

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO
ESCUELA DE POSTGRADO
DOCTORADO EN CONTABILIDAD Y ADMINISTRACIÓN



TESIS

**FACTORES DE LA MENTALIDAD EMPRENDEDORA EN ESTUDIANTES
DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO: UNA PERSPECTIVA
DE GENERO**

PRESENTADA POR:

GEOVANNA SARELA ORTEGA CRUZ

PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:

DOCTOR EN CONTABILIDAD Y ADMINISTRACIÓN

PUNO, PERÚ

2017

ÍNDICE

I.	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
1.1.	PROBLEMA GENERAL	3
1.2.	PROBLEMAS ESPECÍFICOS	3
II.	HIPÓTESIS	3
2.1.	HIPÓTESIS GENERAL	3
2.2.	HIPÓTESIS ESPECÍFICAS	4
III.	OBJETIVOS	4
3.1.	OBJETIVO GENERAL.....	4
3.2.	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	4
IV.	ANTECEDENTES	4
V.	MARCO TEÓRICO	5
5.1.1.	<i>CAPACIDAD EMPRENDEDORA</i>	5
5.1.2.	<i>EMPRENDIMIENTO Y EMPRENDEDOR</i>	6
5.1.3.	<i>CARACTERÍSTICAS DEL PERFIL DE EMPRENDEDOR</i>	8
5.1.4.	<i>UNIVERSIDAD Y EMPRENDIMIENTO</i>	11
VI.	METODOLOGÍA	13
6.1.	LUGAR DE ESTUDIO.....	13
6.2.	POBLACIÓN Y TAMAÑO DE MUESTRA.....	14
6.3.	DESCRIPCIÓN DE MÉTODOS	15
VII.	CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	17
VIII.	PRESUPUESTO	18
IX.	BIBLIOGRAFÍA	18
X.	ANEXOS	21

TÍTULO DEL PROYECTO

FACTORES DE LA MENTALIDAD EMPRENDEDORA EN ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO: UNA PERSPECTIVA DE GENERO.

AUTOR

GEOVANNA SARELA ORTEGA CRUZ

geovannaortega@hotmail.com

RESUMEN

La investigación tiene como objetivo determinar los factores de la mentalidad emprendedora en estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano. desde una perspectiva de género, respecto a ciertas condiciones de un marco socioeconómico sobre la probabilidad para que se conviertan en emprendedores. También se analiza el impacto de otras variables demográficas. Mediante el método multivariado de Análisis de Correspondencias Múltiples, se identificarán los rasgos característicos en los estudiantes emprendedores y con un modelo Logit Binomial se calculará los factores más influyentes (Género, la edad, el nivel socioeconómico, el plan de estudios, si conoce un empresario y si tiene un familiar empresario) en el emprendimiento según el modelo econométrico planteado.

Palabras clave: Emprendimiento, modelo logit binomial, nivel socioeconómico, plan de estudios, Universidad Nacional del Altiplano.

I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Los acelerados cambios tecnológicos, sociales, económicos y del mercado, han generado nuevas demandas para todos, éstas implican: nuevas formas de comunicarse, de acceder a la información, de producir e intercambiar bienes y servicios, de relacionarse con el medio ambiente y las comunidades, y en la manera y nivel en que hoy se tiene que estar preparado para responder y atender a las demandas de un mundo globalizado. La globalización representa una serie de desafíos interesantes, pero también, brinda un abanico de muchas oportunidades para crecer y desarrollarse y sobre todo, para generar bienestar y desarrollo en las personas y por ende en su entorno social. También la globalización ha incrementado la complejidad del entorno en el que se deben desenvolver los negocios actuales. Ha incrementado tanto los riesgos como las oportunidades. Este ambiente lleno de incertidumbre es el principal lugar de desarrollo de los emprendedores.

Sin embargo, la región latinoamericana no se caracteriza precisamente por su tradición emprendedora. Pese a los esfuerzos que están realizando los gobiernos, las organizaciones creadas para el fomento del emprendimiento, las instituciones educativas y hasta la cooperación internacional, sólo el 13% de los jóvenes latinoamericanos deciden apostar por la creación de una empresa como alternativa para su vida profesional. Los obstáculos que debe enfrentar un joven son de muy distinta índole y van desde la dificultad para contar con el capital necesario, hasta la tradición cultural, pasando por auténticos vacíos en el sistema educativo.

Además, el creciente problema del desempleo en el Perú, sin duda, representa uno de los principales retos que actualmente enfrenta el país, pues de acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), el desempleo en el Perú es del 7%, para el periodo diciembre, enero y febrero del presente año, que equivale a 347.700 personas que buscan empleo y de este total 53,6% son mujeres y el 46,4% hombres. La industria, el comercio, los servicios y la economía en general, no están generando la cantidad de plazas de trabajo que demandan los jóvenes que, año tras año, egresan de las diferentes instituciones de educación superior.

Este desempleo provocado, entre otras causas, por la crisis económica mundial y por la gran competencia que existe entre las economías nacionales exige de las universidades y otras instituciones de educación superior, formar egresados con los conocimientos y las habilidades necesarias que les permita desarrollarse exitosamente en un mercado laboral contraído y muy competitivo; demanda el impulso de una formación profesional con una mentalidad emprendedora; que posibilite a los jóvenes incursionar de mejor manera en un contexto laboral difícil y cambiante.

Sin embargo, no siempre las universidades fomentan el espíritu emprendedor ni crean un clima adecuado que permita sacar provecho de las habilidades innovadoras que los estudiantes puedan tener. Por otro lado existen barreras sociales y culturales que influyen en el espíritu emprendedor tales como la auto devaluación del Peruano, es decir que no se sienten intelectualmente capaces para

emprender; la distribución de ingresos poco equitativa que impide el acceso a la educación que brinde las herramientas para el desarrollo de un nuevo proyecto; la percepción hacia el riesgo generando miedo al fracaso, la falsa percepción de la oportunidad de un negocio, la falta de cultura empresarial entre otros aspectos.

Además de este tipo de barreras también existen situaciones personales que los interesados en emprender deben reunir como requisito para desarrollar su espíritu emprendedor. Algunas de éstas pueden ser: tener confianza, ser paciente, ser optimista, tener la capacidad de actuar, aprender y ser líder.

Por otro lado, queda la perspectiva y abierta la cuestión de si las mujeres tienen las mismas opciones y oportunidades que los hombres a la hora de emprender su negocio, ya que algunos estudios inciden en que la decisión de iniciar un negocio es mucho más compleja para las mujeres que para los hombres. En ese sentido se trata de mirar a través de las lentes de género la realidad de hombres y mujeres con mentalidad emprendedora para responder a las necesidades específicas de unos y otras.

Debido a estas razones consideramos importante dar a conocer los factores determinantes de la mentalidad emprendedora de los estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano y determinar si la edad, el sexo, tipo de carrera, capacidades empresariales, el papel de los profesores, el currículo de materias influye o no en las actitudes emprendedoras, la cual es principal necesidad del presente estudio de investigación que pretende dar respuesta a las siguientes interrogantes:

1.1. PROBLEMA GENERAL

¿Cuáles son los factores de la mentalidad emprendedora en estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano, desde una perspectiva de género?

1.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS

- ¿Cuál es el nivel socioeconómico de los estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano?
- ¿Cómo el plan de estudios influye en el emprendimiento de los estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano?
- ¿Cómo es el nivel de emprendimiento de los estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano?

II. HIPÓTESIS

2.1. HIPÓTESIS GENERAL

Existen diferencias significativas en estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano en cuanto a la mentalidad emprendedora, siendo ésta mayor en el hombre.

2.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS

- Los estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano se encuentran en el nivel socioeconómico de clase baja.
- El plan de estudios influye en el emprendimiento de los estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano.
- Los estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano poseen un nivel de emprendimiento medio.

III. OBJETIVOS

3.1. OBJETIVO GENERAL

Determinar los factores de la mentalidad emprendedora en estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano, desde una perspectiva de género.

3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar el nivel socioeconómico de los estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano.
- Determinar si el plan de estudios influye en el emprendimiento de los estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano.
- Determinar el nivel de emprendimiento de los estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano.

IV. ANTECEDENTES

Los estudiantes universitarios en Perú han recibido escasa atención por parte de los estudios económicos y sociológicos, y mucho menor aún ha sido la prestada al colectivo de emprendedores, es decir aquellos que tienen la potencialidad para el proceso de creación empresarial o que gestionan una pequeña y mediana empresa. Esta “invisibilidad analítica”, también presente, aunque en menor medida, en los estudios internacionales.

Espíritu, Gonzáles, y Alcaraz, (2012), estudian el desarrollo de competencias emprendedoras en estudiantes universitarios analizando el grado de competencias emprendedoras que tienen los estudiantes universitarios, así como el rol que juegan los docentes con el fin de conocer si se está incentivando la actitud emprendedora entre sus estudiantes y sus resultados demuestra que existe una mayor probabilidad de intención emprendedora en los estudiantes de la carrera Licenciado en Administración, mientras la probabilidad de emprendimiento es mayor en los hombres que en las mujeres; además, los estudiantes de mayor edad son quienes más probabilidad tienen de ser empresarios y las dos variables que en cierta medida influyen negativamente en el desarrollo de competencias de los estudiantes en materia de innovación, creación, asunción de riesgos y habilidad para planificar y gestionar proyectos por cuenta propia son: el rol docente y la formación escolar. Al respecto, Becker, (1975); Bates, (1997); Greene, (2000); Coleman, (2007), quienes han argumentado

que la educación se asocia fuertemente con el comportamiento y éxito de los emprendedores potenciales, pero que esto sólo se da en países desarrollados donde el nivel de estudios en la mayoría de los casos es elevado.

Dentro del constructo condición de género, Fernández y Rueda (2011), estudiando el grado de emprendimiento de los estudiantes universitarios, han encontrado relaciones de dependencia de ésta con el género y el ambiente social. Serrano (2016) ha encontrado diferencias significativas en cuanto a su capacidad emprendedora, siendo ésta mayor en el hombre, (Reyes, Pinillos, & Soriano, 2014). Sin embargo, Tinoco (2008), avizora que el género no constituye un factor de diferenciación respecto a la habilidad emprendedora al igual que (Ruiz, Rojas, & Suárez, 2008). Aunque no se llegó a una diferencia significativa entre hombres y mujeres en intención emprendedora, la tendencia demostró que las mujeres tienen mayor predisposición a ser emprendedoras que los hombres Julca (2011).

V. MARCO TEÓRICO

5.1.1. CAPACIDAD EMPRENDEDORA

Esta característica nace del concepto entrepreneurship. Existen muchas teorías acerca del emprendedor y el rol que éste juega dentro de la actividad empresarial. Una de las definiciones más generalizadas de la capacidad emprendedora es la creación de negocios y empresas lucrativas. También se puede entender al emprendedor como aquella persona capaz de utilizar recursos escasos y de uso alternativo en la materialización de ideas o proyectos que contengan elementos únicos e innovadores, manteniendo el negocio rentable, a lo largo del tiempo (Rusque & Ramirez, 1998).

El término emprendedor es conocido por la lengua inglesa y francesa como “entrepreneur” (pionero), y es un concepto que describía a los aventureros que viajaron al nuevo mundo. El concepto tiene sus orígenes en el francés. En un comienzo, este término se utilizaba comúnmente para aquellas personas que emprendían proyectos de construcción, especialmente construcciones de tipo militar o religioso Castillo & Rusque (2002).

Joseph Schumpeter, en los años treinta, le asignaba la función de innovador al emprendedor, ya que éste innova a través de los métodos de producción, nuevos mercados, insumos, como también en la actividad económica ya sea estructurando mercados en competencia perfecta como imperfecta. Para este autor, el emprendedor lleva a cabo la asignación de recursos, la toma de decisiones, organiza la actividad económica de forma innovadora, estando su esencia en la dirección de actividades. Según su postura, se asimila a directivos y emprendedores. En sí, “emprender en cuanto a concepto y a acción es muy cercano de gestionar en el sentido de concluir (idear, formular mentalmente), gestar (iniciar, desarrollar, opiniones, actitudes, sentimientos) y tiene interacción entre estructura y comportamientos (Rusque & Ramirez, 1998).

Como proceso tiene una gran similitud con el ciclo administrativo, con énfasis en la planeación, organización y dirección. Emprender es una resultante de la interacción entre estructura y comportamientos” (Rusque & Ramirez, 1998).

Friedrich Hayeck, define el emprendedor como un ente ágil captador y utilizador de información, jugando un papel fundamental dentro de la creación de mercado a través de su habilidad de visualizar las oportunidades y obtener beneficio de ellas (Castillo & Rusque, 2002).

Patrick Liles (Harvard) en los años setenta, estableció tres tipos de emprendedores distinguiendo a aquellos que sólo subsisten, otros que crean una empresa atractiva en base a sus propias capacidades contando con un grupo de apoyo para aquellas actividades que no maneje y, aquellos que son capaces de desarrollar ideas con verdadero potencial.

A menudo se confunde al empresario y el emprendedor y no es extraño que esto suceda aunque poseen características comunes, y cuando se trata de ver cómo fomentar al emprendedor inmediatamente se cae en los modelos de formación empresarial. Así mismo, para conocer las ventajas personales y sociales que tendría el ser emprendedor, se alude a los aportes económicos que hace la empresa. Para evaluar el éxito del emprendedor, también se utilizan los parámetros empresariales, esto es, las utilidades que genere el negocio que establezca. A lo más, la capacidad exigida para cualquier situación se le diferencia por la motivación que pudiera tener la persona emprendedora.

5.1.2. EMPRENDIMIENTO Y EMPRENDEDOR

Gutiérrez (2006), describe el emprendimiento como una capacidad para realizar proyectos de acción en un entorno de oportunidades identificadas, con la suficiente determinación para organizar los medios y recursos para aplicarlo. Es además, “un comportamiento individual y colectivo que implica atributos y competencias básicas y algunas extraordinarias que viabilizan la posibilidad de la acción por emprender”. Amorós (2011), menciona que otras de las actitudes importantes que se incluyen dentro del emprendimiento son: el nivel de riesgo que el individuo está dispuesto a soportar y la visión que tiene de sus propias habilidades, conocimientos y experiencia en la creación de un negocio.

Dentro del documento, El Libro Verde de la Comisión de las Comunidades Europeas (2003), se define el emprendimiento como un “modelo mental y el proceso de crear y desarrollar una actividad económica combinando con cierto talante gerencial, riesgo con creatividad y/o innovación, bien sea, en una organización nueva o en una existente”. Este ha sido “vinculado con riqueza, empresa, cambio, empleo, valor, crecimiento, pero posiblemente, la perspectiva más asociada ha sido la de innovación”.

Asimismo, el emprendimiento establece los objetivos que se pretenden alcanzar después de haber identificado los recursos para su realización, y se centra en la imaginación y en la creatividad. Éste debe verse como el impulsor de iniciativas, especialmente en aquellas, que poseen un objetivo social, toda vez que en las organizaciones se entrelazan relaciones y redes de colaboración, que hacen posibles la ejecución de proyectos. “El emprendimiento es, actualmente, el más llamado a presentar soluciones concretas, frente a los desafíos económicos y sociales con los que se enfrenta la sociedad” (Orrego, 2008).

Por lo tanto, con lo anteriormente escrito, se puede asentar que el emprendimiento es un acto que conlleva hacer realidad las ideas y oportunidades que han sido identificadas por individuos o colectivos en un contexto determinado. Y dentro de este acto podemos identificar la figura del emprendedor como el actor principal del emprendimiento y el desarrollo económico. Krauss (2011), menciona que diversos organismos internacionales y autores han reconocido la importancia de los emprendedores a la hora de considerar el desarrollo económico de los distintos países. Debido a que ellos “crean trabajo a partir de la innovación, la competitividad, la productividad, el capital de riesgo, transformando la economía y el mundo”.

Existen diversos conceptos de emprendedor, según Orrego (2008), la palabra emprendedor deriva del vocablo latino *prenderé* que significa “acometer” e “intentar” y que se utilizó para referirse a los pioneros que decidían correr riesgos o lanzarse a una aventura; a la postre, los economistas enriquecieron el término hasta llegar a identificarlo con la innovación constante; actualmente en el campo administrativo, el emprendedor es el que evalúa los beneficios, riesgos y responde de manera positiva a los cambios con nuevas ideas y formas de hacer las cosas. Morales (2010), menciona que “la literatura del área del entrepreneurship ha mostrado que los emprendedores suelen presentar ciertas características comunes, como por ejemplo, la existencia de modelos de roles empresariales en su contexto familiar y laboral, predisposición a tomar riesgos calculados y experiencia en creación de empresas, entre otras”.

En este sentido, también el contexto familiar y laboral que se constituyen como rasgos no psicológicos, ejerce una influencia en el perfil emprendedor. López, Montilla y Briceño (2007), argumentan que existen evidencias empíricas que demuestran que grandes empresarios descienden de familiares que fueron empresarios, lo que demuestra que de ser así, aumenta la posibilidad que los descendientes repitan patrones de un comportamiento emprendedor. Asimismo, también se suman la experiencia y educación del emprendedor, lo que permite que se conviertan en “habilidades adquiridas”, las cuales se suman a los atributos personales. En su conjunto, las habilidades, la experiencia y la educación, generan la motivación del emprendedor y esta motivación, junto con los factores ambientales, llevan al emprendedor a manifestar conductas. Con esta representación se entiende “el proceso de emprendimiento como un proceso dinámico” (Baron & Shane, 2008).

5.1.3. CARACTERÍSTICAS DEL PERFIL DE EMPRENDEDOR

El emprendimiento está en función del emprendedor, la decisión de comportarse emprendedoramente es el resultado de la interacción de varios factores. Uno de estos grupos de factores incluye las características personales, el entorno personal, el entorno de negocios, el grupo de metas que la persona tenga y la existencia de una IDEA viable (Novales, 2009).

Para las Universidades, el emprendimiento debe ser considerado como un “eje transversal” de sus egresados, por lo tanto se ha empeñado en investigar teniendo como marco de referencia lo que reconocidos autores letrados en el tema concluyen en sus libros de texto y la opinión de expertos. El resultado de esta investigación aportó información valiosa sobre: a) El esquema de los atributos del emprendedor y el comportamiento/características del mismo, b) las Habilidades del emprendedor, c) Los valores del emprendedor y D) El Decálogo del Emprendedor, información toda, que se presenta a continuación:

- a) Esquema de Atributos y Comportamiento/características del emprendedor:

Cuadro 1: Características del Emprendedor

ATRIBUTOS	COMPORTAMIENTO O CARACTERÍSTICAS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Confianza 2. Perseverancia 3. Energía 4. Ingenioso 5. Toma riesgos calculados 6. Dinámico 7. Optimista 8. Necesidad de logro 9. Versatilidad 10. Conocimiento sobre <ul style="list-style-type: none"> • Producto • Mercado • Tecnología 11. Iniciativa 12. Flexibilidad 13. Inteligencia 14. Orientación a objetivos 15. Independencia 16. Decisiones rápidas 17. Responsabilidad 18. Visión 19. Orientación hacia la utilidad 20. Aprende de errores 21. Coraje 22. Imaginación 23. Perceptivo 24. Tolerancia a la ambigüedad 25. Agresivo 26. Eficaz 27. Comprometido 28. Sensibilidad 29. Honestidad 30. Integridad 31. Madurez 32. Personalidad amable 	<ul style="list-style-type: none"> • Compromiso/determinación • Perseverancia • Búsqueda de logro y crecimiento • Orientación hacia metas y oportunidades • Responsabilidad e iniciativa personal • Persistencia en resolución de problemas • Realismo y sentido del humor • Locus de control interno • Buscan y calculan riesgos • Integridad y confiabilidad • Optimista • Creatividad e innovación <p>John Kao, The Entrepreneur.</p>

Fuente: Novales (2009)

- b) Habilidades del emprendedor

El emprendedor debe contar con una serie de habilidades necesarias para obtener éxito. La investigación ha demostrado que tanto las habilidades de liderazgo como las de gerencia efectiva se pueden agrupar en cuatro categorías:

- 1) **Habilidades Relacionales.** Requeridas para construir relaciones interpersonales efectivas y desarrollar a otros (Formación de equipos, Comunicación efectiva, Empoderamiento).
- 2) **Habilidades para el Cambio.** Requeridas para gestionar el futuro, innovar, y promover el cambio (Resolver los problemas creativamente, Articular una visión, Autoconciencia, Fomentar la innovación)
- 3) **Habilidades de Mercado.** Requeridas para competir efectivamente y gestionar las relaciones externas (Motivar a otros, ganar poder y la influencia, resolver conflictos)
- 4) **Habilidades de Control.** Requeridas para mantener el control y la estabilidad (Manejo del stress personal, manejo del tiempo, resolución racional de problemas)

Normalmente las habilidades 1 y 2 se han identificado con el Emprendimiento y el Liderazgo y las habilidades 3 y 4 se han identificado con Gerencia. En otras palabras, el liderazgo tradicionalmente ha sido usado para describir lo que hacen las personas bajo condiciones de Cambio, Transformación y alto dinamismo (Hacer las cosas correctas).

A continuación se presenta en forma gráfica la información de las habilidades del emprendedor.

Figura 1: Habilidades del Emprendedor



Fuente: Novales (2009)

c) El Decálogo del Emprendedor

- Autoconocimiento y autoconfianza.
- Comportamiento ético, y de respeto hacia el medio ambiente y la multiculturalidad.
- Necesidad de logro (proactividad).
- Capacidad de crear o identificar oportunidades.

- Innovación y creatividad.
- Habilidades interpersonales (redes sociales, comunicación, etc...)
- Tomar riesgos (análisis y gestión).
- Liderazgo y adaptabilidad a nuevas situaciones.
- Pasión y perseverancia.
- Deseo y capacidad de analizar, aprender e investigar continuamente (mejora continua).

Otras características que distinguen a las personas emprendedoras son:

- Demuestran un grado alto de confianza en sí mismas: Tener fe en lo que se hace y en la capacidad de actuar y lograr ejecutar con éxito lo que se propone en la vida.
- Son creativas e innovadoras: Rompen sus paradigmas y ven más allá que lo que otras personas pueden ver. Pueden ver diversas opciones y encontrar soluciones a las situaciones que se les presentan.
- Demuestran pasión en todo lo que hacen. Aman lo que hacen, disfrutan haciéndolo demostrando en todo compromiso, actitud positiva y “querer hacer” como producto del gusto y amor por lo que emprenden.
- Les gusta tomar riesgos y se disponen a hacerlo confiando en su capacidad para lograr resultados e influenciar su entorno. Se aventuran en busca de sus sueños y metas, creen y confían en su capacidad para lograr lo que se proponen y deciden hacerlo aún sin conocer todos los elementos de riesgo.
- Son agresivas: Son personas luchadoras, que no se vencen fácilmente ante los obstáculos, que siempre buscan los retos y desafíos y asumen la responsabilidad de lograr lo que se proponen.
- Tienen una enorme voluntad y capacidad para trabajar largas horas. Al amar lo que hacen y tener claridad de sus metas y objetivos, se automotivan para trabajar arduamente en pos de lo que desean obtener.
- Son altamente competitivas: Siempre buscan mejorar su rendimiento, vencer los obstáculos y dificultades y ven en toda situación adversa algo positivo y una oportunidad de aprender.
- Son intensamente enfocadas en lo que desean: Tienen absoluta claridad de sus metas y no permiten que otras situaciones y circunstancias los alejen de ellas. Trabajan para y por, lo que quieren obtener.
- Motivadas internamente a tomar riesgos y aventurarse: Lo que los mueve a actuar viene de su interior, no depende de elementos externos como podría ser: un salario,

un premio o reconocimiento, sino de la convicción propia que tienen acerca de sus metas y objetivos, de la pasión por lo que hacen.

- Ven una oportunidad y la persiguen con insistencia: Son capaces de ver en donde otros no lo hacen, algo que pueden aprovechar para hacerlo un proyecto, un negocio, una mejora. Son perseverantes, lo que emprenden lo concluyen.
- Tienen convicción propia y creen en sus ideas: Tienen fe y confianza en si mismos y su capacidad de lograr influenciar y realizar, aunque otros no creen en ellos, tienen la fe necesaria que los hace perseverar.
- No necesariamente son las más talentosas, pero si las más persistentes y perseverantes en lograr lo que desean. Aunque carezcan de algunos conocimientos e información, nada ni nadie los desvía de lo que se han propuesto lograr, insisten una y otra vez, buscan opciones y soluciones, encuentran los recursos necesarios y ejecutan hasta lograr la meta.

5.1.4. UNIVERSIDAD Y EMPRENDIMIENTO

En los últimos tiempos la formación profesional en el nivel superior es motivo de constantes reflexiones. Particularmente por avances tecnológicos que han puesto en evidencia la necesidad de desarrollar competencias diferentes a las tradicionales en los egresados de grado. Nuevos escenarios se han incorporado en el sistema laboral, el sistema productivo, en la cultura de las organizaciones sociales y en los valores y actitudes de las personas. Esto ha llevado a plantearse continuamente las demandas que el mundo del trabajo le hace al sistema educativo, formador de sus futuros empleados.

Si la educación es un pilar en ese proceso al que se refieren Baron y Shane (2008), entonces, la escuela debe contribuir a la formación de una educación empresarial o en emprendimiento ya que en la Universidad actual, según Vigorena (2006), se deben generar las nuevas ideas que logren transformar a la sociedad. La educación emprendedora es una opción, ya que ésta se encamina a ofrecer a los estudiantes de cualquier nivel, el desarrollo de competencias, capacidades e instrumentos para que se forme como un actor de desarrollo económico y social, genera jóvenes independientes, innovadores, creativos, emprendedores auto motivados que cuestionen las normas establecidas y satisfagan sus metas personales a través de su propia acción.

Los procesos de formación empresarial se inician desde el colegio y en las universidades desde los primeros cuatrimestres. En ese período el estudiante es más permeable, con lo cual se logra una mejor formación para llevarlo a una carrera empresarial. Se espera entonces que la Universidad cumpla un rol motivacional, generando el gusto en el estudiante por ser empresario, destacándose la función que realiza el profesor para lograr en el estudiante su decisión de seguir una carrera empresarial. Asimismo, la Universidad puede impulsar el desarrollo de la creatividad en sus jóvenes estudiantes para que estos sean innovadores.

Castillo y Orlando (2008), mencionan que la Universidad como institución debe orientar a la formación de individuos que desarrollen comportamientos y competencias emprendedoras, así mismo, debe fomentar el espíritu emprendedor y empresarial, la deseabilidad de ser empresario y formar técnicamente para optimizar la visión de crear y consolidar nuevas empresas. Porque el espíritu emprendedor, según (Martín, Hernangómez, & Rodríguez, 2005), interviene de manera preponderante en la innovación y el bienestar de una economía.

En este contexto, los estudiantes y egresados universitarios pasan a constituirse en destinatarios de primer orden de importancia para una política de fomento a la creación de empresas. Esta afirmación surge a partir de la literatura internacional que explora la relación entre educación y creación de firmas. De esta forma, se destaca la aparición de aquellos estudios que sobre la base de muestras de la población general, encuentran una relación positiva entre el nivel educativo de los individuos y su propensión a emprender. La educación en emprendimiento puede afectar los atributos que tengan los individuos y puede forjar actitudes emprendedoras en ellos.

Es cada vez mayor el consenso que existe en el rol de la Universidad como formadora de emprendedores (Krauss, 2008). Sin embargo, la forma de cómo desde la Universidad se debe impulsar este espíritu, es aún una materia insuficientemente tratada (Martín, Hernangómez y Rodríguez, 2005). Así, la Universidad no debe quedarse pasiva, debe participar de manera activa en el estudio de las problemáticas que aquejan a la sociedad, debe proponer ideas y acciones, intercambiar información, movilizar a la sociedad y debe tener la responsabilidad de favorecer la puesta en marcha de esas acciones.

En la última década, la vinculación que tiene la Universidad con la sociedad, principalmente con el sector productivo, ha sido una de las acciones más deseadas por las universidades. Se han realizado “cientos, si no es que miles”, de convenios, se han establecido estructuras administrativas específicas para el desarrollo de esas actividades, así como también se han efectuado foros y debates. Sin embargo el balance ha sido negativo (Campos & Sánchez, 2005).

Las universidades en su actuar como generadores de formación deben tener la visión para adelantarse a las transformaciones sociales para poderles dar respuesta ante las exigencias que se dan en un entorno sumamente dinámico y exigente. Uno de los indicadores de calidad en los cuales se refleja el actuar de las universidades, se compone de la capacidad para preparar su oferta de graduados y su formación a las demandas del mercado laboral actual (Unesco, 1999).

Lo anterior sugiere extender la base de acción tradicional de las universidades y fomentar en los estudiantes el desarrollo de las competencias que los faculte para ingresar de manera satisfactoria y competente al entorno laboral o que él mismo sea capaz de crear empleos. Estas competencias se deben integrar a la adquisición del saber, del saber-hacer, y del saber vivir juntos. "Los sistemas

educativos deben centrar su actividad en el desarrollo de determinadas cualidades personales y en las llamadas destrezas blandas dirigidas a la integración y a la adaptabilidad al cambio" (Álvarez & Moreno, 2002). Por lo tanto, con base en estrategias y técnicas novedosas de enseñanza se contará con mejores escenarios que los actuales para desarrollar las competencias emprendedoras de los estudiantes, promovidas desde sus profesores para lograr una cultura emprendedora.

VI. METODOLOGÍA

6.1. LUGAR DE ESTUDIO

La investigación se desarrollará en la ciudad San Carlos de Puno, ubicada al sureste del Perú, capital del Departamento, provincia y distrito de Puno, geográficamente se encuentra entre las coordenadas geográficas 15°50'15" latitud sur y 70°01'18" longitud oeste del meridiano de Greenwich. Puno, como ciudad, es el centro urbano de mayor jerarquía a nivel regional, pues como capital de región representa el centro de decisión política, económica y financiera, además es centro administrativo y de servicios, y presenta la principal oferta de servicios turísticos de nivel regional.

Figura 1: Macro Localización del Ámbito de Estudio



La zona de estudio específica, será la Universidad Nacional del Altiplano, ya que, ella, está fundamentada en el desarrollo científico y humanístico de sus estudiantes, ofreciendo una educación competitiva, razón por la cual, la investigación ha visto por conveniente. Determinar cómo es la mentalidad emprendedora en nuestra primera casa de estudios.

Figura 2: Micro Localización del Ámbito de Estudio
Universidad Nacional del Altiplano, Puno



Fuente: Map data ©2013 Google

6.2. POBLACIÓN Y TAMAÑO DE MUESTRA

POBLACIÓN

La población objeto de investigación, estará constituido por todos los estudiantes la Universidad Nacional del Altiplano, según un informe estadístico de la UNA-Puno, asciende a 19500 estudiantes.

$$N = 19500 \text{ estudiantes}$$

MUESTRA

El tamaño de muestra se estimará siguiendo el criterio que ofrece la estadística, a través del Muestreo Probabilístico, utilizando el **Muestreo Proporcional** (Bernal, 2000, pág. 160), la cual tiene la siguiente fórmula:

$$n = \frac{P(1 - P)N.Z^2}{\epsilon^2(N - 1) + P(1 - P)Z^2}$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra.

Z = 1.96 (Nivel de confianza = 95% “Tabla estadística de Distribución Normal)

P = Probabilidad y/o Proporción de éxito (0.7).

ε = 5% ó 0.05 (error máximo)

N = Tamaño de la Población = 19500 estudiantes

$$n = \frac{0.7(1 - 0.7)(19500)(1.96)^2}{(0.05)^2(19500 - 1) + 0.7(1 - 0.7)(1.96)^2}$$

$$n = 317$$

El tamaño de muestra para nuestra investigación será de 317 estudiantes mayores de 18 años con DNI. En base a estos datos se obtiene que sea necesario realizar 317 encuestas a las unidades de estudio.

6.3. DESCRIPCIÓN DE MÉTODOS

La investigación será descriptiva, ya que según Hernández et al. (2010) estos estudios buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, se orienta a caracterizar las actitudes y nivel de emprendimiento de estudiantes universitarios.

Por otro lado, la investigación será empírica, que parte de la experiencia del investigador, de tipo no experimental, de diseño transversal y de carácter deductivo partiendo de teorías, modelos y principios generales acerca del emprendedor a situaciones más específicas como valores y actitudes personales de los estudiantes universitarios.

MODELO TEÓRICO ECONOMETRICO

Para evaluar la influencia de los factores de la mentalidad emprendedora en estudiantes de la universidad nacional del Altiplano, se planteado un modelo econométrico, cuya variable endógena (independiente) es el emprendimiento; y las variables exógenas (independientes) son el género (GNRO), la edad (EDAD), nivel socioeconómico (NISE), el plan de estudios (PLAN), conocer un empresario (CE), y familiar empresario (FEM), según la siguiente ecuación:

$$Emprendedor = \beta_0 + \beta_1 GNRO + \beta_2 EDAD + \beta_3 NISE + \beta_4 PLAN + \beta_5 CE + \beta_6 FEM + u_i$$

A continuación, se presentan las variables que se investigaran como explicativas respecto a la variable endógena.

Tabla 2: Descripción de Variables

Variable	Nombre de la Variable	Definición	Cuantificación
Emp	Emprendedor	Variable dependiente dicotómica que representa si el estudiante universitario es o no emprendedor.	1 = Emprendedor. 0 = No emprendedor.
GNRO	Género	Variable independiente binaria que representa el género del entrevistado	1 = Masculino. 0 = Femenino.
EDAD	Edad	Variable independiente categórica ordenada que representa la edad en años del entrevistado.	Numérica
NISE	Nivel Socioeconómico	Variable independiente categórica que representa el nivel socioeconómico al cual pertenece el estudiante.	1 = Clase marginal 2 = Clase muy baja 3 = Clase baja 4 = Clase media 5 = Clase media alta y alta
PLAN	Plan de estudios	Variable independiente dicotómica que representa el plan de estudios sobre cursos relacionados al emprendimiento.	1 = Lleva cursos de emprendimiento 0 = No lleva cursos de emprendimiento.
CE	Conocer un empresario	Variable independiente dicotómica que representa si conoce un empresario emprendedor.	1 = Conoce a un empresario. 0 = No conoce a un empresario.
FEM	Familiar empresario	Variable independiente dicotómica que representa si el estudiante tiene un familiar empresario.	1 = Estudiantes con familiar empresario. 0 = Estudiantes sin familiar empresario.

Fuente: Elaboración propia

Para el presente trabajo de investigación, el procesamiento y análisis de datos se utilizará la estadística descriptiva, con lo cual explicaremos los resultados de la investigación utilizando el Software IBM-SPSS versión 20. Para el análisis econométrico, utilizaremos el software Eviews y/o Nlogit respectivamente, para así luego generar las conclusiones y recomendaciones.

VII. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Se elaboró el cronograma de actividades según el siguiente cuadro para el año 2015-2016:

Cronograma de Actividades 2016-2017																																		
Actividades	DICIEMBRE			MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO				AGOSTO										
	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3								
Formulación del Proyecto	■																																	
Presentación del Proyecto				■																														
Aprobación del Proyecto				■																														
Elaboración del Marco Teórico	■																																	
Elaboración de Instrumentos	■											■																						
Recolección de Datos								■				■																						
Aplicación de Cuestionario												■				■																		
Tabulación de Datos												■				■																		
Presentación de Resultados																■				■														
Análisis de Resultados																■				■														
Conclusiones y Recomendaciones																				■														
Redacción del Informe																■				■				■										
Absolución de Observaciones																				■				■										
Dictamen del Borrador																								■										
Defensa de la Tesis																												■						

Fuente: Elaboración propia

VIII. PRESUPUESTO

Se considerará el conjunto de recursos humanos, materiales e institucionales y presupuesto que se requerirá para la ejecución de la Investigación. Así tenemos:

Tabla 3: Recursos Financieros

Descripción	Unidad	Cantidad	Precio Unitario (S/.)	Parcial (S/.)
BIENES				1922
Papel A4	Millar	8	13	104
Archivador	Unidad	4	7	28
Perforador	Unidad	1	120	120
USB	Unidad	2	25	50
CD	Unidad	10	1	10
Folder Manila	Unidad	20	0,5	10
Compra de Libros	Unidad	20	80	1600
SERVICIOS				4655
Impresión	Unidad	3000	0,1	300
Internet (2GB)	Mes	7	110	770
Movilidad	Urbano	100	0,6	60
Comunicaciones (Teléfono)	RPM/Mes	9	45	405
Fotocopias	Unidad	1500	0,08	120
Encuestadores	Personas	20	150	3000
EQUIPOS				4150
Laptop	Unidad	1	3500	3500
Impresora	Unidad	1	500	500
Celular	Unidad	1	150	150
IMPREVISTOS				200
Otros	Global	1	200	200
			TOTAL	S/. 10.927,00

Fuente: Elaboración propia

IX. BIBLIOGRAFÍA

- Álvarez, C., & Moreno, C. (2002). *Formación basada en competencias emprendedoras para la modernización del Estado*. Lisboa, Portugal, 8-11: VII Congreso Internacional del CLAD sobre la Reforma del Estado y de la Administración Pública.
- Amoros, J. E. (2011). El Proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM): Una Aproximación Desde el Contexto Latinoamericano Academia. *Revista Latinoamericana de Administración, Universidad del Desarrollo, Santiago de Chile*, (46), 2011, p.1-15.
- Baron, A., & Shane, S. A. (2008). *Entrepreneurship, a process perspective*. Thomson, 479 p. ISBN 13:978-0-324-36558-6.
- Bates, T. (1997). Financing Small Business creation: the case of Chinese and Korean immigrant entrepreneurs. *Journal of Business Venturing* 12, pp. 109-124.
- Becker, G. S. (1975). *Human Capital. A theoretical and Empirical Analysis, with Special Reference to Education*. New York: Columbia University Press.

- Bernal, T. C. (2000). *Metodología de la Investigación para Administración y Economía*. Santa Fé de Bogotá: Prentice Hall.
- Campos, G., & Sánchez, G. (2005). La vinculación universitaria: Ese oscuro objeto del deseo. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, vol. 7 (2).
- Castillo, C., & Orlando, J. (2008). Círculo virtuoso de la educación empresarial: una propuesta de modelo para el desarrollo de un tejido empresarial de calidad. *Revista-Escuela de Administración de Negocios, Universidad EAN Colombia*, 63. p. 23-39.
- Castillo, C., & Rusque, A. M. (2002). *Emprendimiento: De la Capacidad Empresarial a la Capacidad Emprendedora*. Talca, Chile: Ponencia presentada en XIX Encuentro Nacional de Escuelas y Facultades de Administración y Economía.
- Coleman, S. (2007). The Role of Human and Financial Capital in the Profitability and Growth of Women-Owned Small Firms. *Journal of Small Business Management*, pp. 303-319.
- Dankhe, G. L. (1986). *Investigación y Comunicación*. México D.F.: McGraw Hill.
- Espíritu, O. R., Gonzáles, S. R., & Alcaraz, V. E. (2012). Desarrollo de Competencias Emprendedoras: Un Análisis Explicativo con Estudiantes Universitarios. *Cuadernos de Estudios Empresariales*, vol. 22, 29-53.
- Fernández, L. A., & Rueda, S. M. (2011). *La Actitud Emprendedora: Una Década de Investigación y Análisis de los Estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Cantabria*. UNICAN.
- Greene, P. (2000). Self-employment as an economic behavior: An analysis of selfemployed women's human and social capital. *National Journal of Sociology* 12, pp. 1-55.
- Gutierrez, S. F. (2006). Desarrollo local – endógeno y el papel de las universidades en la formación de cultura emprendedora e innovadora en territorios socio-deprimidos. *Laurus*, Vol. 12, (22), 2006. p. 139-152.
- Hernández, S. R., Fernández, C. C., & Baptista, L. P. (2010). *Metodología de la Investigación* (5 Ed. ed.). México, D.F.: McGraw Hill Interamericana.
- Julca, M. 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)*. Universidad de Salamanca.

- Krauss, C. (2011). Las actitudes emprendedoras en los estudiantes de la Universidad Católica Del Uruguay. *Dimens. empres*, Vol. 9, No. 1. p. 28-40.
- López, W., & Montilla, M. y. (2007). Rasgos determinantes de las aptitudes emprendedoras que forman el perfil de los estudiantes de Contaduría Pública. *Actualidad contable FACES*, Vol. 10 (14). p. 80-94.
- Martín, N., Hernangómez, J., & Rodríguez, A. (2005). Análisis de la formación y la experiencia laboral como determinantes del espíritu emprendedor de los estudiantes universitarios. *Revista Asturiana de Economía – RAE, Universidad de Valladolid* , Vol. 34. p. 131- 145.
- Morales, G. S. (2010). El emprendedor académico: su perfil y motivaciones para convertirse en empresario. *Tec Empresarial*, vol. 4 (2). p. 9-20.
- Novales, L. C. (2009). *Características Emprendedoras Personales*. Guatemala: Universidad del Valle de Guatemala y Fundación Soros Guatemala.
- Orrego, C. I. (2008). La dimensión humana del emprendimiento. *Revista Ciencias Estratégicas*, Vol. 16, (20), pp. 225-235.
- Reyes, R. L., Pinillos, C. M., & Soriano, P. I. (2014). Diferencias de género en la orientación emprendedora. *Esic Market Economics and Business Journal*, Vol. 45, N.º 3, pp. 441-460.
- Ruiz, N. J., Rojas, V. Á., & Suárez, L. A. (2008). *Actitudes de los estudiantes universitarios de Andalucía ante la creación de empresas*. Cádiz (España): Universidad de Cádiz.
- Rusque, A., & Ramirez, S. (1998). *Medición de Capacidad Emprendedora de Estudiantes de Escuelas de Administración de Europa y América Latina. XII Congreso latinoamericano sobre Espíritu empresarial*. Costa Rica: Instituto Tecnológico de Costa Rica, Centro de Desarrollo de Espíritu Empresarial.
- Serrano, O. B., Brito-Gaona, L., Riofrío, O. O., & Sotomayor, P. G. (2016). Capacidad emprendedora y limitantes en la generación de emprendimientos: Una mirada desde la condición de género. *European Scientific Journal November 2016 edition vol.12, No.31* , pp.96-107.
- Tinoco, G. O. (2008). Medición de la Capacidad Emprendedora de ingresantes a la Facultad de Ingeniería Industrial de la UNMSM. *Revista de la Facultad de Ingeniería Industrial - UNMSM*, Vol. 11(2): pp 18-23.
- Vigorena, F. (2006). Educación emprendedora. *Pharos*, Vol. 13. No. 1. pp. 56-65.

X. ANEXOS

FACTORES DE LA MENTALIDAD EMPRENDEDORA EN ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO: UNA PERSPECTIVA DE GENERO
EJECUTORA: GEOVANNA SARELA ORTEGA CRUZ

MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	INDICADORES	METODOS
Problema General	Objetivo General	Hipótesis General			
¿Cuáles son los factores de la mentalidad emprendedora en estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano, desde una perspectiva de genero?	Determinar los factores de la mentalidad emprendedora en estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano, desde una perspectiva de genero.	Existen diferencias significativas en estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano en cuanto a la mentalidad emprendedora, siendo ésta mayor en el hombre.	Variable Dependiente Emprendedor (a) Variables Independientes Genero Edad Nivel socioeconómico Plan de estudios Conocer un empresario Familiar empresario	1 = Emprendedor. 0 = No emprendedor. Variables ordinales y nominales.	Modelo econométrico logit.
Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis Específicas			
¿Cuál es el nivel socioeconómico de los estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano?	Analizar el nivel socioeconómico de los estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano.	Los estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano se encuentran en el nivel socioeconómico de clase baja.	Nivel socioeconómico	Clase alta Clase media Clase baja Clase muy baja Clase marginal	Investigación Descriptiva. Método Analítico.
¿Cómo el plan de estudios influye en el emprendimiento de los estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano?	Determinar si el plan de estudios influye en el emprendimiento de los estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano.	El plan de estudios influye en el emprendimiento de los estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano.	Variable Dependiente Emprendimiento Variables Independientes Plan de estudios.	<ul style="list-style-type: none"> • Emprendedor. • No emprendedor. • Lleva cursos de emprendimiento • No lleva cursos de emprendimiento. 	Investigación Descriptiva e Inferencial.
¿Cómo es el nivel de emprendimiento de los estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano?	Determinar el nivel de emprendimiento de los estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano.	Los estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano poseen un nivel de emprendimiento medio.	Nivel de emprendimiento	<ul style="list-style-type: none"> • Alto • Medio • Bajo 	Método Deductivo.

Fuente: Elaboración propia