



**ESCUELA DE POSGRADO**  
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Capacidad emprendedora en el desarrollo de la actitud para  
planificar negocios en estudiantes de administración

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:**

Doctor en Administración

**AUTOR:**

Mg. Farfán Flores, Moisés Oswaldo

**ASESOR:**

Dr. Rodolfo Talledo Reyes

**SECCIÓN**

Ciencias Empresariales

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

Dirección

**PERÚ-2017**

## **Página del jurado**

Dr(a). Rodolfo Talledo Reyes  
Presidente(a)

Dr(a). Paula Liza Dubois  
Secretario(a)

Dr (a). César Del Castillo Talledo  
Vocal

### **Dedicatoria**

Dedico este trabajo a mi esposa Madelaine y a mi hija Melanie, por el apoyo que me brindaron; porque sin ellas no hubiera sido posible lograrlo.

Moisés

### **Agradecimientos**

Mi sincero agradecimiento al Dr. Rodolfo Talledo por su generosidad científica y por su apoyo incondicional, quien ha sabido orientarme en el desarrollo de mi investigación.

Asimismo, al Dr. Rafael Alcaraz Rodríguez Director Centro de Familias Emprendedoras del Tecnológico de Monterrey de México y la Universidad privada sujeta a estudio y la colaboración decisiva de los alumnos de ciclos superiores que formaron parte de la muestra para la realización de la investigación.

Finalmente, a la Universidad César Vallejo por darnos la oportunidad de realizarnos en este mundo competitivo.

### **Declaratoria de autenticidad**

Yo, Moisés Oswaldo farfán Flores, estudiante del Programa de Doctorado en Administración de la Escuela de Posgrado de la Universidad César Vallejo, identificado con DNI N° 07956182, con la tesis titulada “Capacidad emprendedora en el desarrollo de la actitud para planificar negocios en estudiantes de administración” declaro bajo juramento que:

- 1) La tesis es de mi autoría
- 2) He respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas. Por tanto, la tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente
- 3) La tesis no ha sido auto plagiada; es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional
- 4) Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por tanto los resultados que se presenten en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

De identificarse la falta de fraude, plagio, auto plagio, piratería o falsificación, asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo.

Lima, 11 de agosto del 2016

Farfán Flores, Moisés Oswaldo  
Código de matrícula N° 6000150792

## Presentación

Señores (as) integrantes del jurado:

El presente informe de investigación, como producto final del programa de Doctorado en Administración fue desarrollado de acuerdo al protocolo propuesto por la Universidad César Vallejo; en él se analizó cómo las capacidades emprendedoras influyen en la actitud para planificar negocios en estudiantes universitarios. El estudio fue desarrollado en la Facultad de Ciencias Empresariales de una universidad privada de Lima ubicada en el distrito de Pueblo Libre en el año 2016.

A partir de sus conclusiones será posible evaluar que actitudes son relevantes para planificar e iniciar negocios, lo que servirá para fundamentar la conveniencia de sugerir, reformular o fortalecer para que la investigación desarrollada se constituya en un referente para futuros estudios similares en otras casas de estudios superiores y eventualmente contribuir con la solución de la problemática generada por el escaso espíritu emprendedor universitario que desemboca en la falta de desarrollo de emprendimientos sostenibles y que se conviertan en empresas iniciales.

Se desea que la investigación alcance alta relevancia, por lo que se requiere revisar y analizar detenidamente el estudio presentado; en consideración a ello se pone a vuestra disposición, esperando y agradeciendo las sugerencias que tengan a bien realizar en el momento de la presentación.

El autor

**Tabla de contenido**

	Pág.
Página del jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimientos	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Tabla de contenido	vii
Lista de tablas	ix
Lista de figuras	xii
Resumen	xiii
Abstract	xiv
<b>I. Introducción</b>	
1.1 Antecedentes	18
1.2 Fundamentación científica	22
1.3 Justificación	61
1.4. Problema	63
1.5 Hipótesis	68
1.6. Objetivos	69
<b>II. Marco metodológico</b>	
2.1. Variables	72
2.2. Operacionalización de las variables	72
2.3. Metodología	75
2.4. Tipo y nivel de investigación	75
2.5. Diseño	76
2.6. Población, muestra y muestreo	77
2.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	79
2.8. Métodos de análisis de datos	83
2.9. Aspectos éticos	83
<b>III. Resultados</b>	
<b>IV. Discusión</b>	102
<b>V. Conclusiones</b>	107
<b>VI. Recomendaciones</b>	109

<b>VII. Referencias bibliográficas</b>	111
<b>Anexos</b>	
Anexo A. Matriz de consistencia	119
Anexo B. Cuestionarios	123
Anexo C. Juicio de expertos	128
Anexo D. Base de datos	143
Anexo E. Artículo	161



**Lista de tablas**

	<b>Pag</b>
Tabla 1. Características del emprendedor	33
Tabla 2. Para estudiar el perfil emprendedor	45
Tabla 3. Características individuales del emprendedor	45
Tabla 4. Operacionalización de la variable capacidades emprendedoras	73
Tabla 5. Operacionalización de la variable desarrollo de la actitud para planificar negocios	74
Tabla 6. Distribución de la población de estudiantes en la carrera de administración de negocios.	78
Tabla 7. Análisis de consistencia interna de la variable capacidades emprendedoras y desarrollo de la actitud para planificar negocios	82
Tabla 8. Validación de instrumentos por juicio de expertos	82
Tabla 9. Desarrollo de capacidades emprendedoras en estudiantes de administración	85
Tabla 10. Distribución según el nivel de desarrollo de la actitud de iniciativa para planificar negocios en estudiantes de administración.	86
Tabla 11. Distribución según el nivel de desarrollo de la actitud de creatividad para planificar negocios en estudiantes de administración.	87

Tabla 12. Distribución según el nivel de desarrollo de la actitud de autoconfianza para planificar negocios en estudiantes de administración.	88
Tabla 13. Distribución según el nivel de desarrollo de la actitud de innovación para planificar negocios en estudiantes de administración.	89
Tabla 14. Cuadro resumen de frecuencia observada y % del desarrollo de las actitudes para planificar negocios.	90
Tabla 15. Análisis de regresión logística multinomial de la hipótesis general	91
Tabla 16. Contraste de la razón de verosimilitud de la hipótesis general	92
Tabla 17. Porcentaje de la varianza de la variable Desarrollo de actitudes	93
Tabla 18. Análisis de regresión logística multinomial de la hipótesis específica 1Inicitiva	94
Tabla 19. Contraste de la razón de verosimilitud de la hipótesis específica 1Iniciativa	94
Tabla 20. Porcentaje de la varianza de la variable Desarrollo de actitudes en su variable iniciativa	95
Tabla 21. Análisis de regresión logística multinomial de la hipótesis específica 2 Creatividad	96
Tabla 22. Contraste de la razón de verosimilitud de la hipótesis específica 2 Creatividad	96
Tabla 23. Porcentaje de la varianza de la variable Desarrollo de actitudes en su dimensión creatividad	97

Tabla 24. Análisis de regresión logística multinomial de la hipótesis específica 3 Autoconfianza	98
Tabla 25. Contraste de la razón de verosimilitud de la hipótesis específica 3 Autoconfianza	98
Tabla 26. Porcentaje de la varianza de la variable Desarrollo de actitudes en su dimensión autoconfianza	99
Tabla 27. Análisis de regresión logística multinomial de la hipótesis específica 4 Innovación	100
Tabla 28. Contraste de la razón de verosimilitud de la hipótesis específica 4 Innovación	100
Tabla 29. Porcentaje de la varianza de la variable Desarrollo de actitudes en su dimensión innovación	101

## Lista de figuras

	<b>Pág.</b>
Figura 1. Término Entrepreneurship en SSCI	37
Figura 2. El triángulo del emprendedor	37
Figura 3. Factores del Proceso Empresarial	39
Figura 4. Necesidades de Mc Clelland	43
Figura 5. Actitudes y percepciones de Emprendimiento	52
Figura 6. Emprendimiento e innovación mundial	65
Figura 7. Desarrollo de las capacidades emprendedoras.	86
Figura 8. Distribución porcentual de estudiantes de administración según el desarrollo de la actitud de iniciativa para planificar negocios.	87
Figura 9. Distribución porcentual de estudiantes de administración según el desarrollo de la actitud de creatividad para planificar negocios.	88
Figura 10. Distribución porcentual de estudiantes de administración según el desarrollo de la actitud de autoconfianza para planificar negocios.	89
Figura 11. Distribución porcentual de estudiantes de administración según el desarrollo de la actitud de innovación para planificar negocios.	90
Figura 12. Resumen porcentual de la variable desarrollo de las actitudes para planificar negocios.	91

## Resumen

El objetivo de la investigación fue determinar la influencia de las capacidades emprendedoras en el desarrollo de la actitud para planificar negocios en estudiantes de administración en una universidad privada de Lima.

El método empleado en la investigación fue el hipotético-deductivo y el tipo de diseño de la investigación fue no experimental, descriptivo-explicativo y transversal. La población fue de 571 estudiantes de los últimos ciclos y la muestra por defecto del proceso fue 229 estudiantes, muestreo probabilístico. Técnica: encuesta. Instrumentos: Cuestionario para medir las capacidades emprendedoras Escala de la orientación Emprendedora y un Inventario del Perfil Emprendedor. Con la información recopilada se realizó la validez del constructo y confiabilidad del instrumento mediante el coeficiente de Alfa de Cronbach. Para el procesamiento de datos se utilizó el paquete estadístico SPSS, versión 20. Para la prueba de hipótesis se utilizó el modelo de regresión logística multinomial.

Los resultados generales de la investigación demostraron que las capacidades emprendedoras presentan una influencia positiva sobre la variable dependiente en el orden del 30.1% y una verosimilitud del modelo reducido de 87,622 con una significación de,000 en consecuencia se concluyó que la capacidad emprendedora influye significativamente en el desarrollo de la actitud para planificar negocios en estudiantes de administración.

**Palabras claves:** Capacidad emprendedora, actitud, emprendimiento, planificación y negocios.

## Abstract

The objective of the research was to determine the influence of entrepreneurial skills in developing the attitude to plan business administration students at a private university in Lima.

The method used in the research was the hypothetical-deductive and type of research design was not experimental, descriptive-explicative and explanatory cross. The population was 571 students in the last cycles and the default process sample was 229 students, probability sampling. Technique: survey. Instruments: Questionnaire to measure the scale of entrepreneurship and a Inventory Profile Entrepreneur entrepreneurial skills. With the information gathered construct validity and reliability of the instrument was performed using Cronbach's alpha coefficient. For data processing SPSS, version 20. To test the hypothesis was used multinomial logistic regression model was used .

The overall results of the research showed that entrepreneurial skills have an average influence on the dependent variable in the order of 30.1% and a likelihood of reduced model of 87, 622 with a significance of, 000 accordingly concluded that entrepreneurship influences significantly in the development of the attitude to plan business administration students.

Keywords: entrepreneurship, attitude, entrepreneurship, business planning.

## **I. Introducción**

Lograr que los estudiantes universitarios emprendan negocios propios es uno de los retos que las instituciones educativas del nivel superior deben considerar como objetivo fundamental, si bien es cierto que muchas de las capacidades y actitudes que definen a las personas emprendedoras forman parte de los procesos de aprendizaje que el estudiante afronta a lo largo de su vida, estas se pueden adquirir y aprender, por esta razón es imperativo que desde edades iniciales se aprenda a trabajar en equipo, asumir compromisos y liderar.

Lógicamente, estas actitudes y capacidades se pueden recuperar o desarrollar en edades adultas mediante una formación adecuada, fomentando el desarrollo de las capacidades emprendedoras latentes con la finalidad de descubrir actitudes para la planificación de negocios. La Comisión Europea en el libro verde El espíritu empresarial en Europa menciona que las capacidades y competencias del emprendedor deben enseñarse desde edades iniciales hasta el nivel universitario, nivel en el que recomienda profundizar la capacidad de gestión para generar negocios propios.

La institución educativa de nivel superior sujeta a estudio no está exenta de esta realidad, y por esta razón la investigación pretende indagar como influyen las capacidades emprendedoras en el desarrollo de la actitud para planificar negocios y si los estudiantes las poseen.

En el contexto específico de la formación profesional universitaria en administración, la investigación permitió establecer que los ingresantes a la carrera de administración que ofertan las universidades del país, presentan múltiples deficiencias en cuanto a las actitudes que deberían poseer para iniciar un negocio; y es que, en la educación básica regular que comprende tres niveles no existen asignaturas orientadas a desarrollar las competencias y capacidades básicas para potenciar el emprendimiento. Analicemos el emprendimiento asociado a la educación del nivel superior en otras latitudes.

En Europa el emprendimiento y el desarrollo de las actitudes emprendedoras poseen un nivel avanzado, generalmente las iniciativas empresariales están referidas a las llamadas “startups” que son empresas medianas o pequeñas que han sido creadas recientemente y que en su mayoría están relacionadas con la



tecnología, pero esa realidad dista mucho en el contexto de nuestra región, ya que según la Global Monitor Entrepreneurship, nuestro país es altamente emprendedor, pero de diez emprendimientos solo cuatro llegan a convertirse en empresas, siendo la tasa más alta en la región de fracasos por falta de preparación, planificación y actitudes hacia el emprendimiento.

Por eso la presente investigación tiene como objetivo determinar la influencia de las capacidades emprendedoras en el desarrollo de la actitud para planificar negocios en estudiantes de administración respondiendo a la pregunta ¿Cómo influyen las capacidades emprendedoras de los estudiantes de administración en el desarrollo de la actitud para planificar negocios?

Para lograr los objetivos propuestos, el estudio se ha dividido en cinco capítulos: El capítulo I, está conformado por el planteamiento del problema, así como los antecedentes, la justificación, las preguntas de Investigación y los objetivos generales y específicos.

En el capítulo II se hace referencia al Marco teórico, que sustenta la perspectiva teórica y las variables estudiadas, además de ubicar el problema de investigación dentro de la realidad.

En el Capítulo III, comprende la metodología de la investigación donde se considera las hipótesis, variables tipo y diseño de investigación y la forma como se han recogido y procesado los datos.

En el capítulo IV, se considera el trabajo de campo, que considera la presentación de los resultados cuantitativos mediante el análisis de resultados generales y específicos, su interpretación y la contrastación de la hipótesis.

Finalmente se hace referencia a las conclusiones a las que se ha llegado a través de los resultados y a las sugerencias o recomendaciones para poner en práctica acciones que mejoren y potencien las capacidades emprendedoras y el desarrollo de actitudes para planificar negocios y se citan las referencias bibliográficas en forma organizada en concordancia con el estilo APA.

## 1.1 Antecedentes

### Internacionales

Mollo (2008) en su tesis titulada La Formación universitaria y su relación con el desarrollo de las actitudes emprendedoras. Un estudio comparativo entre Facultades de la Universidad Nacional de La Plata Argentina, para optar el grado de Maestro en Dirección de Empresas, que tuvo como objetivo determinar si la educación universitaria recibida por los alumnos de las Facultades de Cs. Económicas, agrarias e informática potencia las actitudes hacia el emprendimiento empresarial, realizado a una muestra de 320 alumnos de 1er y 5to año de las facultades mencionadas, con un alcance de tipo descriptivo, se concluye que la formación que los alumnos están recibiendo no acompaña a las preferencias de desarrollo futuro de los mismos. Esto no solo se da entre los alumnos de un mismo año sino que a medida que aumentan los (progreso en la carrera) años de formación recibida esta brecha se agranda. También se concluye que existe una correlación positiva entre “ingresos futuros esperados” y “actividad laboral”, es decir que los individuos siguen en algún sentido comportándose como “Homo economicus”, seleccionando su ámbito de desarrollo laboral siguiendo sus expectativas remunerativas.

Krauss (2011) en su tesis doctoral Investigación sobre actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios: El caso de la universidad Católica del Uruguay que tuvo por objetivo central determinar si existen actitudes emprendedoras en estudiantes de la UCU, donde se utilizó un cuestionario basado en la EAO con una metodología no experimental de alcance descriptivo mediante el análisis factorial, considera a estudiantes desde su ingreso a la educación superior hasta el tercer año, donde se analiza la figura del emprendedor desde diferentes ópticas y especialmente según las actitudes emprendedoras definidas como: locus de control, necesidad de logro, autoestima e innovación con el objetivo de investigar la capacidad emprendedora predominante e investigar la evolución de las actitudes emprendedoras en el que se concluye que los estudiantes ven disminuidas sus actitudes emprendedoras pasados los dos años de estudios por que las asignaturas no promueven el emprendimiento, asimismo, los estudiantes

de las carreras empresariales presentan una mayor necesidad de logro (0,026) y un mayor control percibido interno (0,037).

Rueda (2011), en su tesis titulada Estudio de la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios de la Facultad de CC.EE y empresariales de Cantabria para obtener el grado de Doctor en la universidad de Cantabria España, hecha a una muestra de 764 estudiantes se llega a la conclusión que el 78 % de estudiantes encuestados ha pensado alguna vez crear su propia empresa, el 45.6 % lo ha hecho vagamente y un 13.61% tiene el firme propósito de llevar a cabo su idea de negocio. Se concluye también, que ofreciendo a los encuestados las profesiones de asalariado, profesional independiente y empresario, esta última opción tiene un 43% de más valoración.

Espíritu (2011) en su tesis doctoral titulada Actitudes emprendedoras en los estudiantes universitarios: un análisis de factores explicativos en la comunidad de Madrid de la Universidad Complutense, en la que se tiene como objetivos de Madrid determinar la relación e influencia de las actitudes emprendedoras en la generación de negocios mediante un método no experimental con un nivel descriptivo explicativo hecho a una muestra de 1210 estudiantes se concluye que la teoría de los rasgos personales del emprendedor es la más aporta para potenciar las capacidades emprendedoras con un  $R^2 = 0,246$  y que la capacidad de propensión al riesgo resultó el rasgo de la personalidad más influyente en las actitudes del emprendedor.

Cuadras (2013) en su tesis doctoral La actitud emprendedora de los jóvenes universitarios ante su realización de la Universidad Autónoma de Sinaloa cuyo objetivo fue conocer las actitudes emprendedoras de los jóvenes de la UAS y conocer las tendencias de los factores que integran la actitud emprendedora como la auto eficacia, la capacidad de riesgo, hábitos emprendedores y locus de control a través de un estudio descriptivo-explicativo se llega a las siguientes conclusiones: que de acuerdo a los descriptivos estadísticos generales del problema los factores de actitud emprendedora que obtuvieron medias más bajas son Autoeficacia (AE) y hábito emprendedor (HE) con una media de 1.44 y el locus de control y la capacidad de riesgo con una media de 2.0, lo que prueba que los estudiantes no

tienen hábitos o actitudes emprendedoras, ya que la AE y el HE están directamente relacionados con los rasgos de la personalidad y que son los que permiten el desarrollo del espíritu emprendedor.

### **Nacionales**

Tinoco (2008), en su investigación titulada “Medición de la capacidad emprendedora de ingresantes a la Facultad de Ingeniería industrial de la UNMSM” cuyo objetivo fue medir la capacidad emprendedora en alumnos ingresantes, aplicando un cuestionario a 132 estudiantes denominado Escala de habilidad emprendedora validada por Flores (UIGV, 2003), la misma que cuenta con cinco áreas: conocimiento de sí mismo y autoconfianza, visión de futuro, motivación de logro, planificación y persuasión, se llega a concluir que los ingresantes 2008 presentan una habilidad emprendedora alta, tanto en el puntaje total como en cada una de las áreas y que el colegio de procedencia y el tipo principal de preparación preuniversitaria son factores de diferenciación en la habilidad emprendedora, y por último el género no constituye un factor diferencial respecto de las capacidades emprendedoras.

Torres (2013), en su tesis sobre Capacidades emprendedoras y personalidad eficaz en estudiantes de una universidad privada de Lima, cuyo objetivo fue establecer la relación que existe entre la personalidad eficaz y las capacidades emprendedoras y establecer diferencias entre varones y mujeres respecto a dichas capacidades, estudio de tipo descriptivo hecho a una muestra de 155 estudiantes mediante un muestreo no probabilístico, se concluye que la personalidad eficaz se encuentra relacionada significativamente con las capacidades emprendedoras ( $r = 0,68$ ). Y los análisis estadísticos demuestran que no existen diferencias estadísticas significativas en caso alguno, por lo que se debe señalar que tanto los hombres como las mujeres presentan valores similares en cada una de las sub escalas de la personalidad eficaz

Amador (2014), en su tesis Estudio para desarrollar la capacidad de gestión en los estudiantes emprendedores de la Facultad de Ciencias Contables de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos y Centro Universitario de los Lagos de la Universidad de Guadalajara, realizado a una muestra de 560 estudiantes

correspondiente a un estudio exploratorio descriptivo en la cual se llegó a las siguientes conclusiones: Que la Universidad asuma un rol mucho más protagónico en el nacimiento y consolidación de nuevas empresas, reduciendo la tasa de mortalidad de los nuevos negocios; acrecentando sus posibilidades de éxito y formando una nueva generación de líderes empresariales dispuestos a asumir riesgos sin temor a los nuevos retos, perseverantes y con autoconfianza. La Universidad tiene la oportunidad de generar recursos propios, gracias a que hay normas establecidas que permiten la creación de entidades empresariales de propiedad de las universidades.

Julca (2011) en su tesis doctoral titulada Evaluación de los factores básicos de competencia de emprendimiento empresarial en los estudiantes de turismo: el caso de la Universidad San Martín de Porres de Lima Perú de la Universidad de Salamanca, que tuvo como objetivo evaluar el desarrollo de los factores básicos de competencia de emprendimiento empresarial con la finalidad de establecer una relación entre el desarrollo de las competencias y los rasgos personales de los estudiantes de administración, se concluye que: la regresión por pasos da cuenta que todas las variables de personalidad fueron significativas y que la mayoría de estudiantes presenta deficiencias actitudinales respecto del emprendimiento.

Espinoza (2004), en su tesis Las aptitudes y actitudes empresariales de los estudiantes de administración en las universidades públicas de Lima – Callao, cuyo estudio plantea como objetivo el de conocer las causas de las escasas aptitudes y actitudes para generar negocios, en una muestra de 200 alumnos, encontró que el 56,5 % no tiene trabajo dependiente y el 43,5 % tiene trabajo dependiente. En el primer caso, el 16,81 % indican tener negocio propio y el 83,19 % no tener negocio propio. Datos con los que se concluye que los estudiantes sujetos a estudio tienen escasas actitudes hacia el emprendimiento y si manifiestan tener un negocio se refieren al de sus padres.

Mávila (2008). En su investigación Factores influyentes en la capacidad emprendedora de los alumnos de la Universidad Mayor de San Marcos practicada a una muestra de 449 estudiantes de diferentes carreras, concluye que los estudiantes de ingeniería tienen mayor participación en las variables de creatividad

y planificación, los estudiantes de ciencias administrativas tienen más participación en la realización y planificación. Se concluye también que los estudiantes tienen capacidad de creatividad, pero a través de la motivación y la autoconfianza es la forma como ellos van a poner en marcha sus negocios.

## **1.2 Fundamentación científica**

Emprender es un término que tiene muchos significados y dependerá del contexto en el cual se utilice la palabra. Generalmente, en el ámbito de los negocios emprendedor es un empresario, dueño de un negocio con fines de lucro. Pero emprendedor también es la persona que acomete con resolución algo primero que otros, desde este punto de vista un emprendedor podría ser el individuo que llega primero a la cima de Everest.

Para un mejor entendimiento de las capacidades y actitudes que debe tener un emprendedor, vamos a realizar un breve análisis de los conceptos que definen a la capacidad emprendedora, sus tipos y teorías del emprendimiento, así como el concepto de emprendedor y emprendimiento según diversos autores y las actitudes que permiten planificar negocios exitosos.

### **Capacidades emprendedoras**

#### **Definición de capacidad**

El término capacidad tiene diversos significados dependiendo del contexto en que se le ubique, podría referirse a la capacidad de contener o albergar algo, pero también puede referirse al conjunto de recursos y actitudes que tiene un individuo o también a las habilidades de una persona para desempeñar con eficiencia una determinada tarea.

Para efectos de la investigación tomaremos en cuenta el concepto de capacidad entendido como actitudes, aptitudes, conocimientos que posee una persona para desempeñar alguna tarea en forma potencial.

Respecto a la capacidad Ontoria (2012) refiere que” responde al qué hacer, es decir, a los comportamientos, actividades o acciones que conlleva a aprender

algo. No se refieren al qué aprender o contenidos, sino a las actividades a realizar en relación con el entorno y con el contenido del aprendizaje, buscando las que favorezcan una mayor estimulación y decisión personal” (P.55).

### **Definición de capacidad emprendedora**

El emprendedor es una persona que llega a convertirse en un elemento referente de gran importancia para la Sociedad, mediante su capacidad para crear y planificar negocios y empresas, por esta razón su aporte a la sociedad lo convierte en actor en las economías de los países. Las habilidades y capacidades emprendedoras deben fomentarse desde los niveles de educación primaria y formar conciencia de la importancia del emprendimiento en el desarrollo personal y económico de nuestra sociedad.

Sánchez (2013) refiere que la capacidad emprendedora es la “Mentalidad y ánimo con que una persona afronta la creación de un negocio. Se trata de la predisposición (o anticipación de su comportamiento) a actuar que adopta un emprendedor para afrontar sus retos y la convierte en una tendencia antes y durante el proceso de creación” (p.18)

Para crear negocios el emprendedor tiene que tener o potenciar ciertas capacidades tales como la propensión al riesgo, es decir no tener miedo a invertir y a fracasar; estar orientado al logro de objetivos, tener iniciativa, ser innovador y tener una gran dosis de creatividad. Generalmente, esas capacidades son atribuidas a un “superhéroe” pero no hay nada más alejado de la verdad, ya que ellas se pueden aprender en el camino.

“La capacidad emprendedora nos lleva a una dimensión diferente. Estamos aquí en el terreno de la creatividad, de la capacidad de anticipación, de mirar hacia adelante para hacer surgir lo que vendrá y movilizar la energía suficiente para convertir esa visión en realidades efectivas” (Sagredo, 2005, p.55).

## **Capacidades emprendedoras claves**

### **Capacidad de Trabajo en equipo**

La capacidad de trabajo en equipo implica trabajo grupal en que los integrantes poseen metas comunes y laboran en forma interdependiente aportando cualidades, conocimientos con la finalidad de buscar el máximo desempeño posible para el cumplimiento de metas trazadas.

Veamos algunas definiciones de trabajo en equipo según diversos autores:

Smith (2001) refiere que “un equipo es un grupo reducido de individuos con capacidades complementarias, comprometidos con un propósito, un objetivo de trabajo y un plan común, que además comparten responsabilidades (...) entonces, un equipo es una unidad compuesta por un número indeterminado de personas que se organizan para realizar una tarea concreta y alcanzar los objetivos que se han propuesto. Además, reconocen que se necesitan mutuamente para dicho fin y se consideran como una unidad” (p.23).

### **Capacidad de locus de control**

El locus de control o control interno percibido es una atribución que tiene la persona para percibir si su esfuerzo que realiza es o no es congruente con su conducta, es decir si los comportamientos personales son los que hacen que ocurra algo externo. Existen dos tipos de locus de control; el interno -que nos interesa para fines de la investigación-. y el locus externo.

El locus interno está referido a que las conductas y comportamientos propios son los que producen resultados, como por ejemplo el que un emprendedor tenga resultados positivos sea debido al empeño que ha puesto en su emprendimiento. En contraposición el locus externo se da cuando una persona percibe que el acontecimiento o evento ha ocurrido independientemente de su actuación. Por ejemplo cuando un emprendedor incrementa sus ventas pensando que se ha debido a la coyuntura económica y a la suerte.



Mora (2011) quién cita a Rotter (1966) afirma que "los emprendedores poseen una arraigada creencia de que pueden controlar el resultado de sus conductas porque carecen de azar". (p.29).

Esta capacidad de desarrollar un sentido de logro interno o la disposición a pensar que los resultados dependen de uno mismo y no de la suerte es una característica que diferencia a los emprendedores del común de las personas.

Casique y López citan a Blackaman (2004) quién refiere que "el emprendedor tendrá más posibilidades de éxito si posee un elevado locus de control interno y responsabilidad ya que auscultará con detalle el plan de negocios y sabe que el control esta en sus manos y no depende del entorno (...). el concepto de locus de control es el grado con que la persona cree controlar los eventos y acontecimientos de la vida cotidiana, es decir, es una creencia articulada con predecir y estructurar el mundo que lo rodea. (p. 73).

Conesa refiriéndose a Rotter (1966) define Locus de Control como:

Quando un refuerzo es percibido por el sujeto como (...) no completamente contingente con su acción, entonces, en nuestra cultura, esto no es percibido mayoritariamente como el resultado del azar, la suerte, el destino, como si se encontrara bajo el control de otras personas más poderosas o bien como si fuera causado por la gran cantidad de fuerzas que le rodean. Quando este refuerzo es interpretado de esta forma por un individuo, lo hemos etiquetado como una persona con una creencia en el control externo. Si la persona percibe que el hecho es contingente con su propia conducta o con sus características relativamente permanentes denominamos a esto como una persona con una creencia en el control interno. (1996, p.10).

Las personas orientadas al locus interno tienen características peculiares como: ser responsables por sus acciones, son seguros ante los retos, menos

influenciables por opiniones de terceros, poseen autoconfianza y seguridad en sí mismos y sobre todo son felices por su espíritu independiente.

### **Capacidad de comunicación**

La capacidad de comunicación está referida a las habilidades que tiene una persona para transmitir ideas, nociones, escuchar interrogantes en forma efectiva y se relacionada con la capacidad de expresar pensamientos con un interlocutor y que lo que se desea transmitir sea entendible.

La comunicación para que tenga efecto debe poseer eficacia, es decir estar orientada hacia el logro de resultados y esto supone, ser coherentes con lo que manifestamos y como lo decimos, tener capacidad de adaptar la comunicación a la situación y a las características de la persona que nos escucha y por último asegurarse que el oyente comprenda y acepte el mensaje.

Chiavenato (2006) manifiesta que “la comunicación es el intercambio de información entre personas y que significa volver común un mensaje o una información y que constituye uno de los procesos fundamentales de la experiencia humana y la organización social”. (p.110).

También la comunicación puede ser definida como “la transferencia de información de un emisor a un receptor, siendo la información comprendida por el receptor (...) y la capacidad de comunicación es la habilidad de una persona para comunicar el mensaje con eficacia y que sea entendido en su real dimensión” (Koontz, H., Weihrich, H. y Cannice, M., 2014, p.485).

La comunicación es una capacidad inherente a un emprendedor, ya que no se puede concebir a un empresario que no tenga dotes comunicativas tan necesarias para transmitir órdenes verbales o escritas y establecer relaciones interpersonales para llegar a la comunicación eficaz.

### **Capacidad de liderazgo**

Es la capacidad de dirigir e influenciar a una persona o personas para que logren resultados con entusiasmo o la habilidad de establecer una dirección para una organización.

Existen diversos tipos de liderazgo que generalmente son considerados por la literatura referida al tema; el liderazgo democrático, donde el líder toma decisiones basadas en la consulta de sus seguidores, aunque él después tome la decisión, el liderazgo autocrático, que toma decisiones arbitrarias sin conocimiento de sus subordinados y el liderazgo ausente o *laissez-faire*, donde las decisiones son tomadas por el equipo, pero con supervisión del líder.

Manes (2014) citando a Kotter (1988) sostiene que “la capacidad de liderazgo estriba en el ejercicio efectivo de conducir a un grupo de personas en una determinada dirección por medios no coercitivos” (p.57). Además, refiere que para lograr una capacidad de liderazgo efectivo el líder debe ser honesto y tener una figura transparente para ser ejemplo, debe poseer visión compartida e integrar a sus trabajadores en el proceso de cambio, tener paciencia ya que las conductas y comportamientos de sus colaboradores son diferentes y por último tener sentido de ejemplaridad.

### **Capacidad de planificación**

La capacidad de planificación está condicionada por la habilidad de fijar objetivos y metas al realizar una tarea, también es la capacidad para planear con anticipación los resultados esperados y sirve como mecanismo de control para ver si lo planeado se está cumpliendo.

También está referida a la capacidad de pensar antes que actuar, identificando metas y objetivos que se desean alcanzar y diseñar los planes de acción para lograr dichos planes con el propósito de aprovechar las oportunidades y reducir la incertidumbre.

Robbins (2010) manifiesta que la capacidad de planificación “permite establecer objetivos organizacionales y establecer estrategias para lograrlos y desarrollar planes para integrar y coordinar actividades de trabajo (...) además la planificación minimiza el desperdicio y la redundancia, ya que obliga a los gerentes a ver el futuro y a anticipar el cambio” (p.145).

Quizás uno de los pilares con que cuenta un emprendedor sea la capacidad de planificación, ya que permite con antelación iniciará un negocio bien enfocado y

reducir la incertidumbre y alejar el fantasma del fracaso. Es de conocimiento público que en nuestro país de diez emprendimientos en etapas iniciales solo cuatro llegan a convertirse en empresas sostenibles, es decir, que seis emprendimientos fracasan en el intento por una sola razón: la falta de planificación.

### **Capacidad de relacionarse socialmente**

Es la capacidad de interrelacionarse con los demás y de establecer contactos adecuados. Esta capacidad también es llamada capacidad interpersonal pertenece a un tipo de inteligencia propuesta por Gardner en su teoría de las inteligencias múltiples y se puede definir como la habilidad para entender a los demás y se basa en la empatía y el espíritu gregario.

Chiavenato (2007) dice que las relaciones interpersonales “son centradas en el trabajo en equipo por medio de la formación de grupos espontáneos (...) las relaciones interpersonales se basan en la confianza mutua entre las personas y no en esquemas formales” (p.108).

Las relaciones sociales son importantes en nuestra vida cotidiana, por naturaleza somos seres sociales que constantemente interactuamos mediante el proceso de la comunicación. En el contexto empresarial las relaciones humanas son tan poderosas que pueden marcar el éxito o fracaso de una organización o en una carrera profesional. Por esta razón, las relaciones interpersonales deben ser potenciadas en los estudiantes por medio de asignaturas orientadas al desarrollo personal y el liderazgo para formar emprendedores y no solamente estudiantes que piensen en trabajar como dependientes.

### **Capacidad de influencia**

La influencia es la capacidad de controlar y modificar las percepciones y comportamientos de los demás. También es la capacidad de persuadir a terceras personas para que logren algo.

Chiavenato (2015) sobre la capacidad de influencia dice “la influencia es una fuerza psicológica, una transacción interpersonal en la cual una persona actúa con la intención de modificar el comportamiento de otra (...) la influencia abarca

conceptos como poder y autoridad, incluso la manera de provocar cambios en el comportamiento de las personas y los grupos sociales (pp. 89-90).

Esta capacidad al igual que las anteriores está estrechamente vinculada con la capacidad de liderazgo, ya que ambas permiten al emprendedor lograr objetivos y hasta cierto modo modificar conductas y comportamientos para que los subordinados realicen tareas y actividades que tiendan a conseguir los resultados planificados.

### **Capacidad de necesidad de logro**

Podemos definir al logro como el esfuerzo para obtener y conseguir de algo que se ha venido intentado desde un determinado tiempo y al que se le destinan esfuerzos físicos y psíquicos para luego mediante su consecución hacerlo realidad.

Palomo (2010) sostiene que la necesidad de logro “es el deseo de hacer las cosas bien, de tener éxito en sus actuaciones y de alcanzar ciertos estándares de excelencia (...) se refiere a la alegría o tristeza con la que la persona reacciona ante los resultados de sus esfuerzos” (p.99).

El individuo con necesidad de logro frecuentemente está orientado a realizar tareas que le demanden esfuerzo o sean difíciles, de manera tal que cuando alcance el resultado sienta la satisfacción de haber conseguido un logro personal. Los emprendedores poseen esta capacidad ya que por naturaleza están orientados a lograr sus objetivos demandando un esfuerzo adicional para lograrlo, mostrándose más persistentes con tendencia a asumir una serie de responsabilidades y son más innovadores ya que realizan las cosas de manera distinta evitando la rutina.

### **Definición de emprendedor**

La palabra emprendedor tiene sus raíces en el galicismo “entrepreneur”, que a su vez deriva del verbo “entreprende” que significa comenzar, emprender o acometer algo primero que otros. En sus orígenes durante el siglo XVII en Francia, se usó el término para referirse a las personas arrojadas o expedicionarios militares y posteriormente a los arquitectos y maestros de obra que hacían grandes obras y

construcciones. No se sabe a ciencia cierta pero el uso más antiguo del vocablo “*entrepreneur*”, desde el punto de vista empresarial data del siglo XV en un escrito referido a cuentas contables en la ciudad inglesa de Nottingham donde se registran las actividades de personas encargadas de negocios y de su espíritu arriesgado y mercantilista. En las primeras décadas del siglo XVII, el economista irlandés Richard Cantillón, es quién moderniza el concepto de emprendedor manifestando que el término se refiere a la persona o individuo proclive a asumir riesgos en épocas de incertidumbre, punto de vista que concuerda con la capacidad actual definida como propensión al riesgo y que permite al emprendedor tener un espíritu arrojado para iniciar negocios en coyunturas de imprevisibilidad, cambio e incertidumbre, características que se acentúan con el fenómeno de la globalización y la internacionalización de los negocios. Posteriormente, el economista francés Jean Baptiste Say es el pionero en establecer el concepto de empresario-emprendedor quién sostenía que el emprendedor es un agente de cambio y hace uso racional de los factores de producción: tierra, capital para producir un producto.

Décadas más tarde, 1934 para ser preciso Joseph Shumpeter, famoso economista austro-estadounidense en su libro *Capitalismo, Socialismo y Democracia* publicado en 1942 relaciona el espíritu emprendedor con la motivación, el deseo y el contexto social y lo describe como una persona innovadora que rompe los cánones establecidos, ve oportunidades donde el resto de personas ve obstáculos y lo considera como el “elemento dinámico del capitalismo”.

En los ochentas, Howard Stevenson profesor principal de la Universidad de Harvard refiere que una de las características más resaltantes que debe poseer una persona emprendedora es la detección de oportunidades, incluso manifiesta que la oportunidad es más relevante que la consecución de recursos, llegando a sostener que una persona emprendedora puede iniciar un negocio con intangibles como ideas, talento, inteligencia, energía.

No podemos de dejar de mencionar al padre de la Administración Moderna Peter Drucker quién en 1985 en su artículo “La disciplina de la innovación” se refería al emprendedor como una persona con características particulares para administrar

y generar negocios cuya cualidad principal debería ser la innovación y la dirección por objetivos.

A continuación definiremos el concepto de emprendedor según diversos autores.

Para Varela (1996) citado por Sánchez (2013), el emprendedor “es la persona o conjunto de personas que es capaz de percibir una oportunidad de producción o de servicio, y ante ella formula libre e independientemente una decisión de consecución y asignación de los recursos naturales, financieros, tecnológicos y humanos necesarios para poder poner en marcha el negocio, que además de crear valor adicional para la economía, genera trabajo para él y muchas veces para otros” (p.67).

Alcaráz (2015) manifiesta que “se denomina emprendedor a aquella persona con confianza en sí misma y ciertas características que le permiten ver oportunidades y generar conceptos de negocio a partir de la creación, la innovación o el mejor empleo de recursos” (p.7).

Para Robinson (1987) un emprendedor “es una persona que ha iniciado un negocio con algún tipo de innovación” (p.23).

El centro de Emprendimiento de la Universidad San Ignacio de Loyola (2014)

en su manual de emprendedores manifiesta que “un emprendedor es quién, impulsado por un sueño, una idea, el deseo de cambiar su entorno o la necesidad de materializar un proyecto de vida o de negocios, asume el reto de concretarlo desafiando paradigmas, enfrentando escenarios cambiantes y superando dificultades que suelen ser difíciles para otras personas” (p.18).

Según Nueno citado por Radajell (2009) un emprendedor “es la persona capaz de percibir una oportunidad de negocio, y ante ella formula libre e independientemente una decisión de consecución y asignación de los recursos naturales, financieros, tecnológicos y humanos necesarios para poder poner en marcha la empresa, que además de crear valor adicional para la economía, genera trabajo para él y muchas veces para otros” (p.39).

Para Hirsh y Peters (2002) citados por Olmos (2007), un emprendedor es una “persona que combina recursos, trabajo, materiales y otros activos de manera que su valor es mayor que antes” (p.2).

Puchol (2011) manifiesta que “En inglés, la palabra entrepreneur, que en realidad es una palabra de origen francés significa lisa y llanamente empresario. En este sentido, entrepreneur es sinónimo de merchant, dealer, bussines person, gambler, doer (...) sin embargo, en los últimos años esta palabra ha ido adquiriendo una carga semántica especial” (p.3).

De acuerdo con Morris y Kuratko (2002), “el emprendedor, además de hacer uso óptimo de los recursos disponibles y utilizarlos en combinaciones que maximizan sus resultados factibles, “agrega valor” a cualquier proceso o actividad en la que interviene” (p.21).

Resumiendo, los conceptos sobre la acepción emprendedor, podemos concluir que es aquel que identifica una oportunidad y organiza los recursos necesarios para iniciar un negocio con ahínco y ve oportunidades donde otros ven obstáculos. Un emprendedor debe poseer ciertas características, actitudes, capacidades y aptitudes que le permiten emprender nuevos retos y siempre avanzar un paso más, e ir más allá de donde ya ha llegado.

### **Características del emprendedor**

Las características del emprendedor han sido estudiadas por diversos autores desde diferentes aristas, algunos desde el punto de vista de los factores motivacionales, otros mediante las características personales o las características físicas, las características intelectuales y hasta por las competencias generales. Si bien es cierto que las características del emprendedor son difusas, se puede llegar a concluir que los emprendedores poseen determinadas características que los diferencian del resto de las personas. Según Alcaraz (2015) citando a Sánchez (2003), las características del emprendedor están resumidas en el cuadro adjunto.



Tabla 1.

*Características del emprendedor*

<b>1. Factores motivacionales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Necesidad de logro</li> <li>• Necesidad de reconocimiento</li> <li>• Necesidad de desarrollo personal</li> <li>• Percepción de beneficio económico</li> <li>• Baja necesidad de poder o status</li> </ul>
<b>2. Características personales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Iniciativa personal</li> <li>• Capacidad de decisión</li> <li>• Aceptación de riesgo moderado</li> <li>• Locus de control interno</li> <li>• Autoconfianza y autoestima</li> <li>• Trabajo en equipo</li> </ul>
<b>3. Características físicas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Energía</li> <li>• Trabajo con ahínco</li> </ul>
<b>4. Características intelectuales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creatividad e innovación</li> <li>• Planificación y seguimiento de resultados</li> <li>• Capacidad para analizar el ambiente</li> <li>• Visión comprensiva de problemas</li> <li>• Versatilidad y flexibilidad</li> </ul>
<b>5. Competencias generales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Liderazgo</li> <li>• Orientación al cliente</li> <li>• Red de contactos</li> <li>• Comunicación</li> <li>• Exige eficiencia y calidad</li> </ul>

Nota: Tomado de R. Alcaraz (2015). El emprendedor de éxito.

A fines de la década del siglo XX debido al crecimiento de las empresas y en consecuencia el auge del emprendimiento, se origina en los Estados Unidos una corriente para estudiar el perfil emprendedor y sus características, periodo que coincide con la aparición del Enfoque del Comportamiento de la Administración que dio énfasis en el estudio de los rasgos personales del emprendedor. Puchol (2011) recopila estos rasgos y determina que las personas emprendedoras poseen las siguientes características:

El emprendedor debe ser: Audaz, apasionado y responsable.

El emprendedor monta su propio negocio por las siguientes razones:

Ser su propio jefe Huir de la estructura empresarial, en la que se sienten prisioneros

Poner en práctica sus ideas creativas

Poder ser útiles a los demás

Ponerse a prueba a sí mismos.

El emprendedor debe tener: Confianza, iniciativa voluntad. Asimismo: Perciben el cambio como una oportunidad y no como un problema

Son innovadores

Asumen riesgos objetivamente calculados

Pueden tener una empresa propia, pero también son empleadores

Aceptan la incertidumbre que implica cualquier cambio

Son muy trabajadores, gente muy dinámica, bastante agresivos (agresividad defensiva).

No se quejan y buscan oportunidades.

### **Clasificación de los emprendedores**

Schollhammer (1980) citado por Alcaraz (2015), divide a los emprendedores en cinco tipos de personalidades:

El emprendedor administrativo, que hace uso de la investigación y del desarrollo para generar nuevas y mejores formas de hacer las cosas.

El emprendedor oportunista, que busca constantemente las oportunidades y se mantiene alerta ante las posibilidades que le rodean.

El emprendedor adquisitivo, que se mantiene en continua innovación, la cual le permite crecer y mejorar lo que hace.

El emprendedor incubador, que en su afán por crecer y buscar oportunidades y por preferir la autonomía, crea unidades independientes que al final se convierten en negocios nuevos, incluso a partir de alguno ya existente.

Y por último el emprendedor imitador quién genera sus procesos de innovación a partir de elementos básicos ya existentes, mediante la mejora de ellos. (2015, pp.4-5).

Según Alcaraz, existen otras formas de clasificar a los emprendedores, tomando en cuenta dos factores: la razón por la que emprenden que puede tomar dos vertientes:

Por aprovechar una oportunidad, es decir, porque encontraron una necesidad insatisfecha o un nicho de mercado desatendido, o porque tienen una buena idea y desean desarrollarla por el gusto de verla hecha realidad y; por necesidad o porque el emprendedor se encuentra en una situación desfavorable, es el caso si está desempleado, ya sea porque acaba de ser despedido o porque ha decidido independizarse y requiere procurarse algún ingreso económico.

Según el tipo de empresa que desarrollan pueden ser:

El emprendedor social busca, a través de su creatividad, entusiasmo y trabajo, producir un cambio social en beneficio de un sector de la población, en general lo hace sin tener fines de lucro. El emprendedor que busca destacar en cierta área y ser modelo para otros; por ejemplo en las artes, el deporte o la política.

Si el individuo emprende dentro de una empresa que no es la suya se le llama emprendedor interno (intrapreneur) y si lo hace en su propio negocio con fines de lucro es un emprendedor externo (entrepreneur), puede comenzar desde cero, adquirir una empresa ya existente o comprar una franquicia, fabricar productos, ofrecer servicios o sólo comercializar de forma diferente a la tradicional un producto que ya existe. (2015, p.5).

### **Teorías sobre el emprendimiento**

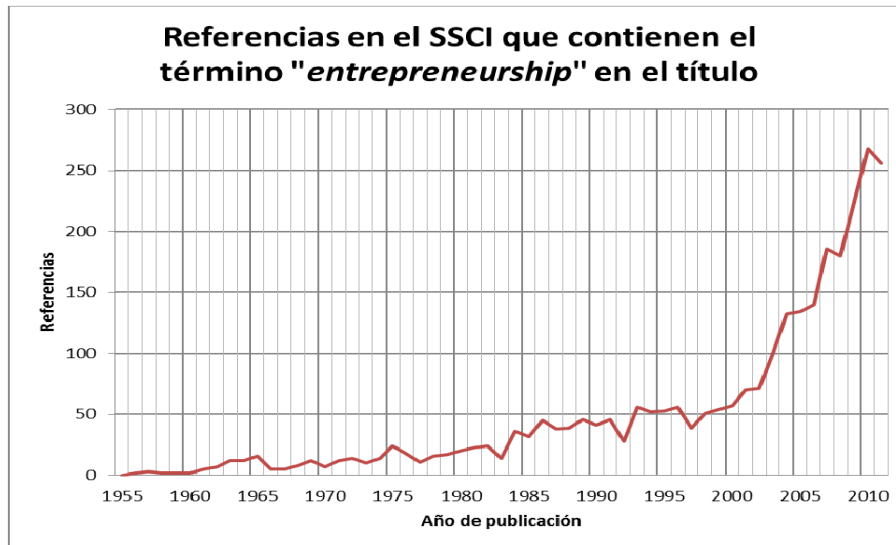
La literatura sobre las teorías del emprendimiento es vasta, algunas de ellas se basan en la creación de empresas, otras estudian la relación de emprendimiento y educación, sus características y rasgos personales, las más recientes el proceso empresarial, también los negocios iniciales mediante su incubación. Con los aportes de cada teoría se fue formando un estado del arte del emprendimiento

donde cada teoría aportó y enriqueció el tema y aunque muchas de ellas difieren, todas concluyen que el emprendedor es parte activa de la economía de los países y que son personas que tienen características especiales que los hacen sobresalir del resto. Lo anteriormente expresado no quiere decir que un emprendedor tenga características innatas, sino cierta predisposición hacia los negocios, pero que a lo largo de su vida las características, actitudes y capacidades emprendedoras se pueden adquirir o desarrollar.

Antes de mencionar las teorías sobre el emprendimiento, proponemos una definición del concepto. Tomemos en cuenta que la definición de emprendimiento está referida a la persona que realiza una actividad antes que otra, es decir es un pionero y desde esa perspectiva un emprendimiento podría referirse a que un individuo sea el primero que se lance desde la cima del Everest en una ala Delta. El término también es utilizado para referirse a la persona que inicia una empresa o mejora la ya existente, significado que interesa a la investigación.

Veamos algunos conceptos de emprendimiento desde la óptica de dos autores:

“Ser emprendedor es una actitud ante la vida (...) hay personas que trabajando por cuenta ajena muestran siempre una actitud positiva, activa y de liderazgo y otras que trabajando por cuenta propia no muestran ese espíritu y sobreviven como pueden o no sobreviven (...) se trata de una forma de ver el mundo, descubriendo oportunidades allí donde otros ven problemas y asumiendo riesgos cuando otros buscan seguridad” (Gil y Giner, 2013, p.93).



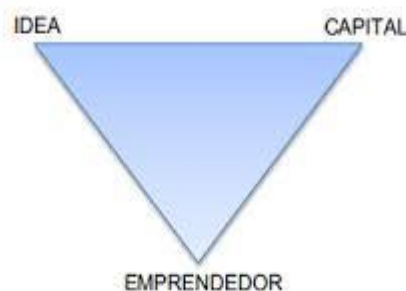
*Figura 1.* Término Entrepreneurship en SSCI

Nota: La actividad emprendedora de los graduados de IQS (Vallmitjana, 2014)

Para Shane (2004) “el emprendimiento o proceso empresarial envuelve la identificación y evaluación de oportunidades, la decisión de explotarla por uno mismo o venderlas, los esfuerzos para obtener recursos y el desarrollo de la estrategia y la organización del nuevo proyecto empresarial.(p.12).

### Teoría de Andy Freyre

Freyre, licenciado en Economía por la Universidad de San Andrés, Argentina, y OPM de la Escuela de Negocios de la Universidad de Harvard, sostiene que todo proceso emprendedor combina tres componentes:



*Figura 2.* El triángulo del emprendedor

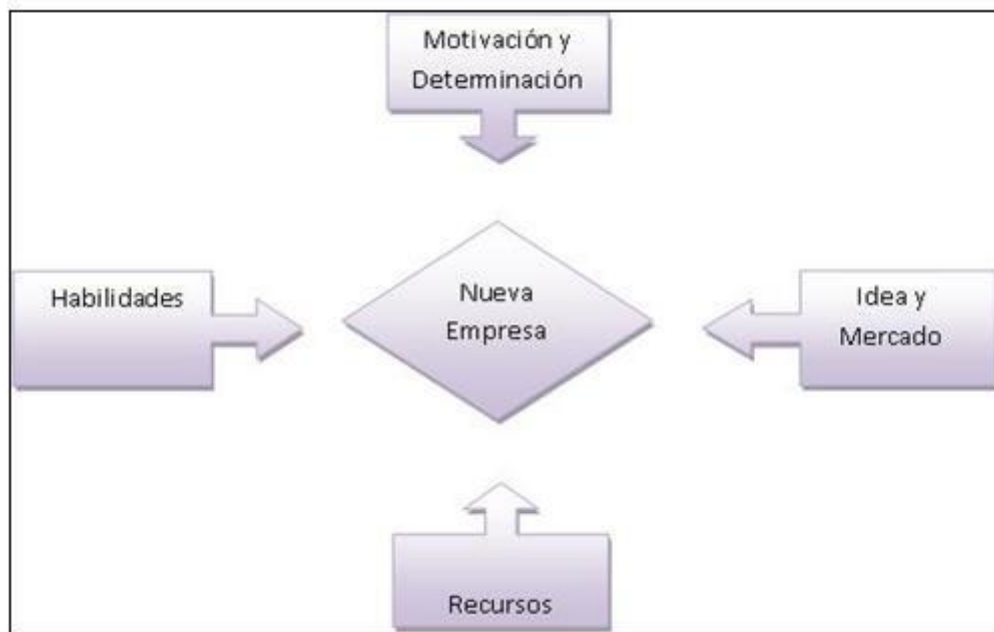
Nota: Tomado de Argentina emprendedora: cómo innovar puede producir cambios reales y decisivos en el destino de un país. Freyre (2012)

La base del triángulo invertido es el emprendedor, quien necesita dos componentes adicionales para concretar el negocio: la idea de negocio con viabilidad de mercado, y el capital. Freyre (2012) sostiene que “cuando un emprendimiento no es exitoso, siempre se debe a la falla de una de estas tres variables, o la combinación entre ellas. De la firmeza del emprendedor depende, en gran medida, que el modelo no se derrumbe; el emprendedor “exitoso” siempre logra el capital o el gran proyecto. Por eso el problema trascendental no es el capital ni la idea, porque emprender va más allá de una mera actitud mercantil o un conjunto de conceptos” (p. 15).

Estamos de acuerdo con Freyre, ya que emprender es una actitud y una forma de vida que permite iniciar negocios bien enfocados, el capital como factor económico es importante para obtener los recursos y la idea la partida de nacimiento de la nueva empresa, pero no se podrían conjugar estos tres aspectos si el emprendedor no cuenta con las características que lo hacen tal, por esa razón es imperativo determinar si es que nuestros estudiantes poseen las actitudes y características necesarias y si el contexto universitario está ayudando a ello.

### **Teoría de Allan Gibb**

Este teórico neozelandés analiza la relación entre emprendurismo y educación y como estos conceptos están relacionados. Gibb sostiene que las instituciones educativas –de cualquier nivel- deberían enfocar sus enseñanzas con miras a la educación empresarial desde edades tempranas. Además, creó un modelo compuesto por cuatro factores que en forma integrada obtienen el llamado proceso empresarial, estos factores son los que se muestran en el cuadro adjunto conllevan a la generación de empresas.



*Figura 3. Factores del Proceso Empresarial*

Nota: Tomado de *Mujeres, su participación económica en la sociedad*. Macías y Parada (2013).

Macías y Parada (2013), citando a Gibb (1988), manifiestan que “se ha generado una corriente de pensamiento que tiene gran acogida en los países en vías de desarrollo, el emprendimiento y educación, ya que la formación será cada vez más una condición necesaria para la creación de empresas” (p.73).

Esta teoría –para muchos modelo- relaciona los cuatro factores necesarios para crear una unidad económica; los recursos de todo tipo (tecnológicos, humanos, materiales e información), la idea y mercado, referidos a la naturaleza empresarial y al tipo de producto o servicio y su relación con el mercado, las habilidades que expresan los conocimientos, destrezas y competencias que todo emprendedor debe tener y la motivación y determinación que se requiere para que la empresa inicial alcance su madurez. Estos cuatro factores deben asociarse a uno más: la educación, que permite formar a los emprendedores racionalmente, dejando de lado el empirismo para pasar a una etapa científica con base en la planificación.

La educación y emprendimiento no está desarrollada como se quisiera en nuestro país, ya que el concepto de “universidad emprendedora” es nuevo por estas

latitudes y la mayoría de instituciones educativas de nivel superior solo ven el emprendimiento como una asignatura dentro de la curricula. La miopía respecto de la relación universidad-emprendimiento está cambiando gracias a los esfuerzos de algunas universidades que han entendiendo la real dimensión del problema, fomentando las actitudes, capacidades para que los estudiantes planifiquen negocios y no solo egresen al mercado laboral para trabajar para terceros.

### **Teoría de Schumpeter**

Joseph Schumpeter, sostiene que una persona emprendedora es en esencia un innovador que actúa como promotor del desarrollo económico y que no necesariamente tiene que ser un capitalista, un empresario o un administrador, sino una persona que sepa integrar los factores de producción adicionándole una dosis de innovación.

Shumpeter (2004) citado por Freyre (2015) refiriéndose a la capacidad de innovación que debe tener todo emprendedor indica que “para las acciones que consisten en llevar a cabo innovaciones reservamos el término empresa; a los individuos que las llevan a cabo los llamamos emprendedores” (p.5).

Para Schumpeter un sistema económico tiene dos opciones: estar en equilibrio u homeóstasis o estar en desequilibrio. Se está en equilibrio cuando los ingresos son equivalentes a los costos más los salarios, es decir se obtiene el beneficio ordinario en el que no hay beneficio para el empresario. El beneficio ordinario se rompe cuando el empresario innova alterando la homeostasis empresarial provocando una situación de progreso económico monopolístico que termina cuando el producto es imitado por otras empresas. Se puede deducir entonces que la innovación es la que provoca el desequilibrio ya que permite que otros empresarios imiten el producto volviendo al llamado beneficio ordinario.

La teoría schumpeteriana distingue tres etapas: la invención, la innovación y la imitación; la invención referida a la creación de un nuevo producto o un nuevo proceso de producción para un producto existente; la innovación, que permite poner en práctica inventos previos que han sido mejorados, renovados o reinventados en productos industriales o comerciales y es la etapa que caracteriza a los



emprendedores y por último la imitación, que modifica aspectos no substanciales del producto que desemboca en productos sustitutos, etapa propia de empresarios conservadores o seguidores. Estas etapas son las que se tienen que desarrollar en edades tempranas y con mayor énfasis en los alumnos de nivel superior ya que actualmente las condiciones de incertidumbre, competencia acérrima y cambios constantes requerirán de estudiantes creativos e innovadores. La imitación también es importante pero pensamos que las dos primeras etapas son más relevantes, salvo que la imitación tenga un valor agregado y vuelva al producto, servicio o proceso una ventaja competitiva.

### **Teoría de la Escuela Austriaca**

La Escuela Austriaca sobre el emprendimiento estuvo formada por varios autores entre los que destacan Ludwig Von Mises, Freidrich Hayek e Israel Kirzner cuyas ideas eran diametralmente opuestas a las de Schumpeter. La coincidencia entre ambos pensamientos estriba en que el emprendimiento es de vital importancia para el sistema capitalista, pero se diferencian en la concepción de la naturaleza de la persona.

Mises sostenía que el factor emprendedor se encuentra en todas las personas y no en tipo particular como afirmaba Schumpeter. Mises citado por Castillo (1999) define al emprendedor como “aquel que desea especular en una situación de incertidumbre respondiendo a las señales del mercado con respecto a precios, ganancias y pérdidas. Debido a estas acciones, la emprendedora ayuda a nivelar la demanda y la oferta y, si ha especulado correctamente, genera una ganancia para sí. De lo contrario, asume las pérdidas por su decisión incorrecta” (p.6).

Consideramos que ambos estaban en lo cierto ya que Schumpeter menciona que un emprendedor forma parte del proceso económico resaltando su capacidad de innovación y Mises su capacidad para enfrentar la incertidumbre, actualmente ambas consideradas competencias claves del emprendedor moderno ya que el espíritu emprendedor requiere de personas innovadoras que creen productos o reinventen los ya existentes y adicionalmente tengan propensión al riesgo y estén preparados para enfrentar la incertidumbre y hasta lo desconocido.

Para Kirzner el emprendedor es la persona que está atenta a las oportunidades del mercado que causan equilibrio y tiene la habilidad de percibir las antes que otros. Según Castillo (1999) los autores de la Escuela Austriaca “enfatan la existencia perenne de la competencia y la oportunidad emprendedora, mientras que Schumpeter se concentra en la naturaleza temporal de la actividad y los disturbios generados por las nuevas combinaciones ofrecidas al mercado” (p 6).

### **Teoría del Proceso Empresarial de Albert Shapero**

Shapero indicaba que los negocios en su crecimiento siguen un proceso o serie de etapas interdependientes donde propone al evento empresarial o nacimiento de un nuevo empresario como una variable dependiente y al emprendedor o al grupo empresarial y su macro entorno conformado por las condiciones económicas, sociales, culturales y psicológicos como variable independiente.

Shapero, propone en su modelo tres componentes para el desarrollo empresarial; primero el cambio en el estilo de vida, referido a dejar de lado viejas posturas y creencias por actitudes positivas para el emprendimiento como innovación, asumir riesgos, ver oportunidades donde otros ven obstáculos. Segundo, la percepción de factibilidad, es decir el sentir que el emprendimiento es posible de realizarse y tercero la percepción de deseabilidad o actitud de querer poner en marcha el negocio.

### **Teoría de las características individuales del emprendedor**

La teoría de las características individuales del emprendedor o de los rasgos de personalidad se basa en la premisa de que determinadas características psicológicas predisponen a determinadas personas a emprender negocios, es decir explican la creación de empresas desde un punto de vista individual donde se analizan rasgos, características, capacidades y atributos personales.

Este enfoque tiene como principal autor a David McClelland, destacado psicólogo estadounidense que basó sus estudios en las necesidades, dando origen a la famosa Teoría de las Necesidades estrechamente relacionada con la motivación humana. La motivación es el ahínco personal que todo emprendedor debe tener, no es posible entender a un iniciador de negocios que no esté motivado

ya que la actitud mental positiva es clave para que el emprendedor lleve al éxito al negocio.

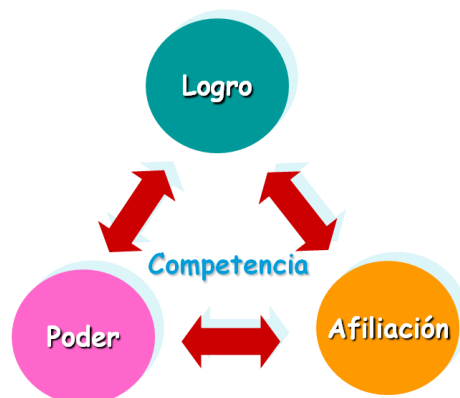
McClelland, determinó que existen tres tipos de necesidades que dependen del perfil del emprendedor y de su ambiente cultural. Estas necesidades son: la necesidad de logro, la necesidad de afiliación y la necesidad de poder.

Sobre esta clasificación veamos los conceptos según González (2014):

Necesidad de logro o realización: se basan en el afán que tiene el individuo por realizar sus tareas de la mejor forma posible. El sujeto buscará situaciones donde le sea fácil la solución de problemas (...) además intentará establecer objetivos fáciles de conseguir.

Necesidad de poder: se basa en el interés que tiene el individuo por ejercer autoridad sobre los demás. El perfil de este sujeto sería el de una persona interesada en su propio prestigio y; Necesidad de afiliación: están basadas en el deseo que posee el individuo de ser aceptado y agradar. Estos sujetos prefieren involucrarse en situaciones de colaboración, y no de competitividad. (p.89)

Estas necesidades determinan el perfil de un emprendedor o líder, pero creemos que la necesidad de logro -que forma parte de una de las dimensiones de la investigación- es la que permitirá saber si los estudiantes de administración tienen tendencias a buscar soluciones efectivas a problemas y si tienen perseverancia para lograr sus objetivos.



*Figura 4.* Necesidades de Mc Clelland

Nota: Tomado de Administración de RRHH, Chiavenato (2015)

El estudio del fenómeno del emprendimiento visto desde la óptica de las características psicológicas empezó en 1961 con los estudios de McClelland, la parte nuclear de esta teoría se basa en que el emprendedor tiene un perfil psicológico distinto al resto de la población y que los empresarios exitosos tienen un perfil psicológico de los empresarios con menor éxito. Las características del emprendedor son diversas, según Kao (1989) el emprendedor es una persona con ciertas características particulares entre las que se pueden destacar:

Compromiso total, determinación y perseverancia

Capacidad de logro, capacidad de liderazgo

Iniciativa y responsabilidad

Creatividad e innovación

Persistencia en la solución de problemas

Propensión al riesgo

Confianza en sí mismo y control interno alto (locus de control)

Tolerancia al cambio

Siguiendo el enfoque de las características individuales del emprendedor Marulanda et ál. (2014) basado en los estudios de López, Santos y Bueno (2004) proponen que para estudiar al emprendedor deben considerarse tres enfoques: las características individuales, conformadas por los rasgos de la personalidad, las capacidades y actitudes; las motivaciones del emprendedor y las funciones del emprendedor basadas en la economía y en la empresa.

Tabla 2.

*Para estudiar el perfil emprendedor*

Características individuales	Rasgos de personalidad Capacidades Actitudes
Motivación	Intrínseca y extrínseca
Funciones	En la economía En la empresa

Nota: Tomado de Aportes teóricos y empíricos del emprendedor. Marulanda, Montoya y Vélez (2014)

En España el año 2004 López et ál realizaron un estudio en más de ochenta emprendedores con la finalidad de determinar que cualidades, capacidades y actitudes son las que debe poseer un potencial emprendedor, identificando que los rasgos más resaltantes son creatividad, iniciativa, innovación, trabajo en equipo, perseverancia, tolerancia a los cambios, capacidad de liderazgo, capacidad de sentido de riesgo y de logro.

Tabla 3.

*Características individuales del emprendedor*

<b>Capacidades</b>	<b>Actitudes</b>
Capacidad de asumir riesgos	Positivismo
Capacidad de influencia	Riesgo
Capacidad de trabajo en equipo	Creatividad
Capacidad de adaptación	Empatía
Capacidad de logro	Iniciativa
Capacidad de sentido de riesgo	Motivación
Capacidad de identificar oportunidades	Innovación
Capacidad para generar ideas	Autonomía
Capacidad de negociación	Optimismo
Capacidad de gestión	Planeamiento
Capacidad de liderazgo	Autoconfianza

Nota: Tomado de Las dimensiones del perfil emprendedor, López et ál (2004)

Las capacidades y competencias están definidas como las habilidades y conocimientos que un emprendedor posee como resultado de la evolución y desarrollo de las aptitudes por medio de la experiencia desarrolladas a lo largo de su vida. Estas capacidades y competencias son de vital importancia en el contexto

actual, ya que se deben impulsar en el ámbito universitario para crear una nueva cultura empresarial que conlleve a la empleabilidad y a la creación de empresas.

La investigación toma como base para determinar las dimensiones de la variable capacidades emprendedoras al enfoque de las características individuales del emprendedor propuesto por López (2004) y dentro de él analizamos las capacidades y actitudes más relevantes que podrían determinar si los estudiantes poseen condiciones para planificar negocios.

### **Dimensiones de la variable Capacidades Emprendedoras**

La investigación se fundamenta en la teoría del emprendimiento que estudia las características individuales del emprendedor, tomando en cuenta el estudio de López et al (2004) podemos determinar las dimensiones para la variable independiente capacidades emprendedoras. De las capacidades emprendedoras, hemos tomado cuatro capacidades: capacidad de trabajo en equipo, capacidad de liderazgo, capacidad de sentido de riesgo y capacidad de necesidad de logro, porque son capacidades básicas que se pueden fomentar en estudiantes de administración y se prestan para ser desarrolladas en el aula de clases, ya que todas ellas son inherentes a la carrera.

Continuación desarrollaremos conceptualmente cada una de las dimensiones de la investigación.

#### **Capacidad de Trabajo en Equipo**

El emprendedor no trabaja solo, sabe que toda labor se hace en equipo y debe contar con personas que realicen labores diversas dentro del equipo para lograr los objetivos y metas trazados. Al empezar una idea y poner en marcha situaciones de cualquier circunstancia, se sabe que es necesaria la colaboración de alguien más, ya sea un consejo, cooperación o apoyo.

Según Alles (2008) el trabajo en equipo es “la capacidad para colaborar con los demás, formar parte de un grupo y trabajar con otras áreas de conocimiento que no son nuestra especialidad, todo en búsqueda de trabajar una estrategia y conseguir los objetivos trazados” (p.95).

Esto implica poder tener expectativas positivas dentro de un grupo de trabajo, además de sentirse y hacer sentir identificados a los demás con los objetivos del trabajo, para poder empezar a comprender a los otros que están aportando al trabajo colectivo. Si al hacerse parte de un grupo hay cierto sentimiento de rechazo, de cualquiera de las partes, se debe saber replantear y considerar si los objetivos que el grupo alineó y la estrategia por seguir son adecuados y forman parte del desarrollo personal y profesional de cada una de las personas que están al interior del equipo.

El trabajo en equipo exige complementariedad, compromiso y comunicación, condiciones que gran parte de los estudiantes universitarios no tienen. Esta capacidad debe ser inherente en la praxis administrativa, ya que ella implica transferir autoridad y responsabilidad a posiciones inferiores de la jerarquía, proceso conocido como la delegación de funciones.

Alcaraz (2015) citando a Holp (2003) manifiesta que “Un equipo (...) se puede definir como un grupo de personas que trabajan juntas hacia una serie de objetivos específicos dentro de una esfera operativa determinada” (p.34).

El trabajo en equipo ha ganado relevancia dentro del ámbito empresarial ya que para lograr objetivos se ha hecho necesario el trabajo conjunto debido a las exigencias de calidad, eficiencia y eficacia. En el seno de la educación superior también se requieren esas exigencias, ya que los estudiantes modernos son participativos y sus tareas en el día a día exigen trabajo conjunto, coordinación de esfuerzos. El emprendedor no está exento de estas exigencias ya que una de las capacidades fundamentales es trabajar en forma conjunta, ya que el emprendedor por sí solo no puede lograr objetivos, sino a través de las personas que dirige, por esta razón es imperativo que esta capacidad sea desarrollada desde ciclos iniciales de su carrera profesional.

### **Capacidad de liderazgo**

El liderazgo es la influencia interpersonal que tiene como finalidad la capacidad de dirigir con efectividad a personas que estén dispuestas a lograr metas. Esta

capacidad es clave para un emprendedor, ya que permite dirigir a una persona o grupo de personas hacia las metas trazadas.

Koontz et ál. (2014) manifiesta que “el liderazgo es arte o proceso de influir en las personas para que participen dispuestos y con entusiasmo hacia el logro de las metas del grupo” (P.440).

Concordamos con que liderar es un arte, ya que dirigir personas que tienen diferentes comportamientos, intereses y motivaciones requieren de poder e influencia, ya que los intereses empresariales y los intereses de los empleados casi siempre han sido opuestos: Por esta razón el emprendedor debe conocer las motivaciones de las personas que laboran con él y ver la manera más adecuada de satisfacer sus necesidades.

Robbins (2010) dice acerca del liderazgo “es alguien que puede influir en los demás y que posee autoridad gerencial (...) es un proceso de guiara a un grupo e influir en él para que alcance sus metas” (p.370).

Según Chiavenato el liderazgo también puede ser entendido desde diferentes ángulos:

El liderazgo es la influencia interpersonal ejercida en una situación, dirigida por medio del proceso de la comunicación humana, orientada a alcanzar uno o diversos objetivos específicos (...) se presenta como un fenómeno social exclusivamente en grupos sociales y es la influencia o fuerza psicológica, una transacción interpersonal en la cual una persona actúa con la intención de modificar el comportamiento de otra (...) también el liderazgo es usado para disminuir la incertidumbre grupal, ya que la medida en que un individuo exhiba cualidades de liderazgo, dependerá no solo de sus rasgos personales, sino también de las características de las situaciones en que se encuentra (...) el liderazgo es un proceso continuo de elección que permite que la empresa avance en dirección a su meta, a pesar de las perturbaciones externas e internas.(2014, pp. 89-90).



Es cierto que para liderar se necesita tener seguidores y que los objetivos organizacionales y laborales muchas veces no han sido congruentes y que por esta razón se forman los conflictos, para evitarlos y tener un clima laboral positivo, los estudiantes de nivel superior deben desarrollar la capacidad de liderar desde la educación primaria y secundaria, ya que en la universidad se le formará para dirigir personas y alcanzar metas organizacionales.

“La capacidad de liderazgo es el tope que determina el nivel de eficacia de una persona. Cuanto menor es la capacidad de dirigir un individuo, tanto más bajo está el tope de su potencial. Cuanto más alto está su nivel de liderazgo, tanto mayor es su eficacia potencial” (Maxwell, 2008, p.13).

Andraka (2011) refiere que “la capacidad de liderazgo conlleva a sobresalir en las actividades de un grupo e influir de manera positiva en el mismo, saber conducir los sentimientos y valores de las personas que forman un grupo en aras de una meta o una acción determinada” (p. 201)

La capacidad de liderar es clave en un emprendimiento, ya que en negocios iniciales se busca dirigir personas y mediante ellas lograr los objetivos planificados. Esta capacidad debe de desarrollarse desde los primeros ciclos del nivel superior mediante talleres para que los estudiantes puedan descubrir en forma temprana si tiene capacidades que permiten liderar o caso contrario aprenderlas y desarrollarlas, ya que sostenemos que el líder se hace y no nace.

### **Capacidad de sentido de riesgo**

La capacidad de sentido de riesgo o propensión al riesgo está definida como el máximo nivel de riesgo que una persona o empresa está dispuesta a asumir con la finalidad de lograr sus objetivos o metas. También está referida a la tendencia que tiene un individuo para elegir alternativas más riesgosas que otras, pero que le pueden reportar más beneficios. Esta capacidad es considerada clave en un emprendedor ya que le permite asumir riesgos controlados, y por ende tiene preferencia por trabajar en ámbitos donde exista incertidumbre y cambios en vez de certeza y previsibilidad.

Garrigós (2006) citando a Lyon et al (2000) manifiesta que “la propensión al riesgo consiste en actividades como endeudarse fuertemente, destinación de un alto porcentaje de los recursos a proyectos con resultados inciertos y entrada en mercados desconocidos” (p.102).

“La propensión al riesgo es el grado al que un tomador de decisiones está dispuesto a apostar al tomar una decisión” (Griffin, 2011, p.286).

La toma de decisiones bajo riesgo para afrontar situaciones inciertas, está íntimamente relacionada con el emprendimiento, por esta razón los estudiantes universitarios que han determinado seguir la carrera de administración, tienen que diferenciarse del resto de las personas, asumiendo los riesgos en una proporción mayor.

### **Capacidad de necesidad de logro**

La necesidad de logro está determinada por el grado o nivel que un emprendedor desea realizar trabajos desafiantes y difíciles, de modo que cuando se alcancen los resultados sienta la satisfacción de haber alcanzado la meta propuesta, es decir el éxito.

Un detonante o impulsador de la necesidad de logro es la motivación, que puede ser definida como el empuje o ahínco personal que tiene un emprendedor para realizar satisfactoriamente un emprendimiento. Esta motivación por el logro puede manifestarse mediante comportamientos tales como: el trabajo en equipo que exige complementariedad entre sus miembros y coordinación para lograr resultados; liderazgo para dirigir e influenciar a un grupo humano y valerse de ellos para obtener metas; sentido de riesgo, para no temer al fracaso tomando riesgos calculados de acuerdo a sus capacidades y necesidad de logro que permita al emprendedor estar orientado al éxito empresarial.

McClelland (1971) la describe a la necesidad de logro como:

El impulso comportamental que conlleva al individuo a seleccionar e insistir en tareas que impliquen un nivel superior y que pueda compararse consigo mismo al realizar actividades retadoras que

requiera sus competencias para llegar a un éxito indiscutible. La motivación de logro es una necesidad recurrente de alcanzar éxitos, no en comparación con otros, sino consigo mismo, como un reto de sus propias capacidades” (pp.109-111).

Mc Clelland y otros estudiosos del comportamiento de los emprendedores concluyen que la necesidad de logro es una capacidad clave para el éxito de los negocios.

## **Desarrollo de la actitud para planificar negocios**

### **Concepto de actitud**

Según Hogg y Vaughan (2008), la actitud es una “Organización de creencias, opiniones, sentimientos y tendencias conductuales, relativamente duradera, hacia objetos, grupos, eventos o símbolos socialmente significativos o sentimiento o evaluación general-positivo o negativo- acerca de alguna persona, objeto o cuestión” (p.148)

En opinión del CEIN (2015), “las actitudes son competencias y habilidades que se pueden aprender y que están relacionadas con la puesta en marcha de negocios y que deben enseñarse desde edades muy tempranas para potenciar el espíritu emprendedor” (p.21).

Cuadras citando a Rodríguez (1991), sostiene que “la actitud es una organización duradera de creencias y cogniciones en general, dotada de una carga afectiva a favor o en contra de un objeto definido, que predispone a una acción coherente con las cogniciones y afectos relativos a dicho objeto”. (p.18).

Urbano y Toledano (2008) manifiestan que una actitud es “un juicio de evaluativo, favorable o desfavorable sobre objetos, personas y acontecimientos” (p. 34).

“La actitud es un estado interno que predispone a actuar en relación a un objeto social, de forma coherente con el conocimiento y sentimiento que se tiene de él” (Carbó, 2013, p.178).

Las actitudes son el cimiento de una serie de situaciones sociales, como las relaciones de amistad o aquellas situaciones de rechazo y en esencia una actitud

es el comportamiento que emplea una persona para realizar determinado trabajo. Del conjunto de las definiciones anteriores se puede concluir que las actitudes tienen predisposición hacia el actuar, son dirigidas hacia un objeto, persona o situación y según Carbó (2013) incluye tres comportamientos: cognitivo, afectivo y conductual.

		Percepción de oportunidades	Percepción de capacidades	Temor al fracaso	Intenciones de emprendimiento
Economías De factores básicos	Bangladesh	64	24	72	25
	Pakistán	4	43	35	23
	Venezuela	48	67	24	20
Economías de factores de eficiencia	Argentina	56	64	28	30
	Brasil	43	53	31	28
	Chile	57	62	27	46
	Colombia	73	61	29	56
	México	43	61	27	24
	Panamá	46	64	14	21
	Perú	70	73	41	38
	Uruguay	54	61	34	38
	China	49	44	36	43
	Tailandia	40	43	55	26
Economías de factores de innovación	Turquía	32	42	22	9
	Australia	48	47	43	12
	Alemania	35	37	42	5
	Japón	6	14	42	4
	Singapur	21	24	39	12
	Emiratos A.U	44	62	51	2

*Figura 5. Actitudes y percepciones de Emprendimiento*

Nota: Tomado de Actitudes y aptitudes del emprendedor, Pérez (2012)

Hernández (2010), manifiesta que “una actitud es una predisposición aprendida para responder coherentemente de manera favorable o desfavorable ante un objeto, ser vivo, actividad, concepto, persona o sus símbolos” (p.244).

### **Comportamiento Cognitivo**

Es la posibilidad del conocimiento de los asuntos. Son las percepciones del individuo, sus creencias y estereotipos, es decir, son las ideas que se tienen respecto a los objetos. Los valores personales tiene la utilidad de ayudar a construir el edificio verbal de la comunicación.

### **Comportamiento afectivo**

Hace referencia a los sentimientos de la persona respecto de los objetos. La comunicación interpersonal dispone siempre de dos niveles: un primer nivel de carácter racional que configura lo que expresamos y un segundo nivel llamado afectivo emocional que es propiamente el estilo que determina el mensaje que se expresa.

### **Comportamiento conductual**

Es la tendencia a reaccionar hacia los objetos de una determinada manera. Es el componente activo de la actitud. (Carbó, 2013, p.179).

### **Concepto de Actitud emprendedora**

Las actitudes emprendedoras son formas de comportamientos o maneras de actuar de las personas con tendencia hacia el logro de objetivos, correr riesgos y perseverar hacia la consecución de algo que puede ser una meta particular o el inicio de un negocio. Las actitudes emprendedoras son contrarias a los hábitos o comportamientos de fatalismo, derrotismo, temor al cambio y autoestima negativa.

La actitud emprendedora puede conceptualizarse como una conducta permanente de administrar los recursos para generar resultados según la actividad en que se desarrolla (Quintero, 2007, p. 16).

Robbins & Coulter (2010) refieren que las actitudes son los enunciados o juicios evaluadores de personas, objetos o eventos. Posee tres componentes: cognitivo -segmento de opinión o creencia-, afectivo -segmento emocional o sentimental- y comportamental -intención de conducta de cierto modo hacia alguien o algo.

## **Actitudes del emprendedor**

### **Autoestima**

La autoestima es la evaluación que una persona hace de sí mismo, es la confianza en la propia capacidad para enfrentar riesgos y desafíos del día a día. Esta actitud es una cualidad importante para un emprendedor, ya que permite sortear obstáculos y tener perseverancia para ir en busca de los objetivos planeados y sentir que se posee la capacidad para encontrarlos.

Según Robbins y Judge (2009, p. 111) es el "grado en que los individuos se agradan o desagradan a sí mismos, sea que se vean como capaces y efectivos, y sientan que tienen o no el control de su entorno".

Cuando se habla de autoestima elevada hay dos dimensiones relevantes que son la competencia y el valor (Gecas, 1982). De esta forma la competencia es el grado en que la persona se ve a sí misma capaz y eficaz y el valor hace referencia al grado en que la persona se siente a sí misma un individuo de valía (Cast y Burke, 2002).

El modelo de proceso dual (Epstein, 1994) en el cual propone la parte cognitiva y afectiva, dando relevancia al modo en que se procesa la información para determinar la forma de autoestima: implícita -procesos de experiencias afectivas- y explícitas -sistema cognitivo de análisis lógico y comentarios auto relevantes.

La autoestima toma tiempo y trabajo para conseguirse, por ende es importante que esta actitud se cultive desde edades tempranas y se sigan desarrollando en el nivel universitario para unir la capacidad emprendedora y los negocios.

### **Cambio**

El cambio está definido como la transición de un estado a otro, también está referido a la ruptura o dejar posiciones a las cuales nos hemos acostumbrado, en consecuencia el cambio genera ansiedad, temor y rechazo a nuevas posiciones. Este proceso de transición debe tomarse desde un ángulo positivo, es decir dejar

viejas posturas para iniciar nuevos comportamientos y actividades que nos hagan competitivos.

Chiavenato (2015) nos dice que el cambio debe verse desde dos perspectivas: el cambio evolutivo y el cambio revolucionario.

El cambio evolutivo se da cuando la transición de una acción hacia otra que la sustituye es pequeño dentro de los límites de las expectativas y del status quo (...) es lento, suave y no transgrede las expectativas de aquellos que están involucrados o se ven afectados por él. El cambio revolucionario, contradice, rompe o destruye los arreglos del status quo. El cambio revolucionario es rápido, intenso y brutal; transgrede y rechaza las antiguas expectativas e introduce unas nuevas. Ya que los cambios evolutivos ocurren poco a poco, no provocan entusiasmo o resistencia; por el contrario, los cambios revolucionarios son súbitos y causan impacto. (p.325).

Precisamente en el cambio revolucionario es el tipo en que se debe basar un emprendedor, ya que este es un agente de cambio al rechazar posturas nuevas e innovar. Creemos que esta actitud es preponderante en los estudiantes ya que a través de ella se rompe el estado de cosas para dar rienda suelta a la creatividad e innovación

### **Perseverancia**

La perseverancia se deriva del latín perseverantia, que quiere decir persistencia que hace alusión a mantenerse firme y constante en un proyecto iniciado o una actitud u opinión, aun cuando las circunstancias sean adversas o contradictorias o los objetivos no puedan ser alcanzados.

Se puede afirmar que la perseverancia es el camino al éxito y puede aplicarse en los diferentes campos, inclusive en los emprendimientos. Un concepto antagónico a la perseverancia sería el de frustración, que es una de las causas que los negocios iniciales no lleguen a ser empresas. Por esta razón el emprendedor debe comprender que debe estar preparado para los fracasos y convencerse que vale la pena seguir luchando y perseverar en el intento.

Graves (2009) manifiesta que “la perseverancia es la acción o determinación más esencial para todo ser humano que tenga un gran deseo de triunfar u obtener el éxito” (p.85).

### **Empatía**

Es la intención que tiene una persona para percibir lo que otro puede sentir y pensar, es decir, es el arte de comprender las emociones de los demás. Proviene del griego *empátheia* que se refiere a estar emocionado y sentirse identificado con alguien.

La empatía es “ponerse en los zapatos del otro” y es una capacidad que permite establecer óptimas relaciones interpersonales y una preocupación genuina por el prójimo. Toda persona que quiera emprender debe cultivarla, ya que permite entablar relaciones positivas con empleados y que ellos sientan que están dirigidos por un líder carismático que los va a ayudar a conseguir los objetivos.

López (2010) sostiene que “la empatía debe estar basada especialmente en la autoconciencia, de forma que se pueda marcar una diferencia clara entre las emociones personales y las del otro, pues cabe el riesgo de asignarle a éste las emociones propias o de dejarse afectar por las ajenas”(p.27).

En la presente investigación nos hemos basado en la clasificación de López (2004) y se tomaron las como dimensiones las actitudes de iniciativa, de creatividad, de autoconfianza e innovación, porque consideramos que son los aspectos de interés para el estudio y son actitudes claves que un estudiante debe poseer para determinar si tiene capacidades emprendedoras para desarrollar actitudes para la planificación de negocios.

### **Dimensiones del desarrollo de la actitud para planificar negocios**

Para determinar las dimensiones de las actitudes para planificar negocios nos hemos basado en los estudios de López et ál (2004) quién propone que los emprendedores deben poseer ciertas características individuales que se desdoblán en capacidades y actitudes, como se mencionó en la figura siete. El autor en mención refiere que existen diferentes actitudes emprendedoras, pero para la investigación hemos acotado su número y decidido aplicar solo cuatro que



consideramos relevantes para el estudio y que son básicas para determinar si los estudiantes poseen actitudes hacia el emprendimiento tendiente a la planificación de negocios. Las actitudes que forman parte de la investigación son las siguientes:

### **La iniciativa**

Proviene del latín *initiātus*, iniciativa es aquello que da principio a algo. Se trata del primer paso de un proyecto o del punto de partida de alguna acción. La capacidad de iniciativa es la disposición a emprender actividades, acciones, crear oportunidades sin necesidad de un ahínco externo que lo motive y supone adoptar una postura proactiva para hacer algo y estar siempre adelante.

Según Chiavenato (2006), citando a Fayol refiere que la iniciativa “es la capacidad de visualizar un plan y asegurar personalmente su éxito” (p.67).

“Es la predisposición a actuar proactivamente y a pensar no solo en lo que hay que hacer en el futuro y sus niveles de actuación van desde concretar decisiones tomadas en el pasado hasta la búsqueda de nuevas oportunidades o soluciones a problemas” (Alles, 2008, p.272).

“La iniciativa es el empuje y la independencia para actuar sin necesidad que te presionen o estén detrás” (Manual de capacidades emprendedoras, 2014, p.21).

La iniciativa requiere de dos actitudes: la autonomía y la independencia, que nos llevan a dar el primer paso para resolver problemas o concretar metas y logros. es tener la actitud y disposición personal para promover, protagonizar, desarrollar ideas y emprender actividades.

### **La creatividad**

La palabra creatividad deriva del latín “creare”, la cual está emparentada con “crecere”, lo que significa crecer; por lo tanto la palabra creatividad significa “crear de la nada”.

Según Beltrán y Bueno (1995) “Suele entenderse la creatividad como esa capacidad especial del ser inteligente que le permite producir una especie de obras que se llaman creaciones” (p. 97).

Por su parte Myers (2008) define la creatividad como “la capacidad para producir ideas nuevas y valiosas” (p.234).

El manual de capacidades Emprendedoras de la Fundación Romero (2014) manifiesta que “la creatividad es el proceso que transforma constructivamente la realidad en algo nuevo o original” (p.19). Es visualizar un problema o situación de manera diferente a los demás y requiere de un pensamiento flexible que se orienta hacia la diversidad de ideas, es decir darse cuenta que no hay una única respuesta posible que requiere de dos componentes: el cognitivo y el emocional.

Entre los aspectos cognitivos de la creatividad está el pensamiento divergente, que se orienta a diferentes direcciones para encontrar la mejor solución, que implica afrontar en forma flexible la situación analizándola desde varias perspectivas y el pensamiento convergente, que busca una respuesta determinada o convencional llamada pensamiento lógico o vertical.

### **La Autoconfianza**

La autoconfianza es el convencimiento que tiene una persona de realizar con éxito lo que se proponga, y provee de una actitud positiva hacia la vida.

Rodas (2012) citando a Buceta (2004) define como autoconfianza como “el estado interno que implica un conocimiento real de la dificultad del objetivo, de los recursos propios que uno puede utilizar para conseguir este objetivo y, en función de todo ello, de las posibilidades realistas que uno tiene que lograr” (p.19).

Según Owen (2007), la autoconfianza es “la capacidad demostrar un alto nivel de seguridad y confianza en las capacidades de sí mismo, aplicándolas al logro de objetivos fijados, movilizándolo todo su potencial cognitivo y emocional convencido de que el éxito depende de sí mismo y de cómo es capaz de contagiarlo en su entorno de trabajo” (p. 8).

Según Buceta (2005) refiere que: La autoconfianza es un estado interno que implica un conocimiento real de la dificultad del objetivo, de los recursos propios que uno puede utilizar para conseguir este objetivo y, en función de todo de ello, de las posibilidades realistas. (p.39).

## **La innovación**

“La innovación es una nueva idea que se aplica para iniciar o mejorar un producto, proceso o servicio, de esta forma se observa que la innovación es llevar a cabo actividades o cosas de una manera diferente”. (Robbins & Coulter, 2010, p.603).

La innovación según Vesga (2009) es "el proceso deliberado que permite el desarrollo de nuevos productos, servicios y modelos de negocios en las organizaciones. Este proceso debe llevar a resultados concretos y medibles y está asociado al desarrollo de un espíritu emprendedor en los individuos, es decir, a una actitud hacia el trabajo que se caracteriza por la permanente búsqueda de oportunidades y por la capacidad para articular recursos humanos y físicos con el objetivo de aprovecharlas"(p.2).

No es sólo tener una idea creativa sino llevarla a la práctica y que sea valorada por algún grupo de interés. La creación, unidad a la innovación, genera productividad a las diversas organizaciones.

El concepto de innovación de acuerdo con la definición incluida en la tercera edición del Manual de Oslo (OECD, 2005), la innovación es la introducción en el mercado de un producto o proceso nuevo o significativamente mejorado o el desarrollo de nuevas técnicas de organización y comercialización.

## **Concepto de plan de negocios**

“Un plan de negocios es un documento escrito de manera clara, precisa y sencilla, que es el resultado de un proceso de planeación” (Weinberger 2009, p.45).

Según el CEASE (2011) sostiene que "un plan de negocio es un instrumento de gestión de la empresa que sirve de guía para el emprendedor o empresario implemente un negocio. Es decir, el plan de negocio, es un instrumento de planificación que permite comunicar una idea de negocio para gestionar su financiamiento".(p.25).

“Un plan de negocios es un instrumento que se utiliza para documentar el propósito y los proyectos del propietario respecto a cada aspecto del negocio. El documento puede ser utilizado para comunicar los planes, estrategias y tácticas a sus administradores, socios e inversionistas” (Balanko, 2009, p. 6).

## Universidad y emprendimiento

Diferentes universidades peruanas, estatales y privadas, han puesto especial atención al fomento del emprendimiento. En el país existen más de 140 universidades, pero contrariamente a ese número de casas de estudio superior son pocas las que realmente fomentan el espíritu emprendedor. La Universidad Nacional Mayor de San Marcos realiza talleres de formación y convocatoria a jóvenes emprendedores, la Universidad de Ciencias aplicadas (UPC), a través de su instituto INVERTIR, impulsa el programa Líder en Acción, por su parte la Universidad del Pacífico promueve el Programa de Capacitación “Emprendedores dinámicos” y la Pontificia Universidad Católica del Perú ha creado el Centro de Innovación y Desarrollo Emprendedor con la finalidad de apoyar a emprendimientos y negocios iniciales.

Calderón (2014) en su artículo de investigación denominado La creatividad y el emprendimiento en la enseñanza universitaria de hoy, sostiene que:

La problemática educativa respecto del emprendimiento se debe a la limitada preparación del estudiante en los cambios tecnológicos, como el desconocimiento del manejo de las herramientas informáticas y la escasa iniciativa para concebir nuevos modos de hacer las cosas debido a soluciones ambiguas a técnicas o métodos que se aprendieron y dominaron; es decir, que cuando se aprende un método para obtener un resultado se suele ser muy tradicionalista y a veces reacio a aprender nuevas técnicas o modos de emplearlo, ya sea esto por facilismo o temor a enfrentar cosas nuevas. (p.65).

Esta problemática tiene que ser entendida en forma sistemática, ya que las falencias de los estudiantes universitarios tienen una raíz más profunda, ya que en el nivel secundario la educación recibida tuvo poco o nulo interés en desarrollar las habilidades emprendedoras –exceptuando los colegios tecnológicos- y menos aún en desarrollar planes de negocios. Las causas de estas falencias están directamente relacionadas con la falta de recursos de las I.E., la inadecuada capacitación de los docentes del curso de EPT, la desmotivación laboral, la infraestructura deficiente de los talleres que traen como consecuencia estudiantes

con poca creatividad y deficiente capacidad innovadora, factores que inciden negativamente en la actitud emprendedora en los niveles superiores de estudio.

Coduras (2010), citando al reporte especial de la GEM que sostiene que “es necesario que la educación y la formación emprendedora tanto en la etapa escolar como en la posterior sean reformuladas, porque son inadecuadas en la mayoría de los países” (p.23) y Villarán (2012) “propone que es necesaria la implementación de la educación emprendedora en el sistema educativo como medio para romper el círculo vicioso de creación de empresas informales y de subsistencia, así como aprovechar la energía emprendedora de la población” (p. 13).

Por esta razón Loli (2010) citando a Espinoza (2004), manifiesta que “efectivamente, como lo demuestran otros estudios, las actitudes de los estudiantes universitarios no son sino tendencias, y pocos son los que inician negocios propios y si tienen algún negocio pertenecen a sus padres” y termina concluyendo que “la preocupación de ellos es fundamentalmente concluir sus estudios y hacer sus prácticas profesionales Esta realidad nos acerca al problema de investigación y cabe preguntarse y analizar si la universidad peruana está fomentando el desarrollo de las capacidades emprendedoras, formando y capacitando a sus estudiantes para que generen negocios propios y si las asignaturas impartidas tienden a lograr tales propósitos.

### **1.3 Justificación**

#### **Justificación teórica**

La presente investigación se justifica porque contribuye al conocimiento teórico orientado al conocimiento de las capacidades emprendedoras y su conexión sistemática con el desarrollo de las actitudes para planificar negocios de los estudiantes de administración; al respecto, cabe mencionar que el “emprendurismo” trae consigo cambios significativos en la actividad empresarial y las sociedades, ya que este fenómeno es una tendencia mundial y permite a gobiernos y empresas iniciar bien enfocados negocios iniciales que a futuro se convertirán en empresas sostenibles.

En esta investigación se analizan los efectos de las capacidades emprendedoras en el desarrollo de las actitudes para planificar negocios en estudiantes de administración en una universidad privada de Lima y si los estudiantes poseen características y habilidades para ser considerados emprendedores. Además, se evalúan las características, enfoques, tipos, dimensiones e indicadores de las capacidades emprendedoras y el desarrollo de las actitudes que permitan a los estudiantes ser considerados emprendedores.

### **Justificación metodológica**

Dos son los aspectos en los que se presentará el estado de la cuestión, acerca de las capacidades emprendedoras y el desarrollo de las actitudes que permitirán planificar negocios en estudiantes de administración. Se expone brevemente los hitos más importantes en la evolución de ambos aspectos relacionados con el tema a investigar, a través del método científico, desde la observación hasta la contrastación de las hipótesis propuestas, a razón del enfoque cuantitativo. Los resultados obtenidos permitirán llevar a cabo acciones pedagógicas y administrativas para desarrollar lineamientos que ayuden a los estudiantes a desarrollar capacidades y actitudes hacia la planificación de negocios. El aporte metodológico-estadístico se enriquece con la aplicación del modelo de regresión logística multinomial respetando sus diferentes etapas: normalidad, homogeneidad, tablas de contraste, y el análisis de varianza entre las variables en estudio. Se presentarán gráficos lineales para una mejor comprensión. Estos elementos son un rico aporte al método científico los cuales servirán de referencia para los futuros investigadores sobre el tema en cuestión.

**Pertinencia:** La investigación tiene pertinencia ya que el tema sobre emprendimiento es actual e imperativo como alternativa a la incertidumbre laboral, teniendo en cuenta que nuestro país es considerado como uno de los más emprendedores a nivel mundial.

**Relevancia:** La investigación reviste tal importancia que las economías de los países consideran al emprendimiento como una megatendencia a nivel mundial. El conocimiento sobre que capacidades y actitudes que predominan en un estudiante

emprendedor puede ser replicado en investigaciones futuras y servir a los docentes a potenciarlas en sus asignaturas.

**Factibilidad:** Es factible realizar la investigación por que se cuenta con los diferentes recursos financieros, humanos y materiales y el tiempo disponible para los estudios.

#### **1.4. Problema**

Actualmente la economía mundial es una economía global, por esta razón el emprendimiento y el desarrollo de las capacidades emprendedoras han cobrado relevancia en el mundo de los negocios, donde las ideas más ingeniosas se distinguen de la competencia y ganan un nicho de mercado, entonces, la generación de negocios es el punto de partida para que la sociedad moderna dinamice su economía. Informes y estadísticas en varios países del mundo dan cuenta de que el espíritu emprendedor se encuentra presente en casi el 60 % de la población y casi todos alguna vez hemos pensado en iniciar una actividad empresarial.

Esta iniciativa, es un imperativo en las universidades del mundo ya que el rol de las casas de estudios superiores no se limita a impartir enseñanzas y aprendizajes, sino también conocimientos que potencien el emprendimiento y desarrollar las actitudes y capacidades necesarias para planificar negocios e implicar a la universidad como actor fundamental en el desarrollo económico de los países a través de la generación de iniciativas empresariales de sus estudiantes. (Mollo, 2007) citando a Henrekson y Rosenberg (2000) demuestra que la creación de nuevas firmas, especialmente las de mayor impacto sobre el desarrollo de una región, dependen cada vez más de las capacidades académicas y de la motivación de los emprendedores.

En Europa el emprendimiento y el desarrollo de las actitudes emprendedoras poseen un nivel avanzado, generalmente las iniciativas empresariales están referidas a las llamadas “startups” que son empresas medianas o pequeñas que han sido creadas recientemente y que en su mayoría están relacionadas con la tecnología. Este tipo de empresas también ha incursionado en el ámbito educativo

gracias al excelente nivel de las escuelas de negocios y universidades, las que poseen incubadoras de negocios, capacitaciones, servicios de mentoring o asesoramiento en el proceso de creación y crecimiento, así como el contacto con inversores.

En España, las universidades se encuentran en franca transición de pasar de ser universidades tradicionales a ser universidades emprendedoras. Esta transición ha sido estudiada por Clark en universidades españolas como en el resto del mundo, identificando elementos comunes que favorecen dicha transformación, entre las que cabe destacar la existencia de una cultura emprendedora integrada tanto en la institución como en la actitud y la forma en que sus agentes desempeñan sus actividades y el desarrollo de capacidades emprendedoras. Cabe destacar que en la península los emprendimientos se dan más por oportunidad que por necesidad. (Clark, 2004).

En México, durante el “Foro de Emprendedores BUAP de Alto Impacto” que se llevó a cabo en el Aula Magna del Centro de Innovación y Competitividad Empresarial (CICE) un grupo de 34 estudiantes expusieron sus experiencias ideas y opiniones sobre cómo incentivar el emprendimiento entre los jóvenes mexicanos. En este foro se concluye que para potenciar las capacidades emprendedoras se hace necesario que las universidades a través de talleres avanzados de emprendimiento cambien la mentalidad de los estudiantes para que pierdan el miedo al riesgo y que no solo se enfoquen en habilidades personales sino en capacidades empresariales.

Chile es el país con la tasa más alta de innovación en la fase temprana de emprendimientos en el mundo, superando incluso a las economías europeas más competitivas como Alemania, Suiza, Suecia, Finlandia o Noruega, según informa el World Economic Forum (WEF). Octantis es la potenciadora de negocios de la universidad Adolfo Ibañez que tiene como finalidad apoyar a los emprendedores universitarios a iniciar negocios para que en corto tiempo se transformen en empresas. La potenciadora de negocios en su novena edición de la Convocatoria de de Emprendimientos Dinámicos 2015, concluye que alrededor del 65 % de estudiantes tiene la idea de iniciar un negocio propio, pero ese ímpetu inicial va



disminuyendo en ciclos superiores por falta de un desarrollo adecuado de capacidades y aptitudes emprendedoras y seguimiento a través de incubadoras.



Figura 6. Emprendimiento e innovación mundial

Nota: Tomado de Diario Financiero (2016)

Si bien es cierto que estamos distantes en relación al binomio universidad-emprendimiento de otras latitudes, debemos cambiar la visión microscópica de la universidad tradicional por una visión de universidad emprendedora, ya que la visión tradicional guía –tal vez sin saberlo- a gran parte de los egresados a incursionar al mercado laboral trabajando para “otros”, es decir para empresas y tengan escasas capacidades para emprender o generar sus propias iniciativas. Por esta razón los procesos para desarrollar actitudes emprendedoras deben ser promovidos desde los niveles primario y secundario para que posteriormente en el ámbito universitario se cuente con las bases para desarrollar el espíritu emprendedor.

En el contexto nacional, nuestro país ha sido calificado como el país más emprendedor a nivel mundial según el Reporte de la GEM 2013 citado por Emprende UP de la Universidad del Pacífico, entidad que sostiene que a través de la Tasa de Actividad Emprendedora (TAE) que mide el número de emprendimientos de la Población Económicamente Activa (PEA) tenemos una tasa de 40.20%, cifra que es la más alta del planeta. Sin embargo, la Organización Internacional del Trabajo (OIT) estima que en nuestro país existen más de un millón de jóvenes

desempleados entre los 14 y 25 años, cifra que ubica al desempleo juvenil en un 18 %.

De acuerdo con el índice del GEM, cuatro de cada diez peruanos entre 18 y 65 años realiza alguna actividad emprendedora. Según este organismo de diez emprendimientos, seis lo son por necesidad y cuatro por oportunidad, es decir que el 60 % de negocios iniciales o ideas de negocios se emprenden por necesidad, por falta de oportunidad laboral, desempleo y con el objetivo principal de suplir carencias económicas, lo que implica el nacimiento de negocios sin planificación previa y lo que es peor sin saber si se poseen las capacidades y actitudes necesarias para emprender.

En consecuencia, no solo el Estado debe estar implicado en el tema -ya que estamos muy lejos de contar con un Estado que promueva las condiciones de competencia en el camino correcto hacia la competitividad nacional- sino también a la Universidad como actor fundamental en la formación emprendedora de sus estudiantes. La comunidad universitaria debe entender que la situación laboral de sus estudiantes en los próximos años se torna difícil e incierta ya que es común escuchar que los jóvenes universitarios tienen dificultad para conseguir trabajo una vez culminados sus estudios, y si encuentran alguna ocupación esta es precaria, temporal, con remuneraciones bajo el promedio y sin estabilidad laboral.

Esta paradoja que implica ser el país más emprendedor del mundo y que se tenga una alta tasa de desempleo juvenil y peor aún que la mayor parte de los emprendimientos sean por necesidad y no por oportunidad hace que la realidad difiera de la teoría, ya que si somos catalogados como emprendedores por naturaleza deberíamos poseer capacidades y actitudes emprendedoras y la realidad en la universidad peruana –salvo honrosas excepciones – es otra, es decir, los estudiantes universitarios podrán no poseer las capacidades y actitudes necesarias para planificar negocios exitosos de lo que se infiere que tiene escasas capacidades emprendedoras y actitudes para planificar negocios lo que origina el problema de investigación.

La universidad privada de Lima sujeta a estudio no está exenta a esta problemática que tienen las universidades tradicionales ya que los estudiantes de

ciclos intermedios de administración muestran disposición a emprender un negocio propio o a mejorar y formalizar el negocio que sus padres ya iniciaron; pero esa iniciativa se va diluyendo en ciclos posteriores por diferentes causas como la falta de actitudes, competencias y capacidades hacia el emprendimiento, así como el escaso apoyo de parte de la universidad hacia el emprendimiento y su posterior incubación hasta lograr negocios iniciales, la malla curricular en la cual se programan insuficientes asignaturas referidas al fenómeno del emprendimiento que permitan descubrir y potenciar las capacidades emprendedoras y actitudes para planificar negocios y finalmente mediante indicadores de la asignatura de inducción a los negocios en la que se ha detectado que los planes de negocios son plagiados, no presentan una adecuada calidad, son poco factibles y los estudiantes presentan desgano por las iniciativas empresariales. Por estos motivos, es evidente la dificultad que tienen los estudiantes universitarios para emprender negocios, quizás porque las formas de enseñanza hasta ahora asumidas no han permitido desarrollar capacidades emprendedoras y estrategias para planificar negocios y las materias impartidas solo sirven para incrementar sus conocimientos –a manera de conceptos y nociones – sobre el espíritu emprendedor.

Para el desarrollo de la investigación se han considerado medir cuatro capacidades que son las más relevantes para el estudio, la capacidad de trabajo en equipo, capacidad de liderazgo, capacidad de sentido de riesgo y capacidad de necesidad de logro y respecto del desarrollo de la actitud para planificar negocios se ha considerado cuatro actitudes clave: iniciativa, creatividad, autoconfianza e innovación, ambas variables basadas en los estudios realizados por López (2004).

Por eso la tesis tiene como objetivo determinar la influencia de las capacidades emprendedoras en el desarrollo de la actitud para planificar negocios en estudiantes de administración de una universidad privada de Lima respondiendo al problema general líneas abajo planteado.

### **Problema general**

¿Cómo influyen las capacidades emprendedoras en el desarrollo de las actitudes para planificar negocios en los estudiantes de administración de los últimos ciclos de una universidad privada de Lima 2016?

## **Problemas Específicos**

### **Problema específico 1**

¿Cómo influyen capacidades emprendedoras en el desarrollo de la actitud de iniciativa para planificar negocios en los estudiantes de administración de los últimos ciclos de una universidad privada de Lima 2016?

### **Problema específico 2**

¿Cómo influyen las capacidades emprendedoras en el desarrollo de la actitud de creatividad para planificar negocios en los estudiantes de administración de los últimos ciclos de una universidad privada de Lima 2016?

### **Problema específico 3**

¿Cómo influyen las capacidades emprendedoras en el desarrollo de la actitud de autoconfianza para planificar negocios en los estudiantes de administración de los últimos ciclos de una universidad privada de Lima 2016?

### **Problema específico 4**

¿Cómo influyen las capacidades emprendedoras en el desarrollo de la actitud de innovación para planificar negocios en los estudiantes de administración de los últimos ciclos de una universidad privada de Lima 2016?

## **1.5 Hipótesis**

Las hipótesis de investigación son respuestas tentativas a los problemas de investigación y que pueden probarse utilizando pruebas estadísticas y se caracterizan porque deben redactarse usando un lenguaje claro, sencillo y conciso (...) las hipótesis deben ser probadas, para las pruebas de hipótesis existen diversos estadísticos según su tipo y diseño de investigación (...) pueden ser afirmaciones hipótesis alterna o negaciones hipótesis nula de aquello que se desea demostrar. (Soto 2014).

En tal sentido la formulación de las hipótesis de la investigación son:

**Hipótesis general**

Las capacidades emprendedoras influyen positivamente en el desarrollo de las actitudes para planificar negocios en estudiantes de administración de los últimos ciclos de una universidad privada de Lima 2016.

**Hipótesis Específicas****Hipótesis específica 1**

Las capacidades emprendedoras influyen positivamente en el desarrollo de la actitud de iniciativa para planificar negocios en estudiantes de administración de los últimos ciclos de una universidad privada de Lima 2016.

**Hipótesis específica 2**

Las capacidades emprendedoras influyen positivamente en el desarrollo de la actitud de creatividad para planificar negocios en estudiantes de administración de los últimos ciclos de una universidad privada de Lima 2016.

**Hipótesis específica 3**

Las capacidades emprendedoras influyen positivamente en el desarrollo de la actitud de autoconfianza para planificar negocios en estudiantes de administración de los últimos ciclos de una universidad privada de Lima 2016.

**Hipótesis específica 4**

Las capacidades emprendedoras influyen positivamente en el desarrollo de la actitud de innovación para planificar negocios en estudiantes de administración de los últimos ciclos de una universidad privada de Lima 2016.

**1.6. Objetivos****Objetivo General**

Determinar la influencia que tienen las capacidades emprendedoras en el desarrollo de las actitudes para planificar negocios en los estudiantes de administración de los últimos ciclos de una universidad privada de Lima 2016

## **Objetivos específicos**

### **Objetivo específico 1**

Determinar la influencia que tienen las capacidades emprendedoras en el desarrollo de la actitud de iniciativa para planificar negocios en los estudiantes de los últimos ciclos de administración de una universidad privada de Lima 2016.

### **Objetivo específico 2**

Determinar la influencia que tienen las capacidades emprendedoras en el desarrollo de la actitud de creatividad para planificar negocios en los estudiantes de administración de los últimos ciclos de una universidad privada de Lima 2016.

### **Objetivo específico 3**

Determinar la influencia que tienen las capacidades emprendedoras en el desarrollo de la actitud de autoconfianza para planificar negocios en los estudiantes de administración de los últimos ciclos de una universidad privada de Lima 2016

### **Objetivo específico 4**

Determinar la influencia que tienen las capacidades emprendedoras en el desarrollo de la actitud de innovación para planificar negocios en los estudiantes de administración de los últimos ciclos de una universidad privada de Lima 2016

## **II. Marco metodológico**

## **2.1. Variables**

La investigación ha considerado las siguientes variables: variable independiente Capacidad Emprendedora; variable dependiente Desarrollo de la actitud para planificar negocios.

La naturaleza es cualitativa y la escala de medición es ordinal.

### **Definición conceptual de las variables**

#### **Variable Independiente: Desarrollo de las capacidades emprendedoras**

“Las capacidades emprendedoras están definidas por el alto grado de confianza en sí mismo y una serie de habilidades y características como la creatividad, la innovación, el trabajo en equipo, la autoestima y otras que le permiten al emprendedor detectar oportunidades y generar conceptos de negocio a partir de la creación, innovación o el mejor empleo de los recursos para alcanzar objetivos” (López et ál, 2004, p.17)

#### **Variable Dependiente: Desarrollo de la actitud para planificar negocios**

La actitud emprendedora para planificar negocios puede conceptualizarse como una conducta permanente de administrar los recursos para generar resultados según la actividad en que se desarrolla (López et ál. 2004, p. 76).

## **2.2. Operacionalización de las variables**

### **Capacidades emprendedoras**

Para el estudio de la variable capacidades emprendedoras se tomaron en cuenta cuatro capacidades por ser las más relevantes para la investigación como: capacidad de trabajo en equipo, capacidad de liderazgo, capacidad de sentido de riesgo y capacidad de necesidad de logro que son las dimensiones o constructos que nos permitirán conocer la influencia que tienen sobre el desarrollo de las actitudes para planificar negocios, contando para ello con un cuestionario con 20 preguntas con medición a través de una escala ordinal.



## Desarrollo de la actitud para planificar negocios

Para el estudio de la variable desarrollo de la actitud para planificar negocios se tomaron en cuenta cuatro actitudes que deben desarrollarse en los estudiantes como: la iniciativa, la creatividad, la autoconfianza y la innovación que son las dimensiones de la variable dependiente y que consta de un cuestionario de 20 preguntas con medición a través de una escala ordinal.

Tabla 4.

### Operacionalización de la variable capacidades emprendedoras

Variable	Dimensiones	Indicadores	Items	Escala	
Niveles/rango					
Capacidades Emprendedoras	Trabajo en equipo	Demuestra capacidad de	5	Nunca (1)	(20
		Compromiso.			
	Medio	Posee capacidad para delegar.	1, 3	Algunas Veces (2)	
		Posee capacidad de complementariedad	2, 4		
Alto	Liderazgo	Muestra capacidad de dirección. Posee la actitud de ayuda Demuestra actitud hacia los valores.	6, 7 y 10 9 8	Siempre (4)	(60
a 80)	Sentido de riesgo	Manifiesta tolerancia	11, 13		
		Posee capacidad de afrontar riesgos.	12, 14		
	Necesidad de Logro	Posee capacidad para planear y ejecutar. Fija objetivos claros y mejora sus propias realizaciones. Manifiesta excelencia en sus actividades diarias.	17 18, 20 16, 19		

Nota: Adaptado de López et ál (2004). *Las dimensiones del perfil emprendedor: contraste empírico en emprendedores de éxito*. Universidad de Valencia, España.

Tabla 5.

*Operacionalización de la variable desarrollo de la actitud para planificar negocios*

Variable	Dimensiones	Indicadores	Items	Escala
Niveles/rango				
Bajo (20-39) Desarrollo De la actitud Medio Para planificar Negocios (40-59)	Iniciativa	Demuestra autonomía en la toma de decisiones.	1, 2, 5	
		Manifiesta proactividad	3, 4	
Alto (60-80)	Creatividad	Aporta ideas novedosas y apartadas de la normalidad	8	Nunca (1)
		Evidencia actitud positiva hacia el cambio	6, 7	Algunas veces (2)
	Autoconfianza	Propone respuestas y solu- ciones a una determinada situación.	9, 10	Casi siempre (3)
		Evidencia independencia de pensamiento. Muestra autosuficiencia	11, 12, 15 13, 14	Siempre (4)
Innovación	Propone diferentes formas de realizar un trabajo. Posee capacidad para generar ideas. Busca nuevas formas de Hacer las cosas.	17, 20 18, 19 16		

Nota: Adaptado de López et ál (2004). *Las dimensiones del perfil emprendedor: contraste empírico en emprendedores de éxito*. Universidad de Valencia, España.

### **2.3. Metodología**

El método empleado en la investigación es el hipotético-deductivo porque se inicia en el problema, luego la revisión de la literatura, se formulan hipótesis, se determina el diseño, se define la muestra, luego se recolectan los datos, se analizan y se reportan resultados.

Cegarra (2012) sostiene que el método hipotético-deductivo “consiste en emitir hipótesis acerca de las posibles soluciones al problema planteado y en comprobar con los datos disponibles si estos están de acuerdo con aquéllas. (p.82).

La investigación es desarrollada desde un enfoque cuantitativo, empleándose el método hipotético deductivo, propuesto por el filósofo Karl Popper, quién sostenía que el conocimiento científico comienza con el problema; de acuerdo a lo expuesto, la investigación se inició planteándose el problema de que los estudiantes tienen pocas capacidades emprendedoras para planear negocios, lo que llevó al planteamiento de conjeturas, suposiciones o hipótesis, las que permitieron la organización del estudio para someterlas a prueba.

Se empleó, asimismo, el nivel del tipo explicativo-descriptivo ya que se pretende establecer las causas de los eventos, sucesos o fenómenos que se estudian por considerar que observa la realidad en su propio contexto y de acuerdo con Hernández (2010) los estudios explicativos van más allá de la descripción de conceptos o fenómenos o del establecimiento de las relaciones entre conceptos; es decir, están dirigidos a responder por las causas de los eventos y fenómenos físicos o sociales. (p.84).

Para el caso de la investigación se recogió directamente de la muestra datos que permitieron establecer la prevalencia de las capacidades emprendedoras en el desarrollo de la actitud para planificar negocios, utilizándose un coeficiente de correlación para establecer la asociación entre estas variables.

### **2.4. Tipo y nivel de investigación**

El tipo de investigación es básica sustantiva y de nivel explicativo-descriptivo; básica porque genera conocimiento y citando a (Bunge, 2014) refiere que “la ciencia

básica es la búsqueda desinteresada de nuevos conocimientos científicos, es decir, indaga sobre nuevos eventos científicos que crean o refutan teorías y proposiciones fundamentales de la ciencia en general, con validez más o menos universal” (p.56).

La investigación básica indaga la relación entre variables y constructos, prueba y adapta teorías y se caracteriza porque parte de un marco teórico y permanece en él; la finalidad radica en formular nuevas teorías o modificar las existentes, en incrementar los conocimientos científicos o filosóficos, pero sin contrastarlos con ningún aspecto práctico.

El nivel o alcance de la investigación es explicativo-descriptivo, explicativo por qué trata de establecer las causas de los eventos que se estudian y descriptivo por que busca especificar propiedades y características del fenómeno estudiado o presentar las características de las variables tal y como ocurren.

## **2.5. Diseño**

El diseño de la investigación es de tipo no experimental transversal; no experimental en tanto no es posible la manipulación de las variables, por lo que tenemos que observar los fenómenos tal y como se dan en su contexto natural para después someterlos a análisis y transversal por que se recoge la información de la realidad por única vez.

Respecto a los diseños de investigación no experimentales Hernández (2010) refiere “que las investigaciones con este diseño se realizan sin manipular deliberadamente variables, es decir, se trata de estudios donde no hacemos variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables” (p. 149).

En cuanto al nivel o alcance es de tipo explicativo y Hernández (2010) manifiesta que “este tipo de estudios tienen como finalidad conocer las causas de la ocurrencia de un hecho o fenómeno.” (p. 84).

Para aplicar las técnicas estadísticas al análisis de los procesos, es fundamental conocer la naturaleza numérica o categórica de las variables que se estudian, dado que en esta investigación las variables son categóricas, se empleará

la regresión logística multinomial. En esta situación el objetivo es estimar y predecir la significancia estadística de los factores frente a una respuesta observada.

Hosmer y Lemeshow (2013) manifiestan que “la regresión logística multinomial es utilizada en modelos con variable dependiente de tipo ordinal con más de dos categorías o politómicas y es una extensión multivariante de la regresión logística binaria clásica. Las variables independientes pueden ser tanto continuas como categóricas” (p.269). En esta investigación la variable independiente está determinada por las capacidades emprendedoras y la variable dependiente por el desarrollo de las actitudes para planificar negocios, ambas categóricas o cualitativas ordinales.

## **2.6. Población, muestra y muestreo**

### **2.6.1. Población**

La población está determinada por el conjunto de elementos pudiendo ser personas, objetos y acontecimientos que se ajustan a criterios predeterminados en los cuales se pretende generalizar resultados.

Quesada y García (2014) sostienen que se llama “población a cualquier colección finita de individuos o elementos distintos, perfectamente identificables sin ambigüedad” (p.52)

La investigación se llevó a cabo en la Facultad de Ciencias Empresariales y Educación de la una universidad privada de Lima, y la población estuvo conformada por los estudiantes varones y damas de los ciclos VIII, IX y X de la carrera de administración que ascienden a 571 estudiantes, y se eligió este segmento por que los ciclos superiores ya cursaron dentro de su currícula cursos de asociados al emprendimiento y planificación de negocios.

Tabla 6.

*Distribución de la población de estudiantes en la carrera de administración de negocios.*

Sección	Ciclo	Total estudiantes
1	VIII	169
2	IX	215
3	X	187
		571

Fuente: Archivo de la carrera de administración de negocios

### Muestra

Ramón y Sulca (2007) sostienen que “dentro de las muestras se distinguen entre muestras probabilísticas, no probabilísticas y semi probabilísticas de cuotas”. (p.60). Para calcular la muestra se ha empleado la técnica de muestreo probabilístico por medio de una selección aleatoria simple y según Ramón y Sulca (2007) definen a este tipo de muestreo como “aquella muestra en que todas las unidades o elementos componentes del universo tienen una probabilidad conocida o cognoscible de aparecer en ella” (p.61).

La muestra quedo conformada por 229 estudiantes de los tres últimos ciclos de la carrera de administración y negocios.

N = Población (571 estudiantes)

n = Tamaño de la muestra

Z = 1.96 (95%)

p = 50% (0.5)

q = 50% (0.5)

e = 5 % (0.05)

Fórmula a utilizar (universos finitos)

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

$$(1.96)^2 (0.50) (0.50) (571)$$

$$(0.05)^2(571-1) + (1.96)^2 (0.50) (0.50)$$

= 229 estudiantes

#### Criterios de Inclusión

Estudiantes de los ciclos VIII, IX y X

Estudiantes de ambos sexos.

Estudiantes que asisten regularmente a la universidad

Estudiantes que desean participar del trabajo de investigación.

#### Criterios de Exclusión

Estudiantes que no se encuentran matriculados en la carrera de administración

Estudiantes que no desean participar en el trabajo de investigación.

### 2.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

En el estudio se usará la aplicación de dos cuestionarios, tanto para las capacidades emprendedoras como para el desarrollo de las actitudes para planificar negocios.

De acuerdo a Abascal y Grande (2015), “la encuesta es la técnica primaria de obtención de información sobre la base de un conjunto objetivo, coherente y articulado de preguntas, que garantiza que la información proporcionada por una muestra pueda ser analizada mediante métodos cuantitativos y los resultados sean extrapolables con determinados errores y confianzas a una población” (p. 14).

Tomando en cuenta la técnica de la encuesta se empleará dos instrumentos denominados cuestionarios tipo escala Likert con ítems a ser respondidos en concordancia con los procedimientos de la operacionalización de las variables.

## 1. Ficha técnica variable independiente

Nombre del instrumento: Escala de orientación de las actitudes y capacidades emprendedoras (EAO)

Autor: Peter Robinson

Año de elaboración: 1987

Procedencia: Estados Unidos

Adaptación: Moisés Farfán Flores

Validado: Estela, A. (2016)

Aplicación: Individual

Número y tipo de ítems: 20 politómicos

Tiempo de aplicación: Normalmente entre 10 y 15 minutos

Puntuación: La escala de medición es tipo Likert, las respuestas que los estudiantes pueden elegir ante cada afirmación son las siguientes:

Baremos

(4) Siempre

(3) Casi siempre

(2) Algunas veces

(1) Nunca

Interpretación

De 60 a 80 puntos = Alto

De 40 a 59 puntos = Medio

De 20 a 39 puntos = Bajo



## 2. Ficha técnica variable dependiente

Nombre del instrumento: Inventario del Perfil Emprendedor

Año de elaboración: 2006

Autor: Rafael Alcaraz Rodríguez

Procedencia: México

Adaptación: Moisés Farfán Flores

Validado: Estela, A. (2016)

Aplicación: Individual

Número y tipo de ítems: 20 politómicos

Tiempo de aplicación: Normalmente entre 10 y 15 minutos

Puntuación: La escala de medición es tipo Likert, las respuestas que los estudiantes pueden elegir ante cada afirmación son las siguientes:

Baremos

(4) Siempre

(3) Casi siempre

(2) Algunas veces

(1) Nunca

Interpretación

De 04 a 80 puntos = Alto

De 40 a 59 puntos = Medio

De 20 a 39 puntos = Bajo

## Confiabilidad de los instrumentos

Tabla 7.

*Análisis de consistencia interna de la variable capacidades emprendedoras y desarrollo de la actitud para planificar negocios*

Variables	N° de ítems	Alfa de Cronbach
Capacidades emprendedoras	20	0,804
Desarrollo de la actitud para Planificar negocios	20	0,829

En la Tabla 4 se ha obtenido el estadístico de fiabilidad para la variable capacidades emprendedoras y la variable desarrollo de la actitud para planificar negocios, siendo los coeficientes de Alfa de Cronbach superiores a 0.70, estos valores indican que los instrumentos son confiables para lo que se pretende medir.

## Validez

### Validez de contenido

La eficacia de los instrumentos se sustenta en el dictamen de juicio de expertos y se confirma con la ratificación de los cuestionarios que muestran los resultados de la suficiencia de los mismos.

Tabla 8.

*Validación de instrumentos por juicio de expertos*

Indicador	Experto 1	Experto2	Experto 3	Total
Coherencia	SI	SI	SI	03
Pertinencia	SI	SI	SI	03
Relevancia	SI	SI	SI	03

### Validez de constructo

La validez de constructo es el que debe explicar el modelo teórico empírico y según Hernández (2014) citando a Grinnell y otros “es la variable medida que tiene lugar dentro de una hipótesis, teoría o esquema teórico (p.203). La validez de constructo es el grado de correspondencia o congruencia que existe entre los resultados de una prueba y los conceptos teóricos en los que se basan los temas que se pretenden medir. La validez de constructo trata de establecer en qué medida la

prueba tiene en cuenta los aspectos que se hallan implícitos en la definición teórica del tema a medirse. (Kelinger, 2009).

### **Técnicas de recojo de información**

Se han utilizado para el manejo de la información: el cuestionario.

Adicionalmente, el análisis documental que nos permitió seleccionar las ideas e información relevantes con la finalidad de expresar su contenido sin ambigüedades para procurar una base teórica, un sumario e índice temático adecuado.

El análisis estadístico en sus dos niveles el descriptivo y el inferencial, el primero para realizar el análisis descriptivo de cada una de las variables y el segundo para hacer el análisis inferencial con el objetivo de encontrar significatividad en los resultados para establecer conclusiones.

### **2.8. Métodos de análisis de datos**

El método que se utilizó para el análisis de datos fue el estadístico en sus dos formas: el análisis estadístico descriptivo y el inferencial, como se indica a continuación:

- a. Se tabularon y organizaron los datos en una matriz donde se consignaron los resultados en tablas y figuras, en las cuales se pueden interpretar las frecuencias y sus porcentajes correspondientes a las dos variables.
- b. Luego se procedió a establecer la contrastación de hipótesis mediante el modelo de regresión logística multinomial para medir la predicción de la probabilidad de ocurrencia de las variables y dimensiones planteadas.

### **2.9. Aspectos éticos**

Tomando en cuenta las particularidades del estudio y que los factores éticos son preponderantes, se ha mantenido en reserva el nombre de la universidad cuyos estudiantes han sido objeto de estudio. Los datos obtenidos se han hecho bajo conocimiento y autorización del Director de la Escuela de Administración y Negocios y los resultados servirán para el estudio, preservando el anonimato de los participantes.

### **III. Resultados**

### 3.1. Descripción de los resultados

De acuerdo a los objetivos del estudio, se ha utilizado criterios para la presentación e interpretación de los resultados entre las capacidades emprendedoras y el desarrollo de la actitud para planificar negocios, determinando tres niveles: bajo, medio y alto desarrollo para las variables sujetas a estudio.

Así mismo, se analizó las variables por su influencia, utilizando la prueba estadística de regresión logística multinomial para la verificación de las hipótesis.

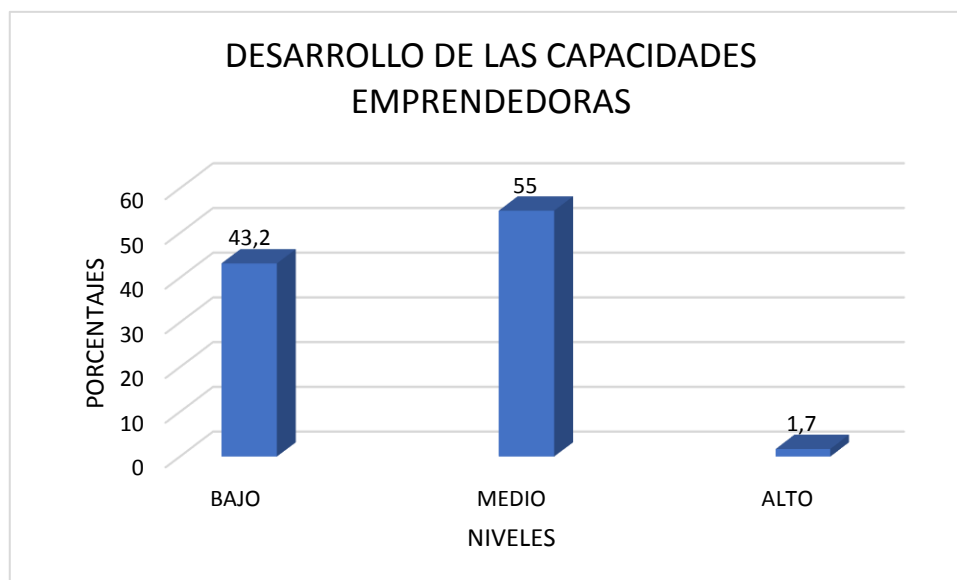
Los resultados se presentan y analizan en las siguientes tablas y gráficos, distribuidos por frecuencias y porcentajes respectivamente.

En el presente capítulo se describen las tablas y figuras producto de la información recogida en los estudiantes de administración. Se puede observar que el 1.7 % de los estudiantes encuestados tienen un alto desarrollo de las actitudes para planificar negocios, el 55.0 % un desarrollo medio y el 43.2 % un bajo desarrollo, como se puede observar en la tabla 9 y figura 7.

Tabla 9.

*Desarrollo de capacidades emprendedoras en estudiantes de administración*

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	99	43.2
Medio	126	55.0
alto	4	1.7
Total	229	100.0



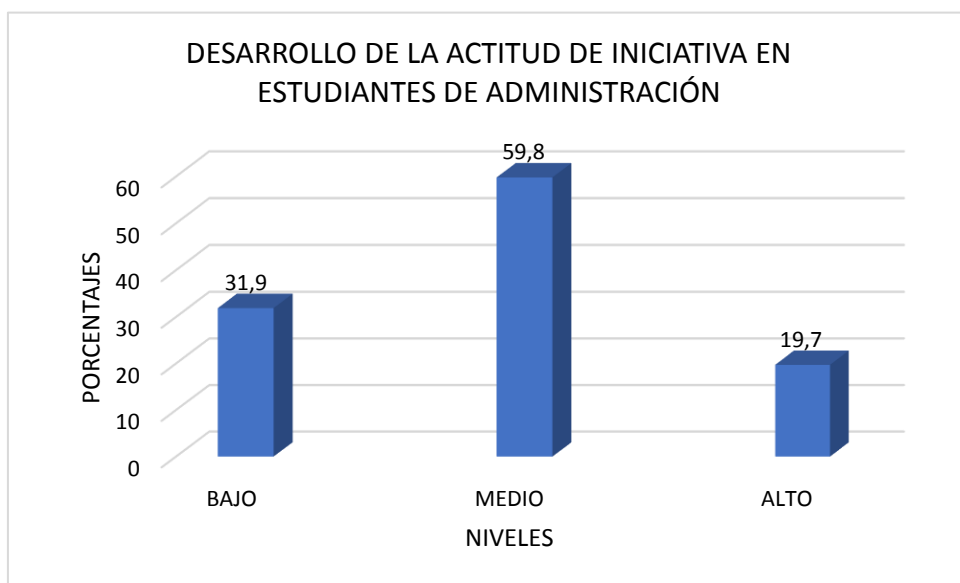
*Figura 7. Desarrollo de las capacidades emprendedoras.*

Interpretación: En la tabla 9 y figura 7 se observa que del total de estudiantes de administración el 1.7 % ha desarrollado capacidades emprendedoras, el 55% un desarrollo medio y el 43.2 % un bajo desarrollo.

Tabla 10.

*Distribución según el nivel de desarrollo de la actitud de iniciativa para planificar negocios en estudiantes de administración.*

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	73	31.9
Medio	137	59.8
Alto	19	19.7
Total	229	100.0



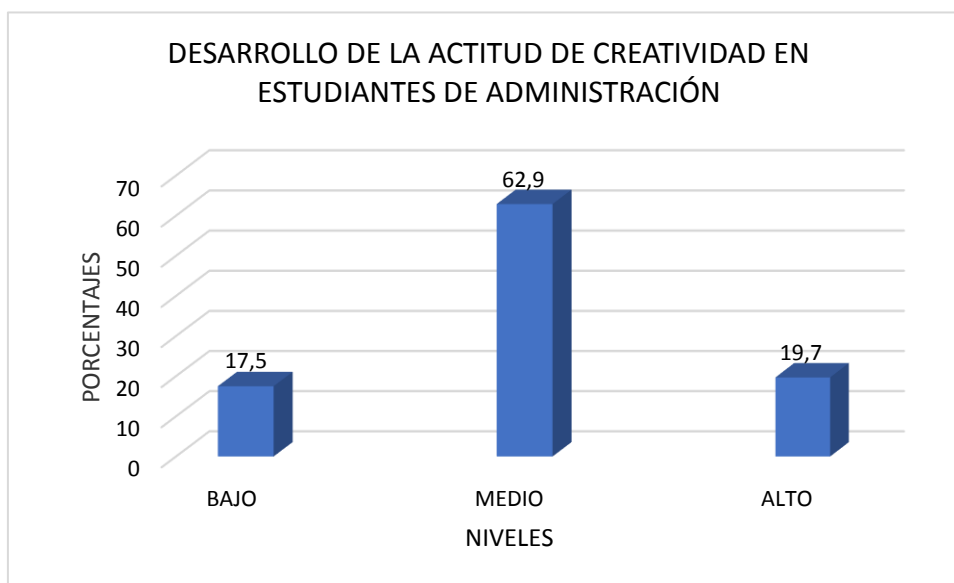
*Figura 8.* Distribución porcentual de estudiantes de administración según el desarrollo de la actitud de iniciativa para planificar negocios.

Interpretación: En la Tabla 10 y Figura 8 se observa que del total de estudiantes de administración el 19.7% posee alto desarrollo de la actitud de iniciativa para planificar negocios, un 59.8% un desarrollo medio y un 31.9 % un desarrollo bajo.

Tabla 11.

*Distribución según el nivel de desarrollo de la actitud de creatividad para planificar negocios en estudiantes de administración.*

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	40	17.5
Medio	144	62.9
Alto	45	19.7
Total	229	100.0



*Figura 9.* Distribución porcentual de estudiantes de administración según el desarrollo de la actitud de creatividad para planificar negocios.

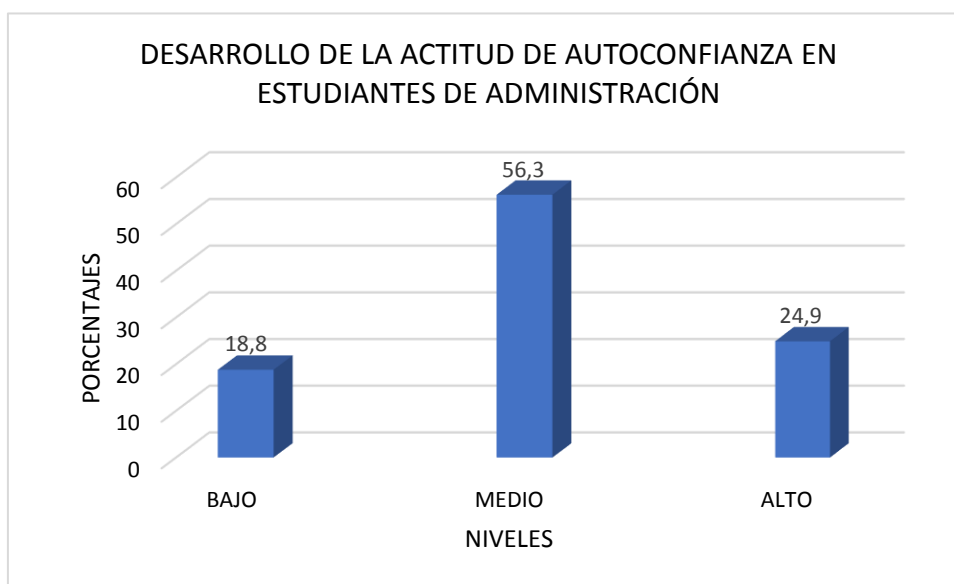
Interpretación: En la Tabla 11 y Figura 9 se observa que del total de estudiantes de administración el 19.7% posee un alto desarrollo de la actitud de creatividad para planificar negocios, un 62.9% un desarrollo medio y un 17.5 % un desarrollo bajo.

Tabla 12.

*Distribución según el nivel de desarrollo de la actitud de autoconfianza para planificar negocios en estudiantes de administración.*

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	43	18.8
Medio	129	56.3
Alto	57	24.9
Total	229	100.0





*Figura 10.* Distribución porcentual de estudiantes de administración según el desarrollo de la actitud de autoconfianza para planificar negocios.

Interpretación: En la Tabla 12 y Figura 10 se observa que del total de estudiantes de administración el 24.9% posee un alto desarrollo de la actitud de autoconfianza para planificar negocios, un 56.3 % un desarrollo medio y un 18.8 % un desarrollo bajo.

Tabla 13.

*Distribución según el nivel de desarrollo de la actitud de innovación para planificar negocios en estudiantes de administración.*

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	42	18.4
Medio	151	65.9
Alto	36	15.7
Total	229	100.0

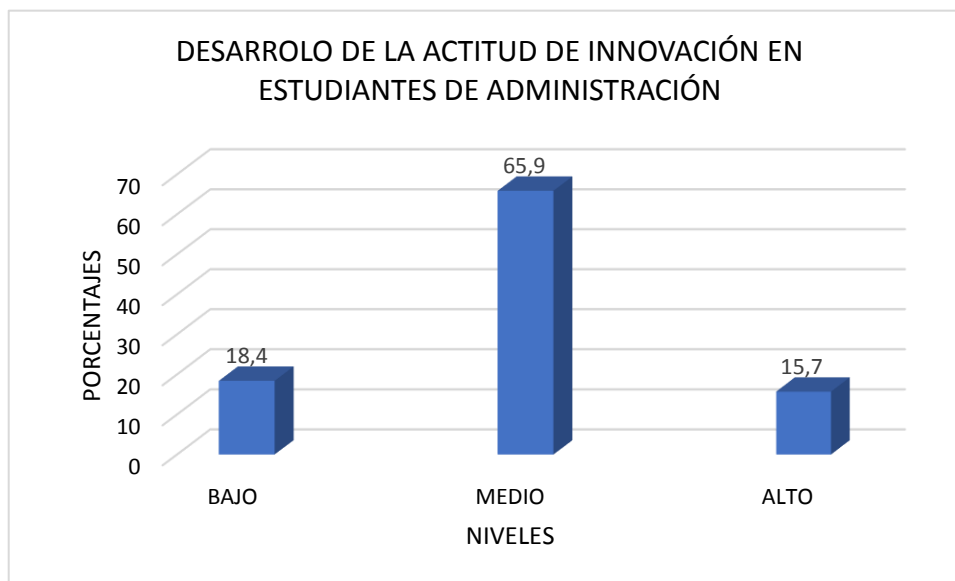


Figura 11. Distribución porcentual de estudiantes de administración según el desarrollo de la actitud de innovación para planificar negocios.

Interpretación: En la Tabla 13 y Figura 11 se observa que del total de estudiantes de administración el 15.7% posee un alto desarrollo de la actitud de innovación para planificar negocios, un 65.9 % un desarrollo medio y un 18.4 % un desarrollo bajo.

Tabla 14.

Cuadro resumen de frecuencia observada y % del desarrollo de las actitudes para planificar negocios.

Niveles	Iniciativa		Creatividad		Autoconfianza		innovacion	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Bajo	73	31.9	40	17.5	43	18.8	42	18.4
	43.2							99
Medio	137	59.8	144	62.9	129	56.3	151	65.9
	55.0							126
Alto	19	8.3	45	19.7	57	24.9	36	15.7
	1.7							4
Total	229	100.0	229	100.0	229	100.0	229	100.0
	100.0							229

Fuente: Base de datos

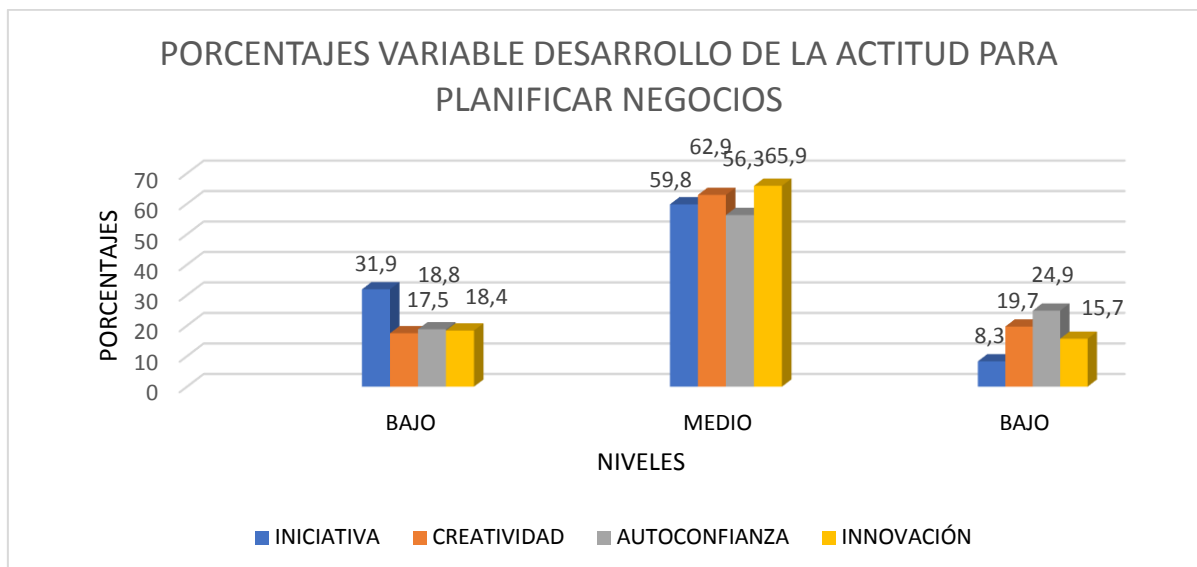


Figura 12. Resumen porcentual de la variable desarrollo de las actitudes para planificar negocios.

### 3.2. Contratación de hipótesis

#### Hipótesis general

H<sub>0</sub>: Las capacidades emprendedoras no tienen una influencia significativa en el desarrollo de las actitudes para planificar negocios en estudiantes de administración de los últimos ciclos de una universidad privada de Lima 2016.

H<sub>1</sub>: Las capacidades emprendedoras tienen una influencia significativa en el desarrollo de las actitudes para planificar negocios en estudiantes de administración de los últimos ciclos de una universidad privada de Lima 2016.

Tabla 15.

*Análisis de regresión logística multinomial de la hipótesis general*

#### **Resumen del procesamiento de los casos**

		N	Porcentaje marginal
Desarrollo de la actitud para planificar negocios			
Bajo		99	43.2%
Medio		126	55.0%
Alto		55	1.7%
Válidos		229	100,0%
Perdidos		0	
Total		229	
Subpoblación		3	

a. La variable dependiente solo tiene un valor observado en 1 (33,3%) subpoblaciones

## Interpretación

En la tabla 15 se muestra que mediante la prueba de regresión logística multinomial se determinó que la variable independiente capacidades emprendedoras influye en la variable dependiente desarrollo de las actitudes para planificar negocios en un nivel alto en 1.7%, en un nivel medio el 55.0 % y en un nivel bajo el 43.2%.

Tabla 16.

*Contraste de la razón de verosimilitud de la hipótesis general*

### Contrastes de la razón de verosimilitud

Efecto	Criterio de ajuste del modelo	de Contrastes de la razón de verosimilitud del		
		-2 log verosimilitud del modelo reducido	Chi-cuadrado	gl
Desarrollo actitud planificar negocios	87,622	65,993	2	,000
Capacidades emprendedoras	90,476	68,847	2	,000

El estadístico de chi-cuadrado es la diferencia en las -2 log verosimilitudes entre el modelo final y el modelo reducido. El modelo reducido se forma omitiendo un efecto del modelo final. La hipótesis nula es que todos los parámetros de ese efecto son 0.

## Interpretación

En la tabla 12 se observa que el logaritmo de la verosimilitud -2 del modelo reducido de la variable Desarrollo de la actitud para planificar negocios es igual a 87, 622 con un grado de libertad 2, lo que indica que se puede estimar que el modelo generado es significativo Sig. 0.00 el cual es menor a 0.05.

Decisión: como  $p\text{-value}=0.00 < 0.05$  se rechaza la hipótesis nula con un nivel de significancia del 5%, por lo que se estimó que se podría explicar la influencia sobre el desarrollo de la actitud para planificar negocios en estudiantes de administración.

Tabla 17.

*Porcentaje de la varianza de la variable Desarrollo de actitudes*

<b>Pseudo R-cuadrado</b>	
Cox y Snell	,260
Nagelkerke	,301
McFadden	,152

### **Interpretación**

Según la tabla 13 el  $R^2$  de Nagelkerke indica que el modelo propuesto explica hasta el 30.1% de la varianza de la variable dependiente (,301), por lo tanto, las capacidades emprendedoras explicarían entre el 26 al 30.1% de la varianza del desarrollo de las actitudes para planificar negocios en estudiantes de administración.

### **Contrastación de hipótesis específicas**

#### **Hipótesis específica 1**

La primera hipótesis fue planteada en el sentido que existe influencia significativa de las capacidades emprendedoras y la dimensión iniciativa en los estudiantes de administración.

$H_0$  : Las capacidades emprendedoras no tienen una influencia significativa en el desarrollo de la actitud de iniciativa para planificar negocios en estudiantes de administración de los últimos ciclos de una universidad privada de Lima 2016.

$H_1$ : Las capacidades emprendedoras tienen una influencia significativa en el desarrollo de la actitud de iniciativa para planificar negocios en estudiantes de administración de los últimos ciclos de una universidad privada de Lima 2016.

Tabla 18.

*Análisis de regresión logística multinomial de la hipótesis específica 1Iniciativa*

**Resumen del procesamiento de los casos**

		N	Porcentaje marginal
Actitud de iniciativa Válidos	Bajo	73	31,9%
	Medio	137	59,8%
	Alto	19	19,7%
Perdidos		0	
Total		229	100,0%
Subpoblación		3 <sup>a</sup>	

a. La variable dependiente sólo tiene un valor observado en 1 (33,3%) subpoblaciones.

### Interpretación

En la tabla 14 se muestra que mediante la prueba de regresión logística multinomial se determinó que la variable independiente capacidades emprendedoras influye en la dimensión iniciativa en un nivel alto el 19.7%, en un nivel medio el 59.8 % y en un nivel bajo el 31.9%.

Tabla 19.

*Contraste de la razón de verosimilitud de la hipótesis específica 1Iniciativa*

**Contrastes de la razón de verosimilitud**

Efecto	Criterio de ajuste del modelo -2 log verosimilitud del modelo reducido	Contrastes de la razón de verosimilitud		
		Chi-cuadrado	gl	Sig.
Iniciativa	77,905	54,756	2	,000
Capac emprend	73,163	50,014	2	,000

El estadístico de chi-cuadrado es la diferencia en las -2 log verosimilitudes entre el modelo final y el modelo reducido. El modelo reducido se forma omitiendo un efecto del modelo final. La hipótesis nula es que todos los parámetros de ese efecto son 0.

### Interpretación

En la tabla 15 se observa que el logaritmo de la verosimilitud -2 del modelo reducido de la dimensión iniciativa es igual a 77,905 con un grado de libertad 2 lo que indica

que se puede estimar que el modelo generado es significativo Sig. 0.00 el cual es menor a 0.05.

Decisión: como  $p\text{-value}=0.00 < 0.05$  se rechaza la hipótesis nula con un nivel de significancia del 5%, por lo que se estimó que se podría explicar la influencia sobre el desarrollo de la actitud de iniciativa para planificar negocios en los estudiantes de administración.

Tabla 20.

*Porcentaje de la varianza de la variable Desarrollo de actitudes en su variable iniciativa*

<b>Pseudo R-cuadrado</b>	
Cox y Snell	,196
Nagelkerke	,237
McFadden	,124

### **Interpretación**

Según la tabla 16 el  $R^2$  de Nagelkerke indica que el modelo propuesto explica hasta el 23.7% de la varianza de la variable dependiente en su dimensión iniciativa (,237). por tanto la capacidad emprendedora explicaría entre el 19.6 al 23.7% de la varianza del desarrollo de la actitud de iniciativa para planificar negocios en estudiantes de administración.

### **Hipótesis específica 2**

La segunda hipótesis fue planteada en el sentido que existe una influencia significativa de las capacidades emprendedoras en la dimensión creatividad en los estudiantes de administración.

$H_0$ : Las capacidades emprendedoras no tienen una influencia significativa en el desarrollo de la actitud de creatividad para planificar negocios en estudiantes de administración de los últimos ciclos de una universidad privada de Lima 2016.

$H_1$ : Las capacidades emprendedoras tienen una influencia significativa en el desarrollo de la actitud de creatividad para planificar negocios en estudiantes de administración de los últimos ciclos de una universidad privada de Lima 2016.

Tabla 21.

*Análisis de regresión logística multinomial de la hipótesis específica 2 Creatividad*

<b>Resumen del procesamiento de los casos</b>			
		N	Porcentaje marginal
Actitud de creatividad	Bajo	40	17,5%
	Medio	144	62,9%
	Alto	45	19,7%
Válidos		229	100,0%
Perdidos		0	
Total		229	
Subpoblación		3 <sup>a</sup>	

a. La variable dependiente sólo tiene un valor observado en 1 (33,3%) subpoblaciones.

### Interpretación

En la tabla 17 se muestra que mediante la prueba de regresión logística multinomial se determinó que la variable independiente capacidades emprendedoras influye en la dimensión creatividad en un nivel alto el 19.7%, en un nivel medio el 62.9 % y en un nivel bajo el 17.5%.

Tabla 22.

*Contraste de la razón de verosimilitud de la hipótesis específica 2 Creatividad*

### Contrastes de la razón de verosimilitud

Efecto	Criterio de ajuste del modelo -2 log verosimilitud del modelo reducido	Contrastes de la razón de verosimilitud		
		Chi-cuadrado	gl	Sig.
Creatividad	54,729	27,944	2	,000
Capac emprend	43,711	16,927	2	,000

El estadístico de chi-cuadrado es la diferencia en las -2 log verosimilitudes entre el modelo final y el modelo reducido. El modelo reducido se forma omitiendo un efecto del modelo final. La hipótesis nula es que todos los parámetros de ese efecto son 0.

### Interpretación

En concordancia con la tabla 18 se observa que el logaritmo de la verosimilitud -2 del modelo reducido de la dimensión creatividad es igual a 54, 729 con un grado de



libertad 2, lo que indica que se puede estimar que el modelo generado es significativo Sig. 0.00 el cual es menor a 0.05.

Decisión: como  $p\text{-value}=0.00 < 0.05$  se rechaza la hipótesis nula con un nivel de significancia del 5% por lo que se estimó que se podría explicar la influencia sobre el desarrollo de la actitud de creatividad para planificar negocios en los estudiantes de administración.

Tabla 23.

*Porcentaje de la varianza de la variable Desarrollo de actitudes en su dimensión creatividad*

<b>Pseudo R-cuadrado</b>	
Cox y Snell	,071
Nagelkerke	,085
McFadden	,040

### **Interpretación**

Según la tabla 19 el  $R^2$  de Nagelkerke indica que el modelo propuesto explica hasta el 8.5% de la varianza de la variable dependiente en su dimensión creatividad (,085), por tanto la capacidad emprendedora explicaría entre el 7.1 al 8.5% de la varianza del desarrollo de la actitud de creatividad para planificar negocios en estudiantes de administración.

### **Hipótesis específica 3**

La tercera hipótesis fue planteada en el sentido que existe una influencia significativa de las capacidades emprendedoras en la dimensión autoconfianza en los estudiantes de administración.

$H_0$ : Las capacidades emprendedoras no tienen una influencia significativa en el desarrollo de la actitud de autoconfianza para planificar negocios en estudiantes de administración de los últimos ciclos de una universidad privada de Lima 2016.

$H_1$ : Las capacidades emprendedoras tienen una influencia significativa en el desarrollo de la actitud de autoconfianza para planificar negocios en estudiantes de administración de los últimos ciclos de una universidad privada de Lima 2016.

Tabla 24.

*Análisis de regresión logística multinomial de la hipótesis específica 3 Autoconfianza*

**Resumen del procesamiento de los casos**

		N	Porcentaje marginal
Actitud de autoconfianza	Bajo	43	18,8%
	Medio	129	56,3%
	Alto	57	24,9%
Válidos		229	100,0%
Perdidos		0	
Total		229	
Subpoblación		3 <sup>a</sup>	

a. La variable dependiente sólo tiene un valor observado en 1 (33,3%) subpoblaciones.

**Interpretación**

En la tabla 20 se muestra que mediante la prueba de regresión logística multinomial se determinó que la variable independiente capacidades emprendedoras influye en la dimensión autoconfianza en un nivel alto el 24.9%, en un nivel medio el 56.3% y en un nivel bajo el 18.8%.

Tabla 25.

*Contraste de la razón de verosimilitud de la hipótesis específica 3 Autoconfianza*

**Contrastes de la razón de verosimilitud**

Efecto	Criterio de ajuste del modelo	de Contrastes de la razón de verosimilitud del modelo	Chi-cuadrado	gl	Sig.
Autoconfianza	87,489	-2 log verosimilitud del modelo reducido	68,975	2	,000
Capac emprend	92,246		73,731	2	,000

El estadístico de chi-cuadrado es la diferencia en las -2 log verosimilitudes entre el modelo final y el modelo reducido. El modelo reducido se forma omitiendo un efecto del modelo final. La hipótesis nula es que todos los parámetros de ese efecto son 0.

**Interpretación**

En concordancia con la tabla 21 se observa que el logaritmo de la verosimilitud -2 del modelo reducido de la dimensión creatividad es igual a 87, 489 con un grado de

libertad 2, lo que indica que se puede estimar que el modelo generado es significativo Sig. 0.00 el cual es menor a 0.05.

Decisión: como  $p\text{-value}=0.00 < 0.05$  se rechaza la hipótesis nula con un nivel de significancia del 5%, por lo que se estimó que se podría explicar la influencia sobre el desarrollo de la actitud de autoconfianza para planificar negocios en los estudiantes de administración.

Tabla 26.

*Porcentaje de la varianza de la variable Desarrollo de actitudes en su dimensión autoconfianza*

<b>Pseudo R-cuadrado</b>	
Cox y Snell	,275
Nagelkerke	,320
McFadden	,164

### **Interpretación**

Según la tabla 22 el  $R^2$  de Nagelkerke indica que el modelo propuesto explica hasta el 32.0% de la varianza de la variable dependiente en su dimensión autoconfianza (.320), por tanto la capacidad emprendedora explicaría entre el 27.5 al 32.0% de la varianza del desarrollo de la actitud de autoconfianza para planificar negocios en estudiantes de administración.

### **Hipótesis específica 4**

La cuarta hipótesis fue planteada en el sentido que existe una influencia significativa de las capacidades emprendedoras en la dimensión innovación en los estudiantes de administración.

$H_0$ : Las capacidades emprendedoras no tienen una influencia significativa en el desarrollo de la actitud de innovación para planificar negocios en estudiantes de administración de los últimos ciclos de una universidad privada de Lima 2016.

$H_1$ : Las capacidades emprendedoras tienen una influencia significativa en el desarrollo de la actitud de innovación para planificar negocios en estudiantes de administración de los últimos ciclos de una universidad privada de Lima 2016.

Tabla 27.

*Análisis de regresión logística multinomial de la hipótesis específica 4 Innovación*

**Resumen del procesamiento de los casos**

		N	Porcentaje marginal
Actitud de innovación	Bajo	42	18,4%
	Medio	151	65,9%
	Alto	36	15,7%
Válidos		229	100,0%
Perdidos		0	
Total		229	
Subpoblación		3	

a. La variable dependiente sólo tiene un valor observado en 1 (33,3%) subpoblaciones.

**Interpretación**

En la tabla 23 se muestra que mediante la prueba de regresión logística multinomial se determinó que la variable independiente capacidades emprendedoras influye en la dimensión innovación en un nivel alto el 15.7%, en un nivel medio el 65.9% y en un nivel bajo el 18.4%.

Tabla 28.

*Contraste de la razón de verosimilitud de la hipótesis específica 4 Innovación*

Efecto	Criterio de ajuste del modelo	Contrastes de la razón de verosimilitud		
		-2 log verosimilitud del modelo reducido	Chi-cuadrado gl	Sig.
Innovación	76,562	56,866	2	,000
Capac emprend	71,512	51,815	2	,000

El estadístico de chi-cuadrado es la diferencia en las -2 log verosimilitudes entre el modelo final y el modelo reducido. El modelo reducido se forma omitiendo un efecto del modelo final. La hipótesis nula es que todos los parámetros de ese efecto son 0.

### Interpretación

En concordancia con la tabla 24 se observa que el logaritmo de la verosimilitud -2 del modelo reducido de la dimensión innovación es igual a 76, 562 con un grado de libertad 2, lo que indica que se puede estimar que el modelo generado es significativo Sig. 0.00 el cual es menor a 0.05.

Decisión: como  $p\text{-value}=0.00 < 0.05$  se rechaza la hipótesis nula con un nivel de significancia del 5% por lo que se estimó que se podría explicar la influencia sobre el desarrollo de la actitud de innovación para planificar negocios en los estudiantes de administración.

Tabla 29.

*Porcentaje de la varianza de la variable Desarrollo de actitudes en su dimensión innovación*

#### **Pseudo R-cuadrado**

Cox y Snell	,202
Nagelkerke	,245
McFadden	,129

### Interpretación

Según la tabla 25 el  $R^2$  de Nagelkerke indica que el modelo propuesto explica hasta el 24.5% de la varianza de la variable dependiente en su dimensión innovación (,245), por tanto la capacidad emprendedora explicaría entre el 20.2 al 24.5% de la varianza del desarrollo de la actitud de innovación para planificar negocios en estudiantes de administración.

## **IV. Discusión**

De los hallazgos encontrados y del análisis de los resultados respecto del objetivo general, como  $p < 0.00$ , y chi-cuadrado 68,847,  $gl=2$  el modelo mejora la predicción de la variable dependiente, entonces se rechaza la  $H_0$  y por lo tanto con un nivel de significancia del 5% se concluye que las capacidades emprendedoras influyen significativamente en el desarrollo de las actitudes para planificar negocios en estudiantes de administración, con un  $R^2$  de Nagelkerke de ,301 o lo mismo que una influencia porcentual de 30.1% de la variable independiente sobre la dependiente. Este resultado es corroborado por el estudio realizado por (Espíritu, 2011), que tuvo como objetivo determinar la relación e influencia de las actitudes emprendedoras en la generación de negocios con un resultado de  $R^2 = 0, 246$ . Si bien es cierto que ambos resultados son de nivel medio, debemos tomar en cuenta que el porcentaje de  $R^2$  de los estudiantes en la universidad sujeta a estudio es superior en 0.084% (8.4%) respecto de nuestros pares españoles. Estos porcentajes deben de mejorarse, ya que la universidad no solo debe verse desde la óptica de una universidad tradicional, sino como una universidad emprendedora que promueva en sus estudiantes el emprendimiento y generar iniciativas empresariales, ya que muchas veces el espíritu emprendedor se va diluyendo en los últimos ciclos de la carrera. Mollo (2008), sostiene que los estudiantes no están recibiendo una formación emprendedora y que gran parte de ellos estudian solo para insertarse laboralmente en empresas y que tienen como objetivo conseguir remuneraciones expectantes, es decir se comportan como "homo economicus", situación que vuelve a los estudiantes como dependientes de terceros dejando de desarrollar sus actitudes y capacidades emprendedoras.

De los hallazgos encontrados y del análisis de los resultados en cuanto al objetivo específico 1, como  $p < 0.00$ , y chi-cuadrado 54, 756,  $gl=2$  el modelo mejora la predicción de la variable dependiente en su dimensión iniciativa, entonces se rechaza la  $H_0$  y por lo tanto con un nivel de significancia del 5% se concluye que las capacidades emprendedoras influyen significativamente en el desarrollo de las actitud de iniciativa para planificar negocios en estudiantes de administración, con un  $R^2$  de Nagelkerke de , 237 o lo mismo que una influencia porcentual de 23.7% de la variable independiente sobre la dependiente. La actitud de iniciativa para planificar negocios tiene un desarrollo medio en el 59.8% (137) de los estudiantes,

bajo desarrollo en el 31.9% (73) y alto desarrollo solo en el 19.7 % (19) , lo que demuestra que esta capacidad no ha sido desarrollada en su real dimensión por los estudiantes. Rueda (2011) en su investigación sobre la actitud emprendedora de estudiantes de Ciencias empresariales llega a la conclusión que el 78 % de los estudiantes encuestados han pensado alguna vez crear su propia empresa y el 13.61 % tiene el firme propósito de llevar a cabo su idea de negocio, porcentaje que expresa los estudiantes con actitudes de iniciativa. Comparando los resultados se llega a concluir que los estudiantes no tienen capacidad de iniciativa y que necesitan ser guiados y monitoreados para lograr sus objetivos empresariales.

De los hallazgos encontrados y del análisis de los resultados en cuanto al objetivo específico 2, como  $p < 0.00$ , y chi-cuadrado 16, 927,  $gl=2$  el modelo mejora la predicción de la variable dependiente en su dimensión creatividad, entonces se rechaza la  $H_0$  y por lo tanto con un nivel de significancia del 5% se concluye que las capacidades emprendedoras influyen significativamente en el desarrollo de la actitud de creatividad para planificar negocios en estudiantes de administración, con un  $R^2$  de Nagelkerke de ,085 o lo mismo que una influencia porcentual de 8.5 % de la variable independiente sobre la dependiente. La actitud de creatividad para planificar negocios tiene un desarrollo alto en el 19.7 % (45) lo que demuestra que esta capacidad no ha sido desarrollada en su real dimensión por los estudiantes y el 62.9 % (144) presenta un desarrollo medio que nos indica que la actitud de creatividad está latente en nuestros estudiantes y el 17.5 % (40) no ostentan esta actitud. Diversos factores pueden sustentar esos porcentajes como por ejemplo la falta de recursos económicos para poner en marcha la idea de negocios y que no solo termine como proyecto o que la universidad no privilegie las actitudes emprendedoras en sus alumnos ocasionado por una malla curricular obsoleta, cuyas asignaturas no promuevan las capacidades emprendedoras en especial la creatividad. Estos supuestos pasan a ser reales tomando en cuenta a Krauss (2011) quién sostiene que los estudiantes ven disminuidas sus actitudes emprendedoras pasados los dos años de estudio por que las asignaturas no promueven el emprendimiento.

De los hallazgos encontrados y del análisis de los resultados en cuanto al objetivo específico 3, como  $p < 0.00$ , y chi-cuadrado 73, 731,  $gl=2$  el modelo mejora



la predicción de la variable dependiente en su dimensión autoconfianza, entonces se rechaza la  $H_0$  y por lo tanto con un nivel de significancia del 5% se concluye que las capacidades emprendedoras influyen significativamente en el desarrollo de la actitud de iniciativa para planificar negocios en estudiantes de administración, con un  $R^2$  de Nagelkerke ,320 o lo mismo que una influencia porcentual de 32 % de la variable independiente sobre la dependiente. La actitud de autoconfianza para planificar negocios presenta un desarrollo medio en el 56.3 % de los estudiantes (129), 24.9% (57) alto desarrollo y el 18.8% (43) presenta bajo desarrollo, cifras que demuestran que esta capacidad no ha sido desarrollada en su real dimensión por los estudiantes. No puede concebirse a un emprendedor que no posea confianza en sus propias potencialidades, la actitud de autoconfianza es clave para generar negocios en etapas iniciales porque permite creer en uno mismo. Amador (2014) en su estudio para desarrollar la capacidad de gestión en estudiantes emprendedores llega a la conclusión de que las universidades deben asumir un rol protagónico en el nacimiento y consolidación de las empresas con la finalidad de reducir la mortalidad de las mismas desarrollando las actitudes para tomar riesgos y tener autoconfianza en sus propias capacidades. Coincidimos con Amador, ya que la actitud de autoconfianza es una de las más importantes a la hora de emprender ya que está relacionada con la habilidad para enfrentar las dificultades que van surgiendo en el proceso del emprendimiento. Otro estudio que apoya esta aseveración es el de Mávila (2008) quien sostiene que dos factores son influyentes en la medición de la capacidad emprendedora: la motivación y la autoconfianza. Estos factores son intrínsecos en los estudiantes ya que pertenecen a los rasgos personales de cada individuo, por esa razón su importancia ya que para desarrollar actitudes emprendedoras debemos estar motivados y confiar en nuestras propias potencialidades.

De los hallazgos encontrados y del análisis de los resultados en cuanto al objetivo específico 4, como  $p < 0.00$ , y chi-cuadrado 51, 815,  $gl=2$  el modelo mejora la predicción de la variable dependiente en su dimensión innovación, entonces se rechaza la  $H_0$  y por lo tanto con un nivel de significancia del 5% se concluye que las capacidades emprendedoras influyen significativamente en el desarrollo de la actitud de innovación para planificar negocios en estudiantes de administración,

con un  $R^2$  de Nagelkerke ,245 o lo mismo que una influencia porcentual de 24.5 % de la variable independiente sobre la dependiente. La actitud de innovación para planificar negocios tiene un desarrollo medio en el 65.9 % (151) lo que demuestra que esta capacidad está en proceso en los estudiantes de administración, pero lo preocupante es que 18.3 % (42) estudiantes no son innovadores y solo el 15.7% (36) han desarrollado esa actitud. De acuerdo a Krauss (2011) quién sostiene que la falta de motivación y lo poco interesante de las materias impartidas en las aulas universitarias que no promueven el emprendimiento tienden a disminuir las actitudes emprendedoras de autoestima e innovación, privilegiando a las actitudes de locus de control y necesidad de logro.

## **V. Conclusiones**

- Primera:** En la presente investigación se determinó que las capacidades emprendedoras influyeron has un 30.1 % sobre el desarrollo de las actitudes para planificar negocios en estudiantes de administración, quedando demostrada la hipótesis de investigación.
- Segunda:** En relación al objetivo específico 1 se determinó que las capacidades emprendedoras influyeron has un 23.7 % sobre el desarrollo de la actitud de iniciativa para planificar negocios en estudiantes de administración, quedando demostrada la hipótesis de investigación
- Tercera:** En relación al objetivo específico 2 se determinó que las capacidades emprendedoras influyeron has un 8.5 % sobre el desarrollo de la actitud de creatividad para planificar negocios en estudiantes de administración, quedando demostrada la hipótesis de investigación
- Cuarta:** En relación al objetivo específico 3 se determinó que las capacidades emprendedoras influyeron has un 32.0 % sobre el desarrollo de autoconfianza para planificar negocios en estudiantes de administración, quedando demostrada la hipótesis de investigación
- Quinta:** En relación al objetivo específico 4 se determinó que las capacidades emprendedoras influyeron has un 24.50 % sobre el desarrollo de la actitud de innovación para planificar negocios en estudiantes de administración, quedando demostrada la hipótesis de investigación

## **VI. Recomendaciones**

- Primera:** Se sugiere incluir en la malla curricular de la Escuela de Administración asignaturas referidas al emprendimiento y desarrollo de planes de negocios para fomentar el espíritu emprendedor.
- Segunda:** Realizar ferias de planes de negocios donde los estudiantes expongan sus proyectos e incentivar el espíritu emprendedor participando en concursos que promuevan la generación de iniciativas empresariales que auspician entidades del estado y la actividad privada.
- Tercera:** Realizar talleres de liderazgo y autoestima para potenciar las actitudes y capacidades emprendedoras e invitar a referentes peruanos y extranjeros entendidos en el fenómeno del emprendimiento para que sirvan como ejemplo y modelo para los estudiantes.
- Cuarta:** Incubar las ideas de negocios de los estudiantes y otorgarles capacitación y asesoría para que los planes de negocios se conviertan en empresas iniciales y hacer seguimiento en el desarrollo del emprendimiento.

## **VII. Referencias bibliográficas**

- Abascal, E. y Grande, I. (2015). *Análisis de encuestas*. Madrid: Esic. Editorial.
- Alcaraz, R. (2015). *El emprendedor de éxito*. Ciudad de México, México: Editorial Mc Graw Hill.
- Alles, M. (2008). *Desempeño por competencias: evaluación de 360°*. Buenos Aires: Ediciones Granica.
- Amador, G. &. (2014). *Estudio para desarrollar la capacidad de gestión en los estudiantes emprendedores de la Facultad de Ciencias Contables de UNMSM*. (M. Ramos, Ed.) Educación Handbook T- IV, 59-68.
- Andraka, P. (2011). *10 diez el vendedor perfecto*: Estados Unidos: Ediciones Palibrio.
- Balanko, G. (2009). *Cómo preparar un plan de negocios exitoso*. México: Mc Graw Hill.
- Beltrán , J.& Bueno, J. (1995). *Psicología de la Educación*. Barcelona, España: Edit. Baixaren Universitaria.
- Buceta, J. (2005). *Estrategias psicológicas para entrenamiento de deportistas jóvenes*. Madrid, España: Edit. Dykinson
- Calderon, M. J. (2014). *La creatividad y el emprendimiento de la enseñanza universitaria de hoy*. Escenarios, 12(2), 64-75.
- Carbó, E. (2013). *Manual de psicología aplicada a la Empresa*. Barcelona: Ediciones Granica.
- Casique, A. y López, F. (2007). *El Locus de Control*. Revista Panorama Administrativo. Año 1, N° 2, pp. 193-195.
- Cegarra, J. (2012). *Metodología de la investigación científica y Tecnológica*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- Centro de emprendimiento e Innovación de Navarra (2015). Madrid: España.
- Centro de emprendimiento de la Universidad San Ignacio de Loyola (s.f). *Manual de Emprendedores*. Lima, Perú.
- Centro de Apoyo al Sector Empresarial CEASE (2011). *Elaboración de Plan de Negocio para MYPE*.



- Conesa, P. (1996). *Locus de control y causas de satisfacción e insatisfacción en estudiantes universitarios*. Universidad Complutense de Madrid.
- Cuadras, A. (2013). La actitud emprendedora de los jóvenes universitarios ante su realización profesional. Universidad Autónoma de Sinaloa.
- Chiavenato, I. (2007). *Administración de Recursos Humanos*. México: Mc Graw Hill Interamericana.
- Chiavenato, I. (2006). *Introducción a la teoría general de la administración. Edición breve*. Ciudad de México, México: Editorial Mc Graw Hill.
- Chiavenato, I. (2015). *Introducción a la teoría general de la administración..* Ciudad de México, México: Editorial Mc Graw Hill.
- Espíritu, R. (2012). *Actitudes emprendedoras en los estudiantes universitarios: un análisis de factores explicativos en la comunidad de Madrid*. España: Universidad Complutense.
- Freyre, A. (2012). *Pasión por emprender: De la idea a la cruda realidad*. Argentina: Penguin Random House Grupo Editorial.
- Freyre, A. (2015). *Argentina emprendedora: cómo innovar puede producir cambios reales y decisivos en el destino de un país*. Argentina: Penguin Random House Grupo Editorial.
- Fundación Romero. (2014). Manual de capacidades emprendedoras para el docente facilitador. Lima: Autor.
- Garrigós, F. (2006). *Capacidades directivas y nuevas tecnologías en el sector turístico*. España: Publicaciones de la Universitat Jaume I.
- Gil, M. y Giner, F. (2013). *Cómo crear y hacer funcionar una empresa*. Madrid: ESIC Editorial.
- Gonzales, j. (2014). *Emprendimientos sostenibles*. Colombia: Pearson Educación.
- Graves, S. (2009). *Pasión Propósito Perseverancia: Amate y vive tus sueños*. Estados Unidos: Lulu, Inc.
- Griffin, R. (2011). *Administración*. México: Cengage Learning Editores.

- Hogg, M. & Vaughan, M. (2010). *Psicología Social*. Madrid, España: Editorial Médica Panamericana.
- Hosmer, D, Lemeshow, S y rodney, S. (2013). *Regresión logística aplicada*. Estados Unidos: Jhon Wiley& Sons, Inc.
- Julca, E. (2011). *Evaluación de factores básicos de competencia de emprendimiento empresarial en los estudiantes de turismo: el caso de la Universidad San Martín de Porres*. Lima Perú.
- Koontz, H., Weihrich, H. y Cannice, M. (2014). *Administración, una perspectiva global y empresarial*. Corea: MC Graw Hill.
- Krauss, C. (2008). *Las actitudes emprendedoras de los estudiantes de la Universidad Católica del Uruguay*. Tesis Doctoral. Universidad de Deusto. España
- López, I. , Santos, B. y Bueno, Y. (2004). *Las dimensiones del perfil emprendedor: contraste empírico en emprendedores de éxito*. Universidad de valencia, Valencia, España.
- López, M. (2010). *Inteligencia Emocional*. Colombia: Ediciones Gamma S.A.
- McClelland, D. (1971) *The achievement Motive in Economic Growth Entrepreneurship and economic development*.Ed. In P. Kilby New York.
- Manes, J. (2014). *Gestión estratégica para instituciones educativas*. Buenos Aires: Granica
- Manual de Oslo (2005) OCDE
- Macías, G. y Parada, L. (2013). *Mujeres, su participación económica en la sociedad*. Universidad de Guadalajara, México: Editorial Universitaria.
- Marulanda, F. , Montoya, I. y Vélez, J. (2014). *Aportes teóricos y empíricos al estudio del emprendedor*. Universidad Nacional de Colombia, Colombia.
- Mavila, D.et ál. (2008). *Factores influyentes en la capacidad emprendedora de los alumnos de la Universidad Mayor de San marcos*, Lima, Perú.
- Maxwell, J. (2008). *Liderazgo al máximo: maximice su potencial y capacite a sus equipo*. Estados unidos: Grupo Nelson.

- Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (2013). *Manual del plan de negocios: La carta de navegación para el éxito*. Lima, Perú.
- Mollo Brisco, F. G. (2007). *La formación universitaria y su relación con el desarrollo de las actitudes emprendedoras*. La Plata, Argentina.
- Myers, D. (2008). *Explorando la psicología social*. Ciudad de México, México: Mc Graw Hill.
- Mondragón, J, Serrano, T. y Trigueros, I (2001). *Trabajador Social:temario para la preparación de oposiciones*. Vol. I.España: Editorial MAD.
- Olmos, J. (2007). *Tu potencial emprendedor*. Pearson Educación: México.
- Ontoria, P., Gómez, J. y Molina, A. (2012). *Potenciar la capacidad de aprender y pensar*.Madrid: Narcea S.A. de Ediciones
- Owen, E. (2007). *Diccionario de competencias*. Revista Ser Mejores, 1, 8. Buenos Aires, Argentina.
- Pérez, R. (2004). *Actitudes y aptitudes del emprendedor*. ESIC: Barcelona, España.
- Pérez, R. (2012). *Actitudes y aptitudes del emprendedor*. ESIC: Barcelona, España.
- Puchol, L. (2011). *El libro del emprendedor. Como crear tu empresa y convertirte en tu propio jefe*. Editorial Diaz de Santos: Madrid, España.
- Quesada, V. y García, A. (2014). *Lecciones de cálculo de probabilidades*. Madrid: Ediciones Diaz de Santos S.A.
- Quintero, C. (2007) *Generación de competencias en jóvenes emprendedores*. UNAB  
[http://www.usmp.edu.pe/facarrhh/primer\\_congreso\\_ippeu\\_boletin/ppts/Carlos\\_Quinteros.pdf](http://www.usmp.edu.pe/facarrhh/primer_congreso_ippeu_boletin/ppts/Carlos_Quinteros.pdf)
- Radajell, M. (2009). *Creación de empresas*. Barcelona, España: Edicions UPC.
- Robbins, S.& Coulter, M. (2010). *Administración*. Décima edición. Ciudad de México, México: Pearson Educación.
- Robinson, S. (1987). *Prediction of Entrepreneurship Based on Attitude Consistency Model*. Unpublished doctoral dissertation. Brigham Young University, Provo, Utah, USA.

- Rotter, J. (2009) *Generalised expectancies for internal versus external control of reinforcement. Psychological monographs.* Recuperado: [http://www.elcriterio.com/revista/ajoica/contenidos\\_3/emprendedores\\_caso\\_andaluz.pdf](http://www.elcriterio.com/revista/ajoica/contenidos_3/emprendedores_caso_andaluz.pdf)
- Rueda. A. (2011). *Estudio de la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios de la Facultad de CC.EE y empresariales*, Cantabria, España.
- Sagredo, G. (2005). *Capacitación en Gestión en la Pequeña Agricultura*. Santiago: Procoder Indap.
- Sánchez, J. (2013). *Actitud emprendedora y oportunidades de negocio*. Málaga, España: IC editorial.
- Schumpeter, J. (2004). *The Theory Economic Development*. New brunswick, USA: Transaction Publishers.
- Shane, S. (2004). *Academic Entrepreneurship: University Spinoffs and Wealth Creation*.
- Chelltenham, UK: Edward Elgar.
- Smith, S. (2001). *¡Forme el equipo!*. México: Ediciones Granica
- Soto, R. (2014). "La tesis de Maestría y Doctorado en 4 pasos". Lima: Editorial Diograf.
- Tinoco, O. (2008). *Medición de la capacidad emprendedora de ingresantes a la facultad de Ingeniería Industrial de la Universidad Mayor de San Marcos*, Lima , Perú.
- Torres, Manuel (2013). *Capacidades emprendedoras y personalidad eficaz en estudiantes de universidad privada de Lima*. Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú.
- Urbano, D. y Toledano, N: (2008). *Invitación al emprendimiento: Una aproximación a la creación de empresas*. Editorial UOC: Barcelona, España.
- Varela V., R. (2008). *Innovación Empresarial: Arte y Ciencia en la Creación de Empresas*. Cali- Colombia: Pearson Educación de Colombia Ltda.

Vesga, R. (2009) *Emprendimiento e innovación en Colombia: ¿Qué nos está haciendo falta?*. Recuperado de: <http://cec.uniandes.edu.co/pdf/rav.pdf>.

Weinberger, k. (2009). *Plan de negocios*. Proyecto USAID/PERÚ/MYPE COMPETITIVA. Lima, Perú.

## **Anexos**

### Anexo A. Matriz de consistencia

TÍTULO: Capacidad emprendedora en el desarrollo de la actitud para planificar negocios en estudiantes de administración

AUTOR: Mg. Moisés Oswaldo Farfán Flores

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES E INDICADORES				
<p><b>PROBLEMA PRINCIPAL:</b> ¿Cómo influyen las capacidades emprendedoras en el desarrollo de las actitudes para planificar negocios en los estudiantes de administración de los últimos ciclos de una universidad privada de Lima 2016?</p> <p><b>PROBLEMAS ESPECÍFICOS:</b> ¿Cómo influyen las capacidades emprendedoras en el desarrollo de la actitud de iniciativa para planificar negocios en estudiantes de administración de los últimos ciclos de una universidad privada de Lima 2016?</p> <p>¿Cómo influyen las capacidades emprendedoras en el desarrollo de la actitud de creatividad para planificar negocios en estudiantes de</p>	<p><b>OBJETIVO GENERAL:</b> Determinar la influencia que tienen las capacidades emprendedoras en el desarrollo de las actitudes para planificar negocios en los estudiantes de administración de los últimos ciclos de una universidad privada de Lima 2016</p> <p><b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS:</b> Determinar la influencia que tienen las capacidades emprendedoras en el desarrollo de la actitud de iniciativa para planificar negocios en los estudiantes de administración de los últimos ciclos de una universidad privada de Lima 2016.</p> <p>Determinar la influencia que tienen las capacidades emprendedoras en el</p>	<p><b>HIPÓTESIS GENERAL:</b> Las capacidades emprendedoras influyen positivamente en el desarrollo de las actitudes para planificar negocios en estudiantes de administración de los últimos ciclos de una universidad privada de Lima 2016.</p> <p><b>HIPÓTESIS ESPECÍFICAS:</b></p> <p><b>Hipótesis específica 1</b> Las capacidades emprendedoras influyen positivamente en el desarrollo de la actitud de iniciativa para planificar negocios en estudiantes de administración de los últimos ciclos de una universidad privada de Lima 2016.</p> <p><b>Hipótesis específica 2</b> Las capacidades emprendedoras influyen positivamente en el desarrollo de la actitud de</p>	Variable Independiente: Capacidades emprendedoras				
			Dimensiones	Indicadores	Items	Niveles o rangos	
			Trabajo en equipo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Demuestra capacidad de compromiso.</li> <li>• Posee capacidad de delegar</li> <li>• Posee capacidad de comp</li> </ul>	5 1,3 2, 4	<p>Bajo (20-39)</p> <p>Medio (40-59)</p> <p>Alto (60-80)</p>	
			Liderazgo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Muestra capacidad de dirección</li> <li>• Posee la actitud de ayuda</li> <li>• Demuestra actitud hacia los valores</li> </ul>	6, 7, 10 9 8		
			Sentido de riesgo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manifiesta tolerancia a lo desconocido</li> <li>• Posee capacidad de afrontar riesgos</li> </ul>	11, 13 12, 14, 15		
			Necesidad de logro	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poseo capacidad para planear y ejecutar</li> <li>• Fija objetivos claros y mejora sus propias realizaciones</li> <li>• Manifiesta excelencia en sus actividades diarias</li> </ul>	17 18, 20 16, 19		
			Variable dependiente: Desarrollo de la actitud para planificar negocios				
			Dimensiones	Indicadores	Items		Niveles o rangos

<p>administración de los últimos ciclos de una universidad privada de Lima 2016?</p> <p>¿Cómo influyen las capacidades emprendedoras en el desarrollo de la actitud de autoconfianza para planificar negocios en estudiantes de administración de los últimos ciclos de una universidad privada de Lima 2016?</p> <p>¿Cómo influyen las capacidades emprendedoras en el desarrollo de la actitud de innovación para planificar negocios en estudiantes de administración de los últimos ciclos de una universidad privada de Lima 2016?</p>	<p>desarrollo de la actitud de creatividad para planificar negocios en los estudiantes de administración de los últimos ciclos de una universidad privada de Lima 2016.</p> <p>Determinar la influencia que tienen las capacidades emprendedoras en el desarrollo de la actitud de autoconfianza para planificar negocios en los estudiantes de administración de los últimos ciclos de una universidad privada de Lima 2016.</p> <p>Determinar la influencia que tienen las capacidades emprendedoras en el desarrollo de la actitud de innovación para planificar negocios en los estudiantes de administración de los últimos ciclos de una universidad privada de Lima 2016.</p>	<p>creatividad para planificar negocios en estudiantes de administración de los últimos ciclos de una universidad privada de Lima 2016.</p> <p><b>Hipótesis específica 3</b> Las capacidades emprendedoras influyen positivamente en el desarrollo de la actitud de autoconfianza para planificar negocios en estudiantes de administración de los últimos ciclos de una universidad privada de Lima 2016.</p> <p><b>Hipótesis específica 4</b> Las capacidades emprendedoras influyen positivamente en el desarrollo de la actitud de innovación para planificar negocios en estudiantes de administración de los últimos ciclos de una universidad privada de Lima 2016.</p>	<p>Iniciativa</p> <p>Creatividad</p> <p>Autoconfianza</p> <p>Innovación</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Demuestra autonomía en la toma de decisiones</li> <li>• Manifiesta proactividad</li>   <li>• Aporta ideas novedosas y apartadas de la normalidad</li> <li>• Evidencia actitud positiva hacia el cambio</li> <li>• Propone respuestas y soluciones a una determinada situación</li>   <li>• Evidencia independencia de pensamiento</li> <li>• Muestra autosuficiencia</li>   <li>• Propone diferentes formas de realizar un trabajo</li> <li>• Posee capacidad para generar ideas</li> <li>• Busca nuevas formas de hacer las cosas</li> </ul>	<p>1,2, 5</p> <p>3,4</p> <p>8</p> <p>6, 7</p> <p>9,10</p> <p>11, 12, 15</p> <p>13, 14</p> <p>17, 20</p> <p>18,19</p> <p>16</p>	<p>Bajo (20-39)</p> <p>Medio (40-59)</p> <p>Alto (60-80)</p>
---	--	--	---	--	--	--



<p><b>MÉTODO:</b> La presente investigación se procederá de acuerdo al método científico a nivel descriptivo de corte transversal. Es descriptiva, por cuanto tiene la capacidad de seleccionar las características fundamentales del objeto de estudio y su descripción detallada de las partes, categorías o clases de dicho objeto. Bernal (2000)</p> <p><b>TIPO: BÁSICO-SUSTANTIVA</b>  Recibe igualmente el nombre de investigación pura, teórica o dogmática, porque parte de un planteamiento de marco teórico y permanece en él; su finalidad es formular nuevas teorías o modificar las existentes, en incrementar los conocimientos científicos o filosóficos, teniendo presente de no contrastarlos con ningún aspecto referido práctico. (Tamayo (2010, p. 8).</p> <p><b>NIVEL: Explicativa-descriptiva</b></p> <p><b>DISEÑO: No experimental</b></p> <p>El diseño no experimental, de corte transversal, según Hernández. (2010, p.149), se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos.</p>	<p><b>POBLACIÓN:</b></p> <p>La población o universo estará conformada por los estudiantes de los tres últimos ciclos de la Escuela de Administración tal como figura en la Oficina de Registros Académicos una universidad privada de Lima.</p> <table border="1" data-bbox="629 619 1048 850"> <thead> <tr> <th>Sección</th> <th>Ciclo</th> <th>Total alumnos</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>VIII</td> <td>169</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>IX</td> <td>215</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>X</td> <td>187</td> </tr> <tr> <td>TOTAL</td> <td></td> <td>571</td> </tr> </tbody> </table> <p><b>Muestreo</b></p> <p>Para la selección de la muestra se usará la técnica de muestreo probabilístico por la fórmula para poblaciones finitas.</p> $n = \frac{N * Z^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$	Sección	Ciclo	Total alumnos	1	VIII	169	2	IX	215	3	X	187	TOTAL		571	<p>Nombre del Instrumento 1: Escala de orientación de las actitudes y capacidades emprendedoras.  Autor: Robinson, P. (1987)  Adaptado: Farfán M.. (2016)  Validado: Estela, A. (2016)  Tipo de instrumento: Escala tipo Likert.  Objetivo: Evaluar la incidencia de las capacidades emprendedoras en el emprendurismo de los alumnos de administración.  Contenido: El instrumento en cuestión consta de 20 ítems los cuales pretenden medir las capacidades emprendedoras a través de las cuatro dimensiones: capacidad de trabajo en equipo, capacidad de liderazgo, capacidad de sentido de riesgo y capacidad de necesidad de logro.  Número de ítems: 20  Aplicación: Directa  Tiempo de administración: 20 minutos  Nombre del instrumento 2: Inventario del perfil emprendedor  Autor: Alcaraz, R. (2006)  Adaptado: Farfán M.. (2016)  Validado: Estela, A. (2016)  Tipo de instrumento: Escala tipo Likert.  Objetivo: Evaluar la incidencia de las actitudes tendientes a la planificación de negocios.  Contenido: El instrumento en cuestión consta de 20 ítems los cuales pretenden medir el desarrollo de las actitudes para planificar negocios a través de cuatro</p>	<p><b>DESCRIPTIVA:</b></p> <p>Tablas de contingencia, Figuras</p> <p><b>INFERENCIAL:</b></p> <p>De la muestra de la población, se utiliza para probar hipótesis y estimar parámetros, las diferentes puntuaciones que han alcanzado los inventarios y han sido sometidas al modelo de regresión logística multinomial, en razón que las variables son cualitativas categóricas.</p> <p><b>DE PRUEBA:</b></p> <p>Prueba hipótesis</p> <p>Para Hernández (2010) “son explicaciones tentativas del fenómeno investigado que se formulan como proposiciones” ( p.92)</p> <p><b>Nivel de Significación:</b></p> <p>Si s es menor del valor 0.05, se dice que el coeficiente es significativo en el nivel de 0.05 (95% de confianza en que la correlación sea verdadera y 5% de probabilidad de error). Si s es menor a 0.01, el coeficiente es significativo al nivel de 0.01 (99% de confianza de que la correlación sea verdadera y 1% de probabilidad de error). (Sampieri: 2006; 445).</p>
Sección	Ciclo	Total alumnos																
1	VIII	169																
2	IX	215																
3	X	187																
TOTAL		571																

	<p>Muestra</p> <p>La muestra estará conformada por 229 estudiantes de los tres últimos ciclos de una Universidad privada de Lima, los cuales serán seleccionados por una selección de casos a través del programa SPSS.</p>	<p>dimensiones: iniciativa, creatividad, autoconfianza e innovación.          Número de ítems: 20          Aplicación: Directa          Tiempo de administración: 20 minutos          Niveles y Rangos:          Capacidades emprendedoras          Niveles Rango          Bajo (20-39)          Medio (40-59)          Alto (60-80)          Desarrollo de la actitud para planificar negocios          Niveles Rango          Bajo (20-39)          Medio (40-59)          Alto (60-80)</p>	
--	---	---	--

## Anexo B. Cuestionarios

### INVESTIGACIÓN SOBRE LAS CAPACIDADES EMPRENDEDORAS EN EL DESARROLLO DE LA ACTITUD PARA PLANIFICAR NEGOCIOS EN ESTUDIANTES DE ADMINISTRACIÓN

Estimado estudiante, el presente cuestionario es parte de un trabajo de investigación que tiene por finalidad obtener información acerca de las capacidades emprendedoras que debe tener un estudiante para la planeación de negocios. La información que proporcionas es absolutamente confidencial y anónima.

Deberás marcar solo una alternativa por cada enunciado, hasta completar todo el cuestionario.

N°	ENUNCIADO	Nunca	Algunas veces	Casi siempre	Siempre
<b>CAPACIDAD DE TRABAJO EN EQUIPO</b>					
1	Te resulta fácil asignar tareas a los demás.				
2	Trabajas en forma cooperativa y eres capaz de negociar y hacer acuerdos.				
3	Piensas que tener el mejor resultado es tarea de todos.				
4	Cooperas, escuchas otras opiniones y sabes delegar.				
5	Te comprometes a aportar lo mejor de ti para sacar adelante un trabajo o proyecto.				
<b>CAPACIDAD DE LIDERAZGO</b>					
6	Disfrutas estando en una posición de influencia.				
7	Te entusiasma dirigir a un grupo o equipo de trabajo.				

8	Eres capaz de discutir reglas o normas que consideras injustas.				
9	Me gusta escuchar a mis colaboradores y compañeros, y apoyarles en aquello que sea Necesario.				
10	Habitualmente, las personas de mi entorno suelen aceptar y seguir mis ideas y opiniones.				
<b>CAPACIDAD DE SENTIDO DE RIESGO</b>					
11	Me gusta asumir riesgos, siempre y cuando tenga la posibilidad de medirlos.				
12	En situaciones de incertidumbre, tengo confianza en mí mismo, en mi capacidad y en mis posibilidades.				
13	No me asusta la idea de lo desconocido.				
14	Creo que en la vida hay que afrontar riesgos para ganar más o alcanzar metas más altas.				
15	Me gustan las situaciones que demandan más esfuerzo de mi parte.				
<b>CAPACIDAD DE NECESIDAD DE LOGRO</b>					
16	Tengo expectativas elevadas para mí y para los demás.				
17	Transformo los planes en acciones.				
18	Cuando deseo algo, voy directo hacia mi objetivo, sin que nada ni nadie me detenga.				

19	Generalmente elijo tareas difíciles que ponen a prueba mi exigencia.				
20	Me gusta sobresalir y diferenciarme de los demás.				

**¡Muchas gracias por su colaboración!**

**INVESTIGACIÓN SOBRE LAS CAPACIDADES EMPRENDEDORAS EN EL  
DESARROLLO DE LA ACTITUD PARA PLANIFICAR NEGOCIOS EN  
ESTUDIANTES DE ADMINISTRACIÓN**

Estimado estudiante, el presente cuestionario es parte de un trabajo de investigación que tiene por finalidad obtener información acerca de las capacidades emprendedoras que debe tener un estudiante para la planeación de negocios. La información que proporcionas es absolutamente confidencial y anónima.

Deberás marcar solo una alternativa por cada enunciado, hasta completar todo el cuestionario.

N°	ENUNCIADO	Nunca	Algunas veces	Casi siempre	Siempre
<b>ACTITUD DE INICIATIVA</b>					
1	A menudo tienes ideas innovadoras y las pones en práctica.				
2	Propones nuevas alternativas para alcanzar tus propósitos.				
3	Actúas con determinación y te adelantas a los demás.				
4	Tomas la iniciativa ante situaciones nuevas y complejas.				
5	Prefieres ser tu propio jefe.				
<b>ACTITUD DE CREATIVIDAD</b>					
6	Encuentras posibilidades creativas en cada cosa que haces				
7	Te entusiasma realizar cosas nuevas e inusuales.				
8	Creer que es posible dar usos nuevos a lo ya existente.				

9	Estas siempre dispuesto a emprender nuevos proyectos.				
10	Creas, transformas y brindas soluciones novedosas				
<b>ACTITUD DE AUTOCONFIANZA</b>					
11	Estas seguro de tus propias ideas y responsabilidades.				
12	Te sientes seguro, incluso cuando alguien critica lo que has hecho.				
13	Crees firmemente que tendrás éxito en todo lo que te propongas hacer.				
14	Arriesgarías recursos propios para poner en marcha tu proyecto.				
15	Defiendes tus ideas y soluciones a pesar que son distintas a las que ha podido llegar la mayoría.				
<b>ACTITUD DE INNOVACIÓN</b>					
16	Te cansa la rutina y buscas hacer cosas distintas				
17	Disfrutas al buscar nuevas alternativas para enfrentar ideas conocidas				
18	Poseo imaginación y fluidez de ideas				
19	Tengo capacidad de poner en marcha mis ideas				
20	Soy curioso y me gusta investigar las cosas				

**¡Muchas gracias por su colaboración!**

## Anexo C. Juicio de expertos



### CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor(a)(ita): DR. LUIS FLORES CORNEJO

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Nos es muy grato comunicarnos con usted para expresarle nuestros saludos y así mismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante del programa de Doctorado con mención en Administración de la UCV, en la sede Lima Norte, promoción 2014, aula 203, requerimos validar los instrumentos con los cuales recogeremos la información necesaria para poder desarrollar nuestra investigación y con la cual optaremos el grado de Doctor.

El título nombre de nuestro proyecto de investigación es: "Capacidades emprendedoras en el desarrollo de la actitud para planificar negocios en estudiantes de administración" y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, hemos considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas educativos y/o investigación educativa.

El expediente de validación, que le hacemos llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole nuestros sentimientos de respeto y consideración nos despedimos de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente,

Firma

Apellidos y nombres:  
Farfán Flores Moisés Oswaldo

D.N.I: 07956182





### CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE CAPACIDADES EMPRENDEDORAS

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	<b>DIMENSIÓN 1 CAPACIDAD DE TRABAJO EN EQUIPO</b>							
1	Te resulta fácil asignar tareas a los demás.	X		X		X		
2	Trabajas en forma cooperativa y eres capaz de negociar y hacer acuerdos	X		X		X		
3	Piensas que el mejor resultado es tarea de todos.	X		X		X		
4	Cooperas, escuchas otras opiniones y sabes delegar en tu equipo.	X		X		X		
5	Te comprometes a aportar lo mejor de ti para sacar adelante un trabajo o proyecto	X		X		X		
	<b>DIMENSIÓN 2 CAPACIDAD DE LIDERAZGO</b>	Si	No	Si	No	Si	No	
6	Disfrutas estando en una posición de influencia.	X		X		X		
7	Te entusiasma dirigir a un grupo o equipo de trabajo.	X		X		X		
8	Eres capaz de discutir reglas o normas que consideras injustas.	X		X		X		
9	Me gusta escuchar a mis compañeros y apoyarles en aquello que sea necesario.	X		X		X		
10	Habitualmente, las personas de mi entorno suelen aceptar y seguir mis ideas y opiniones.	X		X		X		
	<b>DIMENSIÓN 3 CAPACIDAD DE SENTIDO DE RIESGO</b>	Si	No	Si	No	Si	No	
11	Me gusta asumir riesgos, siempre y cuando tenga la posibilidad de medirlos.	X		X		X		
12	En situaciones de incertidumbre, tengo confianza en mí mismo, en mi capacidad y en mis posibilidades.		X		X	X		
13	No me asusta la idea de lo desconocido.	X		X		X		
14	Creo que en la vida hay que afrontar riesgos para ganar más o alcanzar metas más altas.	X		X		X		
15	Me gustan las situaciones que demandan más esfuerzo de mi parte.	X		X		X		
	<b>DIMENSIÓN 4 CAPACIDAD DE NECESIDAD DE LOGRO</b>	Si	No	Si	No	Si	No	
16	Tengo expectativas elevadas para mí y para los demás.	X		X		X		
17	Transformo los planes en acciones.	X		X		X		
18	Cuando deseo algo, voy directo hacia mi objetivo, sin que nada ni nadie me detenga.	X		X		X		
19	Generalmente elijo tareas difíciles que ponen a prueba mi exigencia.	X		X		X		
20	Me gusta sobresalir y diferenciarme de los demás.	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): EXISTE SUFICIENCIA

Opinión de aplicabilidad: Aplicable  Aplicable después de corregir [ ] No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: FLORES CORNEJO WILSON DNI: 43292995

Especialidad del validador: ADMINISTRADOR

<sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

15 de Junio del 2016

  
Firma del Experto Informante.

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE DESARROLLO DE LAS ACTITUDES PARA PLANIFICAR NEGOCIOS**

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	<b>DIMENSIÓN 1 ACTITUD DE INICIATIVA</b>							
1	A menudo tienes ideas innovadoras y las pones en práctica.	X		X		X		
2	Propones nuevas alternativas para alcanzar tus propósitos.	X		X		X		
3	Actúas con determinación y te adelantas a los demás.	X		X		X		
4	Tomas la iniciativa ante situaciones nuevas y complejas.	X		X		X		
5	Prefieres ser tu propio jefe.	X		X		X		
	<b>DIMENSIÓN 2 ACTITUD DE CREATIVIDAD</b>							
6	Encuentras posibilidades creativas en cada cosa que haces.	X		X		X		
7	Te entusiasma realizar las cosas nuevas e inusuales.	X		X		X		
8	Creces que es posible dar usos nuevos a lo ya existente.	X		X		X		
9	Estás siempre dispuesto a emprender nuevos proyectos.	X		X		X		
10	Creas, transformas y brindas soluciones novedosas.	X		X		X		
	<b>DIMENSIÓN 3 ACTITUD DE AUTOCONFIANZA</b>							
11	Estás seguro de tus propias ideas y responsabilidades.	X		X		X		
12	Te sientes seguro, incluso cuando alguien critica lo que has hecho.	X		X		X		
13	Creces firmemente que tendrás éxito en todo lo que propongas hacer.	X		X		X		
14	Arriesgarías recursos propios para poner en marcha tu proyecto.	X		X		X		
15	Defiendes tus ideas y soluciones a pesar que son distintas a las que ha podido llegar la mayoría.	X		X		X		
	<b>DIMENSIÓN 4 ACTITUD DE INNOVACIÓN</b>							
16	Te cansa la rutina y buscas hacer cosas distintas.		X		X		X	
17	Disfrutas al buscar nuevas alternativas para enfrentar ideas conocidas.	X		X		X		
18	Poseo imaginación y fluidez de ideas.	X		X		X		
19	Tengo capacidad de poner en marcha mis ideas.	X		X		X		
20	Soy curioso y me gusta investigar las cosas.	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): EXISTE SUFICIENCIA

Opinión de aplicabilidad:    Aplicable     Aplicable después de corregir [ ]    No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador: Dr. Mg. FLORES CORNEJO LUIS    DNI: 43292995

Especialidad del validador: .....

<sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

15 de JUNIO del 20 16

Firma del Experto Informante.

## CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor(a)(ita): DR. ADAN ESTELA ESTELA

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Nos es muy grato comunicarnos con usted para expresarle nuestros saludos y así mismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante del programa de Doctorado con mención en Administración de la UCV, en la sede Lima Norte, promoción 2014, aula 203, requerimos validar los instrumentos con los cuales recogeremos la información necesaria para poder desarrollar nuestra investigación y con la cual optaremos el grado de Doctor.


El título nombre de nuestro proyecto de investigación es: "Capacidades emprendedoras en el desarrollo de la actitud para planificar negocios en estudiantes de administración" y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, hemos considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas educativos y/o investigación educativa.

El expediente de validación, que le hacemos llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole nuestros sentimientos de respeto y consideración nos despedimos de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente,



Firma

Apellidos y nombres:  
Farfán Flores Moisés Oswaldo

D.N.I: 07956182



### CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE CAPACIDADES EMPRENDEDORAS

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
<b>DIMENSIÓN 1 CAPACIDAD DE TRABAJO EN EQUIPO</b>								
1	Te resulta fácil asignar tareas a los demás.	/		/		/		
2	Trabajas en forma cooperativa y eres capaz de negociar y hacer acuerdos	/		/		/		
3	Piensas que el mejor resultado es tarea de todos.	/		/		/		
4	Cooperas, escuchas otras opiniones y sabes delegar en tu equipo.	/		/		/		
5	Te comprometes a aportar lo mejor de ti para sacar adelante un trabajo o proyecto	/		/		/		
<b>DIMENSIÓN 2 CAPACIDAD DE LIDERAZGO</b>								
6	Disfrutas estando en una posición de influencia.	/		/		/		
7	Te entusiasma dirigir a un grupo o equipo de trabajo.	/		/		/		
8	Eres capaz de discutir reglas o normas que consideras injustas.	/		/		/		
9	Me gusta escuchar a mis compañeros y apoyarles en aquello que sea necesario.	/		/		/		
10	Habitualmente, las personas de mi entorno suelen aceptar y seguir mis ideas y opiniones.	/		/		/		
<b>DIMENSIÓN 3 CAPACIDAD DE SENTIDO DE RIESGO</b>								
11	Me gusta asumir riesgos, siempre y cuando tenga la posibilidad de medirlos.	/		/		/		
12	En situaciones de incertidumbre, tengo confianza en mí mismo, en mi capacidad y en mis posibilidades.	/		/		/		
13	No me asusta la idea de lo desconocido.	/		/		/		
14	Creo que en la vida hay que afrontar riesgos para ganar más o alcanzar metas más altas.	/		/		/		
15	Me gustan las situaciones que demandan más esfuerzo de mi parte.	/		/		/		
<b>DIMENSIÓN 4 CAPACIDAD DE NECESIDAD DE LOGRO</b>								
16	Tengo expectativas elevadas para mí y para los demás.	/		/		/		
17	Transformo los planes en acciones.	/		/		/		
18	Cuando deseo algo, voy directo hacia mi objetivo, sin que nada ni nadie me detenga.		/		/		/	
19	Generalmente elijo tareas difíciles que ponen a prueba mi exigencia.	/		/		/		
20	Me gusta sobresalir y diferenciarme de los demás.	/		/		/		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): HAY SUFICIENCIA

Opinión de aplicabilidad:    Aplicable     Aplicable después de corregir [ ]    No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/Mg: ESTEVA ESTEVA ADAN    DNI: 06141876

Especialidad del validador:.....

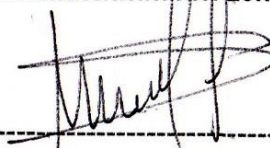
<sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

15 de Junio del 2016



Firma del Experto Informante.



**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE DESARROLLO DE LAS ACTITUDES PARA PLANIFICAR NEGOCIOS**

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	<b>DIMENSIÓN 1 ACTITUD DE INICIATIVA</b>							
1	A menudo tienes ideas innovadoras y las pones en práctica.	/		/		/		
2	Propones nuevas alternativas para alcanzar tus propósitos.	/		/		/		
3	Actúas con determinación y te adelantas a los demás.	/		/		/		
4	Tomas la iniciativa ante situaciones nuevas y complejas.	/		/		/		
5	Prefieres ser tu propio jefe.	/		/		/		
	<b>DIMENSIÓN 2 ACTITUD DE CREATIVIDAD</b>	Si	No	Si	No	Si	No	
6	Encuentras posibilidades creativas en cada cosa que haces.	/		/		/		
7	Te entusiasma realizar las cosas nuevas e inusuales.	/		/		/		
8	Crees que es posible dar usos nuevos a lo ya existente.	/		/		/		
9	Estás siempre dispuesto a emprender nuevos proyectos.	/		/		/		
10	Creas, transformas y brindas soluciones novedosas.	/		/		/		
	<b>DIMENSIÓN 3 ACTITUD DE AUTOCONFIANZA</b>	Si	No	Si	No	Si	No	
11	Estás seguro de tus propias ideas y responsabilidades.	/		/		/		
12	Te sientes seguro, incluso cuando alguien critica lo que has hecho.	/		/		/		
13	Crees firmemente que tendrás éxito en todo lo que propongas hacer.	/		/		/		
14	Arriesgarías recursos propios para poner en marcha tu proyecto.	/		/		/		
15	Defiendes tus ideas y soluciones a pesar que son distintas a las que ha podido llegar la mayoría.	/		/		/		
	<b>DIMENSIÓN 4 ACTITUD DE INNOVACIÓN</b>	Si	No	Si	No	Si	No	
16	Te cansa la rutina y buscas hacer cosas distintas.	/		/		/		
17	Disfrutas al buscar nuevas alternativas para enfrentar ideas conocidas.	/		/		/		
18	Poseo imaginación y fluidez de ideas.	/		/		/		
19	Tengo capacidad de poner en marcha mis ideas.	/		/		/		
20	Soy curioso y me gusta investigar las cosas.	/		/		/		



Observaciones (precisar si hay suficiencia): HAY SUFICIENCIA

Opinión de aplicabilidad: Aplicable  Aplicable después de corregir [ ] No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador, Dr/ Mg: ESTELA ESTELA ADAN DNI: 061 41876

Especialidad del validador: ADMINISTRADOR

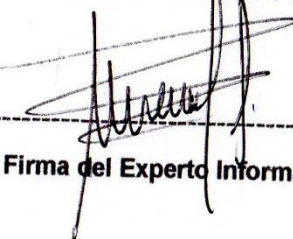
<sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

15 de Junio del 2016

  
Firma del Experto Informante.

## CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor(a)(ita): DRA. JULISSA LLAVE ZAÑARTU

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Nos es muy grato comunicarnos con usted para expresarle nuestros saludos y así mismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante del programa de Doctorado con mención en Administración de la UCV, en la sede Lima Norte, promoción 2014, aula 203, requerimos validar los instrumentos con los cuales recogeremos la información necesaria para poder desarrollar nuestra investigación y con la cual optaremos el grado de Doctor.

El título nombre de nuestro proyecto de investigación es: "Capacidades emprendedoras en el desarrollo de la actitud para planificar negocios en estudiantes de administración" y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, hemos considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas educativos y/o investigación educativa.

El expediente de validación, que le hacemos llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole nuestros sentimientos de respeto y consideración nos despedimos de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente,



Firma

Apellidos y nombres:  
Farfán Flores Moisés Oswaldo

D.N.I: 07956182

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE CAPACIDADES EMPRENDEDORAS**

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	<b>DIMENSIÓN 1 CAPACIDAD DE TRABAJO EN EQUIPO</b>							
1	Te resulta fácil asignar tareas a los demás.	X		X		X		
2	Trabajas en forma cooperativa y eres capaz de negociar y hacer acuerdos	X		X		X		
3	Piensas que el mejor resultado es tarea de todos.	X		X		X		
4	Cooperas, escuchas otras opiniones y sabes delegar en tu equipo.	X		X		X		
5	Te comprometes a aportar lo mejor de ti para sacar adelante un trabajo o proyecto	X		X		X		
	<b>DIMENSIÓN 2 CAPACIDAD DE LIDERAZGO</b>	Si	No	Si	No	Si	No	
6	Disfrutas estando en una posición de influencia.	X		X		X		
7.	Te entusiasma dirigir a un grupo o equipo de trabajo.	X		X		X		
8	Eres capaz de discutir reglas o normas que consideras injustas.	X		X		X		
9	Me gusta escuchar a mis compañeros y apoyarles en aquello que sea necesario.	X		X		X		
10	Habitualmente, las personas de mi entorno suelen aceptar y seguir mis ideas y opiniones.	X		X		X		
	<b>DIMENSIÓN 3 CAPACIDAD DE SENTIDO DE RIESGO</b>	Si	No	Si	No	Si	No	
11	Me gusta asumir riesgos, siempre y cuando tenga la posibilidad de medirlos.	X		X		X		
12	En situaciones de incertidumbre, tengo confianza en mí mismo, en mi capacidad y en mis posibilidades.	X		X		X		
13	No me asusta la idea de lo desconocido.	X		X		X		
14	Creo que en la vida hay que afrontar riesgos para ganar más o alcanzar metas más altas.	X		X		X		
15	Me gustan las situaciones que demandan más esfuerzo de mi parte.	X		X		X		
	<b>DIMENSIÓN 4 CAPACIDAD DE NECESIDAD DE LOGRO</b>	Si	No	Si	No	Si	No	
16	Tengo expectativas elevadas para mí y para los demás.	X		X		X		
17	Transformo los planes en acciones.	X		X		X		
18	Cuando deseo algo, voy directo hacia mi objetivo, sin que nada ni nadie me detenga.		X		X		X	
19	Generalmente elijo tareas difíciles que ponen a prueba mi exigencia.	X		X		X		
20	Me gusta sobresalir y diferenciarme de los demás.	X		X		X		



Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad:    Aplicable     Aplicable después de corregir [ ]    No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador:  Mg: Julysa Flare Zanarú    DNI: 41494172

Especialidad del validador: Mg. en Educación

<sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

15 de junio del 2016

  
Firma del Experto Informante.

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE DESARROLLO DE LAS ACTITUDES PARA PLANIFICAR NEGOCIOS**

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	<b>DIMENSIÓN 1 ACTITUD DE INICIATIVA</b>							
1	A menudo tienes ideas innovadoras y las pones en práctica.	X		X		X		
2	Propones nuevas alternativas para alcanzar tus propósitos.	X		X		X		
3	Actúas con determinación y te adelantas a los demás.	X		X		X		
4	Tomas la iniciativa ante situaciones nuevas y complejas.	X		X		X		
5	Prefieres ser tu propio jefe.	X		X		X		
	<b>DIMENSIÓN 2 ACTITUD DE CREATIVIDAD</b>	Si	No	Si	No	Si	No	
6	Encuentras posibilidades creativas en cada cosa que haces.							
7	Te entusiasma realizar las cosas nuevas e inusuales.							
8	Crees que es posible dar usos nuevos a lo ya existente.							
9	Estás siempre dispuesto a emprender nuevos proyectos.							
10	Creas, transformas y brindas soluciones novedosas.							
	<b>DIMENSIÓN 3 ACTITUD DE AUTOCONFIANZA</b>	Si	No	Si	No	Si	No	
11	Estás seguro de tus propias ideas y responsabilidades.	X		X		X		
12	Te sientes seguro, incluso cuando alguien critica lo que has hecho.	X		X		X		
13	Crees firmemente que tendrás éxito en todo lo que propongas hacer.	X		X		X		
14	Arriesgarías recursos propios para poner en marcha tu proyecto.	X		X		X		
15	Defiendes tus ideas y soluciones a pesar que son distintas a las que ha podido llegar la mayoría.	X		X		X		
	<b>DIMENSIÓN 4 ACTITUD DE INNOVACIÓN</b>	Si	No	Si	No	Si	No	
16	Te cansa la rutina y buscas hacer cosas distintas.	X		X		X		
17	Disfrutas al buscar nuevas alternativas para enfrentar ideas conocidas.	X		X		X		
18	Poseo imaginación y fluidez de ideas.	X		X		X		
19	Tengo capacidad de poner en marcha mis ideas.	X		X		X		
20	Soy curioso y me gusta investigar las cosas.	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad:    Aplicable []    Aplicable después de corregir [ ]    No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador.  Mg: Julysa Glave Zanartu    DNI: 41494172

Especialidad del validador: .....

<sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

15 de junio del 2016



Firma del Experto Informante.

## Anexo D. Base de datos

N°	TRABAJO EN EQUIPO						LIDERAZGO						SENTIDO DE RIESGO						NECESIDAD DE LOGRO						TOTAL
	P1	P2	P3	P4	P5	SUB TOTAL	P6	P7	P8	P9	P10	SUBTOTAL	P11	P12	P13	P14	P15	SUBTOTAL	P16	P17	P18	P19	P20	SUBTOTAL	GENERAL
E1	2	2	3	2	3	12	2	2	2	3	2	11	2	3	2	3	2	12	2	2	2	1	2	9	44
E2	3	3	4	3	3	16	3	2	2	3	3	13	3	2	3	3	3	14	4	2	2	2	3	13	56
E3	3	3	4	4	4	18	3	3	4	3	3	16	2	4	3	4	3	16	4	3	3	3	4	17	67
E4	2	3	4	3	3	15	4	4	4	3	3	18	3	2	2	3	3	13	3	3	3	2	2	13	59
E5	3	3	4	4	4	18	2	3	4	4	3	16	2	3	2	3	4	14	3	2	3	2	2	12	60
E6	2	3	4	2	3	14	4	3	3	3	2	15	2	3	1	3	3	12	3	2	2	2	3	12	53
E7	3	3	4	4	4	18	3	3	4	4	3	17	3	3	4	4	4	18	4	4	4	4	3	19	72
E8	2	3	4	2	4	15	3	2	4	2	2	13	2	2	1	2	4	11	2	2	3	2	4	13	52
E9	3	4	4	3	4	18	3	4	3	3	3	16	3	2	2	3	4	14	4	3	3	3	3	16	64
E10	3	3	2	4	4	16	4	4	4	3	3	18	4	3	4	4	2	17	3	3	4	2	4	16	67
E11	2	2	4	3	3	14	3	3	3	3	3	15	3	2	2	2	2	11	2	3	3	3	3	14	54
E12	2	3	4	4	4	17	2	2	4	3	3	14	2	3	3	4	2	14	2	2	4	3	4	15	60
E13	1	3	4	3	4	15	4	4	4	3	3	18	3	2	2	4	4	15	4	2	3	3	4	16	64
E14	2	3	3	3	4	15	3	3	3	3	3	15	3	2	4	4	4	17	3	3	4	4	4	18	65
E15	2	3	4	3	4	16	4	4	2	3	4	17	3	2	2	3	2	12	4	2	2	2	4	14	59
E16	4	3	4	4	4	19	3	3	4	4	3	17	3	3	3	3	3	15	3	4	4	3	3	17	68
E17	3	4	4	4	4	19	3	4	4	4	3	18	3	3	2	4	4	16	3	3	4	4	4	18	71
E18	3	3	3	4	4	17	4	4	4	4	3	19	3	3	3	3	4	16	4	3	4	4	4	19	71
E19	3	3	4	3	4	17	3	3	2	4	3	15	3	2	1	4	4	14	4	3	3	2	2	14	60
E20	2	3	4	3	3	15	3	4	3	3	3	16	3	3	2	4	3	15	3	3	3	3	3	15	61
E21	3	3	4	4	4	18	4	3	3	4	3	17	3	4	1	4	4	16	4	3	3	2	3	15	66
E22	2	4	4	4	4	18	4	4	4	4	3	19	4	4	3	4	4	19	4	3	4	3	4	18	74
E23	2	3	4	3	4	16	4	3	4	4	3	18	2	3	1	4	3	13	4	4	4	3	4	19	66

E24	2	4	4	3	4	17	2	3	3	3	2	13	3	3	2	3	2	13	4	3	3	2	4	16	59
E25	2	4	4	3	3	16	3	2	3	4	3	15	2	2	2	3	4	13	1	2	2	3	1	9	53
E26	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	3	18	3	4	4	4	4	19	3	3	4	4	4	18	75
E27	2	2	3	2	3	12	4	3	3	3	3	16	2	2	2	4	2	12	3	2	3	2	3	13	53
E28	3	3	4	2	4	16	4	3	4	4	3	18	2	2	4	4	2	14	1	3	3	3	4	14	62
E29	2	4	4	4	4	18	2	4	4	4	3	17	4	4	1	4	4	17	4	3	4	4	3	18	70
E30	3	4	4	3	4	18	4	3	4	4	4	19	3	3	3	4	4	17	4	3	4	1	1	13	67
E31	4	4	4	3	3	18	4	4	4	4	4	20	3	3	3	5	4	18	3	3	4	2	4	16	72
E32	2	2	2	1	2	9	3	3	2	2	2	12	2	2	1	3	3	11	4	2	2	3	2	13	45
E33	2	2	4	3	4	15	3	2	2	3	3	13	2	4	2	4	3	15	3	3	3	3	4	16	59
E34	2	3	3	3	4	15	2	3	4	4	2	15	3	3	2	2	3	13	3	2	4	2	3	14	57
E35	3	2	4	3	3	15	3	3	4	3	3	16	3	2	2	2	2	11	4	3	3	3	4	17	59
E36	2	3	4	4	4	17	3	3	3	4	3	16	3	3	3	4	4	17	4	4	3	3	2	16	66
E37	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	3	3	2	3	3	14	3	2	2	3	2	12	56
E38	4	3	3	3	4	17	4	4	4	3	3	18	4	3	4	4	4	19	4	4	4	3	4	19	73
E39	2	2	3	3	3	13	3	2	3	3	3	14	3	3	2	3	2	13	3	2	2	2	2	11	51
E40	2	4	4	3	3	16	1	2	2	3	3	11	3	3	3	4	4	17	3	4	4	3	3	17	61
E41	2	3	4	3	4	16	3	4	4	3	3	17	3	2	2	3	3	13	3	3	2	2	3	13	59
E42	4	4	4	4	4	20	3	4	4	4	3	18	4	3	4	4	4	19	3	3	3	3	3	15	72
E43	3	4	4	4	3	18	2	4	4	4	3	17	3	3	3	3	3	15	3	2	3	2	2	12	62
E44	23	4	4	4	4	39	2	2	3	4	3	14	3	4	3	4	4	18	3	4	4	4	4	19	90
E45	3	3	4	3	4	17	4	3	3	4	3	17	3	3	2	3	3	14	4	3	3	2	3	15	63
E46	3	2	4	3	4	16	4	3	4	4	2	17	3	4	3	3	4	17	4	3	3	4	3	17	67
E47	2	2	4	3	3	14	2	3	2	4	2	13	3	2	2	3	3	13	4	2	2	2	4	14	54
E48	2	2	2	3	4	13	3	4	4	4	2	17	2	2	2	4	4	14	2	2	2	2	2	10	54
E49	2	3	4	3	3	15	2	2	3	3	4	14	3	3	2	3	3	14	4	3	3	2	3	15	58
E50	2	3	2	2	4	13	4	3	2	2	3	14	2	3	4	4	3	16	4	3	2	3	2	14	57
E51	2	2	3	3	4	14	3	3	3	2	3	14	3	3	2	3	4	15	3	4	4	3	4	18	61



E52	2	2	3	2	3	12	3	3	2	2	3	13	3	3	3	4	4	17	3	3	2	3	4	15	57
E53	3	2	3	3	3	14	4	4	3	3	3	17	4	4	3	4	3	18	4	3	3	4	2	16	65
E54	2	3	3	3	3	14	2	3	2	3	3	13	2	3	3	3	4	15	3	3	2	2	3	13	55
E55	3	3	4	3	2	15	2	4	3	3	3	15	3	3	3	3	4	16	3	4	4	3	4	18	64
E56	3	3	4	2	3	15	3	3	3	3	2	14	2	3	2	3	3	13	3	2	3	2	3	13	55
E57	3	3	4	3	4	17	3	3	2	3	2	13	2	3	3	4	3	15	3	2	2	3	3	13	58
E58	3	3	4	3	3	16	3	2	4	2	4	15	2	3	3	3	4	15	3	3	2	3	2	13	59
E59	2	3	3	3	4	15	2	4	4	3	2	15	2	2	2	3	4	13	3	2	3	3	4	15	58
E60	3	3	4	4	4	18	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	20	4	2	3	3	4	16	73
E61	2	2	4	2	4	14	2	2	2	3	2	11	3	3	3	4	4	17	2	2	3	2	3	12	54
E62	2	3	2	3	4	14	3	4	4	3	3	17	4	3	2	3	4	16	3	4	4	3	4	18	65
E63	2	3	4	4	3	16	4	4	3	3	3	17	3	3	2	3	3	14	3	3	4	3	4	17	64
E64	3	3	2	3	4	15	4	4	3	3	3	17	3	2	3	3	2	13	3	3	2	3	3	14	59
E65	3	3	2	3	3	14	4	4	3	3	3	17	3	3	3	4	2	15	4	2	3	2	3	14	60
E66	3	3	4	4	3	17	4	4	2	2	3	15	3	3	3	3	3	15	2	3	3	3	3	14	61
E67	2	2	3	3	3	13	2	3	3	4	2	14	3	2	2	3	3	13	2	2	2	2	2	10	50
E68	3	2	2	3	4	14	3	3	4	4	3	17	3	3	3	4	4	17	4	3	3	3	3	16	64
E69	2	2	3	2	4	13	3	4	4	4	2	17	4	4	3	3	3	17	4	3	3	4	4	18	65
E70	3	3	4	3	3	16	2	2	4	4	3	15	4	3	4	4	4	19	4	3	4	4	4	19	69
E71	2	2	3	2	3	12	3	2	4	4	2	15	2	2	3	2	3	12	3	2	3	1	4	13	52
E72	2	4	4	4	3	17	2	4	4	4	3	17	3	3	3	4	3	16	3	3	3	2	3	14	64
E73	2	3	3	2	4	14	2	4	4	3	3	16	3	4	3	4	3	17	3	3	4	3	3	16	63
E74	3	3	4	3	4	17	2	3	3	4	3	15	3	2	3	3	4	15	2	3	4	2	4	15	62
E75	3	3	4	3	3	16	4	2	3	4	3	16	2	3	2	3	2	12	3	3	4	2	4	16	60
E76	3	3	3	3	3	15	2	3	3	3	2	13	2	2	3	3	4	14	3	2	2	3	3	13	55
E77	3	3	4	3	4	17	1	2	2	4	2	11	3	3	2	4	4	16	4	3	3	3	4	17	61
E78	3	3	5	3	4	18	2	4	3	3	3	15	3	3	3	2	2	13	1	2	2	2	2	9	55
E79	2	2	3	2	4	13	3	3	2	2	2	12	3	2	2	3	2	12	3	2	3	2	4	14	51

E80	1	4	4	4	4	17	4	4	4	4	3	19	4	4	3	4	4	19	3	4	4	4	4	19	74
E81	2	4	4	3	4	17	2	4	3	3	3	15	3	4	1	3	4	15	4	3	3	3	4	17	64
E82	2	4	4	4	4	18	4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	4	19	4	3	4	4	4	19	76
E83	3	2	3	3	4	15	3	2	3	3	2	13	2	3	3	3	2	13	3	2	2	3	3	13	54
E84	2	3	2	3	3	13	2	2	3	3	2	12	2	2	2	3	2	11	3	2	2	2	2	11	47
E85	3	3	4	3	3	16	3	3	3	3	3	15	3	2	3	4	3	15	4	3	3	3	4	17	63
E86	3	3	4	3	4	17	3	3	3	4	3	16	4	4	1	4	4	17	4	3	4	4	4	19	69
E87	2	3	3	4	4	16	3	3	2	4	3	15	2	2	2	3	2	11	3	3	3	2	2	13	55
E88	3	3	4	3	4	17	3	3	4	4	3	17	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	4	20	73
E89	3	3	4	4	3	17	3	3	4	4	3	17	3	3	2	4	3	15	4	3	3	2	3	15	64
E90	2	2	3	2	4	13	2	2	4	4	2	14	2	2	2	3	2	11	3	2	2	1	2	10	48
E91	3	3	4	3	3	16	3	3	3	3	3	15	3	2	1	3	3	12	4	2	3	3	3	15	58
E92	3	3	3	3	3	15	2	3	3	2	2	12	3	2	2	3	3	13	2	2	3	3	2	12	52
E93	3	3	3	4	4	17	3	4	2	4	3	16	3	4	1	4	4	16	4	4	4	2	3	17	66
E94	2	2	4	3	3	14	4	2	3	3	3	15	3	2	2	3	4	14	3	3	3	2	3	14	57
E95	4	4	2	4	4	18	3	4	4	4	4	19	4	4	3	4	4	19	3	4	4	3	5	19	75
E96	2	3	4	2	4	15	4	4	3	3	3	17	4	3	4	4	4	19	3	3	3	4	3	16	67
E97	3	4	4	2	4	17	3	3	4	4	3	17	3	4	4	3	3	17	4	3	4	3	3	17	68
E98	3	3	2	4	4	16	3	4	2	4	3	16	3	4	4	4	3	18	4	4	4	4	4	20	70
E99	4	3	4	3	4	18	3	4	4	4	3	18	3	2	3	4	4	16	3	4	4	3	4	18	70
E100	2	3	2	3	3	13	3	3	2	2	3	13	2	2	3	3	2	12	2	3	3	2	2	12	50
E101	2	4	4	4	4	18	4	2	3	2	3	14	3	3	3	3	4	16	3	4	3	3	2	15	63
E102	3	2	3	2	2	12	2	3	3	4	2	14	3	2	3	2	1	11	3	3	1	2	3	12	49
E103	4	4	4	4	4	20	3	3	3	3	3	15	3	4	3	3	4	17	3	3	4	4	3	17	69
E104	2	3	4	3	3	15	4	3	3	3	4	17	3	4	3	3	3	16	3	4	3	2	3	15	63
E105	2	4	4	3	3	16	3	4	3	4	3	17	3	3	3	3	3	15	4	3	1	3	3	14	62
E106	3	3	4	4	4	18	3	4	3	3	4	17	4	2	3	2	3	14	3	3	4	3	3	16	65
E107	2	3	3	3	4	15	4	3	3	3	3	16	3	2	2	4	2	13	2	2	4	1	3	12	56

E108	2	1	3	2	2	10	3	2	3	4	3	15	3	3	2	3	3	14	3	3	1	2	4	13	52
E109	3	2	2	3	2	12	4	3	2	3	2	14	4	3	2	3	3	15	3	3	3	3	2	14	55
E110	2	3	4	4	3	16	2	3	4	3	3	15	1	3	2	3	2	11	2	2	2	3	2	11	53
E111	2	3	2	3	3	13	3	4	3	2	3	15	3	3	2	2	2	12	3	2	2	3	3	13	53
E112	2	4	4	4	3	17	4	2	2	3	3	14	3	1	2	4	3	13	3	3	4	2	3	15	59
E113	2	3	3	4	4	16	4	3	4	4	3	18	4	3	3	2	3	15	4	4	3	4	3	18	67
E114	2	3	3	3	4	15	3	2	2	3	3	13	3	1	1	4	2	11	2	3	2	4	3	14	53
E115	3	4	4	4	4	19	4	3	3	4	4	18	3	3	3	3	3	15	3	4	2	3	3	15	67
E116	2	4	4	2	3	15	4	3	2	3	4	16	3	4	2	4	3	16	3	4	4	3	4	18	65
E117	2	3	3	2	3	13	3	3	3	3	3	15	3	2	3	2	3	13	2	3	3	2	3	13	54
E118	3	4	4	4	4	19	3	4	3	3	2	15	4	3	2	4	3	16	3	3	1	2	3	12	62
E119	2	3	4	4	3	16	3	3	2	3	4	15	3	1	3	3	2	12	4	3	4	2	3	16	59
E120	2	2	3	2	3	12	4	2	3	4	3	16	3	2	3	3	2	13	1	4	3	3	3	14	55
E121	2	2	3	2	3	12	2	2	2	3	2	11	2	3	2	3	2	12	2	2	2	1	2	9	44
E122	3	3	4	3	3	16	3	2	2	3	3	13	3	2	3	3	3	14	4	2	2	2	3	13	56
E123	3	3	4	4	4	18	3	3	4	3	3	16	2	4	3	4	3	16	4	3	3	3	4	17	67
E124	2	3	4	3	3	15	4	4	4	3	3	18	3	2	2	3	3	13	3	3	3	2	2	13	59
E125	3	3	4	4	4	18	2	3	4	4	3	16	2	3	2	3	4	14	3	2	3	2	2	12	60
E126	2	3	4	2	3	14	4	3	3	3	2	15	2	3	1	3	3	12	3	2	2	2	3	12	53
E127	3	3	4	4	4	18	3	3	4	4	3	17	3	3	4	4	4	18	4	4	4	4	3	19	72
E128	2	3	4	2	4	15	3	2	4	2	2	13	2	2	1	2	4	11	2	2	3	2	4	13	52
E129	3	4	4	3	4	18	3	4	3	3	3	16	3	2	2	3	4	14	4	3	3	3	3	16	64
E130	3	3	2	4	4	16	4	4	4	3	3	18	4	3	4	4	2	17	3	3	4	2	4	16	67
E131	2	2	4	3	3	14	3	3	3	3	3	15	3	2	2	2	2	11	2	3	3	3	3	14	54
E132	2	3	4	4	4	17	2	2	4	3	3	14	2	3	3	4	2	14	2	2	4	3	4	15	60
E133	1	3	4	3	4	15	4	4	4	3	3	18	3	2	2	4	4	15	4	2	3	3	4	16	64
E134	2	3	3	3	4	15	3	3	3	3	3	15	3	2	4	4	4	17	3	3	4	4	4	18	65
E135	2	3	4	3	4	16	4	4	2	3	4	17	3	2	2	3	2	12	4	2	2	2	4	14	59

E136	4	3	4	4	4	19	3	3	4	4	3	17	3	3	3	3	3	15	3	4	4	3	3	17	68
E137	3	4	4	4	4	19	3	4	4	4	3	18	3	3	2	4	4	16	3	3	4	4	4	18	71
E138	3	3	3	4	4	17	4	4	4	4	3	19	3	3	3	3	4	16	4	3	4	4	4	19	71
E139	3	3	4	3	4	17	3	3	2	4	3	15	3	2	1	4	4	14	4	3	3	2	2	14	60
E140	2	3	4	3	3	15	3	4	3	3	3	16	3	3	2	4	3	15	3	3	3	3	3	15	61
E141	3	3	4	4	4	18	4	3	3	4	3	17	3	4	1	4	4	16	4	3	3	2	3	15	66
E142	2	4	4	4	4	18	4	4	4	4	3	19	4	4	3	4	4	19	4	3	4	3	4	18	74
E143	2	3	4	3	4	16	4	3	4	4	3	18	2	3	1	4	3	13	4	4	4	3	4	19	66
E144	2	4	4	3	4	17	2	3	3	3	2	13	3	3	2	3	2	13	4	3	3	2	4	16	59
E145	2	4	4	3	3	16	3	2	3	4	3	15	2	2	2	3	4	13	1	2	2	3	1	9	53
E146	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	3	18	3	4	4	4	4	19	3	3	4	4	4	18	75
E147	2	2	3	2	3	12	4	3	3	3	3	16	2	2	2	4	2	12	3	2	3	2	3	13	53
E148	3	3	4	2	4	16	4	3	4	4	3	18	2	2	4	4	2	14	1	3	3	3	4	14	62
E149	2	4	4	4	4	18	2	4	4	4	3	17	4	4	1	4	4	17	4	3	4	4	3	18	70
E150	3	4	4	3	4	18	4	3	4	4	4	19	3	3	3	4	4	17	4	3	4	1	1	13	67
E151	4	4	4	3	3	18	4	4	4	4	4	20	3	3	3	5	4	18	3	3	4	2	4	16	72
E152	2	2	2	1	2	9	3	3	2	2	2	12	2	2	1	3	3	11	4	2	2	3	2	13	45
E153	2	2	4	3	4	15	3	2	2	3	3	13	2	4	2	4	3	15	3	3	3	3	4	16	59
E154	2	3	3	3	4	15	2	3	4	4	2	15	3	3	2	2	3	13	3	2	4	2	3	14	57
E155	3	2	4	3	3	15	3	3	4	3	3	16	3	2	2	2	2	11	4	3	3	3	4	17	59
E156	2	3	4	4	4	17	3	3	3	4	3	16	3	3	3	4	4	17	4	4	3	3	2	16	66
E157	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	3	3	2	3	3	14	3	2	2	3	2	12	56
E158	4	3	3	3	4	17	4	4	4	3	3	18	4	3	4	4	4	19	4	4	4	3	4	19	73
E159	2	2	3	3	3	13	3	2	3	3	3	14	3	3	2	3	2	13	3	2	2	2	2	11	51
E160	2	4	4	3	3	16	1	2	2	3	3	11	3	3	3	4	4	17	3	4	4	3	3	17	61
E161	2	3	4	3	4	16	3	4	4	3	3	17	3	2	2	3	3	13	3	3	2	2	3	13	59
E162	4	4	4	4	4	20	3	4	4	4	3	18	4	3	4	4	4	19	3	3	3	3	3	15	72
E163	3	4	4	4	3	18	2	4	4	4	3	17	3	3	3	3	3	15	3	2	3	2	2	12	62

E164	23	4	4	4	4	39	2	2	3	4	3	14	3	4	3	4	4	18	3	4	4	4	4	19	90
E165	3	3	4	3	4	17	4	3	3	4	3	17	3	3	2	3	3	14	4	3	3	2	3	15	63
E166	3	2	4	3	4	16	4	3	4	4	2	17	3	4	3	3	4	17	4	3	3	4	3	17	67
E167	2	2	4	3	3	14	2	3	2	4	2	13	3	2	2	3	3	13	4	2	2	2	4	14	54
E168	2	2	2	3	4	13	3	4	4	4	2	17	2	2	2	4	4	14	2	2	2	2	2	10	54
E169	2	3	4	3	3	15	2	2	3	3	4	14	3	3	2	3	3	14	4	3	3	2	3	15	58
E170	2	3	2	2	4	13	4	3	2	2	3	14	2	3	4	4	3	16	4	3	2	3	2	14	57
E171	2	2	3	3	4	14	3	3	3	2	3	14	3	3	2	3	4	15	3	4	4	3	4	18	61
E172	2	2	3	2	3	12	3	3	2	2	3	13	3	3	3	4	4	17	3	3	2	3	4	15	57
E173	3	2	3	3	3	14	4	4	3	3	3	17	4	4	3	4	3	18	4	3	3	4	2	16	65
E174	2	3	3	3	3	14	2	3	2	3	3	13	2	3	3	3	4	15	3	3	2	2	3	13	55
E175	3	3	4	3	2	15	2	4	3	3	3	15	3	3	3	3	4	16	3	4	4	3	4	18	64
E176	3	3	4	2	3	15	3	3	3	3	2	14	2	3	2	3	3	13	3	2	3	2	3	13	55
E177	3	3	4	3	4	17	3	3	2	3	2	13	2	3	3	4	3	15	3	2	2	3	3	13	58
E178	3	3	4	3	3	16	3	2	4	2	4	15	2	3	3	3	4	15	3	3	2	3	2	13	59
E179	2	3	3	3	4	15	2	4	4	3	2	15	2	2	2	3	4	13	3	2	3	3	4	15	58
E180	3	3	4	4	4	18	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	20	4	2	3	3	4	16	73
E181	2	2	4	2	4	14	2	2	2	3	2	11	3	3	3	4	4	17	2	2	3	2	3	12	54
E182	2	3	2	3	4	14	3	4	4	3	3	17	4	3	2	3	4	16	3	4	4	3	4	18	65
E183	2	3	4	4	3	16	4	4	3	3	3	17	3	3	2	3	3	14	3	3	4	3	4	17	64
E184	3	3	2	3	4	15	4	4	3	3	3	17	3	2	3	3	2	13	3	3	2	3	3	14	59
E185	3	3	2	3	3	14	4	4	3	3	3	17	3	3	3	4	2	15	4	2	3	2	3	14	60
E186	3	3	4	4	3	17	4	4	2	2	3	15	3	3	3	3	3	15	2	3	3	3	3	14	61
E187	2	2	3	3	3	13	2	3	3	4	2	14	3	2	2	3	3	13	2	2	2	2	2	10	50
E188	3	2	2	3	4	14	3	3	4	4	3	17	3	3	3	4	4	17	4	3	3	3	3	16	64
E189	2	2	3	2	4	13	3	4	4	4	2	17	4	4	3	3	3	17	4	3	3	4	4	18	65
E190	3	3	4	3	3	16	2	2	4	4	3	15	4	3	4	4	4	19	4	3	4	4	4	19	69
E191	2	2	3	2	3	12	3	2	4	4	2	15	2	2	3	2	3	12	3	2	3	1	4	13	52

E192	2	4	4	4	3	17	2	4	4	4	3	17	3	3	3	4	3	16	3	3	3	2	3	14	64
E193	2	3	3	2	4	14	2	4	4	3	3	16	3	4	3	4	3	17	3	3	4	3	3	16	63
E194	3	3	4	3	4	17	2	3	3	4	3	15	3	2	3	3	4	15	2	3	4	2	4	15	62
E195	3	3	4	3	3	16	4	2	3	4	3	16	2	3	2	3	2	12	3	3	4	2	4	16	60
E196	3	3	3	3	3	15	2	3	3	3	2	13	2	2	3	3	4	14	3	2	2	3	3	13	55
E197	3	3	4	3	4	17	1	2	2	4	2	11	3	3	2	4	4	16	4	3	3	3	4	17	61
E198	3	3	5	3	4	18	2	4	3	3	3	15	3	3	3	2	2	13	1	2	2	2	2	9	55
E199	2	2	3	2	4	13	3	3	2	2	2	12	3	2	2	3	2	12	3	2	3	2	4	14	51
E200	1	4	4	4	4	17	4	4	4	4	3	19	4	4	3	4	4	19	3	4	4	4	4	19	74
E201	2	4	4	3	4	17	2	4	3	3	3	15	3	4	1	3	4	15	4	3	3	3	4	17	64
E202	2	4	4	4	4	18	4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	4	19	4	3	4	4	4	19	76
E203	3	2	3	3	4	15	3	2	3	3	2	13	2	3	3	3	2	13	3	2	2	3	3	13	54
E204	2	3	2	3	3	13	2	2	3	3	2	12	2	2	2	3	2	11	3	2	2	2	2	11	47
E205	3	3	4	3	3	16	3	3	3	3	3	15	3	2	3	4	3	15	4	3	3	3	4	17	63
E206	3	3	4	3	4	17	3	3	3	4	3	16	4	4	1	4	4	17	4	3	4	4	4	19	69
E207	2	3	3	4	4	16	3	3	2	4	3	15	2	2	2	3	2	11	3	3	3	2	2	13	55
E208	3	3	4	3	4	17	3	3	4	4	3	17	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	4	20	73
E209	3	3	4	4	3	17	3	3	4	4	3	17	3	3	2	4	3	15	4	3	3	2	3	15	64
E210	2	2	3	2	4	13	2	2	4	4	2	14	2	2	2	3	2	11	3	2	2	1	2	10	48
E211	3	3	4	3	3	16	3	3	3	3	3	15	3	2	1	3	3	12	4	2	3	3	3	15	58
E212	3	3	3	3	3	15	2	3	3	2	2	12	3	2	2	3	3	13	2	2	3	3	2	12	52
E213	3	3	3	4	4	17	3	4	2	4	3	16	3	4	1	4	4	16	4	4	4	2	3	17	66
E214	2	2	4	3	3	14	4	2	3	3	3	15	3	2	2	3	4	14	3	3	3	2	3	14	57
E215	4	4	2	4	4	18	3	4	4	4	4	19	4	4	3	4	4	19	3	4	4	3	5	19	75
E216	2	3	4	2	4	15	4	4	3	3	3	17	4	3	4	4	4	19	3	3	3	4	3	16	67
E217	3	4	4	2	4	17	3	3	4	4	3	17	3	4	4	3	3	17	4	3	4	3	3	17	68
E218	3	3	2	4	4	16	3	4	2	4	3	16	3	4	4	4	3	18	4	4	4	4	4	20	70
E219	4	3	4	3	4	18	3	4	4	4	3	18	3	2	3	4	4	16	3	4	4	3	4	18	70

E220	2	3	2	3	3	13	3	3	2	2	3	13	2	2	3	3	2	12	2	3	3	2	2	12	50
E221	2	4	4	4	4	18	4	2	3	2	3	14	3	3	3	3	4	16	3	4	3	3	2	15	63
E222	3	2	3	2	2	12	2	3	3	4	2	14	3	2	3	2	1	11	3	3	1	2	3	12	49
E223	4	4	4	4	4	20	3	3	3	3	3	15	3	4	3	3	4	17	3	3	4	4	3	17	69
E224	2	3	4	3	3	15	4	3	3	3	4	17	3	4	3	3	3	16	3	4	3	2	3	15	63
E225	2	4	4	3	3	16	3	4	3	4	3	17	3	3	3	3	3	15	4	3	1	3	3	14	62
E226	3	3	4	4	4	18	3	4	3	3	4	17	4	2	3	2	3	14	3	3	4	3	3	16	65
E227	2	3	3	3	4	15	4	3	3	3	3	16	3	2	2	4	2	13	2	2	4	1	3	12	56
E228	2	1	3	2	2	10	3	2	3	4	3	15	3	3	2	3	3	14	3	3	1	2	4	13	52
E229	3	2	2	3	2	12	4	3	2	3	2	14	4	3	2	3	3	15	3	3	3	3	2	14	55

**CUESTIONARIO PARA MEDIR EL DESARROLLO DE ACTITUDES PARA PLANIFICAR NEGOCIOS**

N°	INICIATIVA						CREATIVIDAD						AUTOCONFIANZA						INNOVACIÓN						TOTAL
	P1	P2	P3	P4	P5	SUB TOTAL	P6	P7	P8	P9	P10	SUBTOTAL	P11	P12	P13	P14	P15	SUBTOTAL	P16	P17	P18	P19	P20	SUBTOTAL	GENERAL
E1	2	2	2	2	1	9	2	2	3	2	2	11	3	2	2	3	2	12	3	2	2	2	2	11	43
E2	1	2	2	3	3	11	3	3	3	2	2	13	3	2	2	3	3	13	3	3	4	2	3	15	52
E3	2	3	2	3	4	14	3	4	3	3	2	15	4	3	4	3	4	18	2	3	2	3	3	13	60
E4	2	2	3	2	3	12	2	3	2	3	3	13	3	2	3	3	3	14	4	3	3	3	3	16	55
E5	2	2	2	2	2	10	2	3	2	3	2	12	3	2	4	3	3	15	2	2	2	3	3	12	49
E6	2	2	2	2	3	11	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	3	11	1	2	2	3	2	10	42
E7	2	3	2	3	2	12	3	4	3	4	3	17	3	3	4	3	3	16	4	4	2	3	4	17	62
E8	2	4	2	3	4	15	4	4	4	3	3	18	2	2	4	3	4	15	4	2	4	3	4	17	65
E9	2	3	2	3	3	13	3	4	3	2	2	14	3	3	3	4	4	17	3	3	2	3	4	15	59
E10	2	3	3	4	3	15	2	4	2	2	4	14	4	3	3	2	3	15	3	4	3	2	3	15	59
E11	2	2	3	2	2	11	2	2	3	3	2	12	3	2	3	2	2	12	2	2	2	2	1	9	44
E12	2	1	2	3	4	12	2	3	3	2	2	12	4	2	2	3	4	15	3	1	2	3	4	13	52
E13	2	2	3	3	4	14	3	4	3	4	3	17	3	2	3	4	4	16	3	4	4	2	2	15	62
E14	2	3	3	3	4	15	3	3	3	3	3	15	3	2	4	4	4	17	3	3	4	4	4	18	65
E15	1	1	2	2	3	9	1	2	3	3	3	12	2	2	2	3	2	11	2	2	1	1	2	8	40
E16	2	3	3	3	3	14	2	3	3	3	2	13	3	3	3	3	4	16	3	3	2	3	3	14	57
E17	3	4	2	3	3	15	4	4	3	4	3	18	3	3	4	4	4	18	3	4	4	4	4	19	70
E18	3	3	4	3	2	15	4	4	3	3	3	17	3	2	4	4	2	15	3	4	4	3	4	18	65
E19	2	3	2	2	2	11	4	4	4	3	3	18	2	2	2	3	2	11	4	4	4	3	4	19	59
E20	3	3	3	3	3	15	3	4	3	3	3	16	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	61
E21	3	2	3	3	4	15	4	4	3	4	3	18	3	4	4	3	4	18	4	4	4	4	4	20	71



E22	2	3	3	4	4	16	3	4	4	3	4	18	4	4	4	3	3	18	2	3	2	3	3	13	65
E23	3	4	2	2	4	15	4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	4	19	4	3	2	3	3	15	69
E24	3	3	2	2	3	13	3	2	3	3	2	13	3	2	3	2	2	12	2	3	2	2	4	13	51
E25	2	2	2	2	5	13	3	4	3	3	2	15	3	3	2	3	3	14	3	4	2	2	3	14	56
E26	3	4	4	4	4	19	4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	4	19	4	3	4	3	3	17	75
E27	2	3	3	3	4	15	3	3	3	4	3	16	4	3	3	3	4	17	2	4	3	2	3	14	62
E28	2	1	1	2	4	10	4	4	1	4	2	15	4	4	3	2	4	17	4	2	3	3	3	15	57
E29	3	4	2	2	4	15	4	4	4	4	3	19	4	4	3	4	4	19	4	4	3	4	4	19	72
E30	3	3	3	3	4	16	4	4	4	3	2	17	4	3	3	4	3	17	2	3	3	3	3	14	64
E31	4	4	3	4	4	19	3	3	4	4	3	17	3	4	4	3	4	18	2	2	3	4	3	14	68
E32	2	2	2	1	2	9	3	3	2	2	2	12	2	2	1	3	3	11	4	2	2	3	2	13	45
E33	2	3	3	3	4	15	3	3	3	3	3	15	4	4	4	2	2	16	3	2	3	3	2	13	59
E34	3	2	2	2	3	12	4	3	4	3	3	17	3	3	2	2	3	13	4	3	3	2	4	16	58
E35	3	2	4	3	3	15	3	3	4	3	3	16	3	2	2	2	2	11	4	3	3	3	4	17	59
E36	3	3	4	4	3	17	3	3	3	4	3	16	4	3	3	4	3	17	3	3	3	4	4	17	67
E37	2	3	2	3	3	13	2	3	2	3	2	12	3	2	2	2	2	11	3	3	2	2	2	12	48
E38	3	4	4	3	4	18	3	4	4	3	4	18	4	4	4	4	4	20	2	3	3	3	4	15	71
E39	3	2	2	2	3	12	3	3	3	3	3	15	3	2	2	2	2	11	3	3	3	2	3	14	52
E40	2	3	3	2	3	13	2	3	2	3	3	13	4	3	4	3	2	16	3	3	2	2	3	13	55
E41	3	2	2	3	2	12	3	4	3	3	4	17	3	3	3	3	2	14	4	3	3	2	3	15	58
E42	3	4	4	4	4	19	3	4	3	3	4	17	4	4	3	4	4	19	4	3	4	3	4	18	73
E43	2	2	3	3	3	13	2	3	2	2	2	11	3	3	3	2	3	14	3	2	2	3	2	12	50
E44	2	3	3	2	4	14	2	4	3	3	3	15	4	4	4	4	4	20	3	3	3	3	4	16	65
E45	3	3	3	4	4	17	4	4	3	3	3	17	4	3	4	3	4	18	3	4	3	3	4	17	69
E46	3	4	3	2	1	13	3	3	4	4	3	17	4	4	3	3	4	18	3	3	4	3	4	17	65
E47	2	2	3	2	4	13	2	3	2	2	4	13	3	2	2	2	2	11	2	3	2	3	3	13	50
E48	2	2	3	1	2	10	1	3	4	3	2	13	2	2	2	4	2	12	4	2	1	1	4	12	47
E49	3	3	2	2	2	12	3	3	3	2	2	13	3	2	3	2	2	12	3	3	3	2	2	13	50

E50	2	2	2	3	4	13	4	4	3	3	2	16	3	4	4	3	3	17	2	3	3	2	2	12	58
E51	3	3	3	4	4	17	2	3	3	4	3	15	3	3	3	4	4	17	2	3	2	4	4	15	64
E52	2	2	3	3	3	13	2	3	3	3	4	15	4	2	2	4	3	15	2	3	2	3	4	14	57
E53	3	4	2	2	4	15	4	3	4	4	3	18	3	4	4	4	3	18	3	3	3	2	3	14	65
E54	3	3	2	3	4	15	2	4	4	4	3	17	3	3	3	3	3	15	4	3	3	4	4	18	65
E55	2	2	3	3	4	14	2	3	2	3	2	12	3	2	4	3	2	14	4	3	3	3	4	17	57
E56	2	3	3	3	2	13	2	3	3	2	2	12	2	2	2	3	3	12	3	3	3	2	3	14	51
E57	2	3	3	3	3	14	3	2	2	3	3	13	3	2	4	3	3	15	3	2	3	2	3	13	55
E58	2	3	3	3	4	15	3	3	2	3	2	13	3	4	3	3	4	17	3	2	3	3	4	15	60
E59	2	2	2	2	3	11	2	3	2	3	2	12	2	2	2	2	3	11	2	3	2	2	3	12	46
E60	1	3	3	3	4	14	3	4	4	4	3	18	4	4	4	3	4	19	3	3	3	3	3	15	66
E61	2	2	2	3	4	13	3	3	3	3	2	14	4	3	3	4	3	17	3	2	2	2	3	12	56
E62	3	3	4	4	3	17	2	3	2	3	4	14	3	3	2	3	4	15	4	4	3	4	4	19	65
E63	2	3	4	4	3	16	4	4	3	3	3	17	3	3	2	3	3	14	3	3	4	3	4	17	64
E64	2	3	2	2	4	13	3	4	3	3	4	17	3	2	3	3	2	13	4	2	3	4	3	16	59
E65	2	2	3	2	4	13	2	2	2	3	2	11	3	4	2	2	3	14	4	3	3	4	3	17	55
E66	3	3	2	3	4	15	2	3	2	1	4	12	3	4	3	4	3	17	1	4	2	3	2	12	56
E67	2	3	2	2	2	11	2	3	2	2	1	10	2	2	2	3	3	12	2	2	2	2	2	10	43
E68	1	2	2	1	4	10	2	4	2	4	2	14	3	4	4	4	4	19	3	3	4	3	3	16	59
E69	2	2	3	2	4	13	3	4	4	4	2	17	4	4	3	3	3	17	4	3	3	4	4	18	65
E70	3	4	3	3	4	17	4	4	4	2	4	18	4	3	3	4	4	18	4	4	4	4		16	69
E71	2	2	2	1	3	10	2	3	4	3	2	14	2	2	3	3	2	12	3	2	2	2	3	12	48
E72	3	2	2	3	4	14	3	3	3	3	3	15	2	3	3	3	2	13	3	3	3	3	2	14	56
E73	2	2	3	3	3	13	3	3	2	3	3	14	3	3	3	3	4	16	3	3	2	2	4	14	57
E74	2	3	2	3	4	14	2	4	4	3	2	15	3	4	4	4	3	18	4	2	2	3	3	14	61
E75	2	3	3	2	3	13	3	2	3	2	2	12	2	3	3	2	3	13	3	2	3	2	2	12	50
E76	2	3	2	2	3	12	2	3	3	3	3	14	2	2	3	2	3	12	3	3	2	3	3	14	52
E77	3	3	3	3	3	15	3	4	4	3	3	17	3	3	3	4	3	16	3	3	3	3	3	15	63

E78	4	3	3	3	4	17	4	4	4	4	3	19	3	4	4	3	4	18	3	3	3	3	4	16	70
E79	2	2	2	3	3	12	2	3	4	3	2	14	4	3	3	3	4	17	3	2	3	3	3	14	57
E80	4	4	3	4	3	18	4	3	4	3	4	18	4	4	4	4	4	20	3	4	3	4	3	17	73
E81	3	3	2	2	3	13	3	4	3	3	2	15	4	3	4	2	3	16	2	3	3	4	4	16	60
E82	3	4	3	3	1	14	4	4	3	4	2	17	3	4	4	4	4	19	4	4	3	4	4	19	69
E83	2	3	2	2	4	13	3	3	2	3	2	13	3	3	3	2	2	13	3	3	3	2	2	13	52
E84	2	3	2	2	3	12	2	3	3	3	2	13	3	2	4	4	3	16	4	3	2	2	3	14	55
E85	2	2	2	2	3	11	4	4	3	4	3	18	2	2	2	2	2	10	3	3	2	2	3	13	52
E86	2	2	4	2	4	14	4	4	4	4	3	19	3	2	4	4	4	17	3	3	3	3	4	16	66
E87	2	2	2	3	4	13	4	3	3	3	3	16	3	3	3	3	4	16	3	3	3	3	3	15	60
E88	3	3	4	3	4	17	4	4	3	3	3	17	4	3	3	4	4	18	3	3	4	4	4	18	70
E89	4	4	3	3	4	18	4	3	4	3	3	17	3	3	3	3	3	15	3	3	4	3	4	17	67
E90	2	2	2	2	2	10	2	3	3	3	2	13	3	3	4	4	2	16	2	1	2	2	1	8	47
E91	3	2	2	3	3	13	3	3	3	3	3	15	3	3	4	2	3	15	4	3	3	2	4	16	59
E92	2	2	3	2	3	12	2	3	2	3	2	12	3	3	2	2	3	13	3	3	2	2	2	12	49
E93	4	4	2	2	4	16	3	3	2	4	3	15	4	2	4	4	3	17	2	3	4	4	4	17	65
E94	3	3	2	2	2	12	3	3	3	4	2	15	3	2	3	3	2	13	2	3	3	3	4	15	55
E95	3	3	4	4	4	18	3	4	3	3	4	17	4	4	4	4	4	20	3	4	4	3	4	18	73
E96	3	4	3	3	4	17	3	3	4	4	3	17	4	4	3	4	4	19	3	3	3	3	4	16	69
E97	3	3	3	3	4	16	3	3	4	3	3	16	4	3	4	2	3	16	4	3	3	3	4	17	65
E98	3	3	4	4	4	18	4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	3	18	4	4	4	4	4	20	76
E99	3	4	3	4	4	18	3	3	3	4	3	16	4	4	3	3	3	17	3	3	3	4	4	17	68
E100	2	2	2	1	2	9	2	3	3	3	2	13	3	3	3	2	2	13	3	2	3	2	3	13	48
E101	2	3	3	3	4	15	4	4	3	4	4	19	3	3	4	3	3	16	2	4	4	4	4	18	68
E102	2	2	1	1	2	8	1	2	2	2	1	8	2	2	3	1	2	10	3	2	3	2	2	12	38
E103	2	3	3	3	3	14	4	4	4	4	3	19	3	3	3	2	3	14	4	4	4	4	4	20	67
E104	2	2	3	3	2	12	2	3	3	2	2	12	3	2	3	2	2	12	2	3	4	3	3	15	51
E105	1	3	2	2	4	12	3	4	4	4	3	18	3	3	4	4	4	18	2	4	4	3	3	16	64

E106	2	3	3	4	3	15	2	4	3	4	2	15	3	4	3	2	4	16	3	3	4	4	4	18	64
E107	2	2	3	2	2	11	2	3	3	3	3	14	3	3	3	2	3	14	2	3	3	3	4	15	54
E108	2	2	2	2	2	10	2	4	4	4	4	18	4	3	3	2	2	14	1	1	3	2	2	9	51
E109	2	3	2	1	2	10	3	4	2	3	2	14	3	4	4	2	2	15	3	2	2	3	2	12	51
E110	2	3	2	3	4	14	2	3	4	4	2	15	3	3	3	2	3	14	2	3	4	4	3	16	59
E111	2	2	2	2	2	10	2	3	2	3	2	12	4	4	4	3	3	18	2	3	2	3	3	13	53
E112	2	3	3	3	4	15	2	4	3	4	3	16	3	3	3	2	3	14	2	4	4	4	3	17	62
E113	2	3	2	4	3	14	4	3	2	3	3	15	4	3	3	4	4	18	2	3	3	4	4	16	63
E114	2	3	3	3	4	15	4	4	4	4	4	20	4	4	3	3	4	18	2	3	3	3	4	15	68
E115	3	3	4	4	4	18	4	4	4	4	4	20	4	3	4	3	3	17	3	4	4	4	4	19	74
E116	2	3	3	4	3	15	4	4	4	4	2	18	4	4	4	2	4	18	2	4	4	2	3	15	66
E117	3	2	2	2	2	11	2	3	1	4	2	12	2	1	1	2	2	8	1	1	3	1	3	9	40
E118	2	2	2	3	2	11	3	4	2	4	3	16	4	2	4	4	3	17	3	4	4	4	4	19	63
E119	3	3	3	2	3	14	3	4	2	4	3	16	3	3	4	2	4	16	2	3	4	4	3	16	62
E120	2	2	1	4	4	13	4	4	2	4	3	17	4	4	4	4	4	20	1	2	1	2	3	9	59
E121	2	2	2	2	1	9	2	2	3	2	2	11	3	2	2	3	2	12	3	2	2	2	2	11	43
E122	1	2	2	3	3	11	3	3	3	2	2	13	3	2	2	3	3	13	3	3	4	2	3	15	52
E123	2	3	2	3	4	14	3	4	3	3	2	15	4	3	4	3	4	18	2	3	2	3	3	13	60
E124	2	2	3	2	3	12	2	3	2	3	3	13	3	2	3	3	3	14	4	3	3	3	3	16	55
E125	2	2	2	2	2	10	2	3	2	3	2	12	3	2	4	3	3	15	2	2	2	3	3	12	49
E126	2	2	2	2	3	11	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	3	11	1	2	2	3	2	10	42
E127	2	3	2	3	2	12	3	4	3	4	3	17	3	3	4	3	3	16	4	4	2	3	4	17	62
E128	2	4	2	3	4	15	4	4	4	3	3	18	2	2	4	3	4	15	4	2	4	3	4	17	65
E129	2	3	2	3	3	13	3	4	3	2	2	14	3	3	3	4	4	17	3	3	2	3	4	15	59
E130	2	3	3	4	3	15	2	4	2	2	4	14	4	3	3	2	3	15	3	4	3	2	3	15	59
E131	2	2	3	2	2	11	2	2	3	3	2	12	3	2	3	2	2	12	2	2	2	2	1	9	44
E132	2	1	2	3	4	12	2	3	3	2	2	12	4	2	2	3	4	15	3	1	2	3	4	13	52
E133	2	2	3	3	4	14	3	4	3	4	3	17	3	2	3	4	4	16	3	4	4	2	2	15	62

E134	2	3	3	3	4	15	3	3	3	3	3	15	3	2	4	4	4	17	3	3	4	4	4	18	65
E135	1	1	2	2	3	9	1	2	3	3	3	12	2	2	2	3	2	11	2	2	1	1	2	8	40
E136	2	3	3	3	3	14	2	3	3	3	2	13	3	3	3	3	4	16	3	3	2	3	3	14	57
E137	3	4	2	3	3	15	4	4	3	4	3	18	3	3	4	4	4	18	3	4	4	4	4	19	70
E138	3	3	4	3	2	15	4	4	3	3	3	17	3	2	4	4	2	15	3	4	4	3	4	18	65
E139	2	3	2	2	2	11	4	4	4	3	3	18	2	2	2	3	2	11	4	4	4	3	4	19	59
E140	3	3	3	3	3	15	3	4	3	3	3	16	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	61
E141	3	2	3	3	4	15	4	4	3	4	3	18	3	4	4	3	4	18	4	4	4	4	4	20	71
E142	2	3	3	4	4	16	3	4	4	3	4	18	4	4	4	3	3	18	2	3	2	3	3	13	65
E143	3	4	2	2	4	15	4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	4	19	4	3	2	3	3	15	69
E144	3	3	2	2	3	13	3	2	3	3	2	13	3	2	3	2	2	12	2	3	2	2	4	13	51
E145	2	2	2	2	5	13	3	4	3	3	2	15	3	3	2	3	3	14	3	4	2	2	3	14	56
E146	3	4	4	4	4	19	4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	4	19	4	3	4	3	3	17	75
E147	2	3	3	3	4	15	3	3	3	4	3	16	4	3	3	3	4	17	2	4	3	2	3	14	62
E148	2	1	1	2	4	10	4	4	1	4	2	15	4	4	3	2	4	17	4	2	3	3	3	15	57
E149	3	4	2	2	4	15	4	4	4	4	3	19	4	4	3	4	4	19	4	4	3	4	4	19	72
E150	3	3	3	3	4	16	4	4	4	3	2	17	4	3	3	4	3	17	2	3	3	3	3	14	64
E151	4	4	3	4	4	19	3	3	4	4	3	17	3	4	4	3	4	18	2	2	3	4	3	14	68
E152	2	2	2	1	2	9	3	3	2	2	2	12	2	2	1	3	3	11	4	2	2	3	2	13	45
E153	2	3	3	3	4	15	3	3	3	3	3	15	4	4	4	2	2	16	3	2	3	3	2	13	59
E154	3	2	2	2	3	12	4	3	4	3	3	17	3	3	2	2	3	13	4	3	3	2	4	16	58
E155	3	2	4	3	3	15	3	3	4	3	3	16	3	2	2	2	2	11	4	3	3	3	4	17	59
E156	3	3	4	4	3	17	3	3	3	4	3	16	4	3	3	4	3	17	3	3	3	4	4	17	67
E157	2	3	2	3	3	13	2	3	2	3	2	12	3	2	2	2	2	11	3	3	2	2	2	12	48
E158	3	4	4	3	4	18	3	4	4	3	4	18	4	4	4	4	4	20	2	3	3	3	4	15	71
E159	3	2	2	2	3	12	3	3	3	3	3	15	3	2	2	2	2	11	3	3	3	2	3	14	52
E160	2	3	3	2	3	13	2	3	2	3	3	13	4	3	4	3	2	16	3	3	2	2	3	13	55
E161	3	2	2	3	2	12	3	4	3	3	4	17	3	3	3	3	2	14	4	3	3	2	3	15	58

E162	3	4	4	4	4	19	3	4	3	3	4	17	4	4	3	4	4	19	4	3	4	3	4	18	73
E163	2	2	3	3	3	13	2	3	2	2	2	11	3	3	3	2	3	14	3	2	2	3	2	12	50
E164	2	3	3	2	4	14	2	4	3	3	3	15	4	4	4	4	4	20	3	3	3	3	4	16	65
E165	3	3	3	4	4	17	4	4	3	3	3	17	4	3	4	3	4	18	3	4	3	3	4	17	69
E166	3	4	3	2	1	13	3	3	4	4	3	17	4	4	3	3	4	18	3	3	4	3	4	17	65
E167	2	2	3	2	4	13	2	3	2	2	4	13	3	2	2	2	2	11	2	3	2	3	3	13	50
E168	2	2	3	1	2	10	1	3	4	3	2	13	2	2	2	4	2	12	4	2	1	1	4	12	47
E169	3	3	2	2	2	12	3	3	3	2	2	13	3	2	3	2	2	12	3	3	3	2	2	13	50
E170	2	2	2	3	4	13	4	4	3	3	2	16	3	4	4	3	3	17	2	3	3	2	2	12	58
E171	3	3	3	4	4	17	2	3	3	4	3	15	3	3	3	4	4	17	2	3	2	4	4	15	64
E172	2	2	3	3	3	13	2	3	3	3	4	15	4	2	2	4	3	15	2	3	2	3	4	14	57
E173	3	4	2	2	4	15	4	3	4	4	3	18	3	4	4	4	3	18	3	3	3	2	3	14	65
E174	3	3	2	3	4	15	2	4	4	4	3	17	3	3	3	3	3	15	4	3	3	4	4	18	65
E175	2	2	3	3	4	14	2	3	2	3	2	12	3	2	4	3	2	14	4	3	3	3	4	17	57
E176	2	3	3	3	2	13	2	3	3	2	2	12	2	2	2	3	3	12	3	3	3	2	3	14	51
E177	2	3	3	3	3	14	3	2	2	3	3	13	3	2	4	3	3	15	3	2	3	2	3	13	55
E178	2	3	3	3	4	15	3	3	2	3	2	13	3	4	3	3	4	17	3	2	3	3	4	15	60
E179	2	2	2	2	3	11	2	3	2	3	2	12	2	2	2	2	3	11	2	3	2	2	3	12	46
E180	1	3	3	3	4	14	3	4	4	4	3	18	4	4	4	3	4	19	3	3	3	3	3	15	66
E181	2	2	2	3	4	13	3	3	3	3	2	14	4	3	3	4	3	17	3	2	2	2	3	12	56
E182	3	3	4	4	3	17	2	3	2	3	4	14	3	3	2	3	4	15	4	4	3	4	4	19	65
E183	2	3	4	4	3	16	4	4	3	3	3	17	3	3	2	3	3	14	3	3	4	3	4	17	64
E184	2	3	2	2	4	13	3	4	3	3	4	17	3	2	3	3	2	13	4	2	3	4	3	16	59
E185	2	2	3	2	4	13	2	2	2	3	2	11	3	4	2	2	3	14	4	3	3	4	3	17	55
E186	3	3	2	3	4	15	2	3	2	1	4	12	3	4	3	4	3	17	1	4	2	3	2	12	56
E187	2	3	2	2	2	11	2	3	2	2	1	10	2	2	2	3	3	12	2	2	2	2	2	10	43
E188	1	2	2	1	4	10	2	4	2	4	2	14	3	4	4	4	4	19	3	3	4	3	3	16	59
E189	2	2	3	2	4	13	3	4	4	4	2	17	4	4	3	3	3	17	4	3	3	4	4	18	65

E190	3	4	3	3	4	17	4	4	4	2	4	18	4	3	3	4	4	18	4	4	4	4	16	69	
E191	2	2	2	1	3	10	2	3	4	3	2	14	2	2	3	3	2	12	3	2	2	2	3	12	48
E192	3	2	2	3	4	14	3	3	3	3	3	15	2	3	3	3	2	13	3	3	3	3	2	14	56
E193	2	2	3	3	3	13	3	3	2	3	3	14	3	3	3	3	4	16	3	3	2	2	4	14	57
E194	2	3	2	3	4	14	2	4	4	3	2	15	3	4	4	4	3	18	4	2	2	3	3	14	61
E195	2	3	3	2	3	13	3	2	3	2	2	12	2	3	3	2	3	13	3	2	3	2	2	12	50
E196	2	3	2	2	3	12	2	3	3	3	3	14	2	2	3	2	3	12	3	3	2	3	3	14	52
E197	3	3	3	3	3	15	3	4	4	3	3	17	3	3	3	4	3	16	3	3	3	3	3	15	63
E198	4	3	3	3	4	17	4	4	4	4	3	19	3	4	4	3	4	18	3	3	3	3	4	16	70
E199	2	2	2	3	3	12	2	3	4	3	2	14	4	3	3	3	4	17	3	2	3	3	3	14	57
E200	4	4	3	4	3	18	4	3	4	3	4	18	4	4	4	4	4	20	3	4	3	4	3	17	73
E201	3	3	2	2	3	13	3	4	3	3	2	15	4	3	4	2	3	16	2	3	3	4	4	16	60
E202	3	4	3	3	1	14	4	4	3	4	2	17	3	4	4	4	4	19	4	4	3	4	4	19	69
E203	2	3	2	2	4	13	3	3	2	3	2	13	3	3	3	2	2	13	3	3	3	2	2	13	52
E204	2	3	2	2	3	12	2	3	3	3	2	13	3	2	4	4	3	16	4	3	2	2	3	14	55
E205	2	2	2	2	3	11	4	4	3	4	3	18	2	2	2	2	2	10	3	3	2	2	3	13	52
E206	2	2	4	2	4	14	4	4	4	4	3	19	3	2	4	4	4	17	3	3	3	3	4	16	66
E207	2	2	2	3	4	13	4	3	3	3	3	16	3	3	3	3	4	16	3	3	3	3	3	15	60
E208	3	3	4	3	4	17	4	4	3	3	3	17	4	3	3	4	4	18	3	3	4	4	4	18	70
E209	4	4	3	3	4	18	4	3	4	3	3	17	3	3	3	3	3	15	3	3	4	3	4	17	67
E210	2	2	2	2	2	10	2	3	3	3	2	13	3	3	4	4	2	16	2	1	2	2	1	8	47
E211	3	2	2	3	3	13	3	3	3	3	3	15	3	3	4	2	3	15	4	3	3	2	4	16	59
E212	2	2	3	2	3	12	2	3	2	3	2	12	3	3	2	2	3	13	3	3	2	2	2	12	49
E213	4	4	2	2	4	16	3	3	2	4	3	15	4	2	4	4	3	17	2	3	4	4	4	17	65
E214	3	3	2	2	2	12	3	3	3	4	2	15	3	2	3	3	2	13	2	3	3	3	4	15	55
E215	3	3	4	4	4	18	3	4	3	3	4	17	4	4	4	4	4	20	3	4	4	3	4	18	73
E216	3	4	3	3	4	17	3	3	4	4	3	17	4	4	3	4	4	19	3	3	3	3	4	16	69
E217	3	3	3	3	4	16	3	3	4	3	3	16	4	3	4	2	3	16	4	3	3	3	4	17	65

E218	3	3	4	4	4	18	4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	3	18	4	4	4	4	4	20	76
E219	3	4	3	4	4	18	3	3	3	4	3	16	4	4	3	3	3	17	3	3	3	4	4	17	68
E220	2	2	2	1	2	9	2	3	3	3	2	13	3	3	3	2	2	13	3	2	3	2	3	13	48
E221	2	3	3	3	4	15	4	4	3	4	4	19	3	3	4	3	3	16	2	4	4	4	4	18	68
E222	2	2	1	1	2	8	1	2	2	2	1	8	2	2	3	1	2	10	3	2	3	2	2	12	38
E223	2	3	3	3	3	14	4	4	4	4	3	19	3	3	3	2	3	14	4	4	4	4	4	20	67
E224	2	2	3	3	2	12	2	3	3	2	2	12	3	2	3	2	2	12	2	3	4	3	3	15	51
E225	1	3	2	2	4	12	3	4	4	4	3	18	3	3	4	4	4	18	2	4	4	3	3	16	64
E226	2	3	3	4	3	15	2	4	3	4	2	15	3	4	3	2	4	16	3	3	4	4	4	18	64
E227	2	2	3	2	2	11	2	3	3	3	3	14	3	3	3	2	3	14	2	3	3	3	4	15	54
E228	2	2	2	2	2	10	2	4	4	4	4	18	4	3	3	2	2	14	1	1	3	2	2	9	51
E229	2	3	2	1	2	10	3	4	2	3	2	14	3	4	4	2	2	15	3	2	2	3	2	12	51





**ESCUELA DE POSGRADO**  
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**Anexo E. Artículo**

**Título: Capacidad emprendedora en el desarrollo de la  
actitud para planificar negocios en estudiantes de  
administración**

**AUTOR:**

Mg. Farfán Flores, Moisés Oswaldo

Escuela de Posgrado  
Universidad César Vallejo

## Resumen

El objetivo de la investigación fue determinar la influencia de las capacidades emprendedoras en el desarrollo de la actitud para planificar negocios en estudiantes de administración en una universidad privada de Lima.

El método empleado en la investigación fue el hipotético-deductivo y el tipo de diseño de la investigación fue no experimental, explicativo-descriptivo y transversal. La población fue de 571 estudiantes de los últimos ciclos y la muestra por defecto del proceso fue 229 estudiantes, muestreo probabilístico. Técnica: encuesta. Instrumentos: Cuestionario para medir las capacidades emprendedoras Escala de la orientación emprendedora y un Inventario del perfil emprendedor. Con la información recopilada se realizó la validez del constructo y confiabilidad del instrumento mediante el coeficiente de Alfa de Cronbach. Para el procesamiento de datos se utilizó el paquete estadístico SPSS, versión 20. Para la prueba de hipótesis se utilizó el modelo de regresión logística multinomial.

Los resultados generales de la investigación demostraron que las capacidades emprendedoras presentan una influencia de  $R^2=,301$  en consecuencia se concluyó que la capacidad emprendedora influye significativamente en el desarrollo de la actitud para planificar negocios en estudiantes de administración.

**Palabras claves:** Capacidad emprendedora, actitud, emprendimiento, planificación y negocios.

## Abstract

The objective of this the research was to determine the influence of entrepreneurial skills in developing the attitude to plan business administration students at a private university in Lima.

The method used in the research was the hypothetical-deductive and type of research design was not experimental, level explicative-descriptive and explanatory cross. The population was 571 students in the last cycles and the

default process sample was 229 students, probability sampling. Technique: survey. Instruments: Questionnaire to measure the scale of entrepreneurship and a Inventory of perfil Entrepreneur entrepreneurial skills. With the information gathered construct validity and reliability of the instrument was performed using Cronbach's alpha coefficient. For data processing SPSS, version 20. For the hypothesis test the multinomial regression model was used to relate the two variables was used.

The overall results of the research showed that entrepreneurial skills have an influence  $R^2 = 301$  therefore concluded that entrepreneurship development significantly influences the attitude to plan business administration students.

Keywords: entrepreneurship, attitude, entrepreneurship, business planning.

## **Introducción**

Lograr que los estudiantes universitarios emprendan negocios propios es uno de los retos que las instituciones educativas del nivel superior deben considerar como objetivo fundamental, si bien es cierto que muchas de las capacidades y actitudes que definen a las personas emprendedoras forman parte de los procesos de aprendizaje que el estudiante afronta a lo largo de su vida, estas se pueden adquirir y aprender, por esta razón es imperativo que desde edades iniciales se aprenda a trabajar en equipo, asumir compromisos y liderar.

Lógicamente, estas actitudes y capacidades se pueden recuperar o desarrollar en edades adultas mediante una formación adecuada, fomentando el desarrollo de las capacidades emprendedoras latentes con la finalidad de descubrir actitudes para la planificación de negocios. La Comisión Europea en el libro verde El espíritu empresarial en Europa menciona que las capacidades y competencias del emprendedor deben enseñarse desde edades iniciales hasta el nivel universitario, nivel en el que recomienda profundizar la capacidad de gestión para generar negocios propios.

La institución educativa de nivel superior sujeta a estudio no está exenta de esta realidad, y por esta razón la investigación pretende indagar como influyen las capacidades emprendedoras en el desarrollo de la actitud para planificar negocios y si los estudiantes las poseen y si las materias impartidas en el plan de estudios son las más adecuadas.

En el contexto específico de la formación profesional universitaria en administración, la investigación permitió establecer que los ingresantes a la carrera de administración que ofertan las universidades del país, presentan múltiples deficiencias en cuanto a las actitudes que deberían poseer para iniciar un negocio; y es que, en la educación básica regular que comprende tres niveles no existen asignaturas orientadas a desarrollar las competencias y capacidades básicas para potenciar el emprendimiento.

### **Antecedentes**

Krauss (2011) en su tesis doctoral Investigación sobre actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios: El caso de la universidad Católica del Uruguay que tuvo por objetivo central determinar si existen actitudes emprendedoras en estudiantes de la UCU, donde se utilizó un cuestionario basado en la EAO con una metodología no experimental de alcance descriptivo mediante el análisis factorial, considera a estudiantes desde su ingreso a la educación superior hasta el tercer año, donde se analiza la figura del emprendedor desde diferentes ópticas y especialmente según las actitudes emprendedoras definidas como: locus de control, necesidad de logro, autoestima e innovación con el objetivo de investigar la capacidad emprendedora predominante e investigar la evolución de las actitudes emprendedoras en el que se concluye que los estudiantes ven disminuidas sus actitudes emprendedoras pasados los dos años de estudios por que las asignaturas no promueven el emprendimiento, asimismo, los estudiantes de las carreras empresariales presentan una mayor necesidad de logro (0,026) y un mayor control percibido interno (0,037).

Rueda (2011), en su tesis titulada Estudio de la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios de la Facultad de CC.EE y empresariales de Cantabria para obtener el grado de Doctor en la universidad de Cantabria España, hecha a una muestra de 764 estudiantes se llega a la conclusión que el 78 % de estudiantes encuestados ha pensado alguna vez crear su propia empresa, el 45.6 % lo ha hecho vagamente y un 13.61% tiene el firme propósito de llevar a cabo su idea de negocio. Se concluye también, que ofreciendo a los encuestados las profesiones de asalariado, profesional independiente y empresario, esta última opción tiene un 43% de más valoración.

Torres (2013), en su tesis sobre Capacidades emprendedoras y personalidad eficaz en estudiantes de una universidad privada de Lima, cuyo objetivo fue establecer la relación que existe entre la personalidad eficaz y las capacidades emprendedoras y establecer diferencias entre varones y mujeres respecto a dichas capacidades, estudio de tipo descriptivo hecho a una muestra de 155 estudiantes mediante un muestreo no probabilístico, se concluye que la personalidad eficaz se encuentra relacionada significativamente con las capacidades emprendedoras ( $r = 0,68$ ). Y los análisis estadísticos demuestran que no existen diferencias estadísticas significativas en caso alguno, por lo que se debe señalar que tanto los hombres como las mujeres presentan valores similares en cada una de las sub escalas de la personalidad eficaz.

### **Revisión de la literatura**

Emprender es un término que tiene muchos significados y dependerá del contexto en el cual se utilice la palabra. Generalmente, en el ámbito de los negocios emprendedor es un empresario, dueño de un negocio con fines de lucro. Pero emprendedor también es la persona que acomete con resolución algo primero que otros, desde este punto de vista un emprendedor podría ser el individuo que llega primero a la cima de Everest.

### **Definición de capacidad emprendedora**

El emprendedor es una persona que llega a convertirse en un elemento referente de gran importancia para la Sociedad, mediante su capacidad para crear y planificar negocios y empresas, por esta razón su aporte a la sociedad lo convierte en actor

en las economías de los países. Las habilidades y capacidades emprendedoras deben fomentarse desde los niveles de educación primaria y formar conciencia de la importancia del emprendimiento en el desarrollo personal y económico de nuestra sociedad.

Sanchez (2013) refiere que la capacidad emprendedora es la “Mentalidad y ánimo con que una persona afronta la creación de un negocio. Se trata de la predisposición (o anticipación de su comportamiento) a actuar que adopta un emprendedor para afrontar sus retos y la convierte en una tendencia antes y durante el proceso de creación”(p.18)

## **Desarrollo de la actitud para planificar negocios**

### **Concepto de actitud**

Según Hogg y Vaugham (2008), la actitud es una “Organización de creencias, opiniones, sentimientos y tendencias conductuales, relativamente duradera, hacia objetos, grupos, eventos o símbolos socialmente significativos”. “Sentimiento o evaluación general-positivo o negativo- acerca de alguna persona, objeto o cuestión” (p.148)

En opinión del CEIN (2015), “las actitudes son competencias y habilidades que se pueden aprender y que están relacionadas con la puesta en marcha de negocios y que deben enseñarse desde edades muy tempranas para potenciar el espíritu emprendedor” (p.21).

Cuadras citando a Rodríguez (1991), sostiene que “la actitud es una organización duradera de creencias y cogniciones en general, dotada de una carga afectiva a favor o en contra de un objeto definido, que predispone a una acción coherente con las cogniciones y afectos relativos a dicho objeto”. (p.18).

## **Problema**

Actualmente la economía mundial es una economía global, por esta razón el emprendimiento y el desarrollo de las capacidades emprendedoras han cobrado

relevancia en el mundo de los negocios, donde las ideas más ingeniosas se distinguen de la competencia y ganan un nicho de mercado, entonces, la generación de negocios es el punto de partida para que la sociedad moderna dinamice su economía. Informes y estadísticas en varios países del mundo dan cuenta de que el espíritu emprendedor se encuentra presente en casi el 60 % de la población y casi todos alguna vez hemos pensado en iniciar una actividad empresarial.

Esta iniciativa, es un imperativo en las universidades del mundo ya que el rol de las casas de estudios superiores no se limita a impartir enseñanzas y aprendizajes, sino también conocimientos que potencien el emprendimiento y desarrollar las actitudes y capacidades necesarias para planificar negocios e implicar a la universidad como actor fundamental en el desarrollo económico de los países a través de la generación de iniciativas empresariales de sus estudiantes.

Por eso la tesis tiene como objetivo determinar la influencia de las capacidades emprendedoras en el desarrollo de la actitud para planificar negocios en estudiantes de administración de una universidad privada de Lima.

### **Objetivo**

Determinar la influencia que tienen las capacidades emprendedoras en el desarrollo de las actitudes para planificar negocios en los estudiantes de administración de los últimos ciclos de una universidad privada de Lima 2016

### **Metodología**

La metodología empleada en la investigación es hipotética-deductiva porque se inicia en el problema, luego la revisión de la literatura, se formulan hipótesis, se determina el diseño, se define la muestra, luego se recolectan los datos, se analizan y se reportan resultados.

Cegarra (2012) sostiene que el método hipotético-deductivo “consiste en emitir hipótesis acerca de las posibles soluciones al problema planteado y en comprobar con los datos disponibles si estos están de acuerdo con aquéllas. (p.82).

La investigación es desarrollada desde un enfoque cuantitativo, empleándose el método hipotético deductivo, propuesto por el filósofo Karl Popper, quién sostenía que el conocimiento científico comienza con el problema; de acuerdo a lo expuesto, la investigación se inició planteándose el problema de que los estudiantes tienen pocas capacidades emprendedoras para planear negocios, lo que llevó al planteamiento de conjeturas, suposiciones o hipótesis, las que permitieron la organización del estudio para someterlas a prueba.

Se empleó, asimismo, la metodología de tipo explicativa-descriptiva ya que se pretende establecer las causas de los eventos, sucesos o fenómenos que se estudian por considerar que observa la realidad en su propio contexto y de acuerdo con Hernández (2010) los estudios explicativos van más allá de la descripción de conceptos o fenómenos o del establecimiento de las relaciones entre conceptos; es decir, están dirigidos a responder por las causas de los eventos y fenómenos físicos o sociales.(p.84).

## **Resultados**

De acuerdo a los objetivos del estudio, se ha utilizado criterios para la presentación e interpretación de los resultados entre las capacidades emprendedoras y el desarrollo de la actitud para planificar negocios, determinando tres niveles de desarrollo: bajo, medio y alto.

Así mismo, se analizó las variables por su influencia, utilizando la prueba estadística de regresión logística multinomial para la verificación de las hipótesis.

Los resultados se presentan y analizan en las siguientes tablas y gráficos, distribuidos por frecuencias y porcentajes respectivamente.

En el presente capítulo se describen las tablas y figuras producto de la información recogida en los estudiantes de administración.



*Capacidades emprendedoras en el desarrollo de la actitud para planificar negocios en estudiantes de administración*

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	99	43.2
Medio	126	55.0
Alto	4	1.7
Total	229	100.0

Se puede observar que el 55.0 % de los estudiantes encuestados tienen un desarrollo medio entre las capacidades emprendedoras y el desarrollo de la actitud para planificar negocios, el 1.7 % alta incidencia y el 43.2 % expresó que el nivel de desarrollo es bajo.

*Capacidades emprendedoras en el desarrollo de la actitud de iniciativa para planificar negocios en estudiantes de administración*

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	73	31.9
Medio	137	59.8
Alto	19	19.7
Total	229	100.0

Interpretación: En la Tabla se observa que del total de estudiantes de administración el 59.8% posee un desarrollo medio entre la capacidad emprendedora y el desarrollo de la actitud de iniciativa para planificar negocios, el 8.3% presentan una alta incidencia y 31.19 un bajo desarrollo.

*Capacidades emprendedoras en el desarrollo de la actitud de creatividad para planificar negocios en estudiantes de administración*

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	40	17.5
Medio	144	62.9
Alto	45	19.7
Total	229	100.0

Interpretación: En la Tabla se observa que del total de estudiantes de administración el 62.93% posee un desarrollo medio entre la capacidad emprendedora y el desarrollo de la actitud de creatividad para planificar negocios, el 19.7% presentan un desarrollo alto y solo el 17.5% un desarrollo bajo.

*Capacidades emprendedoras en el desarrollo de la actitud de autoconfianza para planificar negocios en estudiantes de administración*

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	43	18.8
Medio	129	56.3
Alto	57	24.9
Total	229	100.0

Interpretación: En la Tabla se observa que del total de estudiantes de administración el 56.3% posee un desarrollo medio entre la capacidad emprendedora y el desarrollo de la actitud de autoconfianza para planificar negocios, el 24.9% presentan un alto desarrollo y solo el 18.8% un bajo desarrollo.

*Capacidades emprendedoras en el desarrollo de la actitud de innovación para planificar negocios en estudiantes de administración*

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	42	18.4
Medio	151	65.9
Alto	36	15.7
Total	229	100.0

Interpretación: En la Tabla se observa que del total de estudiantes de administración el 65.9% posee un desarrollo medio entre la capacidad emprendedora y el desarrollo de la actitud de innovación para planificar negocios, el 15.7% presentan un alto desarrollo y solo el 18.4% un bajo desarrollo.

Análisis de regresión logística multinomial de la hipótesis general

**Resumen del procesamiento de los casos**

	N	Porcentaje marginal
Desarrollo de la actitud para planificar negocios		
Bajo	99	43.2%
Medio	126	55.0%
Alto	4	1.7%
Válidos	229	100,0%
Perdidos	0	
Total	229	
Subpoblación	3	

a. La variable dependiente solo tiene un valor observado en 1 (33,3%) subpoblaciones

*Contraste de la razón de verosimilitud de la hipótesis general*

**Contrastes de la razón de verosimilitud**

Efecto	Criterio de ajuste del modelo	de Contrastes de la razón de verosimilitud del	log Chi-cuadrado	gl	Sig.
	-2 verosimilitud del modelo reducido				
Intersección	87,622	65,993	2		,000
Desarrollo de la act	90,476	68,847	2		,000

El estadístico de chi-cuadrado es la diferencia en las -2 log verosimilitudes entre el modelo final y el modelo reducido. El modelo reducido se forma omitiendo un efecto del modelo final. La hipótesis nula es que todos los parámetros de ese efecto son 0.

*Porcentaje de la varianza de la variable Desarrollo de actitudes*

**Pseudo R-cuadrado**

Cox y Snell	,260
Nagelkerke	,301
McFadden	,152

*Análisis de regresión logística multinomial de la hipótesis específica 1 Inicitiva*

**Resumen del procesamiento de los casos**

	N	Porcentaje marginal
Bajo	73	31,9%
Medio	137	59,8%
Actitud de iniciativa Alto	19	8,3%
Válidos	229	100,0%
Perdidos	0	
Total	229	
Subpoblación	3 <sup>a</sup>	

a. La variable dependiente sólo tiene un valor observado en 1 (33,3%) subpoblaciones.

*Contraste de la razón de verosimilitud de la hipótesis específica 1 Iniciativa*

**Contrastes de la razón de verosimilitud**

Efecto	Criterio de ajuste del modelo	de Contrastes de la razón de verosimilitud del modelo	log Chi-cuadrado	gl	Sig.
	-2 verosimilitud del modelo reducido				
Iniciativa	77,905	54,756	2		,000
Capac emprend	73,163	50,014	2		,000

El estadístico de chi-cuadrado es la diferencia en las -2 log verosimilitudes entre el modelo final y el modelo reducido. El modelo reducido se forma omitiendo un efecto del modelo final. La hipótesis nula es que todos los parámetros de ese efecto son 0.

*Porcentaje de la varianza de la variable Desarrollo de actitudes en su variable iniciativa*

**Pseudo R-cuadrado**

Cox y Snell	,196
Nagelkerke	,237
McFadden	,124

*Análisis de regresión logística multinomial de la hipótesis específica 2 Creatividad*

**Resumen del procesamiento de los casos**

		N	Porcentaje marginal
Actitud de creatividad	Bajo	40	17,5%
	Medio	144	62,9%
	Alto	45	19,7%
Válidos		229	100,0%
Perdidos		0	
Total		229	
Subpoblación		3 <sup>a</sup>	

a. La variable dependiente sólo tiene un valor observado en 1 (33,3%) subpoblaciones.

*Contraste de la razón de verosimilitud de la hipótesis específica 2 Creatividad*

**Contrastes de la razón de verosimilitud**

Efecto	Criterio de ajuste del modelo	de Contrastes de la razón de verosimilitud del	Chi-cuadrado	gl	Sig.
	-2 log verosimilitud del modelo reducido				
Creatividad	54,729	27,944	2		,000
Capac emprend	43,711	16,927	2		,000

El estadístico de chi-cuadrado es la diferencia en las -2 log verosimilitudes entre el modelo final y el modelo reducido. El modelo reducido se forma omitiendo un efecto del modelo final. La hipótesis nula es que todos los parámetros de ese efecto son 0.

*Porcentaje de la varianza de la variable Desarrollo de actitudes en su dimensión creatividad*

**Pseudo R-cuadrado**

Cox y Snell	,071
Nagelkerke	,085
McFadden	,040

*Análisis de regresión logística multinomial de la hipótesis específica 3 Autoconfianza*

**Resumen del procesamiento de los casos**

		N	Porcentaje marginal
Actitud de autoconfianza	Bajo	43	18,8%
	Medio	129	56,3%
	Alto	57	24,9%
Válidos		229	100,0%
Perdidos		0	
Total		229	
Subpoblación		3 <sup>a</sup>	

a. La variable dependiente sólo tiene un valor observado en 1 (33,3%) subpoblaciones.

*Contraste de la razón de verosimilitud de la hipótesis específica 3 Autoconfianza*

**Contrastes de la razón de verosimilitud**

Efecto	Criterio de ajuste del modelo	de Contrastes de la razón de verosimilitud del modelo	log Chi-cuadrado	gl	Sig.
	-2 verosimilitud del modelo reducido				
Autoconfianza	87,489	68,975	2		,000
Capac emprend	92,246	73,731	2		,000

El estadístico de chi-cuadrado es la diferencia en las -2 log verosimilitudes entre el modelo final y el modelo reducido. El modelo reducido se forma omitiendo un efecto del modelo final. La hipótesis nula es que todos los parámetros de ese efecto son 0.

*Porcentaje de la varianza de la variable Desarrollo de actitudes en su dimensión autoconfianza*

**Pseudo R-cuadrado**

Cox y Snell	,275
Nagelkerke	,320
McFadden	,164

*Análisis de regresión logística multinomial de la hipótesis específica 4 Innovación*

**Resumen del procesamiento de los casos**

		N	Porcentaje marginal
Actitud de innovación	Bajo	42	18,3%
	Medio	151	65,9%
	Alto	36	15,7%
Válidos		229	100,0%
Perdidos		0	
Total		229	
Subpoblación		3	

a. La variable dependiente sólo tiene un valor observado en 1 (33,3%) subpoblaciones.

*Contraste de la razón de verosimilitud de la hipótesis específica 4 Innovación*

**Contrastes de la razón de verosimilitud**

Efecto	Criterio de ajuste del modelo	de Contrastes de la razón de verosimilitud del modelo	Chi-cuadrado	gl	Sig.
	-2 log verosimilitud del modelo reducido				
Innovación	76,562	56,866	2		,000
Capac emprend	71,512	51,815	2		,000

El estadístico de chi-cuadrado es la diferencia en las -2 log verosimilitudes entre el modelo final y el modelo reducido. El modelo reducido se forma omitiendo un efecto del modelo final. La hipótesis nula es que todos los parámetros de ese efecto son 0.

*Porcentaje de la varianza de la variable Desarrollo de actitudes en su dimensión innovación*

**Pseudo R-cuadrado**

Cox y Snell	,202
Nagelkerke	,245
McFadden	,129

**Discusión**

De los hallazgos encontrados y del análisis de los resultados respecto del objetivo general, como  $p < 0.00$ , y chi-cuadrado 68,847,  $gl=2$  el modelo mejora la predicción de la variable dependiente, entonces se rechaza la  $H_0$  y por lo tanto con un nivel de significancia del 5% se estima que se podría explicar la influencia sobre el desarrollo de las actitudes para planificar negocios en estudiantes de administración, con un  $R^2$  de Nagelkerke de ,301 o lo mismo que una influencia porcentual de 30.1% de la variable independiente sobre la dependiente. Este resultado es corroborado por el estudio realizado por (Espíritu, 2011), que tuvo como objetivo determinar la relación e influencia de las actitudes emprendedoras en la generación de negocios con un resultado de  $R^2 = 0,246$ . Si bien es cierto que ambos resultados son de nivel medio, debemos tomar en cuenta que el porcentaje de  $R^2$  de los estudiantes en la universidad sujeta a estudio es superior en 0.084%



(8.4%) respecto de nuestros pares españoles. Estos porcentajes deben de mejorarse, ya que la universidad no solo debe verse desde la óptica de una universidad tradicional, sino como una universidad emprendedora que promueva en sus estudiantes el emprendimiento y generar iniciativas empresariales, ya que muchas veces el espíritu emprendedor se va diluyendo en los últimos ciclos de la carrera. Mollo (2008), sostiene que los estudiantes no están recibiendo una formación emprendedora y que gran parte de ellos estudian solo para insertarse laboralmente en empresas y que tienen como objetivo conseguir remuneraciones expectantes, es decir se comportan como "homo economicus", situación que vuelve a los estudiantes como dependientes de terceros dejando de desarrollar sus actitudes y capacidades emprendedoras.

De los hallazgos encontrados y del análisis de los resultados en cuanto al objetivo específico 1, como  $p < 0.00$ , y chi-cuadrado 54, 756,  $gl=2$  el modelo mejora la predicción de la variable dependiente en su dimensión iniciativa, entonces se rechaza la  $H_0$  y por lo tanto con un nivel de significancia del 5% se estima que se podría explicar la influencia sobre desarrollo de las actitud de iniciativa para planificar negocios en estudiantes de administración, con un  $R^2$  de Nagelkerke de, 237 o lo mismo que una influencia porcentual de 23.7% de la variable independiente sobre la dependiente. La actitud de iniciativa para planificar negocios tiene un desarrollo medio en el 59.8% (137) de los estudiantes, baja desarrollo en el 31.9% (73) y alto desarrollo solo en el 8.3 % (19) , lo que demuestra que esta capacidad no ha sido desarrollada en su real dimensión por los estudiantes. Rueda (2011) en su investigación sobre la actitud emprendedora de estudiantes de Ciencias empresariales llega a la conclusión que el 78 % de los estudiantes encuestados han pensado alguna vez crear su propia empresa y el 13.61 % tiene el firme propósito de llevar a cabo su idea de negocio, porcentaje que expresa los estudiantes con actitudes de iniciativa. Comparando los resultados se llega a concluir que los estudiantes no tienen capacidad de iniciativa y que necesitan ser guiados y monitoreados para lograr sus objetivos empresariales.

De los hallazgos encontrados y del análisis de los resultados en cuanto al objetivo específico 2, como  $p < 0.00$ , y chi-cuadrado 16, 927,  $gl=2$  el modelo mejora

la predicción de la variable dependiente en su dimensión creatividad, entonces se rechaza la  $H_0$  y por lo tanto con un nivel de significancia del 5% se estima que se podría explicar la influencia sobre el desarrollo de las actitud de creatividad para planificar negocios en estudiantes de administración, con un  $R^2$  de Nagelkerke de ,085 o lo mismo que una influencia porcentual de 8.5 % de la variable independiente sobre la dependiente. La actitud de creatividad para planificar negocios tiene un desarrollo alto en el 19.7 % (45) lo que demuestra que esta capacidad no ha sido desarrollada en su real dimensión por los estudiantes y el 62.9 % (144) presenta un desarrollo medio que nos indica que la actitud de creatividad está latente en nuestros estudiantes y el 17.5 % (40) no ostentan esta actitud. Diversos factores pueden sustentar esos porcentajes como por ejemplo la falta de recursos económicos para poner en marcha la idea de negocios y que no solo termine como proyecto o que la universidad no privilegie las actitudes emprendedoras en sus alumnos ocasionado por una malla curricular obsoleta, cuyas asignaturas no promuevan las capacidades emprendedoras en especial la creatividad. Estos supuestos pasan a ser reales tomando en cuenta a Krauss (2011) quién sostiene que los estudiantes ven disminuidas sus actitudes emprendedoras pasados los dos años de estudio por que las asignaturas no promueven el emprendimiento.

De los hallazgos encontrados y del análisis de los resultados en cuanto al objetivo específico 3, como  $p < 0.00$ , y chi-cuadrado 73, 731,  $gl=2$  el modelo mejora la predicción de la variable dependiente en su dimensión autoconfianza, entonces se rechaza la  $H_0$  y por lo tanto con un nivel de significancia del 5% se estima que se podría explicar la influencia sobre el desarrollo de la actitud de iniciativa para planificar negocios en estudiantes de administración, con un  $R^2$  de Nagelkerke ,320 o lo mismo que una influencia porcentual de 32 % de la variable independiente sobre la dependiente. La actitud de autoconfianza para planificar negocios presenta un desarrollo medio en el 56.3 % de los estudiantes (129), 24.9% (57) alto desarrollo y el 18.8% (43) presenta bajo desarrollo, cifras que demuestran que esta capacidad no ha sido desarrollada en su real dimensión por los estudiantes. No puede concebirse a un emprendedor que no posea confianza en sus propias potencialidades, la actitud de autoconfianza es clave para generar negocios en

etapas iniciales porque permite creer en uno mismo. Amador (2014) en su estudio para desarrollar la capacidad de gestión en estudiantes emprendedores llega a la conclusión de que las universidades deben asumir un rol protagónico en el nacimiento y consolidación de las empresas con la finalidad de reducir la mortalidad de las mismas desarrollando las actitudes para tomar riesgos y tener autoconfianza en sus propias capacidades. Coincidimos con Amador, ya que la actitud de autoconfianza es una de las más importantes a la hora de emprender ya que está relacionada con la habilidad para enfrentar las dificultades que van surgiendo en el proceso del emprendimiento. Otro estudio que apoya esta aseveración es el de Mavila (2008) quien sostiene que dos factores son influyentes en la medición de la capacidad emprendedora: la motivación y la autoconfianza. Estos factores son intrínsecos en los estudiantes ya que pertenecen a los rasgos personales de cada individuo, por esa razón su importancia ya que para desarrollar actitudes emprendedoras debemos estar motivados y confiar en nuestras propias potencialidades.

De los hallazgos encontrados y del análisis de los resultados en cuanto al objetivo específico 4, como  $p < 0.00$ , y chi-cuadrado 51, 815,  $gl=2$  el modelo mejora la predicción de la variable dependiente en su dimensión innovación, entonces se rechaza la  $H_0$  y por lo tanto con un nivel de significancia del 5% se estima que se podría explicar la influencia sobre el desarrollo de las actitudes de innovación para planificar negocios en estudiantes de administración, con un  $R^2$  de Nagelkerke ,245 o lo mismo que una influencia porcentual de 24.5 % de la variable independiente sobre la dependiente. La actitud de innovación para planificar negocios tiene un desarrollo medio en el 65.9 % (151) lo que demuestra que esta capacidad está en proceso en los estudiantes de administración, pero lo preocupante es que 18.3 % (42) estudiantes no son innovadores y solo el 15.7% (36) han desarrollado esa actitud. De acuerdo a Krauss (2011) quién sostiene que la falta de motivación y lo poco interesante de las materias impartidas en las aulas universitarias que no promueven el emprendimiento tienden a disminuir las actitudes emprendedoras de autoestima e innovación, privilegiando a las actitudes de locus de control y necesidad de logro.

### Referencias bibliográficas

- Amador, G. &. (2014). *Estudio para desarrollar la capacidad de gestión en los estudiantes emprendedores de la Facultad de Ciencias Contables de UNMSM.* (M. Ramos, Ed.) Educación Handbook T- IV, 59-68.
- Cegarra, J. (2012). *Metodología de la investigación científica y Tecnológica.* Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- Centro de emprendimiento e Innovación de Navarra (2015). Madrid: España.
- Cuadras, A. (2013). La actitud emprendedora de los jóvenes universitarios ante su realización profesional. Universidad Autónoma de Sinaloa.
- Hogg, M. & Vaugham, M. (2010). *Psicología Social.* Madrid, España: Editorial Médica Panamericana.
- Krauss, C. (2008). *Las actitudes emprendedoras de los estudiantes de la Universidad Católica del Uruguay.* Tesis Doctoral. Universidad de Deusto. España
- Rueda. A. (2011). *Estudio de la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios de la Facultad de CC.EE y empresariales,* Cantabria, España.
- Sánchez, J. (2013). *Actitud emprendedora y oportunidades de negocio.* Málaga, España: IC editorial.
- Torres, Manuel (2013). *Capacidades emprendedoras y personalidad eficaz en estudiantes de universidad privada de Lima.* Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú.