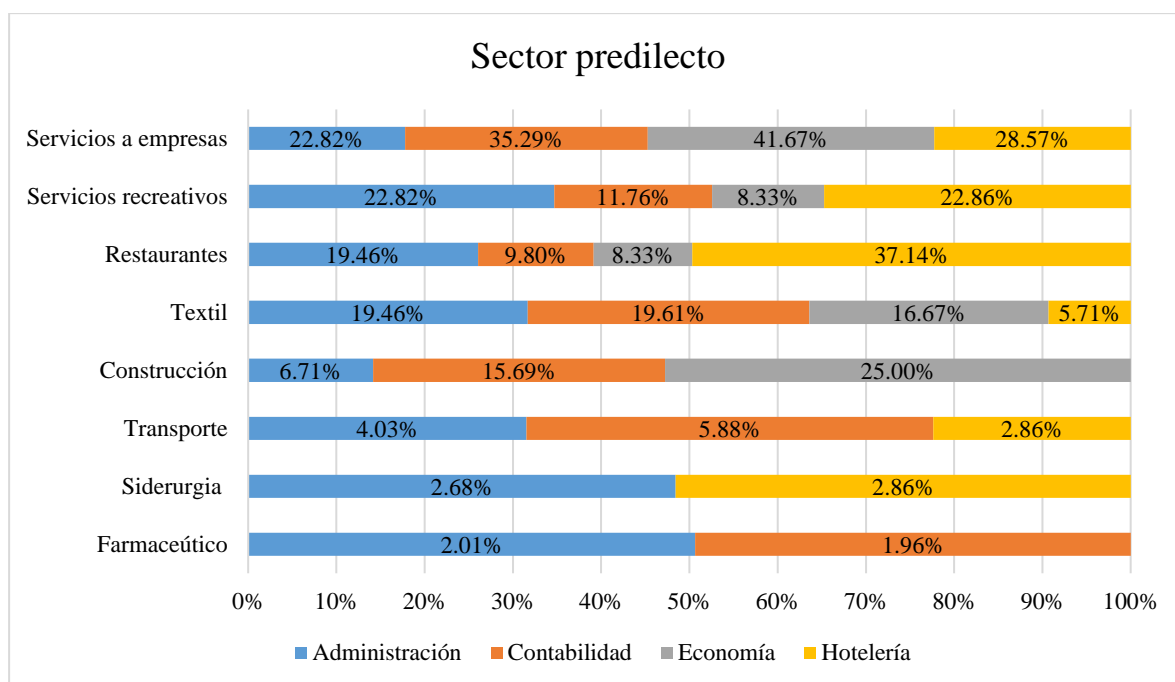


Figura 15. *Sector predilecto para montar su propio negocio.*

Los estudiantes que quieren en un futuro lejano o no incursionar en algún negocio consideran como sector atractivo en la carrera de Administración de Empresas con un 22.8% servicios a empresas y los servicios recreativos, al igual que la carrera de Contabilidad se ven con un negocio en el sector de servicios a empresas con un 35.29%. La carrera de Economía con un 8.33% incursionaría en el sector de restaurantes o servicios recreativos. Por último, la carrera de Hotelería debido a todo lo que aprenden y ponen en práctica a lo largo de sus estudios afirman que pondrían un negocio en el sector de restaurantes con 37.4%. Por lo que una correcta educación en emprendimiento facilitará la creación de una empresa y además ayudará a mejorar la economía de la comunidad Lambayecana.

### *Comparación y significancia de medias general*

En esta última parte del capítulo debido a que se tuvo cuatro grupos determinados por la carrera que estudiaba la población estudiada: Administración de Empresas, Contabilidad, Economía y Administración Hotelera y de Servicios, el investigador consideró conveniente realizar una comparación y significancia de medias que demostró que los estudiantes de las cuatro carreras no tienen la misma respuesta debido a lo que estudian o por motivos personales.

### *Comparación y significancia de medias según la carrera*

*Tabla 16.* Comparación y significancia de medias del perfil emprendedor y características.

Subdimensiones	H de Kruskal-Wallis	Sig. asintótica
Buscar oportunidades e iniciativas	5.525	0.137
Persistencia	4.835	0.184
Cumplimiento	5.101	0.165
Exigir influencia y calidad	5.031	0.170
Correr riesgos calculados	5.037	0.169
Fijar metas	3.476	0.324
Búsqueda de información	7.488	0.058
Planeación sistemática y de seguimiento	10.023	0.018
Persuasión y redes de apoyo	13.646	0.003
Autoconfianza e independencia	4.283	0.232
Factor de corrección	0.965	0.810

Existe diferencia significativa en las subdimensiones planeación sistemática y de seguimiento y en la persuasión y redes de apoyo, puesto que tienen el sigma con datos menores a 0.05. Por otra parte, la dimensión relacionada a la Búsqueda de información muestra un sigma tendencial, denotándose así en su valor, que oscila entre al 0.05 a 0.1.

- Según los rangos promedios en cuanto a la significancia de medias, se demuestra que tanto para el subdimensión referente a la búsqueda de información y planeación sistemática y de seguimiento, y la persuasión y redes de apoyo; las carreras con mayor predominancia son las de Hotelería y Economía respecto a Administración y contabilidad que poseen rangos promedios menores.

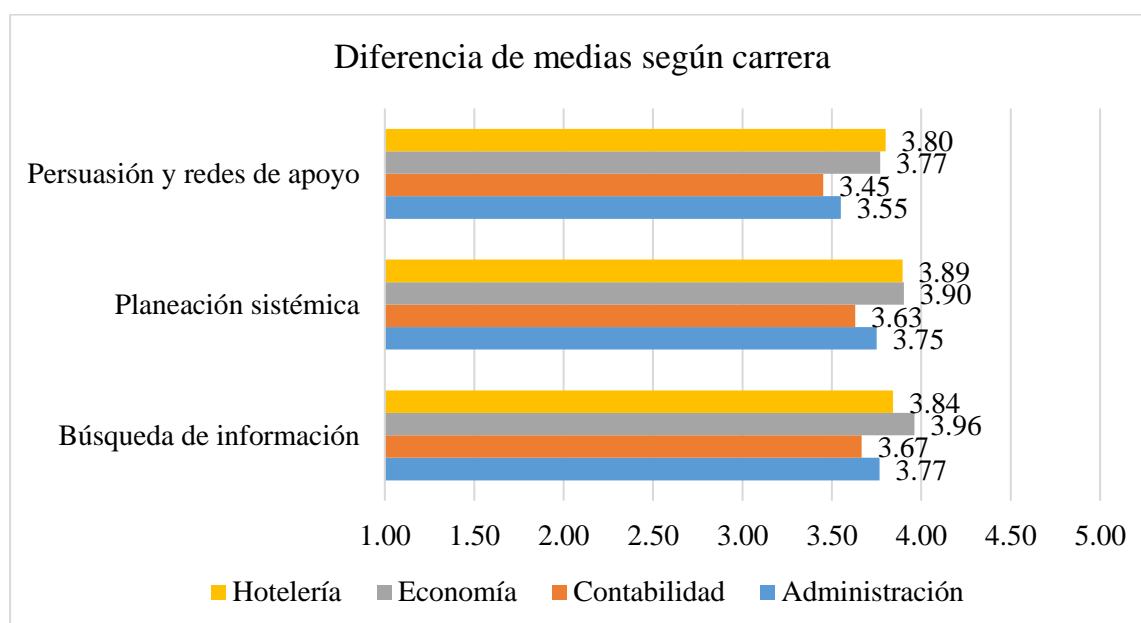


Figura 16. *Diferencia de medias según escuela y características de un emprendedor.*

Los ítems a los que se atribuye las características significativas 9, 20,31,42,53 para la característica de persuasión y redes de apoyo; la planificación sistemática relacionada con los ítems 8, 19, 30, 41, 52 (tratan sobre la planificación de un proyecto, análisis de situaciones, y por último; 7,18, 29, 40 y 51 respecto a la característica de búsqueda de información de este apartado. Corroborando lo mencionado en la tabla anterior tanto en las carreras de Hotelería y Economía, denotan predominancia en las medias de las dimensiones explicadas a comparación de Contabilidad y Administración de Empresas, que son superados con significancia; demostrando así que informarse sobre la competencia, posibles clientes, investigar sobre el producto o servicio que desea ofrecer y la comunicación con expertos , el persuadir e influir en

otros y hacer seguimiento de los planes para verificar resultados; influye en las carreras estudiadas.

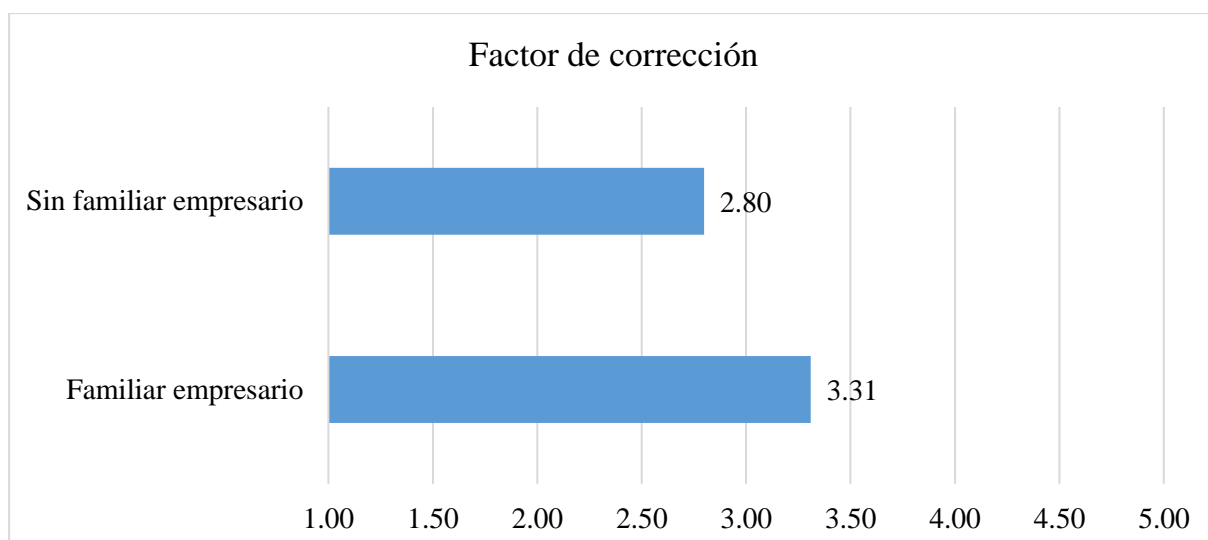
*Comparación y significancia según la existencia de un familiar emprendedor*

*Tabla 17. Significancia según la existencia de un familiar emprendedor.*

Subdimensiones	U de Mann-Whitney	Sig. asintótica(bilateral)
Buscar oportunidades e iniciativas	8809.00	0.913
Persistencia	7872.50	0.125
Cumplimiento	8484.00	0.547
Exigir influencia y calidad	8281.50	0.363
Correr riesgos calculados	8476.00	0.540
Fijar metas	8823.50	0.931
Búsqueda de información	8777.00	0.875
Planeación sistemática y de seguimiento	8563.00	0.630
Persuasión y redes de apoyo	8518.00	0.582
Autoconfianza e independencia	8288.00	0.369
Factor de corrección	7625.50	0.056

La única dimensión que demostró una sigma tendencial según la existencia de algún familiar emprendedor es la dimensión correspondiente al “factor de corrección”.

- Los rangos promedios correspondientes al factor de corrección según la existencia de algún familiar emprendedor denotan que la misma si influye sobre la subdimensión tratada puesto que el promedio del rango es mayor frente a no tener un familiar emprendedor.



*Figura 17.* Significancia de Factor de corrección según la presencia de un familiar emprendedor.

Coincidiendo con lo mencionado en la tabla 19, se pudo demostrar, que además de poseer un sigma menos a 0.05, las medias entre la existencia de algún familiar con algún tipo de emprendimiento, influye en la corrección ante situaciones que lleven a la persona a no actuar bien con los demás como con ella misma, ya que es muy importante la escucha, la empatía, la honestidad en los emprendedores, para un correcto fin de solucionar problemas. Esta figura la encontramos en los ítems 11, 22, 33, 44 y 55 del primer bloque del cuestionario aplicado, que trataron de buscar la empatía, saber escuchar, posibles fracasos y su actitud para admitir errores, afirmando una vez más que la existencia de un familiar emprendedor es importante para los alumnos porque puede influir en su intención emprendedora y aprender de sus errores.

*Comparación y significancia según el deseo de emprender un negocio*

Tabla 18. *Significancia según el deseo de emprender.*

Subdimensiones	U de Mann-Whitney	Sig. asintótica(bilateral)
Buscar oportunidades e iniciativas	302.00	0.31
Persistencia	295.50	0.26
Cumplimiento	278.50	0.15
Exigir influencia y calidad	324.50	0.53
Correr riesgos calculados	264.50	0.09
Fijar metas	329.00	0.59
Búsqueda de información	258.50	0.07
Planeación sistemática y de seguimiento	225.00	0.018
Persuasión y redes de apoyo	269.50	0.11
Autoconfianza e independencia	251.00	0.056
Factor de corrección	328.50	0.58

Existe diferencia significativa en las subdimensiones planeación sistemática y de seguimiento, puesto que tienen el sigma con datos menores a 0.05. Por otra parte, la dimensión relacionada a la Autoconfianza e independencia muestra un sigma tendencial, denotándose así en su valor, que oscila entre al 0.05 a 0.1.

Por su parte la significancia de medias según el deseo de emprender en algún negocio se demuestra que tanto las subdimensiones de “Planeación sistemática y de seguimiento” y “Autoconfianza e independencia” corresponden a lo ya mencionado.

- Las subdimensiones de “Autoconfianza e independencia” y “Planeación sistemática” según el deseo de emprender confirman que la existencia de un familiar

emprendedor influye en las dimensiones mencionadas; teniendo rangos promedio resaltantes respecto a las otras dimensiones.

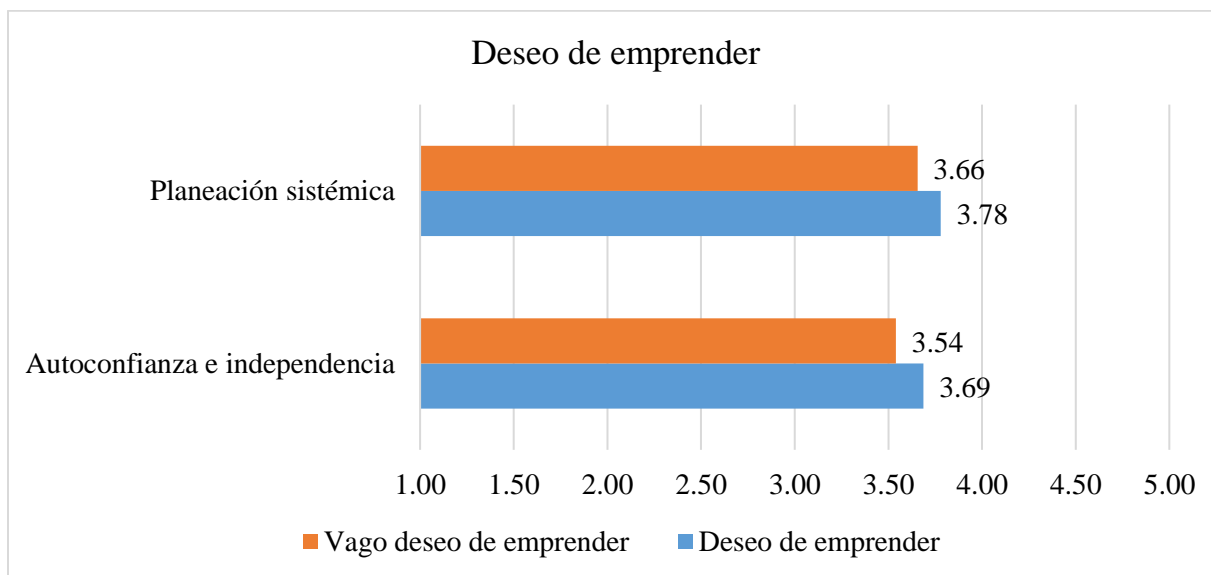


Figura 18. Significancia según el deseo de emprender y características de un emprendedor.

Comprobando lo mencionado en la tabla anterior tanto en planificar las tareas con un plazo de cumplimiento, como la confianza en uno mismo para terminar las tareas que tienes, que son resultado de los ítems 10, 21, 32, 43 y 54 de la subdimensión de autoconfianza e independencia (cree firmemente en sus posiciones). Por otro lado, la planeación sistemática relacionada con las preguntas 8, 19, 30, 41 y 52, que trataron de buscar que tanto planifican sus tareas, si se vieron influenciadas significativamente por el deseo de emprender un negocio de parte del estudiante.

### *Comparación y significancia específicas*

A continuación, se detallará la significancia de medias según las carreras estudiadas, además de esto se cruzará la carrera estudiada con otras variables. Según la significancia, las únicas carreras que denotan un sigma menor al 0.05 son las de Administración y Contabilidad. A continuación, se detallará lo mencionado.

#### *Significancia según la carrera de Administración de empresas & Ciclo académico*

Tabla 19. *Significancia según la carrera de Administración de Empresas & Ciclo Académico.*

Subdimensiones	U de Mann-Whitney	Sig. asintótica(bilateral)
Buscar oportunidades e iniciativas	2828	0.027
Persistencia	2924	0.058
Cumplimiento	3083	0.166
Exigir influencia y calidad	3327	0.545
Correr riesgos calculados	3140	0.229
Fijar metas	3412	0.739
Búsqueda de información	3454	0.842
Planeación sistemática y de seguimiento	3439	0.805
Persuasión y redes de apoyo	3227	0.356
Autoconfianza e independencia	2992	0.094
Factor de corrección	2979	0.085

Existe diferencia significativa en las Buscar oportunidades e iniciativas, puesto que tiene el sigma con datos menores a 0.05. Por otra parte, la dimensión relacionada a la Persistencia muestra un sigma tendencial, denotándose así en su valor, que oscila entre al 0.05 a 0.1.

Las subdimensiones que tienen significancia respecto a el ciclo académico son las de “Buscar oportunidades e iniciativas” y “Persistencia” (ante un obstáculo hace todo lo necesario para superarlo) con un sigma de 0.027 para la primera y un sigma de 0.058 para la segunda.

- La carrera según el ciclo de estudio confirma que los rangos promedios tuvieron mayor valor en el noveno ciclo tanto la subdimensión de “Búsqueda de oportunidades e iniciativas” y la de “Persistencia”. Mientras que en el octavo ciclo los rangos son menores que los del noveno ciclo.

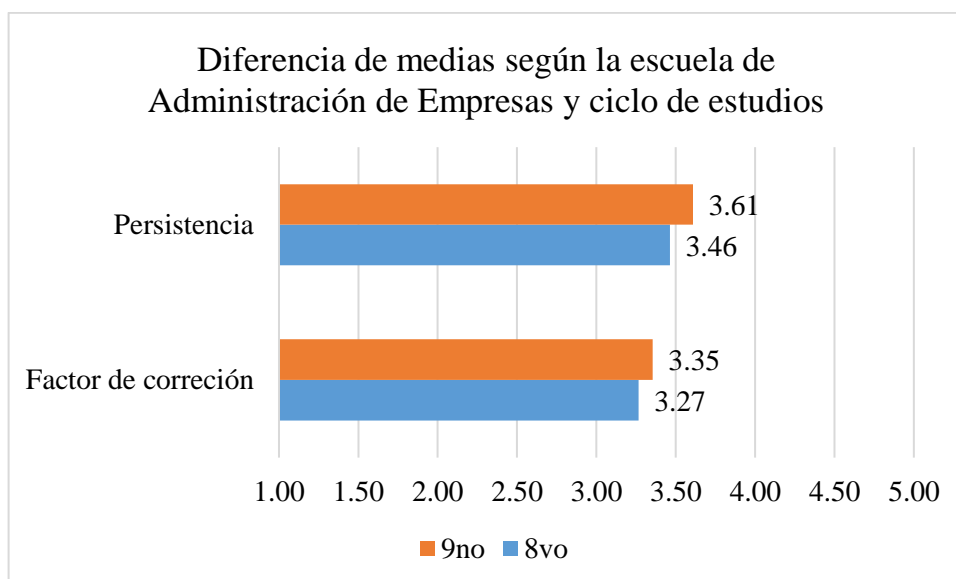


Figura 19. Diferencia de medias de la escuela de Administración de Empresas y el ciclo de estudios.

La diferencia de medias según el ciclo de estudios teniendo en cuenta las subdimensiones son las de “Persistencia” y “Factor de Corrección”; con la figura 19 se confirma lo mencionado en la tabla 24.

En los estudiantes de Administración de Empresas, el factor de corrección como la persistencia denotan ser influenciados y más predominantes en los alumnos del noveno ciclo, respecto a los de octavo.

Entendiendo la subdimensión persistencia como la responsabilidad de tus actos para conseguir la superación de un obstáculo relacionada con los ítems 2, 13, 24, 35 y 46. Mientras

que en el factor de corrección los ítems 11, 22, 33, 44 y 55 responden a la oportunidad de mejora de las personas ante las situaciones que se les presenten.

***Significancia según la carrera de Administración de empresas & Existencia de algún emprendedor en la familia***

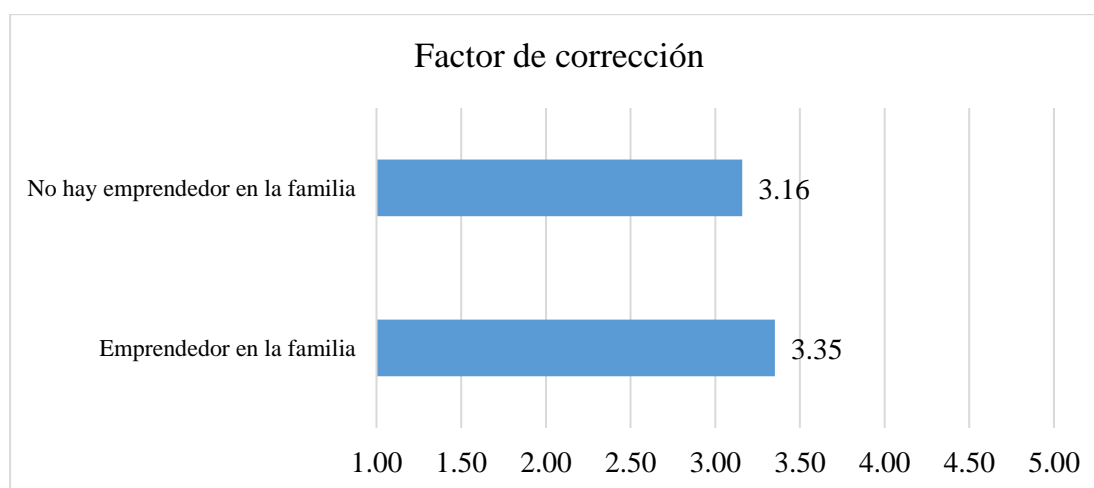
En este apartado se escogió solo a la carrera de Administración de Empresas debido a que es aquella que contaba con más estudiantes en el tiempo en que se realizó la investigación y quienes aportaron más en los resultados; ya que fueron 221 estudiantes que respondieron al cuestionario. Además, se demostró que los estudiantes presentaron mayor significancia en los ítems de la subdimensión Factor de Corrección enlazada con la existencia de un familiar emprendedor; señalando así que está vinculada la forma en que los estudiantes enmiendan sus errores tanto profesionales como personales, en base las experiencias de sus familiares.

Tabla 20. *Significancia según la carrera de Administración de empresas & Existencia de algún emprendedor en la familia.*

Subdimensiones	U de Mann-Whitney	Sig. asintótica(bilateral)
Buscar oportunidades e iniciativas	2486	0.78
Persistencia	2328.5	0.38
Cumplimiento	2077	0.07
Exigir influencia y calidad	2257	0.26
Correr riesgos calculados	2517.5	0.87
Fijar metas	2101	0.09
Búsqueda de información	2155	0.13
Planeación sistemática y de seguimiento	2417	0.59
Persuasión y redes de apoyo	2464	0.72
Autoconfianza e independencia	2403	0.56
Factor de corrección	1914	0.02

Los estudiantes de la carrera de Administración de empresas obtuvieron un sigma de 0.02 en la subdimensión del “factor de corrección” respecto a la existencia de algún emprendedor en la familia. Lo que quiere decir que influye en ellos el que un familiar tenga un negocio propio y aprendan de este para que mejoren y eviten fallar en los aspectos empresariales.

- La única subdimensión que obtuvo significancia fue la de “factor de corrección” según la existencia de un familiar emprendedor; lo que quiere decir que los estudiantes de la carrera de Administración toman en cuenta las experiencias de su familia que incursionó en algún negocio.



*Figura 20. Significancia de medias según la escuela de Administración de empresas y la existencia de un familiar emprendedor.*

En los estudiantes de Administración de Empresas el aprender de los errores y situaciones difíciles, se ve influenciado significativamente cuando existe algún familiar emprendedor en la familia.

### ***Significancia según la carrera Administración de empresas & Deseo de emprender***

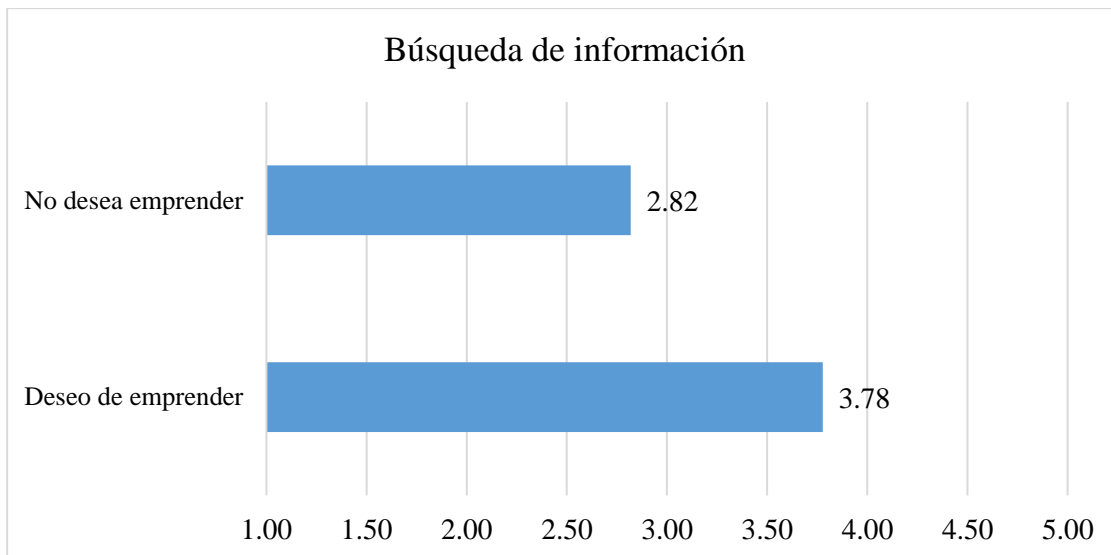
Al igual que en el punto anterior la carrera de Administración de Empresas fue la única que presentó significancia en la subdimensión de Búsqueda de Información relacionada con el deseo de emprender; demostrando que los estudiantes tienen absolutamente el deseo de emprender y buscando información previamente la consecución de sus objetivos.

Tabla 21. *Significancia según la carrera de Administración de empresas y el deseo de emprender.*

Subdimensiones	U de Mann-Whitney	Sig. asintótica(bilateral)
Buscar oportunidades e iniciativas	38	0.23
Persistencia	49.5	0.70
Cumplimiento	32.5	0.11
Exigir influencia y calidad	52.5	0.86
Correr riesgos calculados	33	0.12
Fijar metas	29.5	0.07
Búsqueda de información	23.5	0.02
Planeación sistemática y de seguimiento	32.5	0.11
Persuasión y redes de apoyo	44	0.43
Autoconfianza e independencia	35	0.15
Factor de corrección	48.5	0.64

Según la escuela de Administración de empresas se demuestra que la subdimensión más significativa es la de “Búsqueda de información” con un sigma de 0.02 en el deseo de emprender.

- La carrera de Administración de empresas según el deseo de emprender expresado confirma que el rango promedio tuvo mayor valor en la subdimensión de “Búsqueda de información” con valores de 8.14 en la respuesta afirmativa y 14.15 con la respuesta negativa.



*Figura 21.* Significancia según la escuela de Administración de Empresas y el deseo de emprender.

Corroborando lo mencionado en la tabla 22 en los estudiantes de Administración de Empresas la subdimensión búsqueda de información que es la forma en que uno investiga de distintos puntos ya sea del producto o servicio que desea ofrecer, teniendo como base las diferentes formas en las que uno se puede valer para conseguir la información. Se ve significativamente influenciada cuando existe el deseo de emprender, respecto a no tener aspiraciones emprendedoras.

### *Significancia según la carrera de Contabilidad y el sexo*

La carrera de Contabilidad fue la única que presentó diferencias en los ítems de la subdimensión de Búsqueda de Información, por lo que se realizó este apartado para demostrar que en dicha carrera los estudiantes discriminando por sexo demostraron que los varones si presentan mayor preocupación por buscar información para emprender un negocio tanto de servicios como de productos.

Tabla 22. *Significancia según la carrera Contabilidad y el sexo.*

Subdimensiones	U de Mann-Whitney	Sig. asintótica(bilateral)
Buscar oportunidades e iniciativas	462.50	0.66
Persistencia	428.50	0.37
Cumplimiento	456.50	0.61
Exigir influencia y calidad	388.50	0.15
Correr riesgos calculados	403.00	0.22
Fijar metas	486.50	0.91
Búsqueda de información	345.50	0.04
Planeación sistemática y de seguimiento	454.50	0.59
Persuasión y redes de apoyo	458.00	0.62
Autoconfianza e independencia	479.00	0.83
Factor de corrección	479.50	0.84

En general si hay significancia de diferencia de media en la subdimensión de “Búsqueda de información” respecto al sexo en la escuela de Contabilidad con un sigma de 0.04.

- La subdimensión “Búsqueda de información” relacionada con el sexo en la escuela de Contabilidad presento un valor significativo.

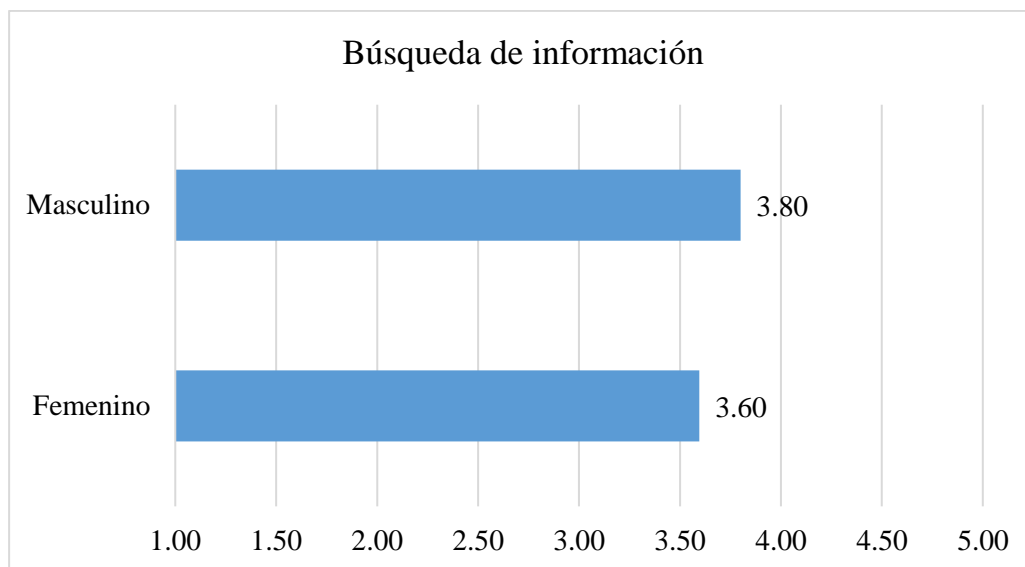


Figura 22. Significancia según la escuela de Contabilidad y el sexo.

La obtención de información de distintas formas en cuanto al producto o servicio que se ofrecerá y las consultas a expertos que se hagan, se ven influenciadas significativamente en los estudiantes de contabilidad, cuando estos son de sexo masculino.

Tabla 23. Medias generales sobre las características de un emprendedor de la Facultad de Ciencias Empresariales.

Dimensión	Medias	8vo	9no	Femenino	Masculino	Familiar empresario	Sin familiar empresario	Deseo de emprender	Vago deseo de emprender
Búsqueda de oportunidades	3.92	3.86	3.98	3.90	3.94	3.94	3.86	3.94	3.80
Persistencia	3.51	3.44	3.58	3.51	3.50	3.52	3.48	3.55	3.30
Cumplimiento	3.86	3.79	3.96	3.91	3.79	3.88	3.82	3.89	3.74
Exigir influencia y calidad	3.79	3.73	3.86	3.82	3.74	3.82	3.71	3.80	3.73
Correr riesgos calculados	3.73	3.67	3.80	3.71	3.76	3.75	3.67	3.76	3.61
Fijar metas	3.83	3.82	3.86	3.82	3.86	3.87	3.73	3.85	3.77
Búsqueda de información	3.78	3.73	3.84	3.79	3.76	3.80	3.74	3.81	3.66
Planeación sistémica	3.76	3.69	3.85	3.76	3.75	3.81	3.62	3.78	3.66
Persuasión y redes de apoyo	3.58	3.48	3.71	3.57	3.59	3.61	3.48	3.61	3.45
Autoconfianza e independencia	3.66	3.58	3.76	3.63	3.70	3.69	3.58	3.69	3.54
Factor de corrección	3.31	3.29	3.33	3.32	3.28	3.31	3.30	3.31	3.29

Las características más predominantes en el sexo femenino son las de cumplimiento, búsqueda de oportunidades y las de exigir influencia y calidad con la fijación de metas; mientras que en el sexo masculino la más predominante fue la de búsqueda de oportunidades, seguida de fijar metas y el cumplimiento. Confirmando así que las características de un emprendedor por sexo son distintas en poca proporción.

La característica emprendedora más predominante relacionada con la existencia de un familiar emprendedor es la de búsqueda de oportunidades, reafirmando una vez más que esto influye en la decisión de emprender.

*Tabla 24. Intención de crear una empresa de la Facultad de Ciencias Empresariales.*

<b>Crear una empresa</b>	
Nunca	7%
Empresa familiar	6%
Sí	39%
Absolutamente	48%

El grado de intención emprendedora de los estudiantes de octavo y noveno ciclo de la Facultad de Ciencias Empresariales de la USAT es en general moderado y bueno, obteniendo un 48% de respuestas positivas sobre la creación de una empresa; teniendo en cuenta todas las preguntas que se realizaron en el cuestionario y relacionadas a la intención emprendedora.

## V. Discusión

Esta investigación tiene como principal propósito analizar el grado de intención de emprendimiento en los estudiantes de octavo y noveno ciclo de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo; de la cual los datos y resultados obtenidos ;respondiendo al objetivo general, se comprueba que la población estudiada presenta un alto grado de intención de emprendimiento por oportunidad debido a los siguientes factores: presencia de un familiar que cuente con un negocio, necesidad de independencia y sobre todo la habilidad que tienen para encontrar o buscar oportunidades en el mercado.

El diagnóstico del nivel de conocimiento de emprendimiento de los estudiantes, quienes respondieron de manera positiva y conocedora a este tema, se obtuvo respuestas similares tanto en el Focus Group como en el cuestionario. Por lo que la situación actual es evidente; se conoce del emprendimiento, ciertas características como las de búsqueda de oportunidades y perseverancia son las más distinguidas. En poca proporción los estudiantes han asistido a actividades que fomenten el emprendimiento, pero siempre tienen oportunidades de asistir a una de ellas, sin embargo, no asisten. Esto debido a que dichas actividades no están en su plan de estudios o porque al considerarse emprendedores sienten que el arriesgarse a lanzar un negocio sin ninguna guía es algo normal y que el fracaso (si se da) es parte de su aprendizaje.

Es importante recalcar que de las cuatro escuelas parte de la población; la de Administración de Empresas es la que tiene en su plan de estudios más cursos implementados para la creación de una empresa, siendo así la que presentó más respuestas positivas en cuanto al emprendimiento juvenil (consideración como persona emprendedora, conocimientos brindados por parte de la universidad, características y perfil del emprendedor y la influencia positiva de ciertos factores sociodemográficos) en la USAT.

Por otro lado, en cuanto al perfil emprendedor e intención emprendedora; la característica principal y más repetitiva es la relacionada a la facilidad para buscar oportunidades y aprovecharlas en el mercado; poniendo como base las experiencias personales y las de sus familiares que cuenten con un emprendimiento. De acuerdo con McClelland citado por Angelo Kinicki y Robert Kreitner (2003) define al emprendedor como una persona con alta tendencia a cumplir la necesidad de logro (una de las necesidades de la teoría de McClelland) los estudiantes presentan dicha tendencia en un nivel alto debido a que las características más significativas son las relacionadas a esta necesidad como: la búsqueda de oportunidades e iniciativa que presentan, la persistencia, el correr riesgos calculados, exigencia de influencia y

calidad y por último el cumplimiento. Todas estas características están fuertemente relacionadas con la intención de emprendimiento ya que describen el impulso que los motiva a realizar algo, afrontar y calcular. Contrastando este estudio con el de Lucía Pérez Blanco (2016) que se realizó en la Universidad Politécnica de Valencia y sabiendo que son realidades distintas, se habría esperado tal vez que los resultados sean distintos, sin embargo, son similares; ya que presentan en ambas instituciones una alta tendencia por cubrir la necesidad de logro. Agregando también que dicha institución educativa cuenta con un plan de estudios enfocado en fomentar una cultura emprendedora y es una alta fuente de educación en emprendimiento de dicha ciudad. Entre el 2016 y 2018 ha realizado 11 enfocadas en el emprendimiento en estudiantes tanto de la misma universidad, personas interesadas en el tema y estudiantes de otras instituciones de educación superior. Al igual que la USAT con IMPULSAT y Tu Empresa (ambos centros de apoyo y desarrollo para emprendimientos), la Universidad Politécnica de Valencia cuenta con un centro llamado StarUPV que cuenta también con aliados muy importantes de su entorno para el apoyo a jóvenes emprendedores y con ideas de negocio innovadoras.

Para sintetizar marcaron en su mayoría los mismos ítems en el primer bloque del cuestionario que cuenta con 55 ítems, coincidiendo más en los de: exigencia de influencia y calidad, cumplimiento, fijación de metas y la búsqueda de oportunidades. Sin embargo, para (Sánchez Rodríguez, Hernández Herrera, & Jiménez García, 2016) los estudiantes no saben detectar oportunidades en un 8%, encontrando así que no tienen desarrollada esa habilidad, considerada muy importante para un emprendedor. Por lo que propone que en el plan de estudios se refuerce este tema.

En cuanto a la influencia de la universidad en la intención emprendedora de los estudiantes. Se identifica primero que los estudiantes si se consideran personas emprendedoras en las cuatro escuelas partes de la población estudiada. Además, manifiestan tener los conocimientos necesarios para emprender un negocio; siendo neutra la influencia de la USAT para la creación de una empresa. De acuerdo con Medina Brito, Bolívar Cruz & Lemes Hernández (2014), la universidad debe de estar involucrada en la fomentación de una cultura emprendedora para poder inculcar a los jóvenes esta misma. No obstante, los estudiantes aseguran que no asisten a actividades que fomenten el emprendimiento tanto por parte de la institución ni por cuenta personal, como se mencionó en el párrafo anterior. Otro tema importante y de acuerdo con (Ruiz Navarro, Cabello Medina, & Medina Tamayo, 2014) se tiene que fomentar un ecosistema emprendedor, logrando así un país próspero, con una mentalidad basada en emprendimiento,

valorando esta actividad y que sobre todo los jóvenes sientan el apoyo tanto del gobierno como de su universidad.

Las características sociodemográficas y la intención emprendedora de los estudiantes se ven reflejados en la presencia de un familiar que cuente con un negocio siendo este un factor importante para la decisión de emprender. Además, comparando lo obtenido con (Echeverri Sánchez, Laura ; Valencia Arias, Alejandro ; Benjumea Arias , Martha ; Barrera Del Toro, Andry, 2018) la decisión de emprender se ve influenciada por las experiencias de sus familiares tomando así un ejemplo a seguir, esto los motiva a la creación de su propia empresa. En cuanto al género, este no influye en el perfil de un emprendedor, características sociodemográficas o la influencia que la universidad pudo tener en ellos y de acuerdo con (Oliver, Galiana, & Gutiérrez-Benet, 2016) las actitudes emprendedoras no se ven influenciadas en gran porcentaje por el sexo; sin embargo, en algunos casos o situaciones este si puede influir teniendo en cuenta las experiencias de la sociedad, familia o experiencias propias.

## VI. Conclusiones

Los estudiantes de octavo y noveno ciclo de la Facultad de Ciencias Empresariales presentaron un grado de intención de emprendimiento alto, teniendo en cuenta los resultados del perfil emprendedor, influencia de la universidad y características sociodemográficas.

Se diagnosticó que los estudiantes de octavo y noveno ciclo de la Facultad de Ciencias Empresariales conocen sobre emprendimiento, considerando que las características más importantes son las de búsqueda de oportunidades y perseverancia, además que el contar con un familiar emprendedor los motiva a crear su propio negocio, basado en experiencias personales y de las que hayan escuchado.

Los estudiantes de la carrera de Administración de Empresas representaron la mayoría de la población estudiada, demostraron que tienen altamente desarrollada la habilidad emprendedora de encontrar y buscar oportunidades en el mercado, resaltando que algunos de ellos ya son emprendedores con negocio propio. Además, que la existencia de un familiar influye positivamente en ellos para emprender, siendo este un factor sociodemográfico que destacó durante la investigación.

La carrera de Administración Hotelera y de Servicios cuenta con estudiantes en el octavo y noveno ciclo que aspiran a tener su propio negocio, afirmaron que una de las principales características de los emprendedores es la creatividad y que la actividad que realicen debe dar un valor agregado a la sociedad y que su producto o servicio sea reconocido. Consideraron que una persona puede emprender por necesidad u oportunidad, dependiendo de la situación por la que estén pasando.

Los estudiantes de la carrera de Economía sí piensan en emprender un negocio, buscan ofrecer servicios a empresas; esta fue la carrera que tuvo menos participantes en la encuesta, de los cuales la mayoría consideró tener los conocimientos necesarios para poder crear su propio negocio y que la universidad influye de manera neutra en la fomentación del emprendimiento en ellos; teniendo en cuenta su plan de estudios y las distintas actividades que realiza la facultad.

La carrera de Contabilidad presentó como característica más importante la de búsqueda de oportunidades en ambos ciclos de estudios, demostrando que tienen habilidades para encontrar y aprovechar oportunidades. Se consideran personas emprendedoras y manifestaron tener los conocimientos necesarios para crear un negocio que no necesariamente fueron parte de su plan de estudios. La existencia de un familiar emprendedor les sirve de apoyo o ayuda para la creación de su empresa.

El perfil emprendedor de los estudiantes de octavo y noveno ciclo de la Facultad de Ciencias Empresariales presenta una alta tendencia a satisfacer la necesidad de logro de la teoría de McClelland; sobresaliendo en ellos las características de búsqueda de oportunidades, iniciativa, persistencia, correr riesgos calculados, la exigencia de influencia y calidad, y por último el cumplimiento.

La Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo influye de manera neutra en la intención de emprendimiento de los estudiantes de octavo y noveno ciclo de la Facultad de Ciencias Empresariales y tiene un papel importante en el fomento de la cultura emprendedora, los alumnos se consideran personas emprendedoras en su gran mayoría, participando en ciertas actividades que realiza la USAT. Tienen conocimiento de los principales centros de la institución que apoyan a los estudiantes a la creación de su empresa y de asesoría para emprendedores.

Los factores sociodemográficos que intervienen en la intención emprendedora de los estudiantes son: la existencia de un familiar que cuente con un negocio propio, motivando así a los jóvenes que se basan en las experiencias. Además, el género no es un factor determinante en la actitud emprendedora.

## **VII. Recomendaciones**

El emprendimiento es un tema en auge de investigación a nivel mundial; por lo que se debe de seguir fomentando a realizar investigaciones en materia emprendedora y todas las ramas que contiene; poniendo énfasis en las instituciones educativas superiores que son quienes albergan a jóvenes y se les puede inculcar una cultura en innovación, emprendimiento y perseverancia.

Fomentar una correcta base en emprendimiento en los estudiantes que presentan un alto grado de intención de emprendedora y poder mejorar la economía de la Región Lambayeque.

Se recomienda aplicar el cuestionario usado en la investigación para obtener el perfil emprendedor de los estudiantes de la USAT, y así poder crear planes o actividades que guíen y asesoren a los futuros emprendedores.

Enfocar el plan de estudios de las cuatro carreras de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo en materias que promuevan el emprendimiento durante la etapa universitaria; insertando así una cultura emprendedora.

Promover actividades, talleres y charlas sobre emprendimiento en la Región Lambayeque, y lograr que los jóvenes asistan a ellas.

Seguir investigando los factores sociodemográficos que influyen en la intención de emprendimiento de los jóvenes y son determinantes para la creación de una empresa.

## VIII. Referencias

Aerny Perreten, N., Domínguez-Berjón, F., Astray Mochales, J., Esteban-Vasallo, M. D., Blanco Ancos, L. M., & Lópaz Pérez, Á. (2011). Tasas de respuesta a tres estudios de opinión realizados mediante cuestionarios en línea en el ámbito sanitario. *Elsevier España*, 477 - 479 .

Alcaraz Rodríguez, R. (2011). *El emprendedor de Éxito. El emprendedor de Éxito*. Monterrey, México: McGrawHill.

Bel Durán, P., Fernández Guadaño, J., Vacas, L. P., & Martín López, S. (abril de 2016). La iniciativa emprendedora como base para la creación de empresas de participación: un instrumento para la innovación social. 121 - 141.

Bikse, V., Lusena-Ezera, I., Rivza, B., & Volkova, T. (2016). La transformación de las universidades tradicionales en universidades emprendedoras para garantizar una educación superior sostenible. 75 - 88.

Castro Zubizarreta, A., Renés Arellano, P., & de León Sánchez, B. (2014). La educación para el emprendimiento: el caso de Cantabria. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 512 - 518.

Chiavenato, I. (2002). *Administración en los nuevos tiempos*. Bogotá: McGraw-Hill Interamericana S.A.

Claudia, Á., Izaias, M., & Tatiana, L. (marzo de 2017). El espíritu emprendedor de los estudiantes en Colombia. Medellín: Universidad EAFIT.

Comercio, E. (06 de abril de 2017). Perú ocupa cuarto lugar en emprendimiento en Latinoamérica. *El Comercio*.

Durán Aponte, E., & Arias Gómez, D. (9 de junio de 2015). Intención emprendedora en estudiantes universitarios: integración de factores cognitivos y socio personales. 320 - 340.

Echeverri Sánchez, Laura; Valencia Arias, Alejandro; Benjumea Arias, Martha; Barrera Del Toro, Andry. (2018). Factores que inciden en la intención emprendedora del estudiantado universitario: Un análisis cualitativo. *Revista Electrónica Educare (Educare Electronic Journal)* E, 1 - 19.

Fernando Osorio, F., & Londoño Roldán, J. C. (Julio de 2015). Intención emprendedora de estudiantes de educación media. 103 - 131. Bogotá, Colombia.

Freeman, E. R., Stoner, J. A., & Gilbert, D. R. (2009). *Administración*. Madrid: PEARSON EDUCACIÓN S.S.

García García, V. D. (2015). *Emprendimiento Empresarial Juvenil: Una evaluación*. México.

García Ramos, C., Martínez Campillo, A., & Fernández Gago, R. (2004). Análisis de los factores determinantes de la creación de una empresa: una evidencia empírica en Castilla y León. 615 - 627.

García, J., S., C., Ward, A., Hernández, B., & Florez, J. L. (2017). Educación emprendedora. 401 - 473.

García, V. D. (Julio de 2015). Emprendimiento empresarial juvenil como respuesta a la crisis de empleo. Tultitlán, Mexico.

Guerrero, M., Urbano, D., Ramos, A. R., Ruiz - Navarro, J., Neira, I., & Fernández - Laviada, A. (2016). Perfil Emprendedor del Estudiante Universitario. España: Crue Universidades Españolas-RedEmprendia-CISE.

Hernández Sampieri, R. (2014). Metodología de la Investigación. Mexico: Mc GRAW-HILL.

Hernández, S., & Rodríguez. (2002). Administración Pensamiento, proceso, estrategia y vanguardia. México: McGraw-Hill.

Herrera Guerra, C. E., & Montoya Restrepo, L. A. (2013). El emprendedor: una aproximación a su definición y caracterización. 7 - 30.

Herrera, L., Garcés, P., & Vargas, J. (2002). Decisiones: Cómo administrar tu vida, tu tiempo y tu dinero. Lima: Santillana.

Kinicki, A., & Kreitner, R. (2003). Comportamiento organizacional. México: McGraw- Hill.

Maqueda, J., Olamendi, G., & Parra, F. (2003). Tu propia empresa: Un reto personal. Madrid: ESIC.

Medina Brito, P., Bolívar Cruz, A., & Lemes Hernández, A. I. (2014). Un paso más en la investigación de la Intención Emprendedora del estudiante universitario: Guesss.

Mejía Baldera, D. O. (28 de abril de 2015). Actitud emprendedora de los egresados de la carrera de Administración de empresas de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Chiclayo.

Mingfeng, T., Xiaogang, C., & Qiaohua, L. (2014). Tiene la educación empresarial China una relación con las necesidades de los estudiantes. Journal of Entrepreneurship in, 163 - 178.

Murillo Vélez, D. M. (octubre de 2015). El emprendimiento comunicacional. Machala.

Noorkartina, M., Hock- Eam, L., Norhafezah, Y., & Jan-Jan, S. (2015). Estimación del efecto de la educación de los empr. Emerald Insight , 874-890.

Norasmah, O., Norashidah, H., & Hariyaty, A. W. (2012). Preparación para la educación empresarial. Emerald Group Publishing Limited, 852 - 869.

Oliver, A., Galiana, L., & Gutiérrez-Benet, M. (2016). Diagnóstico y políticas de promoción del emprendimiento en estudiantes. 183 - 189.

Pérez Blanco, L. (enero de 2016). Propuesta metodológica para la caracterización de pautas emprendedoras en materia de emprendimiento universitario. Valencia, España.

Pontón Deluquez, E., & Márquez López, C. M. (2016). El marketing como base para el emprendimiento de los millenials. 65 - 82.

Robinson, J. (2014). The 7 Traits of Successful Entrepreneurs. Entrepreneur.

Romero Martínez, A. M., & Milone, M. (2016). El Emprendimiento en España: Intención Emprendedora, Motivaciones y Obstáculos. Globalización, Competitividad y Gobernabilidad, 95 - 109.

RPP. (06 de Setiembre de 2017). CCL: En el Perú existen 420 mil jóvenes desempleados. Obtenido de RPP Noticias.

Ruiz Navarro, J., Cabello Medina, C., & Medina Tamayo, R. (2014). La ley de emprendedores y la creación de empresas: una visión desde el observatorio GEM. Globalización, Competitividad y Gobernabilidad, 45 - 61.

Saettone, J. (2012). El gran salton. Lima: Editorial Planeta Perú S.A.

Sánchez Rodríguez, S., Hernández Herrera, C. A., & Jiménez García, M. (2016). Análisis de la percepción sobre iniciativa empresarial y el espíritu emprendedor en estudiantes de un tecnológico federal. Acta Universitaria, 70 - 82.

Sánchez, J., Aldana, R., De Dios, S., & Yurrebaso, M. (15 de marzo de 2012). La intención emprendedora como elección de carrera. La intención emprendedora como elección de carrera. Salamanca, España.

Serida, J., Guerrero, C., Alzamora, J., Borda, A., & Morales, O. (2017). Reporte GEM Perú 2016-2017. Lima: Ada Ampuero.

Serida, J., Nakamatsu, K., Armando, B., & Morales, O. (2013). Global Entrepreneurship Monitor: Perú 2013. Lima: Ada Ampuero.

Serida, Jaime; Guerrero, Carlos; Alzamora, Jessica; Borda, Armando; Morales Oswaldo. (2018). Global Entrepreneurship Monitor: Perú 2017-2018. Lima: Ada Ampuero.

Sineace. (2013). El emprendimiento como aprendizaje fundamental.

Suarez, L., & Vásquez, C. (mayo de 2015). Evolución del concepto emprendedor: de Cantillón a Freire. Evolución del concepto emprendedor: de Cantillón a Freire, 882 - 894. Venezuela.

Toca Torres, C. (2010). Consideraciones para la formación en emprendimiento: explorando nuevos ámbitos y posibilidades. Estudios Gerenciales, 41- 60 .

Valencia Arias, A., Montoya Restrepo, I., & Montoya Restrepo, A. (mayo de 2016). Intención emprendedora en estudiantes universitarios: Un estudio bibliométrico. *Intención emprendedora en estudiantes universitarios: Un estudio bibliométrico*, 881 - 922. Colombia.

Vásquez, C. (2017). Educación para el emprendimiento en la universidad. *Estudios De La Gestión*, (2), 121-147. doi:<http://dx.doi.org/10.32719/25506641.2017.2.5>

Velasco Arboleda, B. H. (2008). Elaboración del estado del arte del término “Emprendedor” desde las Teorías de Max Weber Y David C. McClelland. Bogotá.

## IX. Anexos

### ANEXO 1

#### ENCUESTA SOBRE EMPRENDIMIENTO JUVENIL DE LOS ESTUDIANTES DE LA USAT

**INSTRUCCIONES:** Porfavor rellena esta encuesta de carácter anónimo. Toda la información facilitada será tratada de forma confidencial y usada únicamente de forma interna.

Para su cumplimiento rellena con una "X" o completa textualmente según corresponda.

#### BLOQUE 1: Perfil emprendedor e intención emprendedora.

**INSTRUCCIONES PARA ESTA PARTE:** Lee detenidamente y decide cual te describe mejor. Se honesto y contesta con franqueza.

Selecciona el número que corresponda para designar la medida en la declaración que te representa.

1= nunca es cierto , 2= rara vez es cierto , 3= algunas veces es cierto , 4= usualmente es cierto , 5= siempre es cierto.

		1	2	3	4	5
1	Me esmero en buscar cosas que necesitan hacerse.					
2	Cuando tengo un problema no encuentro fácilmente la solución.					
3	Termino mi trabajo a tiempo.					
4	Me molesta cuando las cosas no se hacen debidamente.					
5	Prefiero situaciones que puedo controlar.					
6	Me gusta pensar sobre el futuro.					
7	Cuando comienzo una tarea o un proyecto nuevo, recaudo toda la información posible.					
8	Planifico un proyecto grande dividiéndolo en tareas de menor envergadura.					
9	Logro que otros apoyen mis recomendaciones.					
10	Me siento confiado que puedo tener éxito en cualquier actividad que me propongo ejecutar.					
11	No importa con quien este hablando, siempre escucho atentamente.					
12	Hago lo que se necesita hacer sin que otros tengan que pedirme que lo haga.					
13	Insisto varias veces para conseguir que otras personas hagan lo que yo quiero que hagan.					
14	Soy fiel a las promesas que hago.					
15	Mi rendimiento en el trabajo es mejor que el de otras personas con las que trabajo.					
16	Si me involucro en algo nuevo es porque voy a tener éxito.					
17	Pienso que es una pérdida de tiempo preocuparme sobre que haré con mi vida.					
18	Busco el consejo de personas que son especialistas en las áreas en que me desempeño.					
19	Considero cuidadosamente las ventajas y desventajas que tienen las diferentes alternativas antes de llevarla a cabo.					

1= nunca es cierto , 2= rara vez es cierto , 3= algunas veces es cierto , 4= usualmente es cierto , 5= siempre es cierto.

20	No pierdo mucho tiempo pensando como puedo influenciar a otras personas.					
21	Cambio de manera de pensar si otros difieren enérgicamente con mis puntos de vista.					
22	Me resiento cuando no logro lo que quiero.					
23	Me gustan los desafíos y nuevas oportunidades.					
24	Cuando algo se interpone en lo que estoy tratando de hacer, persisto en mi cometido.					
25	Si es necesario, no me importa hacer el trabajo de otros para cumplir con una entrega a tiempo.					
26	Me molesta cuando pierdo el tiempo.					
27	Tomo en consideración mis posibilidades de éxito o fracaso antes de decidirme actuar.					
28	Mientras más específicas sean mis expectativas sobre lo que quiero lograr en la vida, mayores serán mis posibilidades de éxito.					
29	Tomo acción sin perder tiempo buscando información.					
30	Trato de tomar en cuenta todos los problemas que puedan presentarse y pienso lo que haría si se suscitan.					
31	Me valgo de personas influyentes para alcanzar mis metas.					
32	Cuando estoy desempeñándome en algo difícil o desafiante, me siento confiado en mi triunfo.					
33	He sufrido fracasos en el pasado.					
34	Prefiero desempeñar tareas que domino a la perfección y en las que me siento seguro.					
35	Cuando me enfrento a serias dificultades, rápidamente me desplazo hacia otras actividades.					
36	Cuando estoy haciendo un trabajo para otra persona me esfuerzo en forma especial por lograr que quede satisfecha con el trabajo.					
37	Nunca quedo totalmente satisfecho con la forma en que se hacen las cosas, siempre considero que hay una mejor manera de hacerlo.					
38	Llevo a cabo tareas arriesgadas.					

1= nunca es cierto , 2= rara vez es cierto , 3= algunas veces es cierto , 4= usualmente es cierto , 5= siempre es cierto.

39	Tengo un plan para mi vida ya establecido.					
40	Cuando llevo a cabo un proyecto para alguien, hago muchas preguntas para estar seguro que entiendo lo que quiere la persona.					
41	Me enfrento a problemas a medida que surgen, en vez de perder tiempo tratando de anticiparlos.					
42	A fin de alcanzar mis metas, busco soluciones que beneficien a todas las personas involucradas en un problema.					
43	El trabajo que realizo es excelente.					
44	En ocasiones he sacado ventajas de otras personas.					
45	Me gusta hacer nuevas cosas.					
46	Intento diferentes maneras de superar obstáculos que se interponen al logro de mis metas.					
47	Mi familia y vida personal son más importantes para mí que las fechas de entregas de trabajo que yo mismo determino.					
48	Encuentro la manera de terminar trabajos en forma más rápida, en la casa tanto como el trabajo.					
49	Hago cosas que otras personas consideran arriesgadas.					
50	Me preocupa tanto alcanzar mis metas semanales como mis metas anuales.					
51	Me valgo de varias fuentes de información al buscar ayuda para llevar a cabo tareas o proyectos.					
52	Si no se resulta un determinado enfoque para hacer frente a un problema, desarrollo otro.					
53	Puedo lograr que personas con firmes convicciones y opiniones cambien su forma de pensar.					
54	Me mantengo firme en mis decisiones, aún cuando otras personas me contradigan enérgicamente.					
55	Cuando no sé algo, no temo admitirlo.					

---

**BLOQUE 2: PAPEL DE LA UNIVERSIDAD EN LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA**

---

1.- ¿ Te consideras una persona emprendedora?

Sí

No

2.- ¿Has realizado y/o asistido a actividades que fomentan la cultura emprendedora? ( en caso negativo pasar a la pregunta 4 )

Sí

No

3.- En caso afirmativo, señala quién la organizo:

Universidad

Institutos

Cámara de Comercio

Bancos

4.- ¿Consideras que tienes los conocimientos y habilidades necesarias para montar tu propia empresa?

Sí

No

5.- ¿ Crees que la formación universitaria te está dotando de los conocimientos y habilidades necesarias y facilitando las herramientas para desarrollar tu actividad empresarial?

Sí

No

6.- Indica tu grado de acuerdo respecto a la siguiente afirmación: " La formación que los universitarios reciben en la USAT esta orientada a la constitución de su propia empresa". (Valora de 1 a 5 , siendo 1 totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo).

1

4

2

5

3

7.- ¿Conoces la incubadora de negocios IMPULSAT?

Sí

No

8.- ¿ Conoces el Instituto Empresa y Sociedad (IES)?

Sí

No

9.- ¿ Has realizado alguna actividad que fomente el emprendimiento organizada por la USAT?

Sí

No

---

**BLOQUE 3: PERFIL SOCIO-ECONÓMICO E INTENCIÓN EMPRENDEDORA**


---

1.- Carrera que estudias:

- Administración de empresas  
 Contabilidad  
 Economía  
 Administración hotelera y de servicios turísticos

2.- Ciclo al que perteneces

- Octavo  Noveno

3.- Sexo:

- Femenino  Masculino

4.- Estado cívil:

- Soltero  
 Casado  
 Separado

5.- Número de hijos:

- No tengo hijos  
 1 hijo/a  
 2 hijos/as

6.- Edad:

- Menos de 20 años  
 Entre 20 y 25  
 Entre 26 y 35

7.- Ciudad de residencia: \_\_\_\_\_

8.- Ciudad de procedencia: \_\_\_\_\_

9.- Dónde vives actualmente:

- Lugar alquilado  
 Casa de tus padres  
 Casa de otros familiares

10.- Ingreso familiar mensual:

- Ingreso familiar mensual:  
 -----

11.- ¿Cómo financias tus estudios?

<input type="checkbox"/>	Con mis propios ingresos	<input type="checkbox"/>	Becas
<input type="checkbox"/>	Con fondos familiares	<input type="checkbox"/>	Otros

12.- Trabajas:

<input type="checkbox"/>	Sí	<input type="checkbox"/>	No
--------------------------	----	--------------------------	----

13.-Tienes acceso a internet en tu domicilio:

<input type="checkbox"/>	Sí	<input type="checkbox"/>	No
--------------------------	----	--------------------------	----

14.- Indica el nivel de estudios de tu padre:

<input type="checkbox"/>	Estudios primarios	<input type="checkbox"/>	Superior
<input type="checkbox"/>	Estudios secundarios	<input type="checkbox"/>	Técnicos

15.- Indica el nivel de estudios de tu madre:

<input type="checkbox"/>	Estudios primarios	<input type="checkbox"/>	Superior
<input type="checkbox"/>	Estudios secundarios	<input type="checkbox"/>	Técnicos

16.- Indica la profesión de tu padre:

<input type="checkbox"/>	Empresario	<input type="checkbox"/>	Funcionario
<input type="checkbox"/>	Obrero	<input type="checkbox"/>	Directivo de empresa
<input type="checkbox"/>	Profesión liberal	<input type="checkbox"/>	Otro
<input type="checkbox"/>	Empleado administrativo		

17.- Indica la profesión de tu madre:

<input type="checkbox"/>	Empresaria	<input type="checkbox"/>	Funcionaria
<input type="checkbox"/>	Obrera	<input type="checkbox"/>	Directiva de empresa
<input type="checkbox"/>	Profesión liberal	<input type="checkbox"/>	Otro
<input type="checkbox"/>	Empleada administrativa		

18.-¿ Existe algún empresario en tu familia ? ( En caso negativo pasa a la pregunta 19)

<input type="checkbox"/>	Sí	<input type="checkbox"/>	No
--------------------------	----	--------------------------	----

19.- Indicar parentesco:

<input type="checkbox"/>	Abuelo/a
<input type="checkbox"/>	Hermano/a
<input type="checkbox"/>	Padre /Madre
<input type="checkbox"/>	Otros

20.- ¿ Has pensado seriamente en crear una empresa propia?

( En caso negativo, ya has terminado; no debes contestar el resto de cuestiones).

No, nunca

Sí, vagamente

No, pero me integraré en una empresa de la familia

Sí, tengo el firme propósito

21.- En caso afirmativo ¿En cuánto tiempo ?

En cuanto termine mis estudios

En más de 5 años

En uno o dos años

No lo tengo decidido

De tres a 5 años

22.- En caso afirmativo ¿Porqué quieres crear tu empresa? Señala solo una de las tres opciones principales.

Necesidad

Oportunidad (si marcas esta , elige porque )

1  Mayor independencia

2  Aumentar ingresos

3  Mantener ingresos

4  Otros

Otros motivos

23.- En caso afirmativo ¿que sector de actividad te resulta más atractivo para emprender?

Automoción y transporte

Construcción

Farmacéutico y Sanitario

Servicios a empresas

Textil, calzado y confección

Siderurgia, metalurgia

Servicios recreativos, culturales

Restaurantes

**¡GRACIAS POR TU PARTICIPACIÓN!**

**ANEXO 2. Preguntas para Focus Group – Elaboración propia**

1. Conocen el término emprendimiento.
2. ¿Qué características creen que posee un emprendedor?
3. ¿Consideran que la innovación está relacionada con el emprendimiento?
4. ¿Qué habilidades debe de tener un emprendedor?
5. ¿Qué es lo que impulsa y motiva al emprendedor?
6. ¿Cómo definirías el espíritu emprendedor?
7. ¿Consideras que tienes una educación en emprendimiento?
8. ¿La universidad inculcó una educación emprendedora en ustedes?
9. ¿Creen que una persona emprende por necesidad u oportunidad?
10. ¿Tienen pensado crear su propia empresa?
11. ¿Consideran que el plan universitario de su código aporta efectivamente a la creación de tu propia empresa?
12. ¿Qué materias consideras importantes para el desarrollo de creación de tu propia empresa?
13. ¿Qué cursos piensas que están relacionados con el tema del emprendimiento?

### ANEXO 3. Análisis de Fiabilidad – Subdimensión Persistencia

<b>Estadísticas de fiabilidad - Persistencia</b>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0.690	5

<b>Estadísticas de total de elemento</b>				
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
B1	14.00	7.714	0.152	0.793
B2	14.07	6.352	0.636	0.558
B3	13.87	6.838	0.526	0.607
B4	14.40	7.829	0.284	0.704
B5	13.80	6.171	0.835	0.492

### ANEXO 4. Análisis de Fiabilidad- Subdimensión Correr Riesgos Calculados

<b>Estadísticas de fiabilidad - Correr riesgos calculados</b>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0.622	5

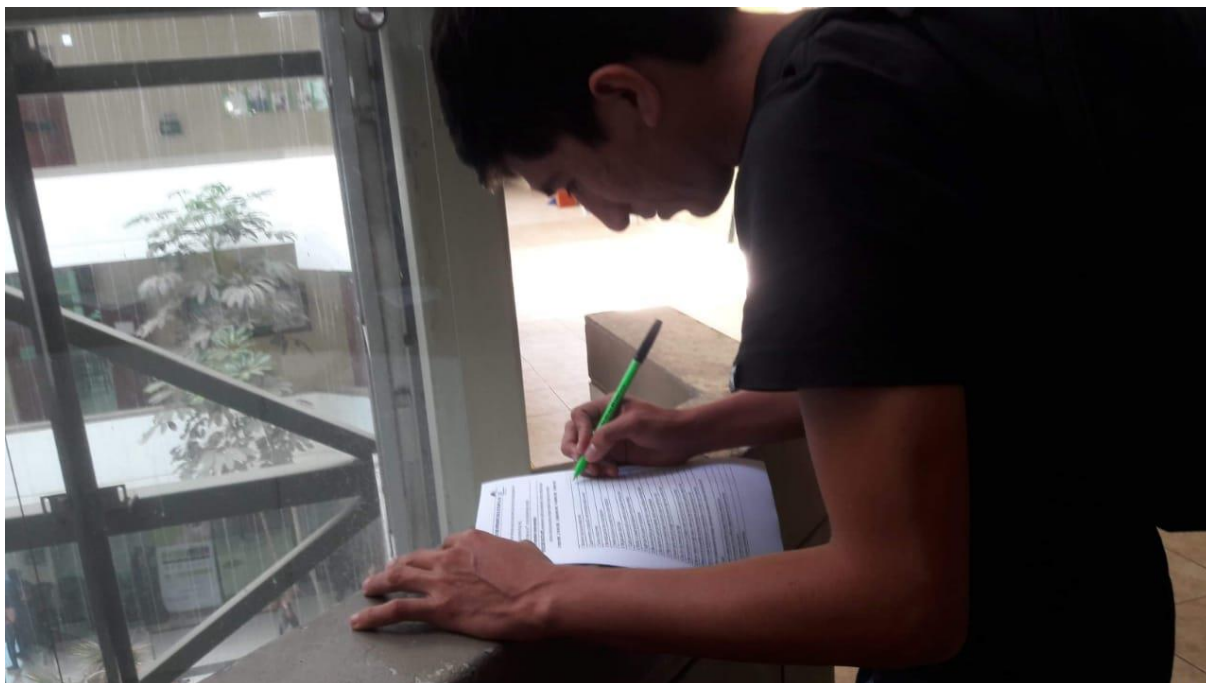
<b>Estadísticas de total de elemento</b>				
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
E1	14.07	9.210	0.129	0.677
E2	14.33	7.381	0.296	0.621
E3	13.80	8.457	0.328	0.592
E4	14.33	6.238	0.612	0.430
E5	14.40	6.971	0.582	0.466

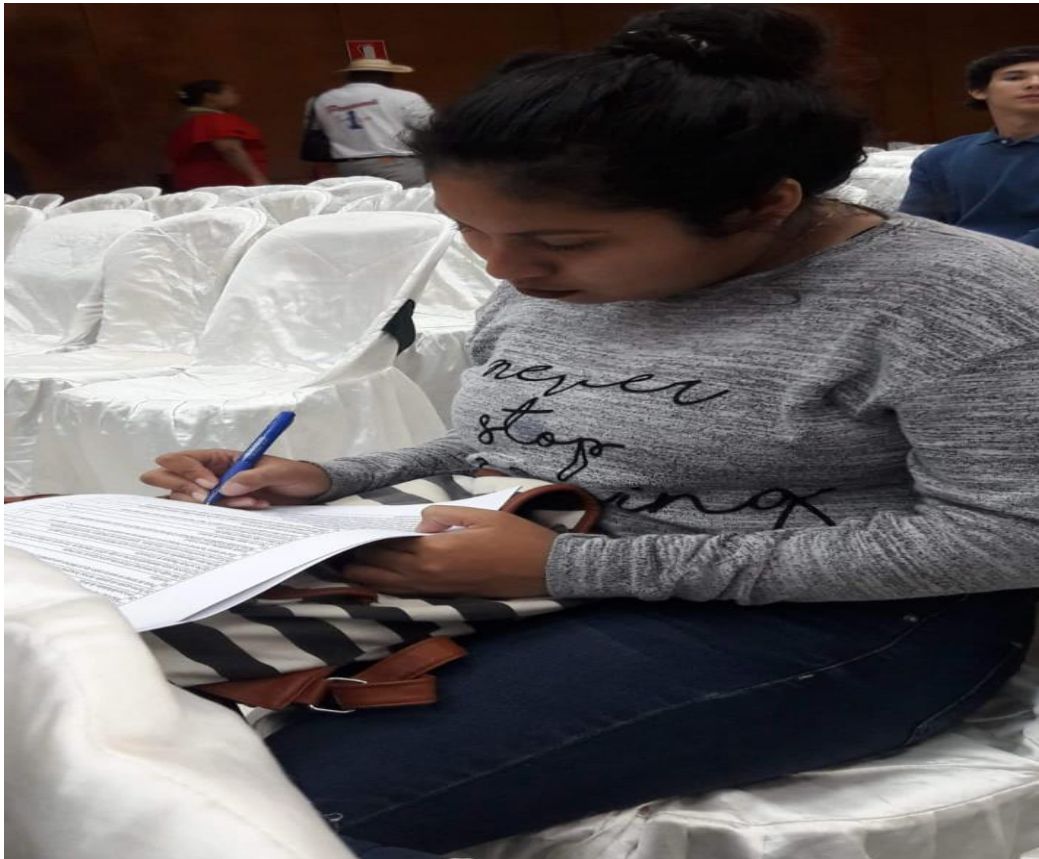
### ANEXO 5. Análisis de Fiabilidad- Subdimensión Fijar metas

Estadísticas de fiabilidad - Fijar metas	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0.693	5

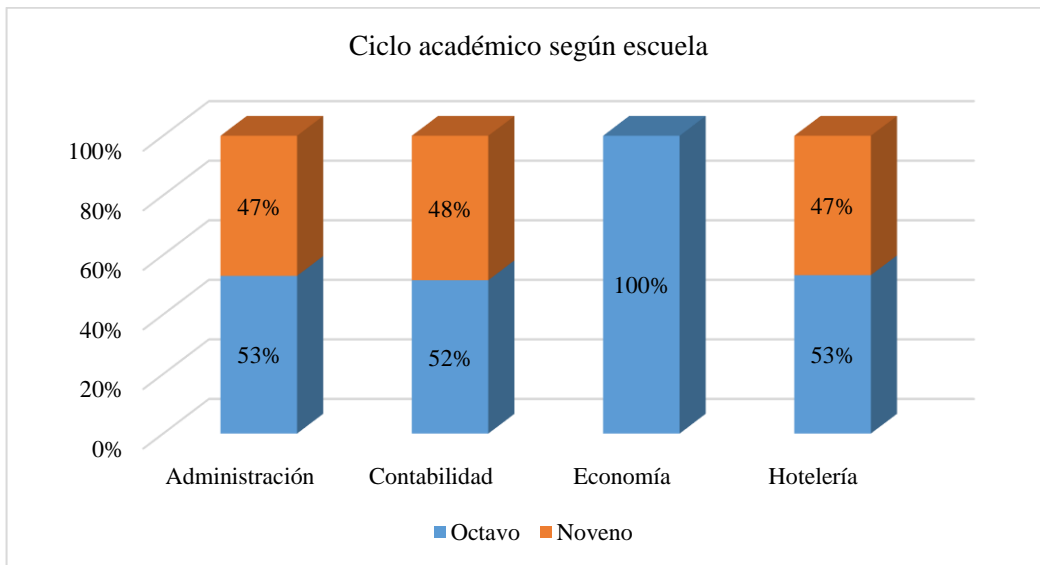
Estadísticas de total de elemento				
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
F1	15.33	8.381	0.354	0.680
F2	15.93	5.924	0.495	0.641
F3	15.60	6.829	0.679	0.547
F4	15.40	8.829	0.273	0.708
F5	16.13	7.838	0.522	0.620

### ANEXO 6. Fotos aplicación prueba piloto

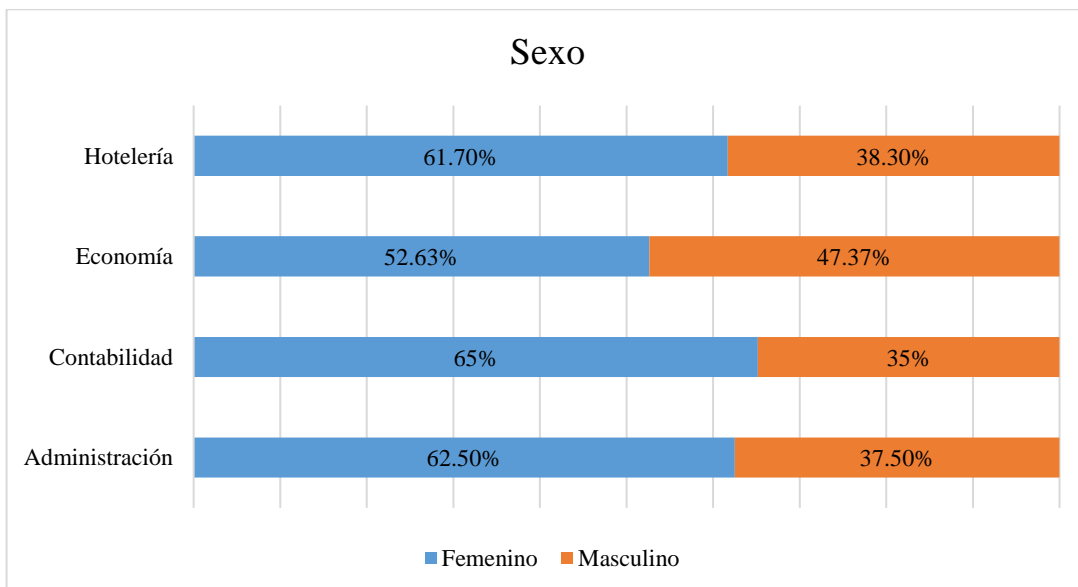




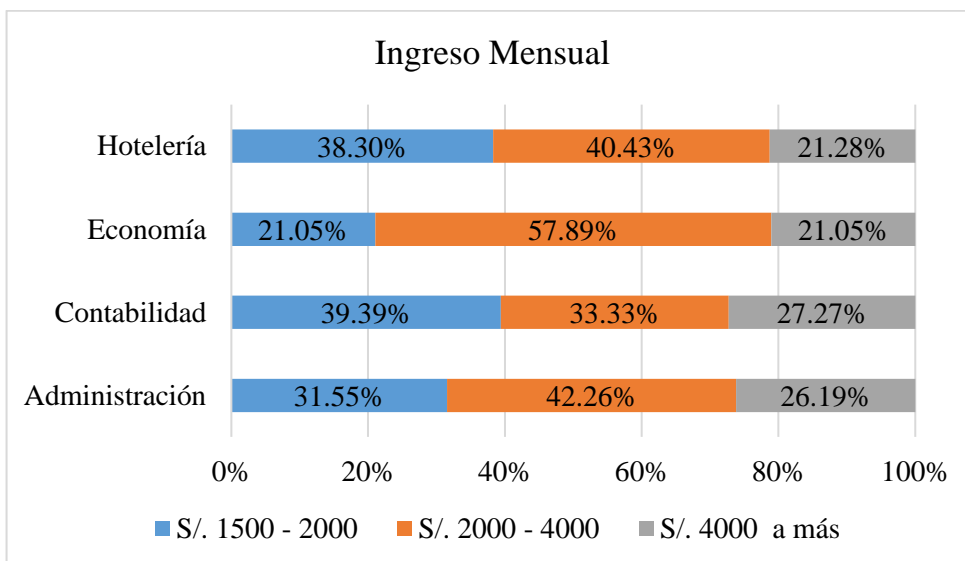
**ANEXO 7. Ciclo académico según escuela**



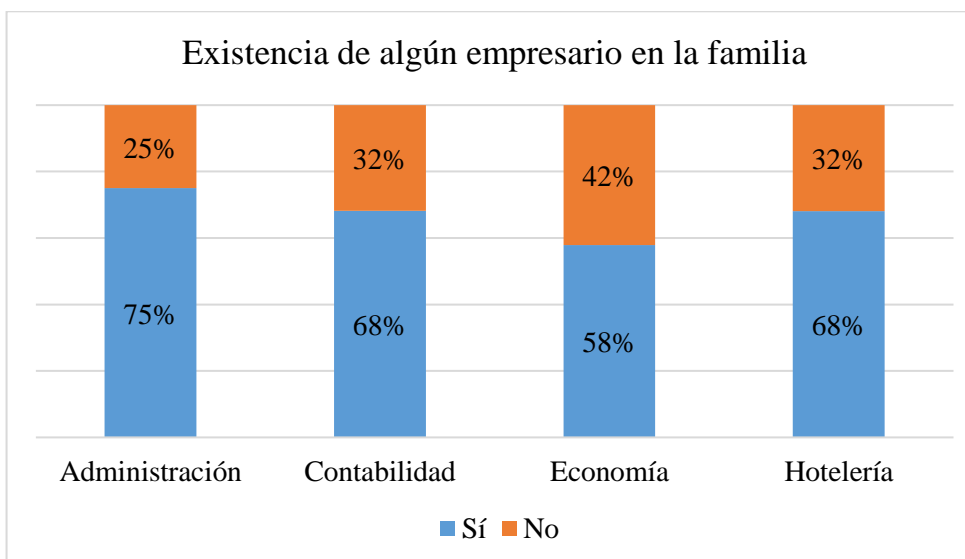
**ANEXO 8. Ciclo Académico según escuela**



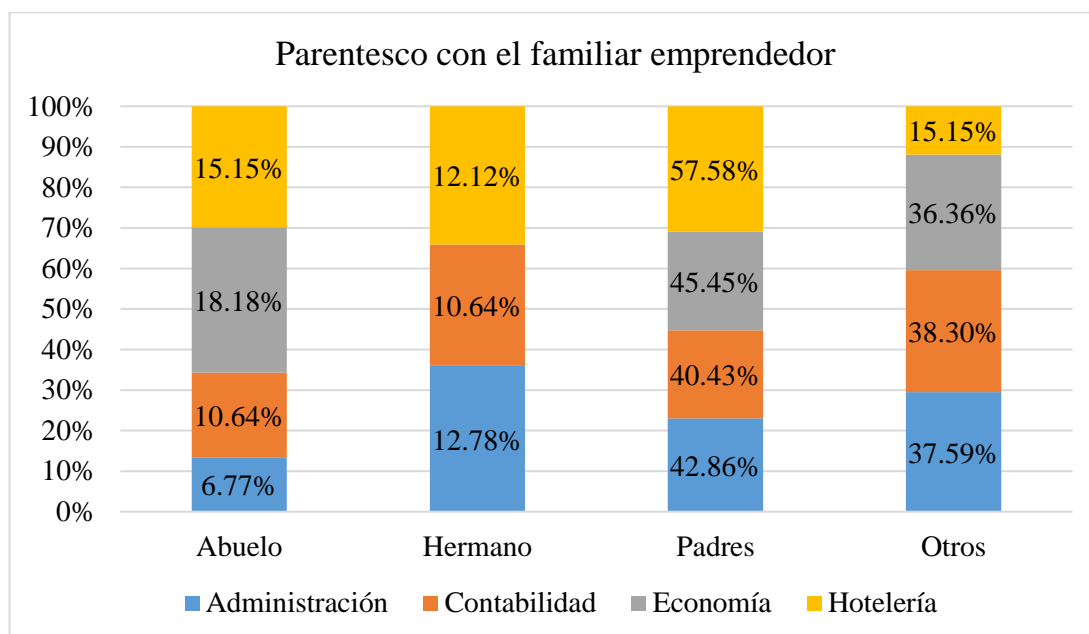
### ANEXO 9. Ingreso mensual familiar



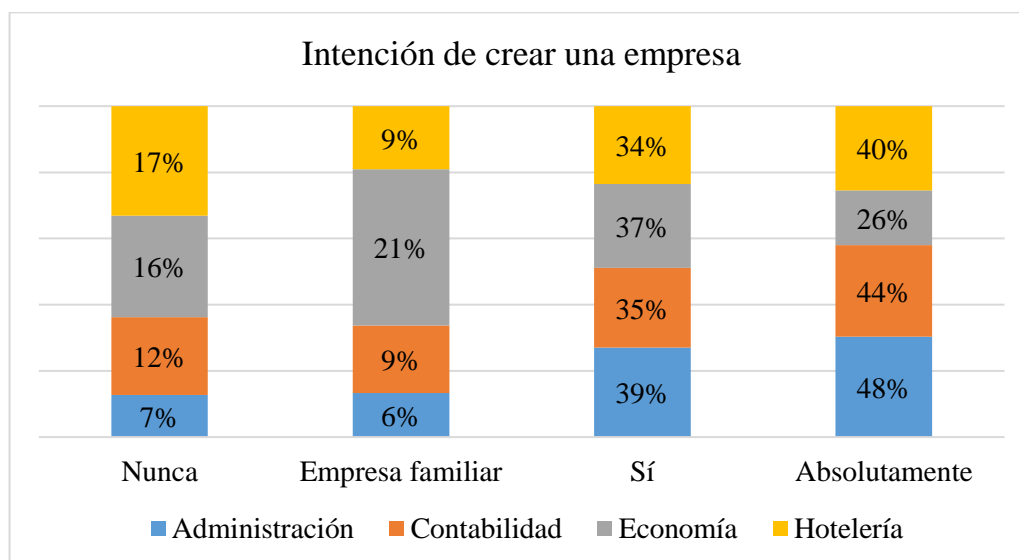
### ANEXO 10. Existencia de algún empresario en la familia.



### ANEXO 11. Parentesco con familiar emprendedor.



### ANEXO 12. Intención de crear una empresa.



**ANEXO 13. Rango promedio según las subdimensiones significantes.**

Subdimensión	Carrera	Rango promedio
Búsqueda de información	Hotelera	175.54
	Economía	164.03
	Administración	149.16
	Contabilidad	132.18
Planeación sistemática y de seguimiento	Hotelera	178.34
	Economía	170.32
	Administración	148.86
	Contabilidad	129.14
Persuasión y redes de apoyo	Economía	185.95
	Hotelera	180.30
	Administración	147.03
	Contabilidad	127.91

**ANEXO 14. Rango promedio según el deseo de emprender.**

Subdimensión	Deseo de emprender	Rango promedio
Autoconfianza e independencia	Sí	33.13
	No	23.00
Planeación sistemática y de seguimiento	Sí	32.04
	No	23.87

**ANEXO 15. Rango promedio según la carrera y el ciclo académico.**

Subdimensión	Ciclo	Rango promedio
--------------	-------	----------------

Buscar oportunidades e	9no	93.20
iniciativas	8vo	76.78
Persistencia	9no	91.99
	8vo	77.85

**ANEXO 16. Rango promedio según la carrera de Administración de Empresas y la existencia de un familiar emprendedor.**

Subdimensión	Emprendedor en la familia	Rango promedio
Factor de corrección	Sí	89.55
	No	68.35

**ANEXO 17. Significancia según la carrera de Administración de Empresas y el deseo de emprender.**

Subdimensión	Deseo de emprender	Rango promedio
Búsqueda de información	Sí	8.14
	No	14.15

**ANEXO 18. Consideración como persona emprendedora de la Facultad de Ciencias Empresariales.**

Consideración Emprendedora	Persona Facultad	Administración	Contabilidad	Economía	Hotelería
Si	87%	89%	91%	74%	79%
No	13%	11%	9%	26%	21%

**ANEXO 19. Conocimientos necesarios para emprender de la Facultad de Ciencias Empresariales.**

Conocimientos para emprender	Facultad	Administración	Contabilidad	Economía	Hotelería
Si	85%	89%	74%	84%	85%
no	15%	11%	26%	16%	15%

**ANEXO 20. Contribución de la USAT en sus conocimientos de la Facultad de Ciencias Empresariales.**

Contribución al conocimiento - USAT	Facultad	Administración	Contabilidad	Economía	Hotelería
Si	79%	82%	79%	74%	68%
No	21%	18%	21%	26%	32%

## ANEXO 21. Focus Group

Escuela	Focus Group			
	Administración de Empresas	Contabilidad	Economía	Administración hotelera y de servicios
<b>Definición de emprendimiento</b>	Actividad que tiene como principal característica buscar oportunidades y arriesgar muchas cosas en todos los aspectos de la vida.	Forma de tener trabajo con tus propios conocimientos sean o no universitarios.	Es la creación de ideas y que se pueden llevar a cabo con mucha disposición y entusiasmo.	Actividad que fomenta la innovación y que además las personas emprendedoras deben de ser muy creativas.
<b>Características de un emprendedor</b>	Saber encontrar o buscar oportunidades es la más importante; ya que puedes sacar ventaja del resto.	El compromiso y la persistencia son pilares para que el emprendimiento se lleve a cabo y perdure en el tiempo.	Ser proactivo, tener iniciativa y sobre todo saber resolver problemas y obstáculos que se les presenten.	Ser persistentes y saber aprovechar las oportunidades que encuentren en el mercado.
<b>Educación en emprendimiento</b>	Neutra	Neutra	Neutra	Neutra
<b>Motivo de emprender</b>	Detección de oportunidades en el mercado	Oportunidad	Necesidad	Oportunidad y necesidad
<b>Familiar emprendedor</b>	Sí	Sí	Sí	Sí
<b>Creación de negocio propio a futuro</b>	Sí	Sí	Sí	Sí

**ANEXO 22. Fotos aplicación cuestionario USAT**



