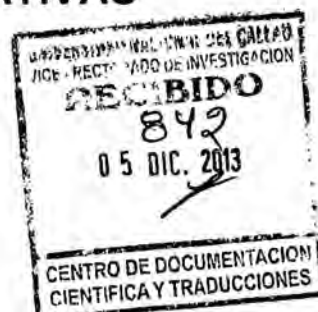




DIC 2013

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CALLAO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN DE LA FACULTAD
DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**“EL EMPRENDIMIENTO DE LOS ALUMNOS DE LA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS DE
LA UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CALLAO EN LA
FORMACIÓN DE EMPRESAS”**

AUTOR: Lic. Adm. ALFONSO SALVADOR AMABLE FARRO

(01 de Noviembre del 2,012 al 31 de Octubre del 2,013)

RESOLUCIÓN RECTORAL N° 1043 -2012-R

CALLAO- PERU

2013

Alfonso

I. INDICE

	Pág.
1. INDICE	1
2. RESUMEN	5
3. INTRODUCCIÓN	7
4. MARCO TEORICO	10
4.1. Antecedentes de la Investigación	10
4.2. Marco teórico	12
4.3 Importancia del Emprendimiento	18
4.4 Tipos de Emprendimiento	20
4.5 Características Principales de un Emprendedor.	21
4.6 Emprendimiento en la Educación.	22
4.7 Teoría de la Conducta Planificada de Azjen	24
4.8 Formación de Empresas.	25
4.9 Modelo del Potencial Empresarial.	26
4.10 Conceptos básicos de emprendimiento	28
5. MATERIALES Y MÉTODOS	30
6. RESULTADOS	33
7. DISCUSIÓN	37
8. REFERENCIALES	41
9. APÉNDICES	44
Escala de Emprendimiento	45
Encuesta de Emprendimiento	46
INDICE DE GRÁFICOS	
Gráfico 9.1 Auto motivado para formar empresa al egresar la carrera	47
Gráfico 9.2 La carrera de administración y la creación de mi empresa.	48
Gráfico 9.3 Perseverancia en alcanzar los objetivos que me trazo.	50
Gráfico 9.4 Cursos especializados para la formación de empresas.	51
Gráfico 9.5 Considero que formar una empresa es muy riesgoso.	52
Gráfico 9.6. Independencia laboral en la formación de empresa	53

Handwritten signature

Gráfico 9.7. Detectar oportunidades de negocio.	54
Gráfico 9.8. Mi familia considera que la dependencia laboral brinda mayor seguridad.	55
Gráfico 9.9. Tengo planeado implementar proyecto de negocio en el futuro	56
Gráfico 9.10. La falta de financiamiento es el principal obstáculo en la formación de empresa.	57
Gráfico 9.11. Tengo la capacidad de liderar equipos de trabajo.	58
Gráfico 9.12. La alta competitividad hace imposible la creación de nuevas empresas.	59
Gráfico 9.13 El tiempo para investigar la viabilidad de un proyecto de negocio.	60
Gráfico 9.14 Mi familia me motiva a formar mi propia empresa.	61
Gráfico 9.15 Oportunidades del mercado peruano son idóneas para crear empresa.	62
Gráfico 9.16 Me siento automotivado en tomar alguna acción encaminada a crear mi propia empresa.	63
Gráfico 9.17 El personal capacitado y calificado no es el principal obstáculo en la formación de empresas.	64
Gráfico 9.18 Considero que la currícula de la Facultad de Ciencias Administrativas está acorde a la creación de empresas.	65
Gráfico 9.19 Participación entusiasta en la elaboración de proyectos de negocios.	66
Gráfico 9.20. Capacidad de dirigir mi propia empresa.	67
Gráfico 9.21 La universidad promueve la formación de empresa	68
Gráfico 9.22 Correr riesgo no es un obstáculo para crear mi empresa.	69
Gráfico 9.23 Trámites legales son el mayor impedimento para emprender una empresa.	70
Gráfico 9.24 Participación de manera activa en proyectos de negocios.	71
Gráfico 9.25 Los gobiernos no juegan un papel importante en la formación de empresas.	72

Alvarez

Gráfico 9.26 Elaboración de algún proyecto de negocio en la Universidad Nacional del Callao.	73
Gráfico 9.27 Proyectos elaborados.	74

INDICE DE CUADROS

Cuadro 9.1 Auto motivado para formar empresa al egresar la carrera	
Cuadro 9.2 La carrera de administración y la creación de mi empresa.	
Cuadro 9.3 Perseverancia en alcanzar los objetivos que me trazo.	
Cuadro 9.4 Cursos especializados para la formación de empresas.	
Cuadro 9.5 Considero que formar una empresa es muy riesgoso.	
Cuadro 9.6. Independencia laboral a través de la formación de empresa	
Cuadro 9.7. Detectar oportunidades de negocio.	
Cuadro 9.8. Mi familia considera que la dependencia laboral brinda mayor seguridad.	
Cuadro 9.9. Tengo planeado implementar proyecto de negocio en el futuro.	
Cuadro 9.10. La falta de financiamiento es el principal obstáculo en la formación de empresa.	
Cuadro 9.11. Tengo la capacidad de liderar equipos de trabajo	
Cuadro 9.12. La alta competitividad hace imposible la creación de nuevas empresas.	
Cuadro 9.13 El tiempo para investigar la viabilidad de un proyecto de negocio.	
Cuadro 9.14 Mi familia me motiva a formar mi propia empresa	
Cuadro 9.15 Oportunidades del mercado peruano son idóneas para crear empresa	
Cuadro 9.16 Me siento automotivado en tomar alguna acción encaminada a crear mi propia empresa.	
Gráfico 9.17 El personal capacitado y calificado no es el principal obstáculo en la formación de empresas.	

Gráfico 9.18 Considero que la currícula de la Facultad de Ciencias Administrativas está acorde a la creación de empresas.

Gráfico 9.19 Participación entusiasta en la elaboración de proyectos de negocios.

Cuadro 9.20. Capacidad de dirigir mi propia empresa.

Cuadro 9.21 La universidad promueve la formación de empresa

Cuadro 9.22 Correr riesgo no es un obstáculo para crear mi empresa.

Cuadro 9.23 Trámites legales son el mayor impedimento para emprender una empresa.

Cuadro 9.24 Participación de manera activa en proyectos de negocios.

Cuadro 9.25 Los gobiernos no juegan un papel importante en la formación de empresas.

Cuadro 9.26 Elaboración de algún proyecto de negocio en la Universidad Nacional del Callao.

Cuadro 9.27 Proyectos elaborados.

Cuadro 9.28 Acciones realiza la facultad de Ciencias Administrativas para fomentar la formación de empresas.

Cuadro Correlación de Pearson 75

10. ANEXOS 76

INDICE DE FIGURAS

Figura 4.1 Teoría de la Conducta Planificada de Azjen 24

Figura 4.2 Modelo del Potencial empresarial de Krueger y Brazeal 28

Perspectivas de iniciar un negocio o empresa 76

Actividades de emprendimiento global 77

Actitudes y percepciones de emprendimiento. 78

Matriz de Consistencia

II. RESUMEN

En la actualidad el emprendimiento cobra fuerza debido al constante empuje de parte de las personas, con lo cual conlleva a la idea de formar negocios propios para salir adelante y no tener una dependencia laboral de parte de otras personas.

En el presente trabajo de investigación, **“EL EMPRENDIMIENTO DE LOS ALUMNOS DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CALLAO EN LA FORMACIÓN DE EMPRESAS”** pretende comprobar el emprendimiento de los alumnos de la Facultad de las Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional del Callao en la formación de empresas.

En la misma se analizan la teoría de Azjen sobre la conducta planificada y el Modelo del Potencial Empresarial de Krueger y Brazeal; se utilizó el método deductivo de enfoque cuantitativo ya que se utilizarán tanto una encuesta y escala de emprendimiento para determinar qué relación tiene el emprendimiento con la formación de empresas.

La presente investigación se centrará en analizar el emprendimiento que los alumnos de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional del Callao tienen sobre la formación de Empresas.

Se concluye que en la actualidad un porcentaje considerable de alumnos tienen un alto grado de emprendimiento para la formación de empresas.

Palabras clave: emprendimiento, formación de empresas.

Alcay

ABSTRACT

Today the enterprise is strengthened due to the constant push of the people, which leads to the idea of forming their own businesses to succeed and not have a job dependency on the part of others.

In the present research , " ENTREPRENEURSHIP OF THE STUDENTS OF THE FACULTY OF ADMINISTRATIVE UNIVERSITY OF THE CALLAO IN THE FORMATION OF COMPANIES" aims to check the students undertaking the Faculty of Administrative Sciences of the National University of Callao in business formation .

In the same theory analyzes on planned behavior Azjen and Business Potential Model Krueger and Brazeal , we used the quantitative approach deductive method that they use both an enterprise scale survey to determine what relationship the enterprise with the formation of companies .

This research will focus on analyzing entrepreneurship students of the Faculty of Administrative Sciences of the National University of Callao have on the formation of Companies.

We conclude that at present a considerable percentage of students have a high degree of entrepreneurship for business formation.

Keywords: entrepreneurship, business formation.

Handwritten signature

III INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo de investigación, se pretende analizar el grado de emprendimiento de los alumnos de la Facultad de las Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional del Callao en la formación de empresas.

La formación de empresas se ha incrementado significativamente, posicionando al Perú como el país con mayor cantidad de emprendedores según el Global Entrepreneurship Monitor (Gem) donde nos muestra que el 45% de la población peruana tiene un emprendimiento empresarial motivado por la oportunidad, demostrándonos la gran capacidad de los peruanos en generar ideas de negocios. Esto ha generado que el 71.9% de personas apuesten a crear su propia fuente de ingresos buscando incrementar sus ingresos.

Muchos de los emprendedores no siempre cuentan con una formación profesional que respalde la gestión de su empresa menos aún cuentan con conocimientos de nivel superior que les facilite la toma de decisiones, sin embargo eso no ha sido obstáculo para continuar haciendo empresa.

Por otra parte, se encuentra el papel promotor de desarrollo de la Universidad, la cual tiene como objetivo la formación de profesionales competentes que desarrollen investigación, es decir, la creación de mayores conocimientos que aporten al crecimiento del país y mejoren los procesos y la tecnología en las empresas.

Sin embargo, en el Perú muchos expertos consideran que las universidades y/o institutos no proporcionan una buena y adecuada preparación a los alumnos para la formación de empresas. Es decir, que las universidades no brindan cursos o talleres que motiven a los alumnos a crear sus propias empresas.

Musul

En este contexto, la Universidad del Callao (UNAC) no ha fomentado la formación de semilleros que contribuyan a incentivar a los alumnos a formar sus propias empresas.

Muchos de los proyectos generados en dicho programa se han convertido en empresas viables que a diferencia de otras han sido capaces de sostenerse por sí solas en el tiempo. De igual modo, muchas empresas promotoras de ideas de negocios han reconocido la creatividad de muchos alumnos para desarrollar empresas y justamente muchos de estos pertenecientes a la Facultad de Ciencias Administrativas, quienes han presentado sus proyectos a estos concursos, obteniendo buenos resultados.

Esta investigación, profundiza los cuestionamientos sobre el emprendimiento en la formación de empresas que tienen los alumnos, específicamente de la Facultad de Ciencias Administrativas, sabiendo que existe un panorama ideal para la implementación de ideas de negocio y que la Universidad a través de la carrera de Administración les ha otorgado los conocimientos e instrumentos de gestión necesarios para dirigir exitosamente su propia empresa.

Es cierto también que muchos egresados de la carrera de Administración de la Universidad Nacional del Callao no han formado empresa, más bien han ingresado a trabajar a distintas organizaciones con la expectativa de conseguir una estabilidad laboral, convirtiéndose en personas dependientes.

El problema objeto de la investigación ha sido seleccionado tomando en cuenta los siguientes fundamentos: Como investigadores tenemos acceso a los datos sobre este problema, además porque nosotros participamos como parte del problema. Y finalmente el interés en el presente estudio, ya que contribuirá a nuestro desarrollo profesional.

Se pretende dar solución al problema planteado ¿Qué grado de emprendimiento tienen los alumnos de la Facultad de Ciencias administrativas de la Universidad Nacional del Callao en la

Handwritten signature

formación de empresas, que actitudes tiene, cuáles son sus principales obstáculos para formar sus empresas, cuántos lo logran al egresar la carrera? Cómo participa y promueve la facultad de Ciencias Administrativas la formación de empresas por sus alumnos.

La presente investigación la considero de vital importancia por que beneficiara al sector del empresariado nacional ya que servirá como precedente para cualquier tipo de medición o investigación que se relacione con el emprendimiento de los alumnos de la carrera de administración en la formación de empresas.

Y se justifica, por que éste trabajo constituirá un gran aporte a los alumnos y autoridades de la facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional del Callao, puesto que facilitará la ejecución de medidas correctivas en la currícula para optimizar la formación universitaria específicamente en la aplicación de conocimientos dirigidos a la formación de empresas.

Handwritten signature

IV MARCO TEÓRICO

4.1 Antecedentes de la Investigación

Investigaciones Extranjeras

Araujo de la Mata, Andrés; Jon Barrutia Guenaga; José Luís Retolaza Avalos (2008) en el estudio del **“Nuevo Enfoque De La Creación De Empresas”** perteneciente a la Universidad del País Vasco (UPV). Basándose en el Enfoque del Posicionamiento, Enfoque de Orientación hacia la Demanda, Enfoque de los Recursos y Enfoque de la Discrecionalidad Gerencial, diseñó un nuevo enfoque para la formación de las empresas denominado *“Yourself Entrepreneurship Model”*.

Dicho modelo diferencia de otros enfoques se basa en 5 pilares para la formación de una empresa; estos son: viabilidad, comparación, innovación, riesgo y planificación.

El objetivo de la investigación fue proporcionar un modelo que puedas ser de explicación por parte de los promotores empresariales que se dirigen a agencias de desarrollo locales y regionales.

Esta investigación busca plantear los pasos para la formación de una empresa viable y que sirva de guía para los emprendedores que deseen formar un nuevo océano azul. Tal como se indica en la investigación, dentro del pilar de la innovación es importante la creación de nuevos océanos azules; es decir; mercados libres de competencias. A través de la innovación se puede aprovechar espacios de mercados no explotados y que son altamente rentables pues satisface necesidades con productos o servicios novedosos.

Araujo

Los distintos enfoques que se manejan tienen relevancia en esta investigación, sin embargo una de ellas tiende a ser primordial como la teoría de Gartner (1985) en su obra "*A conceptual Framework for describing the phenomenon of new venture Creation*" que analiza cuatro ámbitos para la creación de empresas: los emprendedores, las actividades que los emprendedores llevan a cabo para poner en marcha a la empresa, el entorno de la empresa y la estructura y estrategia de la nueva empresa.

Barata Raposo, Mario Lino; Juan Carlos Díaz Casero y Ricardo Hernández Mogollón (2007) en la investigación "***Estudiantes Universitarios y Creación de Empresas. Un análisis comparativo entre España y Portugal***" perteneciente a la Universidad de Extremadura y la Universidade da Beira Interior. La cual tiene como marco teórico la teoría económico institucional de Douglas North (1990, 2005) que hace referencia a los factores formales (leyes, normas, etc.) e informales (cultura, creencia y sociedad) como condicionante para la formación de empresas. Por otro lado también utiliza el modelo de potencial empresarial de Krueger y Brazeal (1994) y la teoría de la conducta planificada de Azjen, las cuales se corresponden puesto que la primera se enfoca en el deseo y la viabilidad de la empresa mientras que Azjen ahonda en la actitud hacia la conducta que se relaciona con la creación de empresas como una conducta planificada.

Utilizando las tres teorías, la investigación buscó comparar el entorno institucional informal de la creación de empresas en Beira Interior y Extremadura, en lo que se refiere a las actitudes de los estudiantes universitarios hacia la creación de empresas, así como la imagen del empresario que tienen los estudiantes en ambas sociedades.

Dña. L.

Investigaciones Nacionales

Vargas Vargas, Gaby (2007) en la tesis *“Influencia de la motivación de logro, actitud emprendedora y autoeficacia emprendedora sobre la intención emprendedora en los estudios del área de Ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cuzco”* de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Logra investigar la intención emprendedora frente a aspectos motivacionales basándose en el modelo de Red (Fortín) y en la teoría de la conducta planificada de Azjen y Fishbein. El estudio tuvo como variable interviniente la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cuzco, donde se aplicó encuestas a un aproximado de 339 alumnos sobre este tema.

Esta tesis es un antecedente importante para la presente investigación, puesto que al igual que tomó como población a los estudiantes de una facultad de Ciencias Administrativas, para investigar el emprendimiento empresarial. Por otro lado se puede rescatar el valor significativo que tiene la investigación para la Región Cusco, ya que en las conclusiones se desarrolla importante información sobre un potencial emprendedor que se puede explotar con el apoyo pertinente.

4.2 Marco Teórico

Concepto: Emprendimiento

Uno de los principales términos desarrollados en la presente investigación es el Emprendimiento la cual durante los últimos años ha sido discutido por muchos personajes públicos debido a las distintas menciones que el Perú ha tenido con respecto a ser uno de los países con la más alta tasa de emprendedores. Sin embargo el término Emprendimiento tiene múltiples acepciones y definiciones. La más resaltante es aquella relacionada al ámbito de los negocios y que corresponde al tema de nuestra investigación.

No es casual que se haya producido un consenso en la utilización de la palabra “emprendedor” para designar a aquellos que no le temen al reto. “Emprendedorismo” viene del inglés “entrepreneurship”, que a su vez adoptó la palabra francesa “entrepreneur”, utilizada durante el siglo XII para designar a aquellos que incentivan peleas.

Así pues, tenemos en la raíz etimológica del emprendedor a un individuo que la pelea. Esta pelea, o espíritu de reto, es una arista común que encuentran en la definición de emprendedor tanto los enfoques económicos como los conductistas. Para los primeros, el emprendedor es básicamente un innovador, mientras que para los segundos es un sujeto creativo e intuitivo. Estas habilidades, absolutamente complementarias, generan un tipo de individuo que no deja su desarrollo económico al azar o a merced de otros, sino que este se vuelve una parte importante de su personalidad, al punto de convertirse en su autorrealización misma. No resulta extraño encontrar emprendedores que no quieran jubilarse u otros en los que es imposible distinguir el límite entre su identidad individual y la de su empresa.

Es importante resaltar que la motivación principal de un emprendedor no es acumular riqueza material, pues este percibe el dinero como un medio para alcanzar sus metas. Ello los diferencia de los que ejercen la gerencia de una empresa sin ser emprendedores. A pesar de que, a simple vista, los dos realizan actividades parecidas, el emprendedor no le teme al error, porque su meta no es únicamente aumentar las ganancias, sino aprender y seguir desarrollando su olfato.¹

Según la Real Academia de la lengua Española la palabra “Emprendimiento” deriva de la voz castellana emprender que a su vez proviene del latín “in” que significa “en” y la palabra “prendere” que

¹ Revista Negocios, VOL 13-Nº 153, (Negocios Internacionales ;Pág. 26)

Díaz

significa coger. Y define la palabra emprender como la acción de acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño especialmente si encierran dificultades o peligro.

Según el Diccionario Enciclopédico de EL Comercio, la palabra emprendedor "que tiene capacidad e iniciativa para emprender cualquier cosa, en especial negocios o acciones que suponen dificultad o riesgo".²

Según la definición de George, Jennifer M., Gareth R. Jones nos dice que "(...) los emprendedores, personas que observan las oportunidades y se responsabilizan de movilizar los recursos necesarios para producir bienes o servicios nuevos y mejores"³.

Por otro lado Kundel nos brinda una definición "La actividad emprendedora es la gestión del cambio radical y discontinuo, o renovación estratégica, sin importar si esta renovación estratégica ocurre adentro o afuera de organizaciones existentes, y sin importar si esta renovación da lugar, o no, a la creación de una nueva entidad de negocio" (Kundel, 1991)⁴

Fue en 1997 que empieza a surgir y a adquirir importancia el término "Emprendedor" como tal. Autores como Veciana afirman que "Existen los empresarios, hombre o mujeres, que crean empresas, puesto de trabajo y riqueza; personas que reúnen cualidades que son menos comunes que las necesarias para seguir instrucciones de otros."

Handwritten signature

² DICCIONARIO ENCICLOPÉDICO EL COMERCIO Pág. 884

³ ADMINISTRACIÓN CONTEMPORÁNEA (George, Jennifer M., Gareth R. Jones, 2006; Pág. 684)

⁴ <http://www.inta.gov.ar/barrow/info/documentos/agroindustria/MonografiaVersionFinal.pdf>

Timmons (1999), afirmó que: "El espíritu empresarial (Entrepreneurship) es una forma de pensar, razonar y actuar que se basa en una obsesión por la oportunidad, en un enfoque holístico, en un liderazgo balanceado. Resultando de la creación, crecimiento, realce, realización y renovación de valor no solo para los propietarios sino para todos los implicados (stakeholders) sean ellos proveedores, clientes, empleados, comunidad y gobierno". Por último en 1999 el Global Entrepreneurship Monitor definió al emprendedor como: "persona o grupo de persona capaces de percibir la oportunidad y de tomar los riesgos existentes para abrir nuevos mercados, diseñar nuevos productos y desarrollar procesos innovativos".

Según Schumpeter, profesor de Harvard, una persona emprendedora es aquella que con sus actividades generan inestabilidades en los mercados. En contraposición a esta teoría, la escuela Austriaca considera que una persona emprendedora es aquella que logra mejorar y hacer más eficiente la red comercial, anulando las turbulencias y creando nuevas riquezas.

Si el emprendimiento lo analizamos, en nuestro ámbito nacional, podremos recurrir a la definición de un experto en emprendimiento como es el Señor Nano Guerra García que afirma de lo que significa ser emprendedor en el Perú: "yo digo que el emprendedor es aquel que busca y realiza sus sueños, es decir, su emprendimiento es su propia realización"⁵.

El emprendimiento se manifiesta a través del espíritu emprendedor como lo dice Urbano, David; Nuria Toledano: "El espíritu emprendedor es una forma de pensar, razonar y actuar vinculada y suscitada por la búsqueda de una oportunidad de negocio. Su resultado es la creación,

⁵ <http://www.facebook.com/home.php?#!/pages/Nano-Guerra/351653851127>

mejora, realización y renovación de valor en el sentido más amplio del término, es decir, no sólo valor económico sino también social, (...) ⁶

En términos generales, las investigaciones realizadas por innumerables autores y ejecutivos reconocidos, coinciden con que “una persona emprendedora es flexible, dinámica, capaz de asumir riesgos, innovadora, creativa y orientada al crecimiento.”

“Una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad”

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

El emprendimiento considera dos aspectos importantes:

- Una fuerte actitud emprendedora.
- Una definición clara del emprendimiento.

1.- Una fuerte actitud emprendedora.- comprende:

- Decisión firme, perseverante, consecuente y responsable.
- Desprenderse de actividades enemigas a su emprendimiento y no perder la confianza en el mismo para saber venderlo.

David

⁶ INVITACIÓN AL EMPRENDIMIENTO: Una aproximación a la creación de empresas (Urbano, David y Nuria Toledano, 2008; Pág. 31)

- Que le entusiasme informarse sobre el entorno del emprendimiento por iniciar es decir saber "lo que tiene que entender", "lo que tiene que tener" y "lo que tiene que hacer".
- Que pueda responderse honestamente las siguientes preguntas: ¿qué quiere obtener de la empresa?, ¿cuál es el tamaño de la empresa que quiere?, ¿cuánto de patrimonio personal quiere tener?, ¿qué espera de la vida?, ¿cuál sería la consecuencia ideal de este emprendimiento?, ¿está seguro de que no prefiere ser un empleado? No olvide que un empresario no cobra todos los meses y que su horario puede superar las ocho horas.
- Y para mantener una actitud emprendedora es necesario siempre divertirse mientras se emprende.

2.- Una definición clara del emprendimiento, que consiste en:

- Efectuar un listado y filtrado de las diferentes ideas de negocios y oportunidades de hacer inversión para seleccionar la más adecuada.
- Identificar las ventajas y desventajas del tipo de emprendimiento por seguir.
- Enumerar y explotar los recursos de los cuales se dispone.
- Para conocer más sobre el emprendimiento, es necesario resolver las preguntas básicas: "¿cuál es exactamente el producto o servicio?, ¿quiénes son los clientes?, ¿qué compran habitualmente?, ¿qué consideran valioso?, ¿cuál es la diferencia comparativa del producto respecto de la competencia?, ¿por qué los potenciales clientes no comprarían este producto?, ¿por qué compran a la competencia?, ¿qué valoran de la competencia?, ¿cómo se puede lograr que los potenciales clientes compren este producto y no el de la competencia?"

Alta

y ¿cuál es esa única cosa que los clientes saben que sólo podrán adquirir en el negocio y no en otro?"⁷

4.3 Importancia del Emprendimiento.

El emprendimiento hoy en día, ha ganado una gran importancia por la necesidad de muchas personas de lograr su independencia y estabilidad económica.

Los altos niveles de desempleo, y la baja calidad de los empleos existentes, han creado en las personas, la necesidad de generar sus propios recursos, de iniciar sus propios negocios, y pasar de ser empleados a ser empleadores.

Todo esto, sólo es posible, si se tiene un espíritu emprendedor. Se requiere de una gran determinación para renunciar a la "estabilidad" económica que ofrece un empleo y aventurarse como empresario, más aun sí se tiene en cuenta que el empresario no siempre gana como si lo hace el asalariado, que mensualmente tiene asegurado un ingreso mínimo que le permite sobrevivir.

En muchos países Latinoamericanos, para muchos profesionales, la única opción de obtener un ingreso decente, es mediante el desarrollo de un proyecto propio. Los niveles de desempleo, en gran parte de nuestras economías, rondan por el 20%, por lo que resulta de suma urgencia buscar alternativas de generación de empleo, que permitan mejorar la calidad de vida de la población. Los gobiernos han entendido muy bien la importancia del emprendimiento, tanto así, que han iniciado programas de apoyo a emprendedores, para ayudarles en su propósito de crear su propia unidad productiva.

⁷ <http://consultorios.universia.edu.pe/2008/08/25/como-iniciar-un-emprendimiento-3/>

Casi todos los países, tienen entidades dedicadas exclusivamente a promover la creación de empresas entre profesionales, y entre quienes tengan conocimiento específico suficiente para poder ofertar un producto o un servicio.

La oferta de mano de obra, por lo general crece a un ritmo más acelerado de lo que crece la economía, por lo que resulta imposible poder ofrecer empleo a toda la población. Teniendo en cuenta que nuestros estados, no tienen la capacidad de subsidiar el desempleo como sí lo pueden hacer algunos países europeos, la única alternativa para garantizar a la población el acceso a los recursos necesarios para su sustento, es tratar de convertir al asalariado en empresario.

Ante estas circunstancias económicas, el emprendimiento es el salvador de muchas familias, en la medida en que les permite emprender proyectos productivos, con los que puedan generar sus propios recursos, y les permita mejorar su calidad de Vida.

Sólo mediante el emprendimiento se podrá salir triunfador en situaciones de crisis. No siempre se puede contar con un gobierno protector que este presto a ofrecer ayuda durante una crisis. El emprendimiento es el mejor camino para crecer económicamente, para ser independientes, y para tener una calidad de vida acorde a nuestras expectativas lo cual implica desarrollar una Cultura del emprendimiento encaminada a vencer la resistencia de algunas personas a dejar de ser dependientes.

Emprendedor:

Emprendedor es aquella persona que enfrenta con resolución, acciones difíciles en economía, negocios, finanzas, etc., tiene el sentido más específico de ser aquel individuo que está dispuesto a asumir un riesgo económico. Desde este punto de vista el término se refiere a quien identifica una oportunidad y organiza los recursos necesarios para ponerla en marcha.

Alcald

Es habitual emplear este término para designar a una «persona que crea una empresa» o que encuentra una oportunidad de negocio, o a alguien quien empieza un proyecto por su propia iniciativa. Se ha sugerido que el "ser emprendedor" es una de las cualidades esenciales de un empresario u hombre de negocios, junto a la de innovación y organización. Las investigaciones de percepciones describen al emprendedor con términos como innovador, flexible, dinámico, capaz de asumir riesgos, creativo y orientado al crecimiento. La prensa popular, por otra parte, a menudo define el término como la capacidad de iniciar y operar empresas nuevas.

4.4 Tipos de Emprendimiento:

Existen 5 tipos de Emprendimiento:

1. **Empresarial.**- Es aquel emprendimiento que lleva a la persona a decidir a crear una empresa con sus conocimientos sin importar las adversidades.
2. **Social.**- Es aquel emprendimiento que lleva a la persona a ayudar a los demás, sin esperar nada a cambio ayudando a la sociedad a su formación y su mejoramiento continuo.
3. **Laboral.**- Es aquel emprendimiento que lleva a la persona a sentir afecto, amor hacia su oficio o trabajo, a esforzarse al máximo por realizarlo bien, esperando una satisfacción personal.
4. **Privado.**- Es aquel emprendimiento que lleva a la persona a desarrollar entidades particulares, privadas enfocadas a la generación y acumulación de riqueza.
5. **Académico.**- Es aquel emprendimiento que lleva a la persona a mejorar su formación con el objeto de profundizar en un campo de acción específico y generar conocimientos mediante la aplicación de procesos de investigación y desarrollo. El individuo que se desenvuelve en este campo se reconoce como investigador.

Handwritten signature

4.5 Características Principales de un Emprendedor:

El emprendedor debe ser:

Audaz.- Para controlar su medio, estar dispuesto a correr riesgos y ser capaz de afrontar las situaciones que se le presente.

Tenaz.- Para levantarse una y mil veces, lograr sus fines, tener una firme convicción y hacer su segundo y tercer esfuerzo si es necesario.

Responsable.- Para no culpar a los demás, usar excusas y aceptar sus errores.

Apasionado.- Para no desanimarse nunca, para ver siempre el lado bueno de las cosas y aprender de las derrotas.

El emprendedor debe tener:

Confianza.- Para creer mucho en sí mismo, sentirse capaz de lograr todas las cosas y para que nada ni nadie lo derrumbe.

Iniciativa.- Para saber que toda la organización le concierne, para que todas sus contribuciones sean valiosas y para no esperar a los demás.

Voluntad.- Para seguir adelante, ser capaz de organizar su vida, ser cumplido y auto-disciplinado.

Los emprendedores tienen como características las siguientes:

- ✓ Aprovechan las oportunidades del mercado.
- ✓ Identifican potencialidades y generan una necesidad de innovación y/o mejora de procesos.
- ✓ Se orientan a ser empresas competitivas y de crecimiento continuo.
- ✓ Demuestran competencias, funciones y desarrollan estrategias competitivas.
- ✓ Se articulan a procesos y modelos de desarrollo local, regional y nacional.
- ✓ Demandan servicios diversos con la finalidad de mejorar sus productos y obtener mayor rentabilidad.

Alvarez

En esta línea el emprendimiento apunta a la innovación, creatividad y cambio a una situación económica mejor y más deseable, a través de la creación básicamente de micro y pequeñas empresas.

4.6 Emprendimiento en la Educación

En la década de los 90 se inició una modificación en la historia de la educación planteando el tema de Emprendimiento Empresarial en todas las Instituciones Educativas (Universidades, Institutos, colegios). Los directivos de las universidades tomaron conciencia de lo importante de este tema en la formación de los alumnos y apoyaron la creación de una cultura Emprendedora iniciada por el gobierno. En esta se desarrollaron diversas políticas de emprendimiento y se promovieron trabajos de investigativos y de creación de empresas para que así los alumnos desarrollaran sus capacidades, estando en contacto con la realidad, logrando una conciencia para que se dieran cuenta de la importancia que es tener su propia empresa generando recursos y oportunidades de trabajos a una sociedad con alto porcentaje de desempleo.

"Este fenómeno ha crecido en forma significativa en todo el mundo durante los últimos 25 años desde que Estados Unidos inició dicha experiencia"⁸

Con el surgimiento de estas políticas se han creado también importantes programas que tienen como objetivo capacitar a las personas emprendedoras en el desarrollo de sus planes de negocio, ofrecer asesorías para la puesta en marcha de sus compañías y llevar un registro de la actividad emprendedora del país.

Entre los programas más importantes se destacan el programa Jóvenes con Empresa creado en el 2002 por el Banco Interamericano de Desarrollo y el Fondo de Desarrollo Empresarial de la Fundación Corona,

⁸ Emprendimiento, desafío para América Latina.

portal.dinero.com/wf_InfoArticulo.aspx?idArt=40749 2003.

y el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) que es la red mundial de monitoreo a la actividad emprendedora más grande del mundo, donde participan más de 100 universidades e instituciones de todo el planeta. "Esta red mundial elabora anualmente investigaciones e informaciones sobre emprendimiento en diferentes países. Los objetivos de esta red son medir el nivel de actividad empresarial en distintos países, identificar los factores determinantes de creación de nuevas empresas y formular políticas que puedan estimularlas"

A pesar del gran número de universidades existentes a nivel nacional son muy pocas las que promueven el espíritu emprendedor en sus estudiantes; aquellas universidades que sí lo hacen, usan como herramienta las incubadoras de empresas.

La más próxima a nosotros en este intento de generar "Cultura emprendedora" es la Universidad San Ignacio de Loyola que está tratando de posicionarse como "Emprendedores que forman emprendedores", estrategia que se está reflejando poco a poco en sus programas y carreras. Otras universidades han creado instancias universitarias dedicadas al emprendimiento e incubación de empresas; a continuación, se describen algunas de ellas:

- Universidad ESAN: ha creado el Centro de Desarrollo Emprendedor.
- Pontificia Universidad Católica del Perú: cuenta con el Centro de Innovación y Desarrollo Emprendedor (CIDE).
- Universidad de Piura: cuenta con la Incubadora de base tecnológica e innovación (Incuba U de P).
- Universidad San Martín de Porres: trabaja a través del Instituto de Innovación y Promoción para el Emprendimiento Universitario (IPPEU).
- Universidad Ricardo Palma: Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIE).

Por otro lado, las universidades a partir de la década de los 90 tienen la oportunidad de generar recursos propios, gracias a que el gobierno

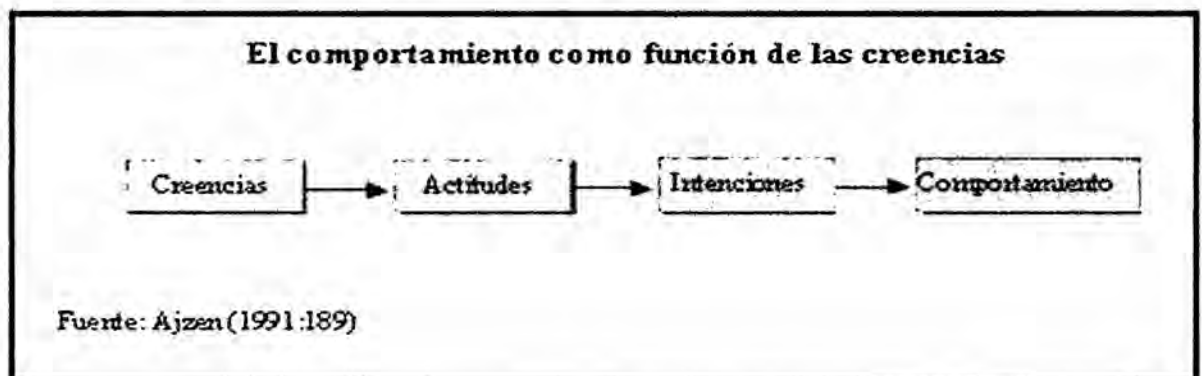
Alvarez

decretó normas que permiten la creación de entidades empresariales de propiedad de las universidades.

4.7 Teoría de la Conducta Planificada de Azjen

La "teoría de la conducta planificada" de Azjen trata de predecir y explicar la conducta humana centrándose en la intención del individuo para actuar conforme a una conducta dada, no a corto plazo, sino a largo plazo. En este modelo, las percepciones personales (deseo percibido y percepción de viabilidad), no actúan directamente sobre las intenciones, sino sobre las actitudes, que a su vez influyen sobre las intenciones, y éstas sobre la conducta (ver figura 1)⁹.

Figura 4.1: Teoría de la conducta planificada



Las acciones se basan en las actitudes individuales, por lo que una teoría de la acción consiste esencialmente en una descripción de las actitudes. La información que permite la formación de las mismas es de tipo cognitivo, afectivo y conductual.

La información cognitiva se refiere a las creencias y al conocimiento que poseemos acerca de un objeto. En forma similar, la información referida a las demás personas se basa en dichos

⁹ <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2234363>

componentes y es una causa importante de la formación de nuestra respuesta afectiva.

El modelo de actitudes mejor conocido, que vincula creencias y evaluaciones, es el propuesto por I. Ajzen y M. Fishbein. Esta teoría es un modelo general de las relaciones entre actitudes, convicciones, presión social, intenciones y conducta, pero por ahora nos centraremos sólo en sus implicaciones para la formación de actitudes.

Los autores plantearon la hipótesis de que las actitudes están determinadas por las características que los observadores asocian con un objeto (sus creencias acerca del objeto). En el modelo se propone una fórmula que especifica cómo se integran las creencias importantes de los individuos para formar una actitud general:

$$A_o = \sum b_i e_i \text{ (Suma desde } i=1 \text{ hasta } i=n)$$

En la que A_o es la actitud hacia el objeto, \sum significa sumatoria, b_i es la creencia i sobre el objeto, e_i es la evaluación de la característica involucrada en la creencia i y n es el número de creencias importantes.

Cada convicción (b) es una probabilidad, comprendida entre 0 y 1, que manifiesta la certeza con la que se relaciona la característica del objeto (la intensidad de la creencia). Cada evaluación (e) es una valoración comprendida entre -3 y +3, que refleja el valor positivo o negativo que asociamos a la característica.

4.8 Formación de Empresas

La formación de empresas se inicia con una actuación o decisión del potencial empresario que pone de manifiesto la transformación de su

inclinación hacia la actividad empresarial en una intención firme de emprender los comportamientos promotores de empresa.¹⁰

Etapas del proceso de formación de empresas según Reynolds:

Para Reynolds (1997) el proceso de formación de empresas se inicia mucho antes que una empresa se ponga en funcionamiento. Este autor plantea un proceso de creación de empresas que abarca cuatro etapas cuyos límites no están totalmente determinados.

4.9 Modelo del Potencial Empresarial

Por otro lado, Krueger y Brazeal (1994) han desarrollado un modelo (ver figura 2) que, bajo una perspectiva psico-sociológica, pretende conceptualizar y probar la noción de "potencial empresarial". Este modelo encaja perfectamente, por lo que lo utilizaremos para fundamentar nuestra investigación. Para desarrollar su modelo, Krueger y Brazeal utilizan los trabajos de Shapero y Sokol (1982) sobre el "hecho empresarial" y la "teoría de la conducta planificada" de Azjen (1991).

El modelo de Shapero y Sokol sobre la "formación del hecho empresarial" está basado en cómo el entorno cultural y social afecta en la elección de un modelo empresarial. Para estos autores, la conducta humana se mueve por una inercia que sólo se modifica cuando algo la interrumpe o desplaza positiva o negativamente. El desplazamiento precipita un cambio en la conducta y el tomador de decisiones busca la mejor oportunidad disponible en el conjunto total de alternativas posibles (Katz, 1992). La elección de la conducta resultante depende de la relativa "credibilidad" de las conductas alternativas (en esta situación para el que toma la decisión), más

¹⁰ http://fondosdigitalesbeta.us.es/media/thesis/1096/M_TD-0554.pdf

Alvaro M.

alguna "propensión a actuar" (sin que el que toma la decisión pueda realizar ninguna otra acción significativa). La "credibilidad" requiere que la conducta sea vista como "deseable y viable" (Krueger y Brazeal, 1994:93). Es decir, el evento empresarial requerirá del desplazamiento del deseo percibido, de la percepción de viabilidad y de la propensión a actuar, antes del elemento precipitador.¹¹

Shapero (1982) examina el concepto de deseabilidad usando información sobre la familia, círculos de amistad, grupos étnicos y entorno educativo y profesional de los empresarios potenciales. En el caso de la familia, afirma dicho autor, que particularmente el padre o la madre desempeñan un papel muy importante en la consideración de la deseabilidad y credibilidad sobre la función empresarial por parte del futuro empresario.

En cuanto a la percepción sobre la viabilidad, la teoría del comportamiento planificado plantea que los recursos y oportunidades que tiene una persona conducen a un determinado comportamiento.

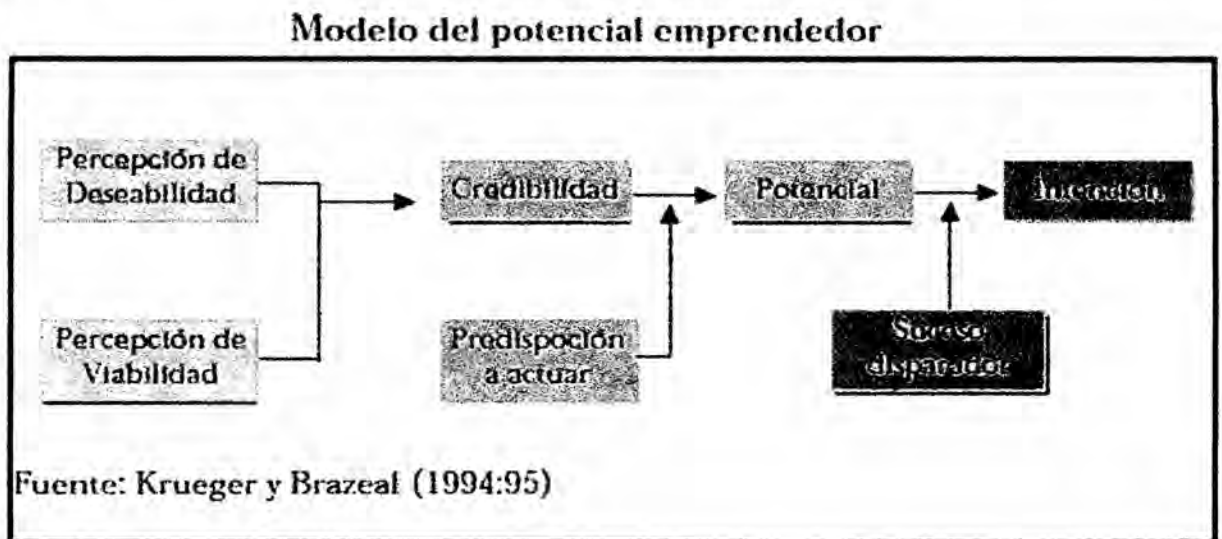
En este sentido, Shapero (1982) subraya que la percepción, la disponibilidad de recursos o apoyo financiero puede hacer que el empresario potencial perciba como más viable la creación de una empresa propia, haciendo más factible este suceso.

En la misma línea, Krueger (1993) destaca que, mientras que la percepción sobre la credibilidad, el deseo y la propensión a actuar explican algo más del cincuenta por ciento de la varianza de las intenciones de crear una empresa, la percepción de viabilidad explica la mayor parte de la misma.

¹¹ <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2234363>

Shapero

Figura N° 4.2: Modelo del Potencial Empresarial de Krueger y Brazeal



4.10 Algunos Conceptos Básicos de Emprendimiento:

Emprendedor: Es una persona con capacidad de innovar, entendida esta como la capacidad de generar bienes y servicios de una forma creativa, metódica, ética, responsable y efectiva.

Emprendimiento: Una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad.

Empresarialidad: Despliegue de la capacidad creativa de la persona sobre la realidad que le rodea. Es la capacidad que posee todo ser humano para percibir e interrelacionarse con su entorno, mediando para ello las competencias empresariales.

Organización: Entendida como un ente económico, que produce, transforma y comercializa bienes y/o servicios, en las condiciones que determina la ley.

Alfredo

Formación para el emprendimiento. La formación para el emprendimiento busca el desarrollo de la cultura del emprendimiento con acciones que buscan entre otros la formación en competencias básicas, competencias laborales, competencias ciudadanas y competencias empresariales dentro del sistema educativo formal y no formal y su articulación con el sector productivo.

Innovación: Surge por que las empresas necesitan crecer y desarrollarse y más en el mundo competitivo de hoy, se requiere que haya nuevos productos o servicios para satisfacer un conglomerado exigente de bienes de alta calidad.¹²

R. Varela

¹² Varela, Rodrigo. Innovación Empresarial, Arte y Ciencia en la Creación de Empresas. Prentice Hall, 2001. Pg.10.

V MATERIALES Y MÉTODOS

Los materiales y métodos utilizados en el desarrollo de la presente investigación fundamentalmente están enmarcados en los siguientes procedimientos:

- Buscamos fuentes secundarias para extraer información acerca del emprendimiento universitario de los alumnos en la formación de empresas. Estos datos los obtuvimos de artículos de revistas especializadas e investigaciones realizadas y publicadas en la Web.
- **Población:** El estudio comprendió a los alumnos de IX y X ciclo de estudio de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional del Callao, los cuales hacen un total de 110 personas (2013- I y II). en sus dos sedes Callao y Cañete.
- **Muestra**
La muestra es no probabilística, ya que se trabajará sólo con un subgrupo de la población en la que la elección de los elementos no depende de la probabilidad sino de las características de la investigación, siendo seleccionados (85) alumnos La muestra salió de la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 xPxQxN}{\varepsilon^2(N-1) + z^2 xPxQ}$$

Siendo:

Z = 95% = 1.96 .Es una constante que depende del nivel de confianza que asignemos. El nivel de confianza indica la

probabilidad de que los resultados de nuestra investigación sean ciertos.

P= 0.5 Es la proporción de alumnos de la población quienes tienen emprendimiento para formar su propia empresa. Este dato es generalmente desconocido y se suele suponer que $p=0.5$ que es la opción más segura.

Q= 0.5 Es la proporción de alumnos de la población quienes no tienen emprendimiento para formar su propia empresa.

N= 110 Son los alumnos que representan nuestra población, luego de ajustar la cifra de alumnos que están en el IX y X ciclo Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional del Callao.)¹³ Sede Callao y Cañete.

e= 5% de margen de error, es la probabilidad de que exista un error.

Luego se reemplaza en la fórmula:

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 110}{0.05^2 (109 - 1) + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$n = 85 \text{ personas}$$

Las principales técnicas que se utilizaron en la investigación son:

Técnicas descriptivas para la contrastación y/o demostración de Hipótesis

- Instrumentos: Cuestionario con la Escala de Likert combinado con

¹³ "Tesis Descriptiva Correlacional" (2010), Avila Morales Hernán, Editorial Biblioteca Nacional del Perú, Pág. 33

preguntas abiertas y cerradas que ayudaron a la validación de las hipótesis.

- Técnicas estadísticas Procesamiento y Análisis: Matriz de Tabulación. Programa Estadístico SPSS v.15
- Instrumento con validez y fiabilidad demostrada.
- Análisis recuadros, sometido al procesamiento cuantitativo y porcentual que posibilita el análisis e interpretación cualitativa de los resultados para el correspondiente análisis.
- Respecto a la revisión bibliográfica, se inició la revisión de textos, trabajos de investigación, tesis y separatas de consulta, que existen en las bibliotecas convencionales y virtuales.

El tipo de la investigación, es descriptiva correlacional en razón de que se mide, describe y establece una relación entre la variable independiente: Emprendimiento y la variable Dependiente: Formación de Empresas.

El nivel de investigación es No Experimental Transeccional Correlacional, debido a que solo se recauda datos y no varía ninguna variable sino las observa en su contexto natural y analiza su relación entre sí. Es transeccional porque se recogerá datos en un momento determinado. Además es correlacional por las asociaciones establecidas entre las variables (concordantes con el tipo de investigación).

En el presente trabajo utilizamos el método deductivo y por lo tanto de enfoque cuantitativo, pues se utilizaran instrumentos de medición para determinar el emprendimiento de los alumnos de la Facultad de Ciencias administrativas de la Universidad Nacional del Callao para la formación de empresas.

VI RESULTADOS

Los resultados del trabajo de campo realizado se inicia con la fijación de trabajos muestrales utilizando para ello un 95% de nivel de confianza, un 5% de margen de error y un $p= 50\%$ y un $q=50\%$ de la aplicación de un formulario con preguntas cerradas entrevistando a estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional del Callao, hombres y mujeres que cumplían los requisitos de la muestra antes mencionada utilizando los filtros correspondientes.

Luego de hacer el estudio con una muestra de 85 entrevistados comprendidos entre alumnos del IX y X ciclo de la FCA (semestre académico 2013- I y II) en sus dos sedes Callao y Cañete lo que obtuvimos fue lo siguiente:

En adelante se analizan preguntas son inherentes al conocimiento uso y aplicación de la investigación.

Cuando se les pregunta si se siente auto motivado para formar empresa al egresar la carrera podemos observar que el 86.3% se sienten motivados a formar su propia empresa lo cual representa un gran porcentaje de alumnos que se sienten motivados a formar empresa.

Para la gran mayoría de alumnos (87%) piensan que la carrera de administración les facilita la creación de su propia empresa.

El 91.8% de alumnos son perseverantes en alcanzar los objetivos que se trazan. Cuando se les preguntó sobre los cursos especializados que brinda la facultad como herramientas para la formación de empresas solo el 50% considera que estos cumplen su fin o los conllevan a la formación de empresas.

En cuanto a la percepción de riesgo en formar empresa solo el 40% aproximadamente considera que es muy riesgoso y un 57% busca alcanzar su independencia laboral a través de la formación de empresa y

un 88% aproximadamente busca con frecuencia detectar oportunidades de negocio.

Un 40 % de la familia considera que la dependencia laboral brinda mayor seguridad que tener su propia empresa

Cuando se les preguntó si tenían planeado implementar algún proyecto negocio en el futuro un 89% respondió que sí, aunque consideraban la falta de financiamiento es uno de los principales obstáculos para la formación de su propia empresa (58%).

Los entrevistados muestran consideran tener un alto grado de capacidad para liderar equipos de trabajo y consideran que la alta competitividad no es impedimento para la creación de nuevas empresas.

En cuanto al tiempo que dedican a investigar la viabilidad de un proyecto de negocio, se observa que un 65 % dedica parte de su tiempo a la investigación y la familia en un alto porcentaje (78%) los motiva a formar sus propias empresas.

Indiscutiblemente piensan que las oportunidades que actualmente presenta el mercado peruano son idóneas para crear su propia empresa (82%), sintiéndose auto motivados en tomar acciones encaminadas a crear su propia empresa.

Un 43 % de los entrevistados considera que la falta de personal capacitado y calificado no es el principal obstáculo en la formación de empresas.

En relación a la pregunta considera la currícula de estudios acorde a la creación de empresas un 42% manifiesta que no está de acuerdo y si a eso le sumamos el 21% de indecisos vemos un alto grado de entrevistados que considera a la currícula desfasada que los conlleven a la formación de empresas.

Más del 85% de alumnos participan entusiastamente en la elaboración de proyectos de negocios, sintiéndose con la capacidad de dirigir su propia empresa (89%)

En cuanto a la percepción si la universidad promueve la formación de

Alvarez

empresas, se observa que solo un 35% siente que la institución cumple ese fin.

Un alto porcentaje de entrevistados consideran que el riesgo no es obstáculo para crear su propia empresa (76%) ni los tramites legales constituyen un impedimento para emprender una empresa.

Solo un 35 % de los entrevistados manifestó que participan de manera activa en proyectos de negocios y sobre la participación si el gobierno juega o no un papel importante en la formación de empresas la opinión es compartida 30% y 30% con un 40 % de indecisos.

A la pregunta de cuáles son las acciones realiza la Facultad de Ciencias Administrativas para fomentar la formación de empresas en los alumnos fue que un 17.75% creo que las opciones brindadas no son las correspondientes para fomentar la formación de empresas, el 41.12% eligió la opción de simposium, conferencias o exposiciones sobre emprendimiento empresarial, el 11.21% eligió concursos de proyectos de negocio, el 13.10% eligió talleres de emprendimiento, el 8.42% eligió la creación de cursos especializados en formación de proyectos, el 1.86% eligió que el apoyo financiero, técnico o legal en la implementación de los proyectos de negocio de los alumnos sería una buena acción y el 6.54% que la actualización permanente de la currícula acorde a las exigencias del mercado.

El 66,2% manifiesta que ha elaborado algún proyecto de negocio en la Universidad Nacional del Callao y un 33.8% digo que no habían realizado algún proyecto de negocio.

De la cantidad de proyectos elaborados por la Facultad de Ciencias Administrativas hacen un total de 146, de los cuales 117 proyectos que representan el 80% son viables; de estos 117 proyectos viables, 36 proyectos que representan el 31% se han logrado implementar.

Con lo cual la cantidad de proyectos de negocio que se han logrado implementar en un tercio de los proyectos viables por parte de los alumnos de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional del Callao.

Handwritten signature

VII DISCUSIÓN

- A. El emprendimiento se ha establecido en los últimos años como la base del desarrollo y crecimiento de un país debido a que trae consigo nuevas ideas y más empresas productivas que le aportan una dinámica a la sociedad. Ser emprendedor puede ser una experiencia muy satisfactoria, crear y hacer crecer algo propio, lo ideal es que el emprendedor tenga un espíritu vocacional y sea eso lo que le guíe a lo largo de su aventura empresarial. Los alumnos de la FCA-UNAC, poseen un alto grado de emprendimiento y a su vez demuestran auto-motivación, persistencia, autoconfianza lo cual deberían demostrar la iniciativa de formar su empresa y plasmar sus conocimientos en su elaboración.
- B. La universidad debe educar para el "emprendimiento empresarial", esto significa no sólo enseñar a formar empresas (elemento fundamental sin duda) sino que debe ser entendido y trabajado desde un sentido amplio, actitudinal, de desarrollo de competencias, habilidades y destrezas que permitan una mayor generación y aprovechamiento de las oportunidades que brinda el mercado.
- C. La universidad no está alentando la formación de líderes emprendedores sino que está concentrada en formar "empleados" capaces de administrar empresas, contribuyendo con el sector público y privado con profesionales dispuestos a recibir órdenes de un superior, por lo tanto es urgente empezar a formar emprendedores que contribuyan al desarrollo económico y social a nivel local, regional y nacional, a través de la creación de nuevas empresas.
- D. La falta de financiamiento es uno de los principales obstáculos para los alumnos de la FCA-UNAC que condicionan o limitan el deseo de formar su empresa.

Alvarez

- E. Los alumnos de la FCA-UNAC que tienen emprendimiento para formar su propia empresa deberían estar asesorados por profesionales con experiencia en negocios.
- F. La formación y el conocimiento claves para emprender el camino de crear empresa. Es de vital importancia entender que el emprendimiento debe ir obligatoriamente ligado a la educación y debe ser desarrollado en todos los ámbitos, el papel clave para lograr este proceso está en manos de la universidad que tiene bajo su responsabilidad la preparación de alumnos capaces de enfrentarse y competir en el mercado laboral competitivo, logrando utilizar las herramientas dadas para aportar al desarrollo económico y social de un país. Se debería promover la formación de empresas de los alumnos de la FCA por medio de la apertura a concursos de emprendimiento empresarial, la actualización del currículo de estudios, cursos especializados, para mejorar en un entorno propicio para el desarrollo y planeación de ideas de negocio innovadoras que logren destacarse convirtiéndose en empresas exitosas. La percepción de los estudiantes es que la Universidad Nacional de Callao no promueve la formación de empresas o es muy ínfima, siente que la institución no cumple ese fin.
- G. Es importante para la universidad y la facultad contar con un programa de emprendimiento eficiente y no quedar rezagada por otras universidades en la que se está desarrollando ya estos programas.
- H. Las materias actuales del currículo de estudios de la FCA no son decisivas e impulsadoras para lograr la ejecución de un proyecto de creación de empresas. Los estudiantes coinciden en que hacen falta materias que deberían ser incluidas para la formación de un empresario competitivo y que actualmente no se tienen en la oferta académica. La necesidad que tienen los estudiantes y la misma



carrera de incluir el emprendimiento como algo inherente al currículo de estudios, pues es importante que se inculque en los alumnos desde el inicio de la carrera con el fin de despertar la mentalidad emprendedora e innovadora. Por esta razón se hace importante fortalecer el currículo de estudios en la FCA incluyendo materias afines con la creación de empresas desde semestres anteriores y no en los últimos semestres, para que de esta forma los estudiantes empiecen a desenvolverse en este tema y puedan ir pensando en la realización de una idea de negocio.

- I. La universidad debería asesorar los proyectos viables elaborado por los alumnos. Por otro lado, para incentivar a los estudiantes a crear empresas la facultad debería implementar asesorías en donde estos puedan ir a recibir apoyo sobre todos los temas referentes a la creación de una empresa, ya que estos temas requieren de un acompañamiento de profesionales especializados que aporten su experiencia para la consecución y la factibilidad del proyecto. También contar con el apoyo de empresas promotoras se podría obtener facilidades de financiamiento a proyectos viables para que sean implementados.
- J. La universidad debería ayudar a implementar los proyectos de negocio elaborado por los alumnos de la FCA-UNAC. Es importante fortalecer en la universidad una cultura de emprendimiento para crear en los estudiantes el empuje, la decisión y la perseverancia que se requiere para ser empresarios emprendedores. De esta manera, el proyecto de vida de muchos de los estudiantes podría orientarse hacia la creación de empresas y la generación de empleos dejando a un lado la mentalidad de ser empleados y a su vez genere beneficios para la economía y la sociedad.
- K. La incubación de empresas representa una oportunidad para iniciar un negocio, es un centro de atención que orienta y asesora

Meat

a aquellos que están interesados en la creación de sus empresas, considerando la elaboración del plan de negocio y el desempeño de cada área que requiere su operación, como mercadotecnia, contabilidad, diseño gráfico o industrial, para desarrollar sus capacidades. Se trata de apoyarlos para plasmar y concretar ideas con mayor garantía de éxito que si lo hicieran por cuenta propia.

- L. Los resultados de la investigación mostraron que los estudiantes de la facultad de ciencias administrativas de la Universidad Nacional del Callao tienen un alto grado de sentido emprendedor, capacidad de crear y desarrollar nuevas empresas innovadoras
- M. La universidad debe establecer una política de apoyo al emprendimiento desarrollando programas de emprendimiento que habilite a los estudiantes para adelantar proyectos de carácter interdisciplinario e investigativo y que conduzcan a promover la creación de empresas.
- N. Promover interrelaciones estables en el ámbito local, con la Región Callao, nacional e internacional persuadiendo a su entorno local o regional de participar en los proyectos.



VIII REFERENCIALES

TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN

- ARAUJO DE LA MATA, ANDRÉS; JON BARRUTIA GUENAGA; JOSÉ LUÍS RETOLAZA AVALOS en el estudio del **“Nuevo Enfoque De La Creación De Empresas”** (2008) Universidad del País Vasco (UPV).
- BARATA RAPOSO, MARIO LINO; JUAN CARLOS DÍAZ CASERO Y RICARDO HERNÁNDEZ MOGOLLÓN (2007) en la investigación **“Estudiantes Universitarios y Creación de Empresas. Un análisis comparativo entre España y Portugal”** Universidad de Extremadura y la Universidade da Beira Interior
- VARGAS VARGAS, GABY (2007) en la tesis **“Influencia de la motivación de logro, actitud emprendedora y autoeficacia emprendedora sobre la intención emprendedora en los estudios del área de Ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cuzco”** Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

LIBROS

- ÁVILA MORALES HERNÁN. **Tesis Descriptiva Correlacional”** Editorial Biblioteca Nacional del Perú, Pág. 33. 2010.
- JONES G. R. Y GEORGE J. M. **Administración Contemporánea** 4ta ed. México D.F.: Editorial Mc. Graw Hill. Pág. 684 (2006)

Alcorno

- SÁNCHEZ CERREZO, SERGIO y Otros. **Diccionario Enciclopédico El Comercio** 1era ed. Lima. Editorial Santillana. Pág. 884 (2000)
- URBANO, DAVID Y NURIA TOLEDANO. **Invitación al Emprendimiento: Una aproximación a la creación de empresas** 1era ed. Barcelona. Editorial UOC. Pág. 31(2008)
- VARELA, RODRIGO. **Innovación Empresarial, Arte y Ciencia en la Creación de Empresas**. Prentice Hall, 2001. Pg.10.

REVISTAS

- Anónimo, "Negocios Internacional" Revista Negocios, Vol. 13-Nº 153, 2010 Pág. 26
- ESAN (2010). Global Entrepreneurship Monitor Perú 2008, centro de desarrollo emprendedor, Lima.
- VARELA, RODRIGO. La Universidad y su Función en el Desarrollo Empresarial Latinoamericano. Revista Javeriana. Abril de 2008. Edición 743

PÁGINAS WEBS

- Alzamora, Jessica y otros Global Entrepreneurship monitor: Perú 2007
<http://www.esan.edu.pe/publicaciones/libros/2009/global-entrepreneurship-monitor-peru-2007>
- **Anónimo**, ¿Cómo iniciar un emprendimiento?
<http://consultorios.universia.edu.pe/2008/08/25/como-iniciar-un-emprendimiento-3/>

- Emprendimiento, desafío para América Latina. portal.dinero.com/wf_InfoArticulo.aspx?idArt=40749 2003.
- Formichella, María Marta El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local.
<http://www.inta.gov.ar/barrow/info/documentos/agroindustria/MonografiaVersionFinal.pdf>
- Guerra García, Nano Emprendimiento <http://www.facebook.com/home.php?#!/pages/Nano-Guerra/351653851127>
- Rodríguez Gutiérrez, José El proceso de creación de empresas desde la perspectiva de género. http://fondosdigitalesbeta.us.es/media/thesis/1096/M_TD-0554.pdf (15/05/2010)
- http://fondosdigitalesbeta.us.es/media/thesis/1096/M_TD-0554.pdf
- <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2234363>
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Emprendedor>

Alba

IX APÉNDICES

Handwritten signature or mark.

APÉNDICE N° 1

ESCALA DE EMPRENDIMIENTO DE LOS ALUMNOS PARA LA FORMACIÓN DE EMPRESAS

Fecha:

--	--	--

Alumnos del IX y X CICLO FCA UNAC CALLAO Y SEDE CAÑETE

Instrucciones

Responda con sinceridad, a las siguientes características según el cargo que tenga en la empresa. Califique según su criterio, colocando X en el recuadro, de acuerdo a la siguiente escala:

TD = Totalmente en Desacuerdo **ED = En Desacuerdo**
I = Indeciso (Ni de Acuerdo, ni en Desacuerdo) **DA = De Acuerdo**
TA = Totalmente de Acuerdo.

No omita ningún ítem. **GRACIAS.**

		TD	ED	I	DA	TA
1	Me siento auto-motivado para formar mi empresa al egresar de la carrera.					
2	Pienso que la carrera de Administración me facilita la creación de mi propia empresa.					
3	Soy perseverante en alcanzar los objetivos que me trazo.					
4	Los cursos especializados de mi facultad nos brindan las herramientas necesarias para la formación de empresas.					
5	Considero que formar una empresa es muy riesgoso					
6	Mi círculo de amigos busca alcanzar la independencia laboral a través de la formación de empresas					
7	Con frecuencia busco detectar oportunidades de negocio.					
8	En ocasiones mi familia considera que la dependencia laboral brinda mayor seguridad que tener tu propia empresa.					
9	Tengo planeado implementar algún proyecto de negocio en el futuro.					
10	Considero que la falta de financiamiento es el principal obstáculo en la formación de mi propia empresa.					
11	Tengo la capacidad de liderar equipos de trabajo					
12	Considero que la alta competitividad hace imposible la creación de Nuevas empresas.					
13	Dedico algún tiempo para investigar la viabilidad de un proyecto de negocio					
14	Mi familia me motiva a formar mi propia empresa y ser independiente.					
15	Pienso que las oportunidades del mercado peruano son idóneas para crear mi propia empresa.					
16	Me siento auto-motivado en tomar alguna acción encaminada a crear mi propia empresa.					
17	La falta de personal capacitado y calificado no es el principal obstáculo en la formación de empresas.					
18	Considero que la currícula de la Facultad de Ciencias Administrativas esta acorde a la creación de empresas.					
19	Me gusta participar entusiastamente en la elaboración de proyectos de negocios.					
20	Me siento capaz de dirigir mi propia empresa.					
21	Siento que mi universidad promueve la formación de empresas.					
22	Considero que correr riesgo no es un obstáculo para crear mi empresa					
23	Por lo general pienso que los trámites legales son el mayor impedimento para emprender una empresa.					
24	A menudo mis compañeros participan de manera activa en proyectos de negocios.					
25	Los gobiernos no juegan un papel importante en la formación de empresas.					

Alvarez

APÉNDICE N° 2

ENCUESTA DE EMPRENDIMIENTO DE LOS ALUMNOS PARA LA FORMACIÓN DE EMPRESAS

Buenas Tardes/Noches somos alumnos de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional del Callao y estamos realizando una investigación y necesitamos de su valiosa ayuda. Por favor conteste honestamente a las siguientes preguntas:

1.- En tu opinión ¿Cuáles de estas acciones realiza la facultad de Ciencias Administrativas para fomentar la formación de empresas en los alumnos? (Puede marcar más de una)

1. Actualización permanente de la currícula acorde a las exigencias del mercado.
2. Creación de cursos especializados en formación de proyectos de negocio.
3. Concursos de proyectos de negocios.
4. Apoyo financiero, técnico o legal en la implementación de los proyectos de negocio de los alumnos.
5. Talleres de emprendimiento empresarial.
6. Simposium, conferencias o exposiciones sobre Emprendimiento empresarial.
7. N.A.

2.- ¿Has elaborado algún proyecto de negocio en la Universidad Nacional del Callao?

- 1.- Si (pasar a la siguiente pregunta)
- 2.- No (omitir la siguiente pregunta)

3.- A continuación complete el siguiente cuadro según los cursos donde usted haya elaborado proyectos de negocios:

Nombre del curso	N° de proyectos elaborados por curso	En tu opinión tu proyecto es viable		Tu proyecto fue/ está siendo implementado por ti o por alguno de tus compañeros.	
		Si	No	Si	No
Contabilidad de Costos Industriales					
Formulación de Proyectos					
Administración y Control de Proyectos					
Gerencia de Marketing Empresarial					
Diagnostico Empresarial					
Otro:					

P. Nuevo

Cuadro N° 9.1

Me siento auto motivado para formar mi empresa al egresar la carrera

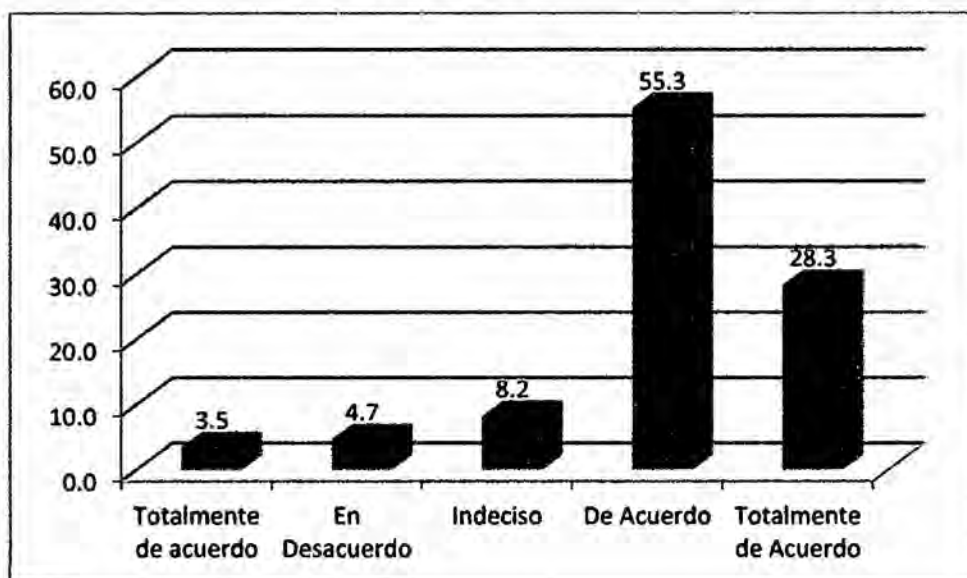
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	3	3.5	3.5	3,5
En Desacuerdo	4	4.7	4.7	8,2
Indeciso	7	8.2	8.2	16.4
De Acuerdo	47	55.3	55.3	71,7
Totalmente de Acuerdo	24	28.3	28.3	100,0
Total	85	100,0	100,0	

Fuente: Propia

Elaboración: Propia

Gráfico N° 9.1

Me siento auto motivado para formar mi empresa al egresar la carrera



En cuanto a los alumnos que se sienten automotivados para formar su empresa al egresar la carrera se observa que 3 alumnos equivalente a 3.5% están totalmente en desacuerdo, 4 equivalente a 4.7% están en desacuerdo, 7 equivalente a 8.2% están indecisos, mientras que el 83.6% están de acuerdo y totalmente de acuerdo, lo cual representa un gran porcentaje de alumnos que se sienten motivados para formar empresa al egresar la carrera.

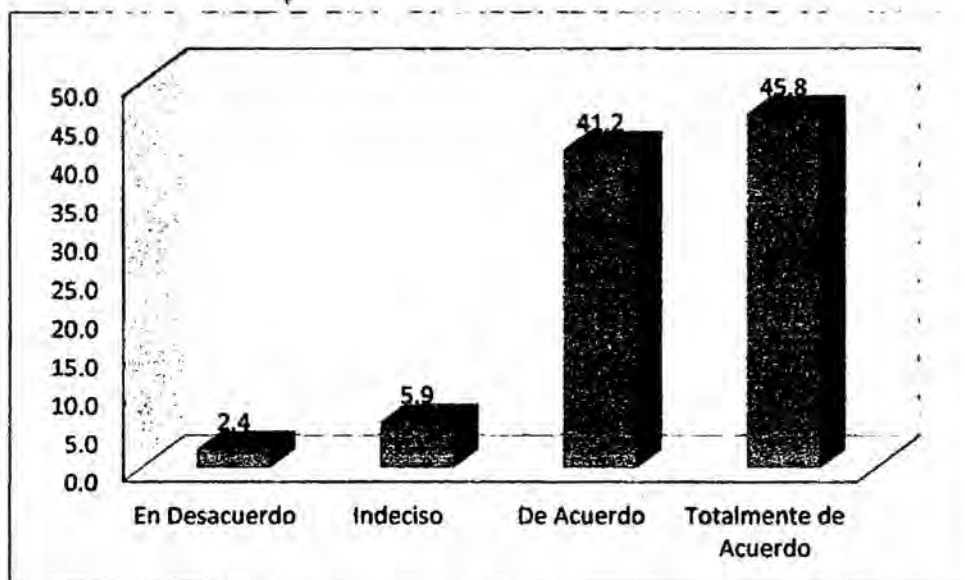
Cuadro N° 9.2

Pienso que la carrera de Administración me facilita la creación de mi propia empresa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente de acuerdo	4	4,7	4,7	4,7
	En Desacuerdo	2	2,4	2,4	7,1
	Indeciso	5	5,9	5,9	13,0
	De Acuerdo	35	41,2	41,2	54,2
	Totalmente de Acuerdo	39	45,8	45,8	100,0
	Total	85	100,0	100,0	

Gráfico N° 9.2

Pienso que la carrera de Administración me facilita la creación de mi propia empresa



Fuente: Propia

Elaboración: Propia

En cuanto al ítem Pienso que la carrera de Administración me facilita la creación de mi propia empresa se observa que 4 alumnos equivalente a 4.7% están totalmente en desacuerdo, 2 equivalente a 2.4% están en desacuerdo, 5 equivalente a 5.9% están indecisos, mientras que el 87% están de acuerdo y totalmente de acuerdo, lo cual representa una gran cantidad de alumnos que piensan que la carrera de administración les facilita la creación de su propia empresa.

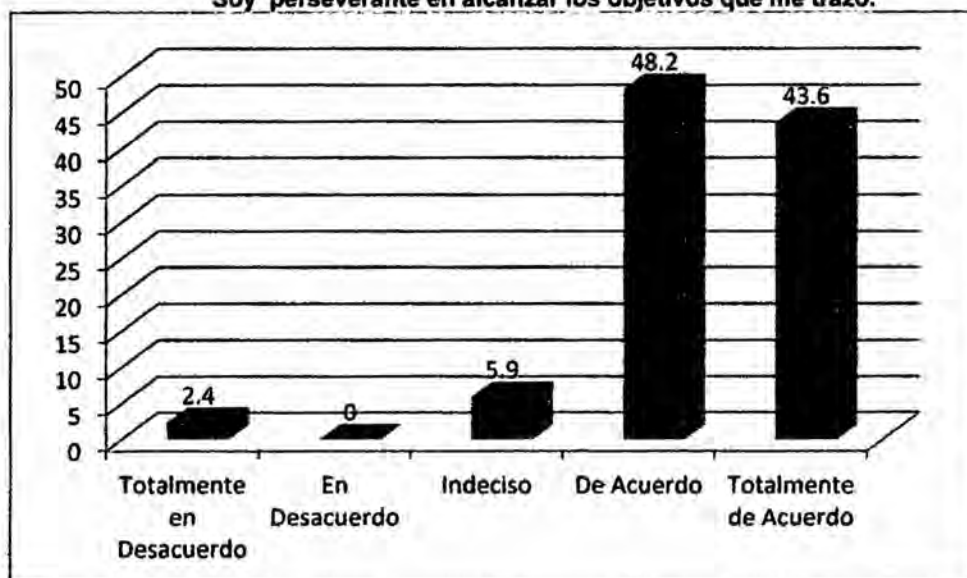
Cuadro N° 9.3

Soy perseverante en alcanzar los objetivos que me trazo.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente en Desacuerdo	2	2.4	2.4	2,4
	En Desacuerdo	0	0	0	2,4
	Indeciso	5	5.9	5.9	8,3
	De Acuerdo	41	48.2	48.2	56,5
	Totalmente de Acuerdo	37	43.6	43.6	100,0
	Total	85	100,0	100,0	

Gráfico N° 9.3

Soy perseverante en alcanzar los objetivos que me trazo.



Handwritten signature

Fuente: Propia
Elaboración: Propia

En cuanto al ítem Soy perseverante en alcanzar los objetivos que me trazo, se observa que 2 alumnos equivalente a 2.4% están totalmente en desacuerdo, 5 equivalente a 5.9% están indecisos, mientras que el 91.8% están de acuerdo y totalmente de acuerdo, lo cual representa un gran cantidad de alumnos que son perseverantes en alcanzar los objetivos que se trazan.

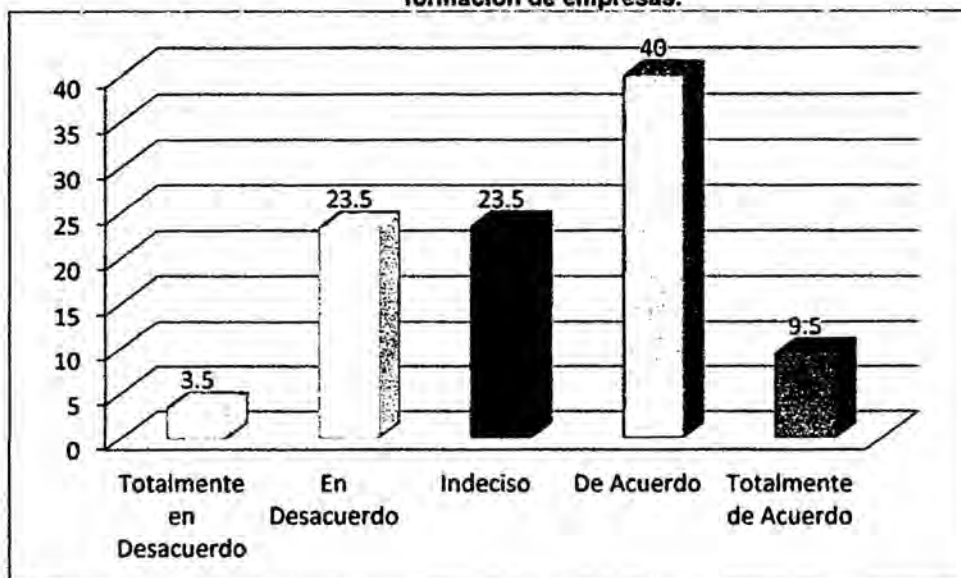
Cuadro N° 9.4

Los cursos especializados de mi facultad nos brindan las herramientas necesarias para la formación de empresas.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente en Desacuerdo	3	3.5	3.5	3,5
	En Desacuerdo	20	23.5	23.5	27,0
	Indeciso	20	23.5	23.5	50,5
	De Acuerdo	34	40,0	40,0	90,5
	Totalmente de Acuerdo	8	9.5	9.5	100,0
	Total	85	100,0	100,0	

Gráfico N° 9.4

Los cursos especializados de mi facultad nos brindan las herramientas necesarias para la formación de empresas.



Fuente: Propia
Elaboración: Propia

En cuanto al ítem Los cursos especializados de mi facultad nos brindan las herramientas necesarias para la formación de empresas, se observa que 3 alumnos equivalente a 3.5 % están totalmente en desacuerdo, 20 equivalente a 23.5% están en desacuerdo, 20 equivalente a 23.5% están indecisos, mientras que el 49.5% están de acuerdo y totalmente de acuerdo, lo cual significa que la mayor parte de alumnos están de acuerdo en cuanto a este ítem.

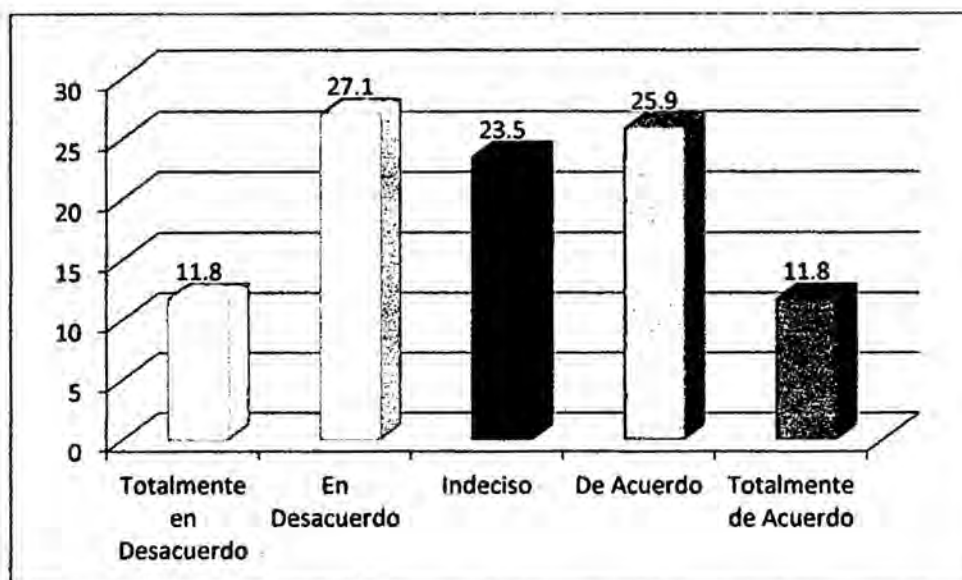
Cuadro N° 9.5

Considero que formar una empresa es muy riesgoso

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente en Desacuerdo	10	11.8	11.8	11.8
	En Desacuerdo	23	27.1	27.1	38,9
	Indeciso	20	23.5	23.5	62,4
	De Acuerdo	22	25.9	25.9	88,3
	Totalmente de Acuerdo	10	11.8	11.8	100,0
	Total	85	100,0	100,0	

Gráfico N° 9.5

Considero que formar una empresa es muy riesgoso.



Alvarez

Fuente: Propia
Elaboración: Propia

En cuanto al ítem Considero que formar una empresa es muy riesgoso, se observa que 10 alumnos equivalente a 11.8% están totalmente en desacuerdo, 23 equivalente a 27.1.4% están en desacuerdo, 20 equivalente a 23.5% están indecisos, mientras que el 37.7% están en acuerdo y totalmente de acuerdo, lo cual significa que casi el 40% de los alumnos considera que formar una empresa es muy riesgoso.

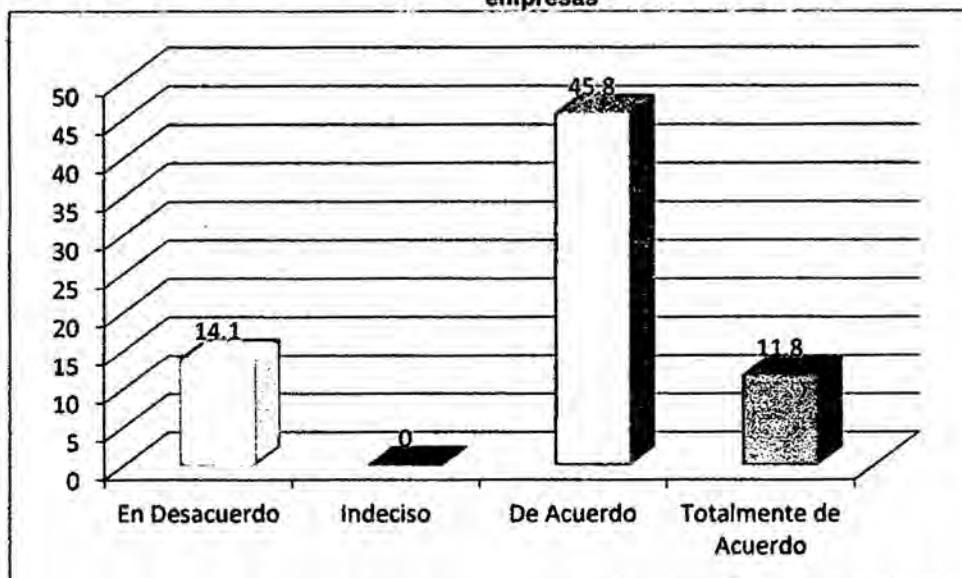
Cuadro N° 9.6

Mi círculo de amigos busca alcanzar la independencia laboral a través de la formación de empresas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente en Desacuerdo	2	2,4	2,4	2,4
	En Desacuerdo	12	14,1	14,1	16,5
	Indeciso	22	25,9	25,9	42,4
	De Acuerdo	39	45,8	45,8	88,2
	Totalmente de Acuerdo	10	11,8	11,8	100,0
	Total	85	100,0	100,0	

Gráfico N° 9.6

Mi círculo de amigos busca alcanzar la independencia laboral a través de la formación de empresas



Fuente: Propia

Elaboración: Propia

En cuanto al ítem Mi círculo de amigos busca alcanzar la independencia laboral a través de la formación de empresas, se observa que 2 alumnos equivalente a 2.4% están totalmente en desacuerdo, 12 equivalente a 14.1% están en desacuerdo, 22 equivalente a 25.9% están indecisos, mientras que el 57.6% están en acuerdo y totalmente de acuerdo.

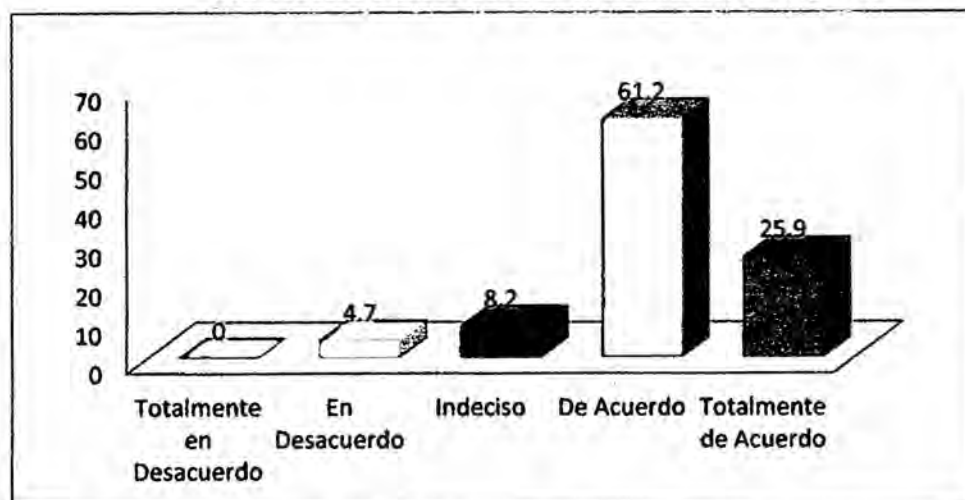
Cuadro N° 9.7

Con frecuencia busco detectar oportunidades de negocio.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente en Desacuerdo	0	0	0	0
	En Desacuerdo	4	4.7	4.7	4,7
	Indeciso	7	8.2	8.2	12,9
	De Acuerdo	52	61.2	61.2	74,1
	Totalmente de Acuerdo	22	25.9	25.9	100,0
	Total	85	100,0	100,0	

Gráfico N° 9.7

Con frecuencia busco detectar oportunidades de negocio.



Alc. V. K.

Fuente: Propia

Elaboración: Propia

En cuanto al ítem Con frecuencia busco detectar oportunidades de negocio, se observa que ningún alumno equivalente a 0 % están totalmente en desacuerdo, 4 equivalente a 4.7% están en desacuerdo, 7 equivalente a 8.2% están indecisos, mientras que el 61.2% y 25.9% están en acuerdo y totalmente de acuerdo.

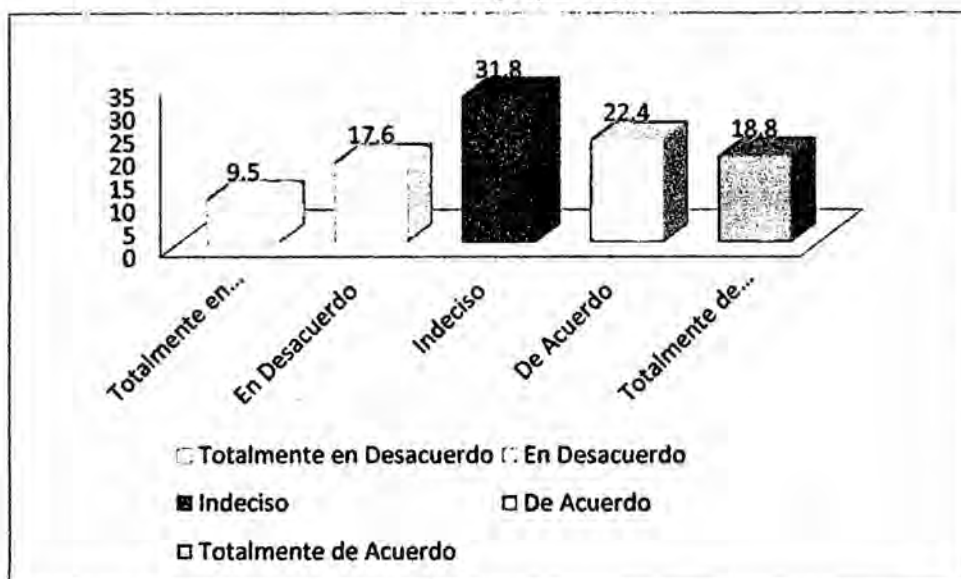
Cuadro N° 9.8

En ocasiones mi familia considera que la dependencia laboral brinda mayor seguridad que tener tu propia empresa.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente en Desacuerdo	8	9.5	9.5	9,5
	En Desacuerdo	15	17.6	17,6	27,1
	Indeciso	27	31.8	31,8	58,9
	De Acuerdo	19	22.4	22,4	81,3
	Totalmente de Acuerdo	16	18.8	18,8	100,0
Total		85	100,0	100,0	

Gráfico N° 9.8

En ocasiones mi familia considera que la dependencia laboral brinda mayor seguridad que tener tu propia empresa.



Fuente: Propia

Elaboración: Propia

En cuanto al ítem En ocasiones mi familia considera que la dependencia laboral brinda mayor seguridad que tener tu propia empresa, se observa que 8 alumnos equivalente a 9.5% están totalmente en desacuerdo, 15 equivalente a 17.6% están en desacuerdo, 27 equivalente a 31.8% están indecisos, mientras que el 22.4% y el 18.8% están en acuerdo y totalmente de acuerdo.

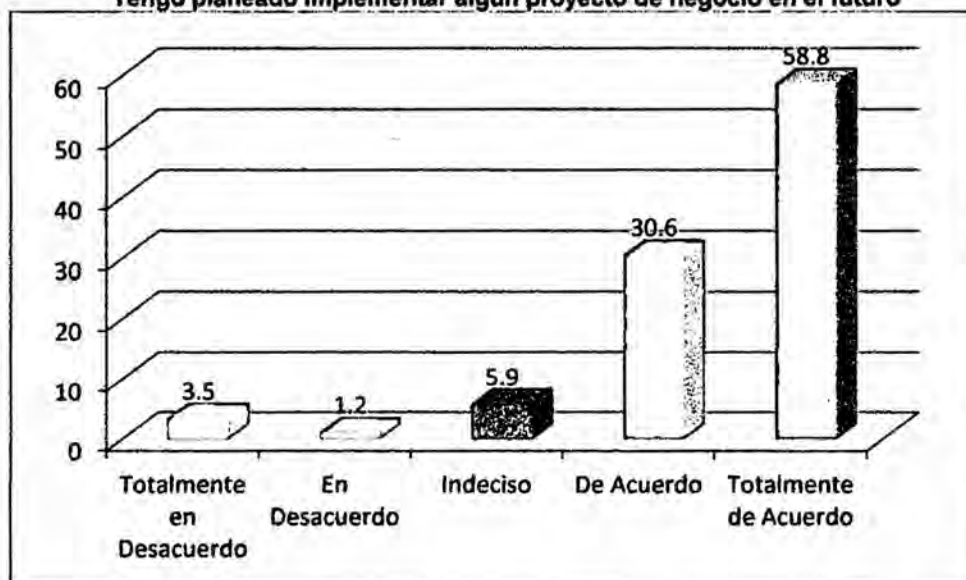
Cuadro N° 9.9

Tengo planeado implementar algún proyecto de negocio en el futuro

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente en Desacuerdo	3	3.5	3.5	3,5
	En Desacuerdo	1	1.2	1.2	4,7
	Indeciso	5	5.9	5.9	10,6
	De Acuerdo	26	30.6	30.6	41,2
	Totalmente de Acuerdo	50	58.8	58.8	100,0
	Total	85	100,0	100,0	

Gráfico N° 9.9

Tengo planeado implementar algún proyecto de negocio en el futuro



Mano Lef

Fuente: Propia

Elaboración: Propia

En cuanto al ítem Tengo planeado implementar algún proyecto de negocio en el futuro, se observa que 3 alumnos equivalente a 3.5% están totalmente en desacuerdo, 1 equivalente a 1.2 % están en desacuerdo, 5 equivalente a 5.9% están indecisos, mientras que el 30.6% y el 58.8% están en acuerdo y totalmente de acuerdo.

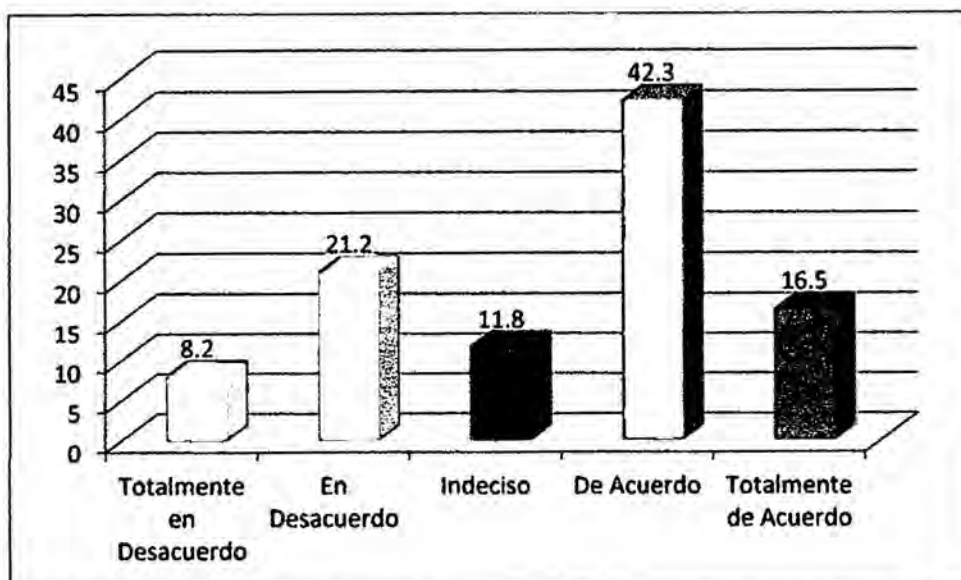
Cuadro N° 9.10

Considero que la falta de financiamiento es el principal obstáculo en la formación de mi propia empresa.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente en Desacuerdo	7	8.2	8.2	8,2
	En Desacuerdo	18	21.2	21.2	29,4
	Indeciso	10	11.8	11.8	41,2
	De Acuerdo	36	42.3	42.3	83,5
	Totalmente de Acuerdo	14	16.5	16.5	100,0
	Total	85	100,0	100,0	

Gráfico N° 9.10

Considero que la falta de financiamiento es el principal obstáculo en la formación de mi propia empresa.



Fuente: Propia
Elaboración: Propia

En cuanto al ítem Considero que la falta de financiamiento es el principal obstáculo en la formación de mi propia empresa., se observa que 7 alumnos equivalente a 8.2% están totalmente en desacuerdo, 18 equivalente a 21.2% están en desacuerdo, 10 equivalente a 11.8% están indecisos, mientras que el 42.3% y el 16.5% están en acuerdo y totalmente de acuerdo.

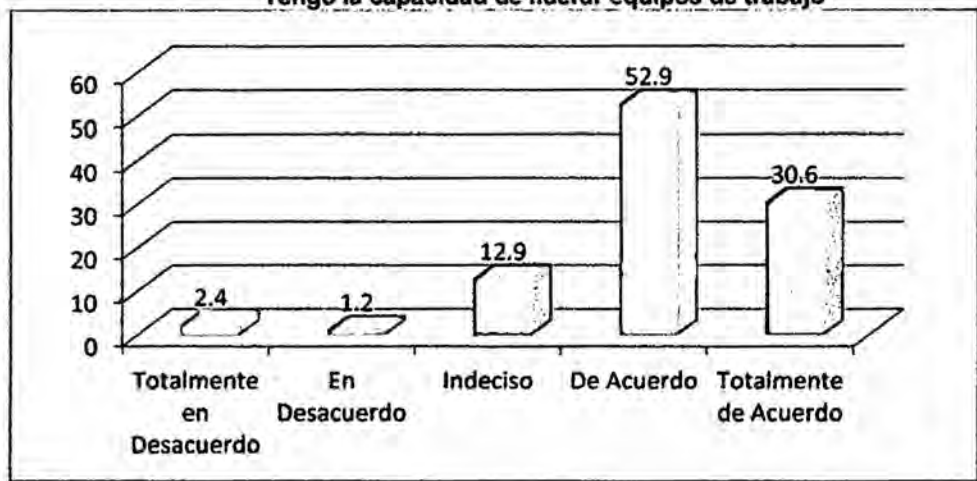
Cuadro N° 9.11

Tengo la capacidad de liderar equipos de trabajo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente en Desacuerdo	2	2.4	2.4	2,4
	En Desacuerdo	1	1.2	1.2	3,6
	Indeciso	11	12.9	12.9	16,5
	De Acuerdo	45	52.9	52.9	69,4
	Totalmente de Acuerdo	26	30.6	30.6	100,0
	Total	85	100,0	100,0	

Gráfico N° 9.11

Tengo la capacidad de liderar equipos de trabajo



Fuente: Propia

Elaboración: Propia

En cuanto al ítem Tengo la capacidad de liderar equipos de trabajo, se observa que 2 alumnos equivalente a 2.4% están totalmente en desacuerdo, 1 equivalente a 1.2% están en desacuerdo, 11 equivalente a 12.9% están indecisos, mientras que el 52.9% y el 30.6% están en acuerdo y totalmente de acuerdo.

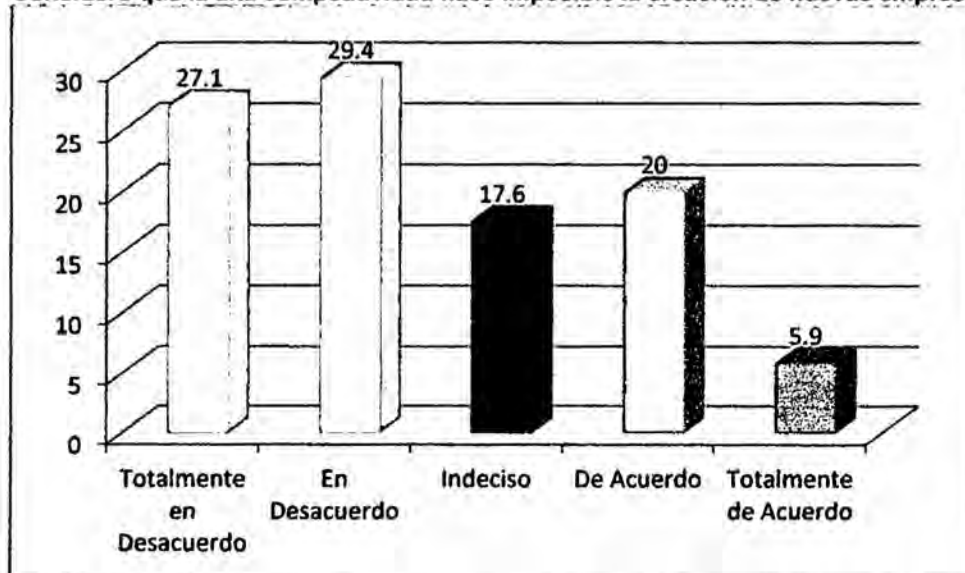
Cuadro N° 9.12

Considero que la alta competitividad hace imposible la creación de nuevas empresas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente en Desacuerdo	23	27.1	27.1	27,1
	En Desacuerdo	25	29.4	29.4	56,5
	Indeciso	15	17.6	17.6	74,1
	De Acuerdo	17	20	20	94,1
	Totalmente de Acuerdo	5	5.9	5.9	100,0
	Total	85	100,0	100,0	

Gráfico N° 9.12

Considero que la alta competitividad hace imposible la creación de nuevas empresas



Fuente: Propia

Elaboración: Propia

En cuanto al ítem Considero que la alta competitividad hace imposible la creación de nuevas empresas, se observa que 23 alumnos equivalente a 27.1% están totalmente en desacuerdo, 25 equivalente a 29.4% están en desacuerdo, 15 equivalente a 17.6% están indecisos, mientras que el 20% y el 5.9% están en acuerdo y totalmente de acuerdo.

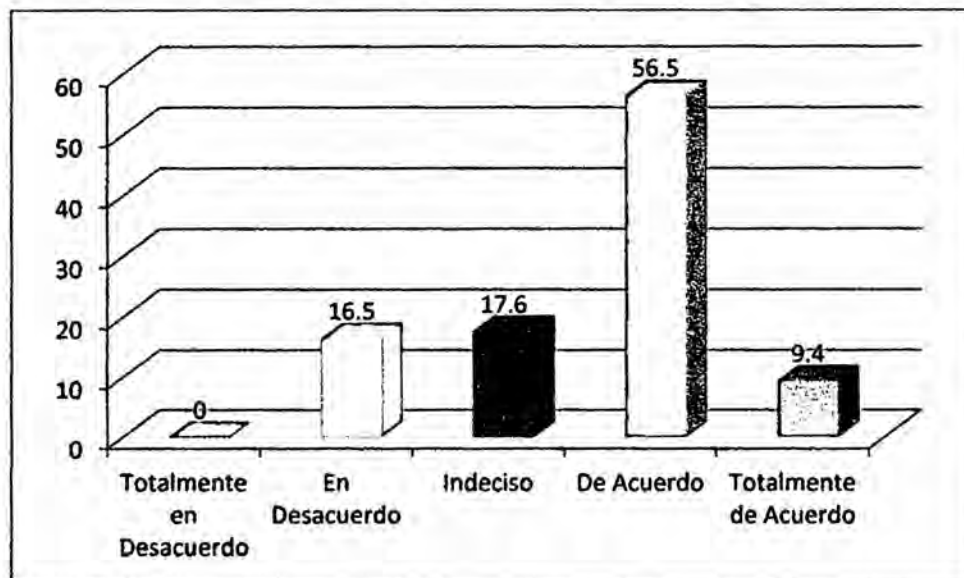
Cuadro N° 9.13

Dedico algún tiempo para investigar la viabilidad de un proyecto de negocio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente en Desacuerdo	0	0	0	0
	En Desacuerdo	14	16.5	16.5	16,5
	Indeciso	15	17.6	17.6	34,1
	De Acuerdo	48	56.5	56.5	90.6
	Totalmente de Acuerdo	8	9.4	9.4	100,0
	Total	85	100,0	100,0	

Gráfico N° 9.13

Dedico algún tiempo para investigar la viabilidad de un proyecto de negocio



Alvarez

Fuente: Propia
Elaboración: Propia

En cuanto al ítem Dedico algún tiempo para investigar la viabilidad de un proyecto de negocio, se observa que ningún alumno equivalente a 0% están totalmente en desacuerdo, 14 equivalente a 16.5% están en desacuerdo, 15 equivalente a 17.6% están indecisos, mientras que el 56.5% y el 9.4% están en acuerdo y totalmente de acuerdo.

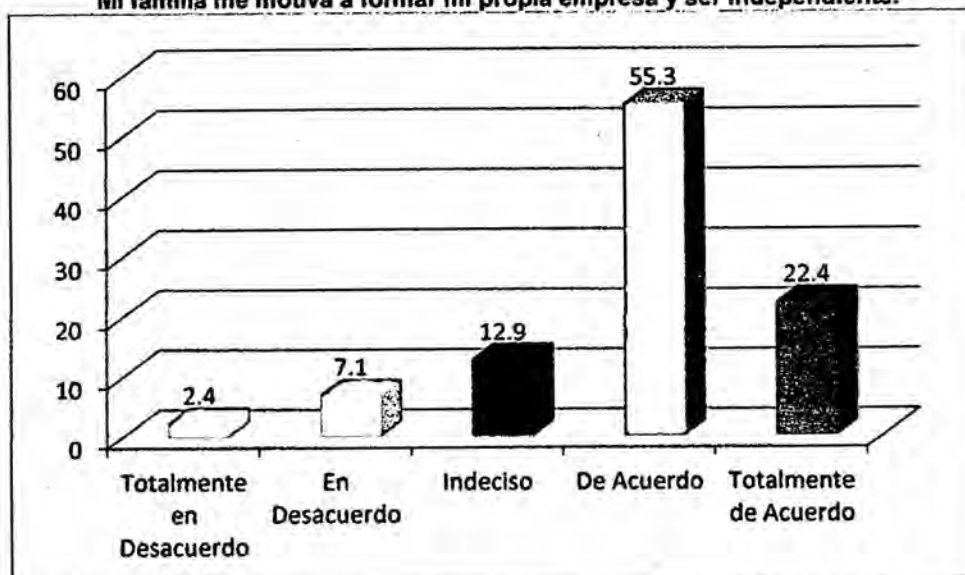
Cuadro N° 9.14

Mi familia me motiva a formar mi propia empresa y ser independiente.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente en Desacuerdo	2	2.4	2.4	2,4
	En Desacuerdo	6	7.1	7.1	9,5
	Indeciso	11	12.9	12.9	22,4
	De Acuerdo	47	55.3	55.3	77,7
	Totalmente de Acuerdo	19	22.4	22.4	100,0
	Total	85	100,0	100,0	

Gráfico N° 9.14

Mi familia me motiva a formar mi propia empresa y ser independiente.



Fuente: Propia

Elaboración: Propia

En cuanto al ítem Mi familia me motiva a formar mi propia empresa y ser independiente, se observa que 2 alumnos equivalente a 2.4% están totalmente en desacuerdo, 6 equivalente a 7.1% están en desacuerdo, 11 equivalente a 12.9% están indecisos, mientras que el 55.3% y el 22.4 % están en acuerdo y totalmente de acuerdo.

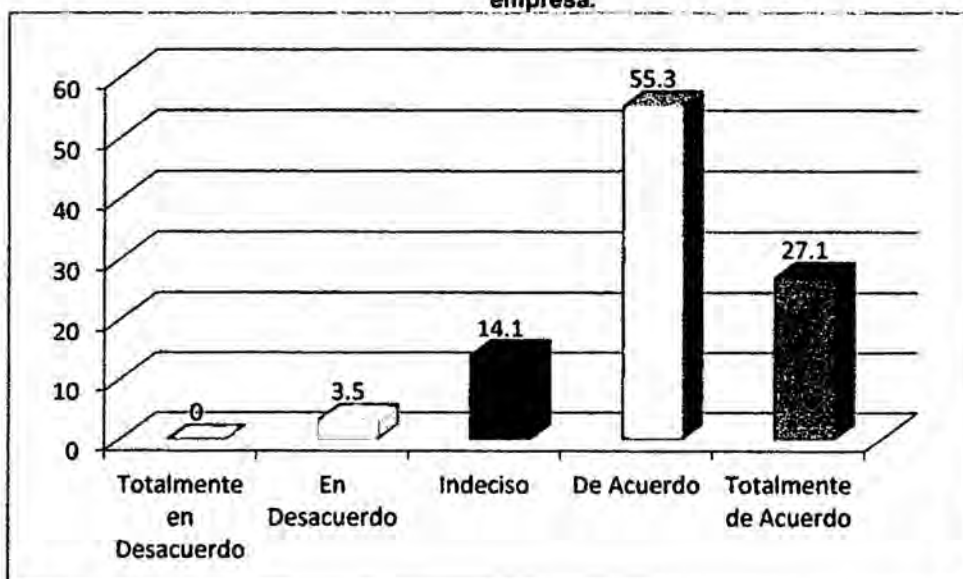
Cuadro N° 9.15

Pienso que las oportunidades del mercado peruano son idóneas para crear mi propia empresa.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente en Desacuerdo	0	0	0	0
	En Desacuerdo	3	3.5	3.5	3.5
	Indeciso	12	14.1	14.1	17,6
	De Acuerdo	47	55.3	55.3	72,9
	Totalmente de Acuerdo	23	27.1	27.1	100,0
	Total	85	100,0	100,0	

Gráfico N° 9.15

Pienso que las oportunidades del mercado peruano son idóneas para crear mi propia empresa.



Fuente: Propia

Elaboración: Propia

En cuanto al ítem Pienso que las oportunidades del mercado peruano son idóneas para crear mi propia empresa, se observa que ningún alumnos equivalente a 0% están totalmente en desacuerdo, 3 equivalente a 3.5% están en desacuerdo, 12 equivalente a 14.1% están indecisos, mientras que el 55.3% y el 27.1 % están en acuerdo y totalmente de acuerdo.

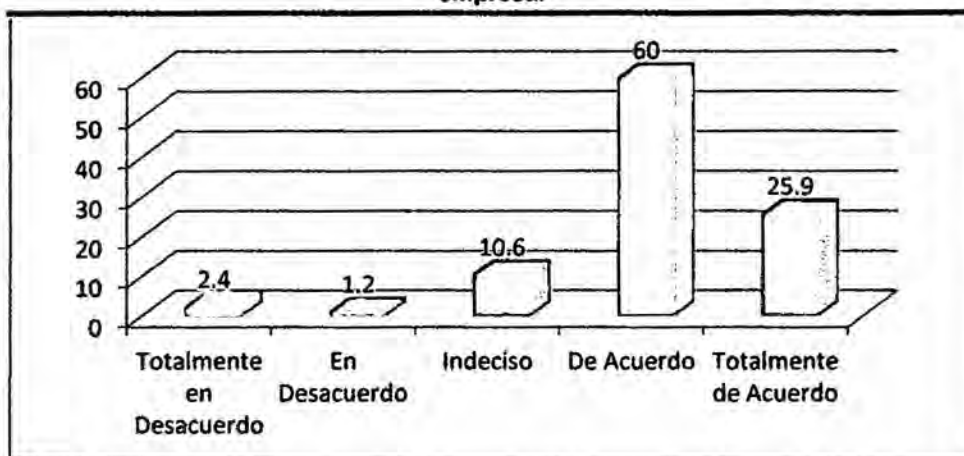
Cuadro N° 9.16

Me siento auto-motivado en tomar alguna acción encaminada a crear mi propia empresa.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente en Desacuerdo	2	2.4	2.4	2,4
	En Desacuerdo	1	1.2	1.2	3,6
	Indeciso	9	10.6	10.6	14,2
	De Acuerdo	51	60	60	74,2
	Totalmente de Acuerdo	22	25.9	25.9	100,0
	Total	85	100,0	100,0	

Gráfico N° 9.16

Me siento auto-motivado en tomar alguna acción encaminada a crear mi propia empresa.



Fuente: Propia

Elaboración: Propia

En cuanto al ítem Me siento auto-motivado en tomar alguna acción encaminada a crear mi propia empresa, se observa que 2 alumnos equivalente a 2.4% están totalmente en desacuerdo, 1 equivalente a 1.4% están en desacuerdo, 9 equivalente a 10.6% están indecisos, mientras que el 60% y el 25.9 % están en acuerdo y totalmente de acuerdo, lo cual representa que el 85.9% de alumnos se sienten auto-motivados en tomar alguna acción encaminada a crear su propia empresa.

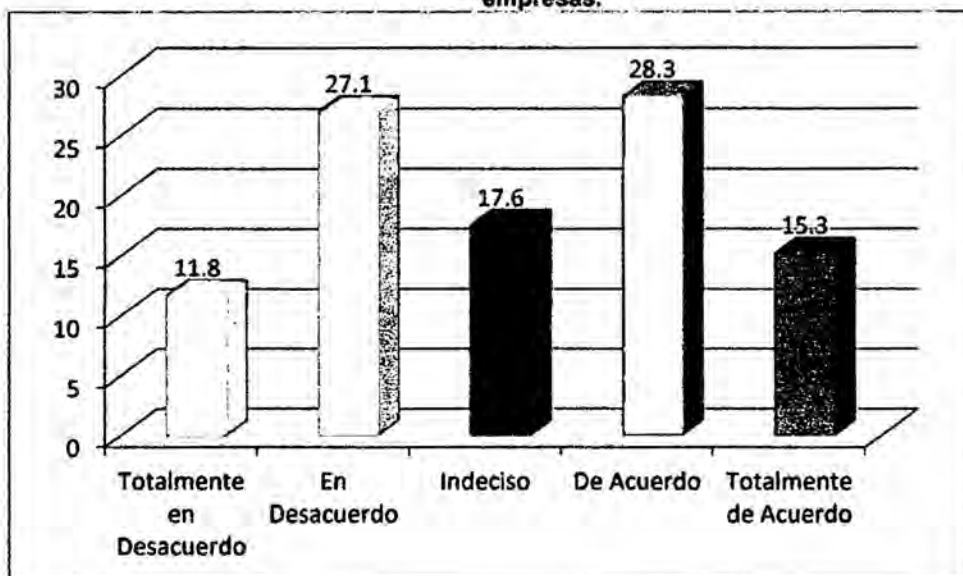
Cuadro N° 9.17

La falta de personal capacitado y calificado no es el principal obstáculo en la formación de empresas.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente en Desacuerdo	10	11.8	11.8	11.8
	En Desacuerdo	23	27.1	27.1	38,9
	Indeciso	15	17.6	17.6	56,5
	De Acuerdo	24	28.3	28.3	84,8
	Totalmente de Acuerdo	13	15.3	15.3	100,0
	Total	85	100,0	100,0	

Gráfico N° 9.17

La falta de personal capacitado y calificado no es el principal obstáculo en la formación de empresas.



Fuente: Propia

Elaboración: Propia

En cuanto al ítem La falta de personal capacitado y calificado no es el principal obstáculo en la formación de empresas, se observa que 10 alumnos equivalente a 11.8% están totalmente en desacuerdo, 23 equivalente a 27.1% están en desacuerdo, 15 equivalente a 17.6% están indecisos, mientras que el 28.3% y el 15.3% están en acuerdo y totalmente de acuerdo.

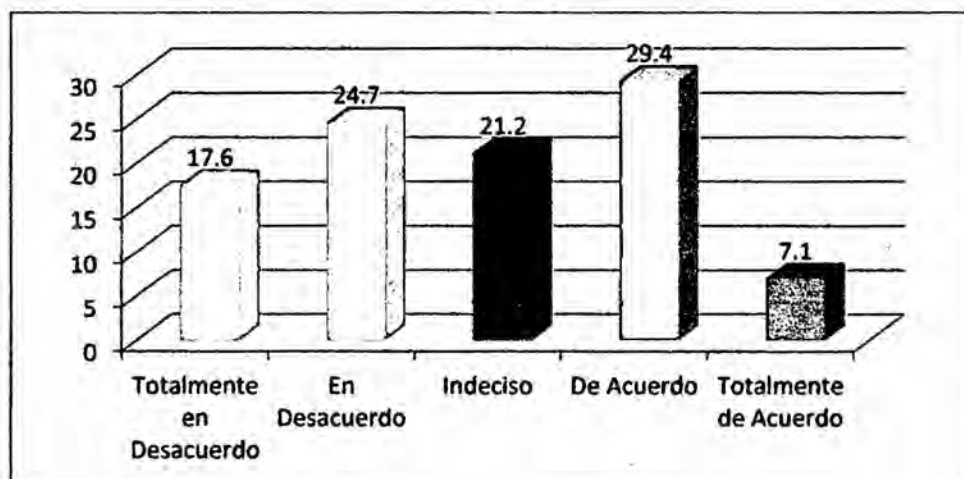
Cuadro N° 9.18

Considero que la currícula de la Facultad de Ciencias Administrativas está acorde a la creación de empresas.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente en Desacuerdo	15	17.6	17.6	17,6
	En Desacuerdo	21	24.7	24.7	42,3
	Indeciso	18	21.2	21.2	63,5
	De Acuerdo	25	29.4	29.4	92,9
	Totalmente de Acuerdo	6	7.1	7.1	100,0
	Total	85	100,0	100,0	

Gráfico N° 9.18

Considero que la currícula de la Facultad de Ciencias Administrativas está acorde a la creación de empresas.



Fuente: Propia

Elaboración: Propia

En cuanto al ítem Considero que la currícula de la Facultad de Ciencias Administrativas está acorde a la creación de empresas, se observa que 15 alumnos equivalente a 17.6% están totalmente en desacuerdo, 21 equivalente a 27.7% están en desacuerdo, 18 equivalente a 21.2% están indecisos, mientras que el 29.4% y el 7.1% están de acuerdo y totalmente de acuerdo.

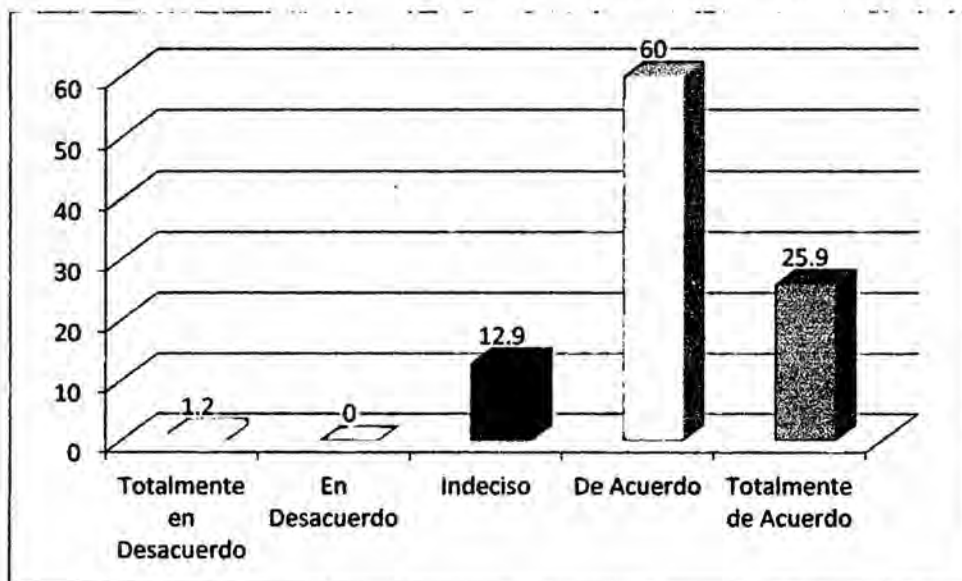
Cuadro N° 9.19

Me gusta participar entusiastamente en la elaboración de proyectos de negocios.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente en Desacuerdo	1	1.2	1.2	1,2
	En Desacuerdo	0	0	0	1,2
	Indeciso	11	12.9	12.9	14,1
	De Acuerdo	51	60,0	60,0	74,1
	Totalmente de Acuerdo	22	25.9	25.9	100,0
	Total	85	100,0	100,0	

Gráfico N° 9.19

Me gusta participar entusiastamente en la elaboración de proyectos de negocios



Fuente: Propia

Elaboración: Propia

En cuanto al ítem Considero Me gusta participar entusiastamente en la elaboración de proyectos de negocios, se observa que 1 alumno equivalente a 1.2% están totalmente en desacuerdo, ningún alumno equivalente a 0. % están en desacuerdo, 11 equivalente a 12.9% están indecisos, mientras que el 60% y el 25.9% están de acuerdo y totalmente de acuerdo.

Lo cual representa que más del 85% de alumnos participan entusiastamente en la elaboración d proyectos de negocios.

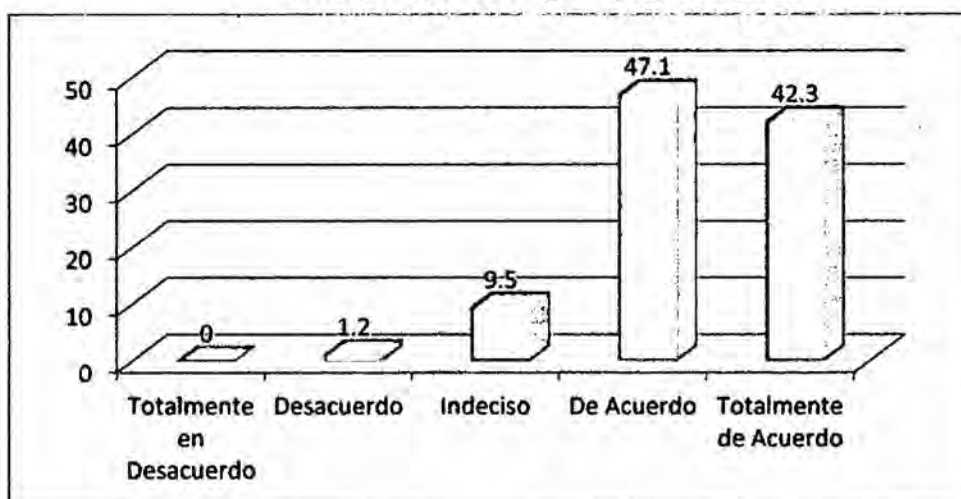
Cuadro N° 9.20

Me siento capaz de dirigir mi propia empresa.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente en Desacuerdo	0	0	0	0
	Desacuerdo	1	1.2	1.2	1,2
	Indeciso	8	9.5	9.5	10,7
	De Acuerdo	40	47.1	47.1	57,8
	Totalmente de Acuerdo	36	42.3	42.3	100,0
	Total	85	100,0	100,0	

Gráfico N° 9.20

Me siento capaz de dirigir mi propia empresa.



Fuente: Propia

Elaboración: Propia

En cuanto al ítem Me siento capaz de dirigir mi propia empresa, se observa que ningún alumno equivalente a 0 % están totalmente en desacuerdo, 1 equivalente a 1.2% están en desacuerdo, 8 equivalente a 9.5% están indecisos, mientras que el 47.1% y el 42.6% están de acuerdo y totalmente de acuerdo. Lo cual representa que el 89.4% de alumnos se sienten capaces de dirigir su propia empresa.

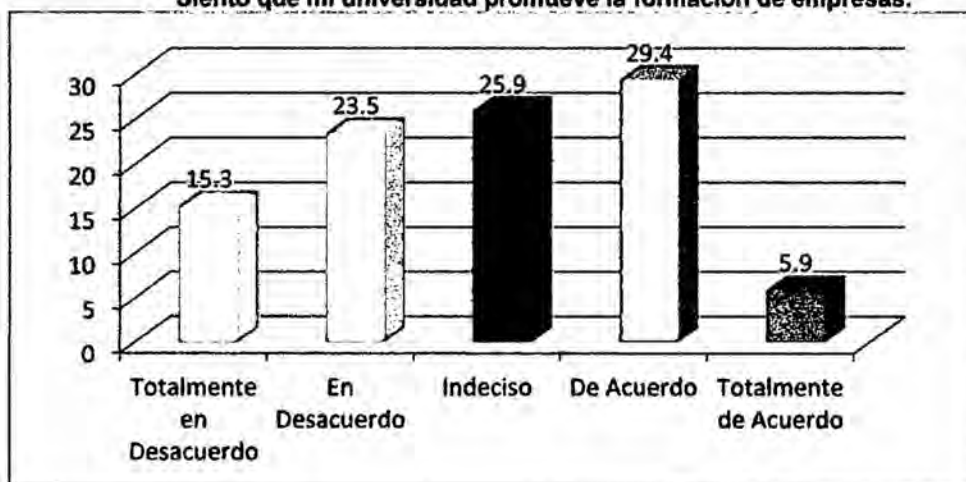
Cuadro N° 9.21

Siento que mi universidad promueve la formación de empresas.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente en Desacuerdo	13	15.3	15.3	15,3
	En Desacuerdo	20	23.5	23.5	38,8
	Indeciso	22	25.9	25.9	64,7
	De Acuerdo	25	29.4	29.4	94,1
	Totalmente de Acuerdo	5	5.9	5.9	100,0
	Total		85	100,0	100,0
Total					

Gráfico N° 9.21

Siento que mi universidad promueve la formación de empresas.



Alto o bajo

Fuente: Propia
Elaboración: Propia

En cuanto al ítem Siento que mi universidad promueve la formación de empresas, se observa que 13 alumnos equivalente a 15.3% están totalmente en desacuerdo, 20 equivalente a 23.5% están en desacuerdo, 22 equivalente a 25.9% están indecisos, mientras que el 29.4% y el 5.9% están de acuerdo y totalmente de acuerdo.

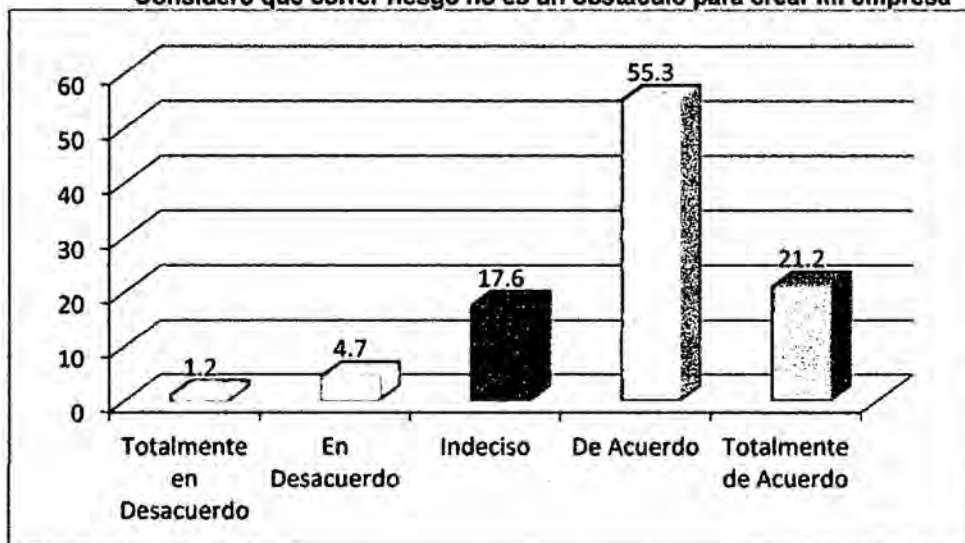
Cuadro N° 9.22

Considero que correr riesgo no es un obstáculo para crear mi empresa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente en Desacuerdo	1	1.2	1.2	1,2
	En Desacuerdo	4	4.7	4.7	5,9
	Indeciso	15	17.6	17.6	23,5
	De Acuerdo	47	55.3	55.3	78,8
	Totalmente de Acuerdo	18	21.2	21.2	100,0
	Total	85	100,0	100,0	
Perdidos	Sistema				
Total					

Gráfico N° 9.22

Considero que correr riesgo no es un obstáculo para crear mi empresa



Fuente: Propia

Elaboración: Propia

En cuanto al ítem Considero que correr riesgo no es un obstáculo para crear mi empresa, se observa que 1 alumno equivalente a 1.2% están totalmente en desacuerdo, 4 equivalente a 4.7% están en desacuerdo, 15 equivalente a 17.6% están indecisos, mientras que el 55.3% y el 21.2% están de acuerdo y totalmente de acuerdo.

Lo cual representa que más del 75% de alumnos consideran que corre riesgo no es un obstáculo para crear su empresa.

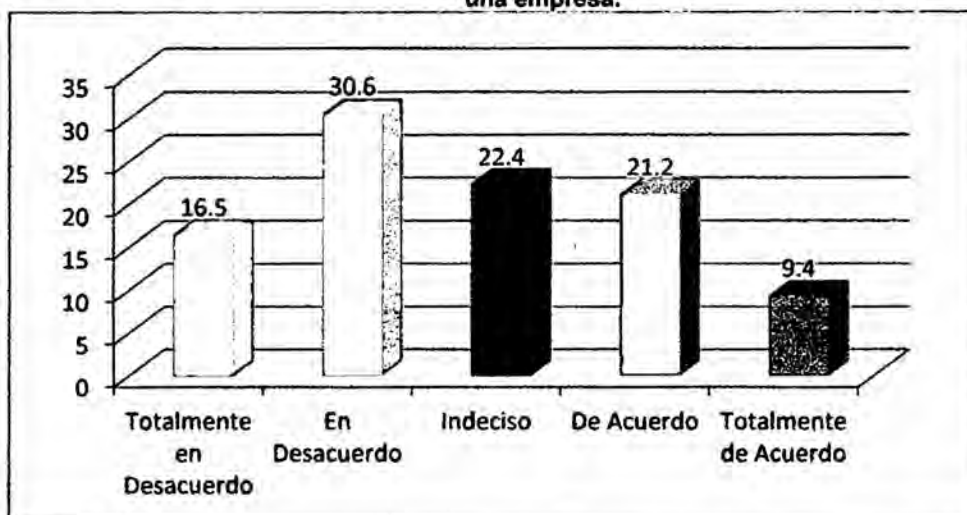
Cuadro N° 9.23

Por lo general pienso que los trámites legales son el mayor impedimento para emprender una empresa.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente en Desacuerdo	14	16.5	16.5	16,5
	En Desacuerdo	26	30.6	30.6	47,1
	Indeciso	19	22.4	22.4	69,5
	De Acuerdo	18	21.2	21.2	91,6
	Totalmente de Acuerdo	8	9.4	9.4	100,0
	Total	85	100,0	100,0	
Total					

Gráfico N° 9.23

Por lo general pienso que los trámites legales son el mayor impedimento para emprender una empresa.



Fuente: Propia

Elaboración: Propia

En cuanto al ítem Por lo general pienso que los trámites legales son el mayor impedimento para emprender una empresa, se observa que 14 alumnos equivalente a 16.5% están totalmente en desacuerdo, 26 equivalente a 30.6% están en desacuerdo, 19 equivalente a 22.4% están indecisos, mientras que el 21.2% y el 9.4% están de acuerdo y totalmente de acuerdo.

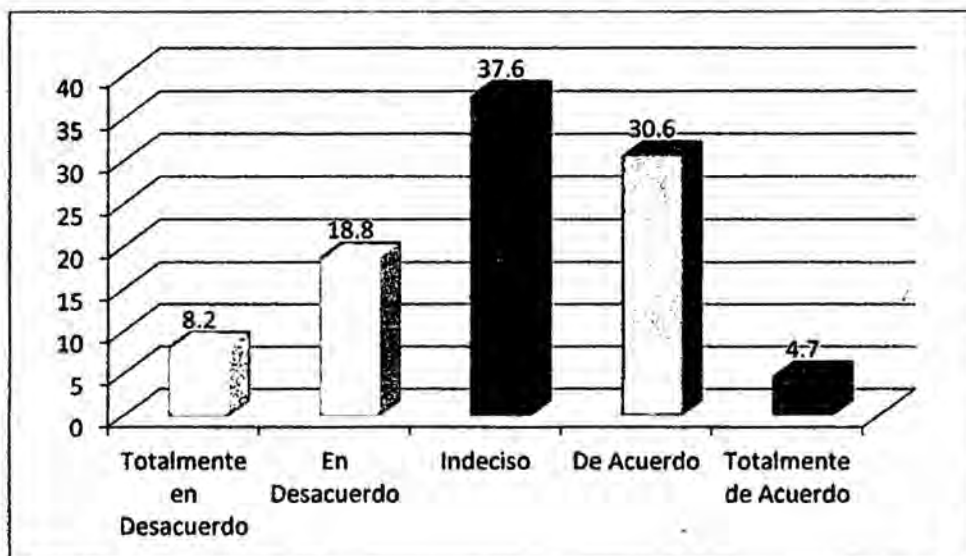
Cuadro N° 9.24

A menudo mis compañeros participan de manera activa en proyectos de negocios.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente en Desacuerdo	7	8.2	8.2	8,2
	En Desacuerdo	16	18.8	18.8	27,0
	Indeciso	32	37.6	37.6	64,6
	De Acuerdo	26	30.6	30.6	95,2
	Totalmente de Acuerdo	4	4.7	4.7	100,0
	Total	85	100,0	100,0	
Total					

Gráfico N° 9.24

A menudo mis compañeros participan de manera activa en proyectos de negocios.



Fuente: Propia

Elaboración: Propia

En cuanto al ítem A menudo mis compañeros participan de manera activa en proyectos de negocios, se observa que 7 alumnos equivalente a 8.2% están totalmente en desacuerdo, 16 equivalente a 18.8% están en desacuerdo, 32 equivalente a 37.6% están indecisos, mientras que el 30.6% y el 4.7% están de acuerdo y totalmente de acuerdo.

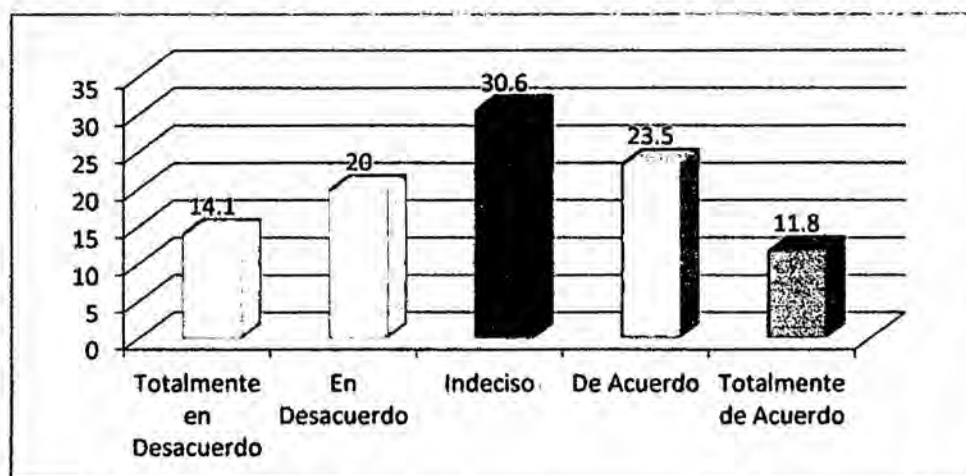
Cuadro N° 9.25

Los gobiernos no juegan un papel importante en la formación de empresas.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente en Desacuerdo	12	14.1	14.1	14,1
	En Desacuerdo	17	20	20	34,1
	Indeciso	26	30.6	30.6	64,7
	De Acuerdo	20	23.5	23.5	88,2
	Totalmente de Acuerdo	10	11.8	11.8	100,0
	Total	85	100,0	100,0	
Total					

Gráfico N° 9.25

Los gobiernos no juegan un papel importante en la formación de empresas.



Fuente: Propia

Elaboración: Propia

En cuanto al ítem Los gobiernos no juegan un papel importante en la formación de empresas, se observa que 12 alumnos equivalente a 14.1% están totalmente en desacuerdo, 17 equivalente a 20% están en desacuerdo, 26 equivalente a 30.6% están indecisos, mientras que el 23.5% y el 11.8% están de acuerdo y totalmente de acuerdo.

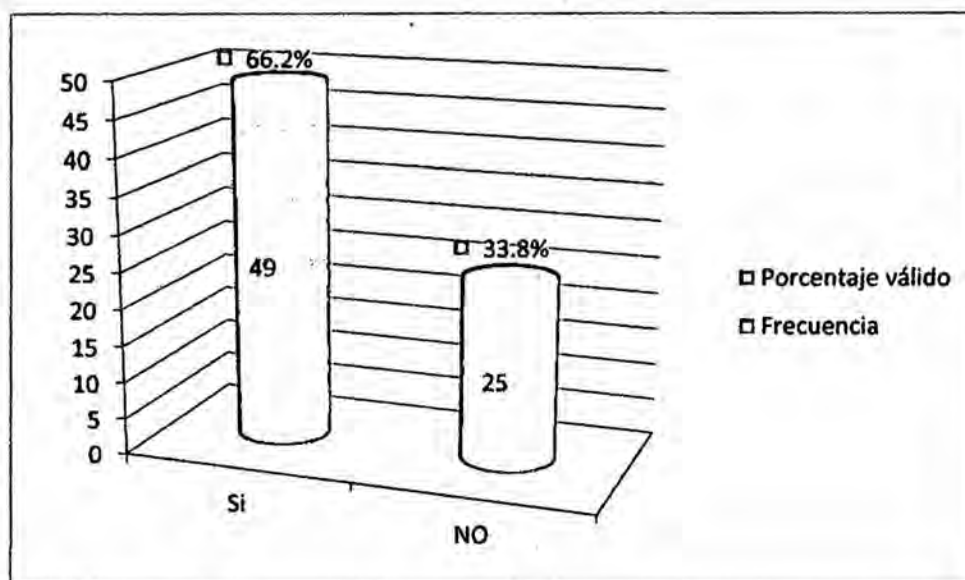
Cuadro N° 9.26

¿Has elaborado algún proyecto de negocio en la Universidad Nacional del Callao?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	49	56,4	66,2	66,2
	NO	25	30,8	33,8	100,0
	Total	74	87,2	100,0	
Perdidos	Sistema	11	12,8		
Total		85	100,0		

Gráfico N° 9.26

¿Has elaborado algún proyecto de negocio en la Universidad Nacional del Callao?



Fuente: Propia

Elaboración: Propia

A la pregunta si han elaborado algún proyecto de negocio en la Universidad Nacional del Callao respondieron que Si un 66.2% y un 33.8% digo que no habían realizado un proyecto de negocio en la Universidad Nacional del Callao.

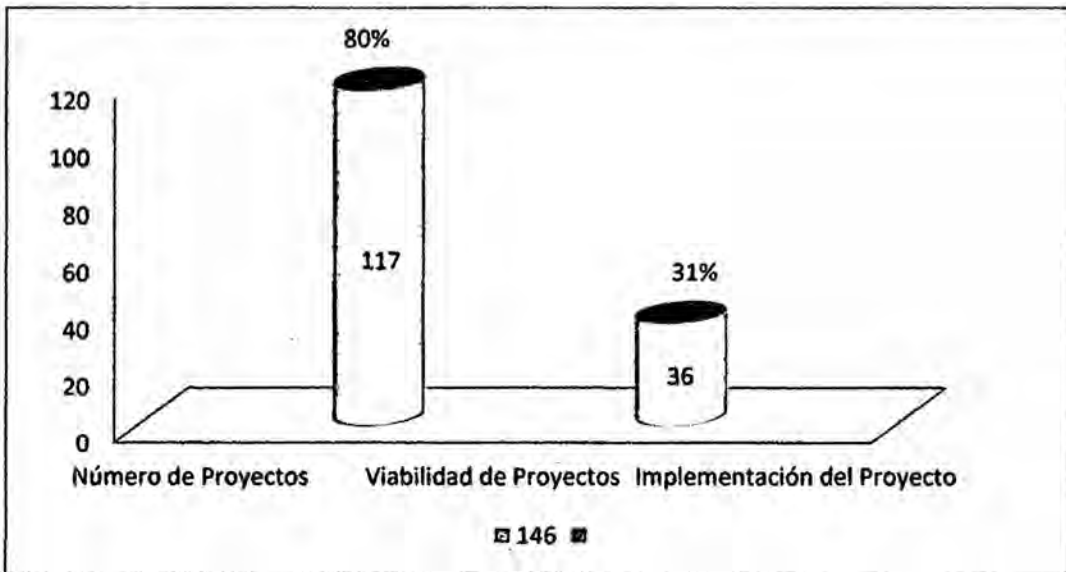
Cuadro N° 9.27

Proyectos Elaborados

	Cantidad	Porcentaje
Número de Proyectos	146	
Viabilidad de Proyectos	117	80%
Implementación del Proyecto	36	31%

Gráfico N° 9.27

Proyectos Elaborados



Handwritten signature

Fuente: Propia
Elaboración: Propia

La cantidad de proyectos elaborados por la Facultad de Ciencias Administrativas son un total de 146, de los cuales 117 proyectos que representan el 80% son viables; de estos 117 proyectos viables, 36 proyectos que representan el 31% se han logrado implementar.

Cuadro N° 9.28

¿Cuáles de estas acciones realiza la facultad de Ciencias Administrativas para fomentar la formación de empresas en los alumnos?

	Porcentaje
Actualización permanente de la currícula acorde a las exigencias del mercado	6.54
Creación de cursos especializados en formación de proyectos de negocio	8.42
Concursos de proyectos de negocios	11.21
Apoyo financiero, técnico o legal en la implementación de los proyectos de negocio de los alumnos	1.86
Talleres de emprendimiento empresarial	13.10
Simposio, conferencias o exposiciones sobre Emprendimiento empresarial	41.12
Ninguna de las Anteriores	17.75
	100.00

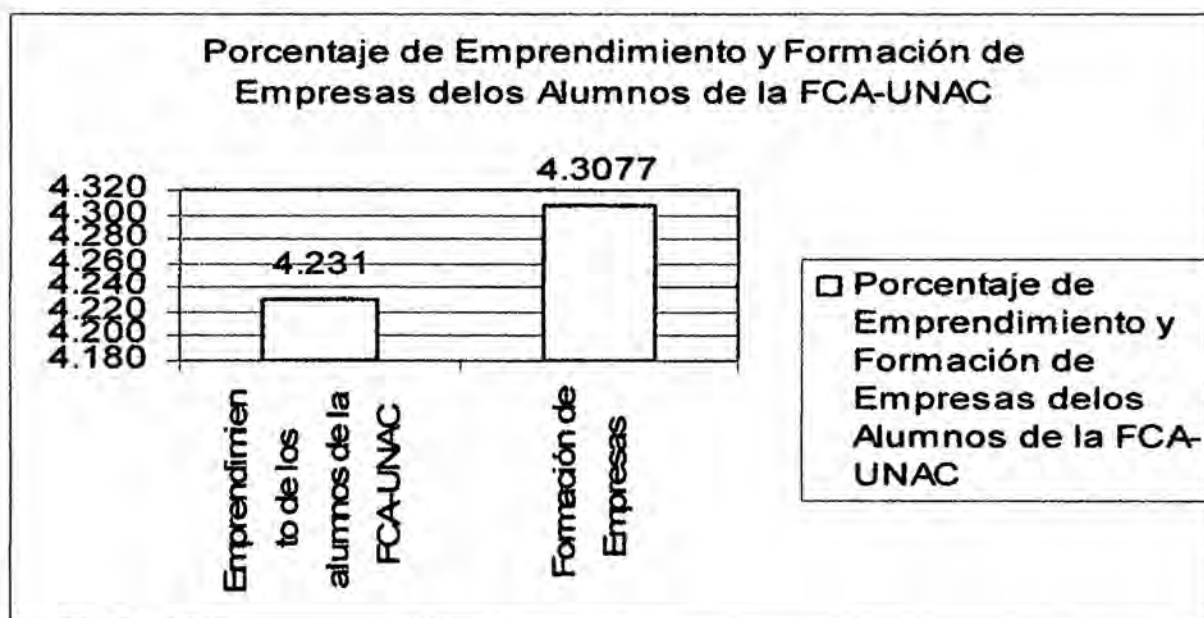
Fuente: Propia

Elaboración: Propia

M. C. 12

Correlación de Pearson

		Emprendimiento de los alumnos de la FCA-UNAC	Formación de Empresas
Emprendimiento de los alumnos de la FCA-UNAC	Correlación de Pearson	1	,635**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	156	156
Formación de Empresas	Correlación de Pearson	,635**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	156	156



Fuente: Propia
Elaboración: Propia

La correlación de Pearson es un índice que mide la relación lineal entre dos variables aleatorias cuantitativas en este caso el emprendimiento y la formación de empresas por lo cual salió el resultado de 0.635 que es correlación positiva en este caso, ya que se acerca a una correlación directa.

X ANEXOS

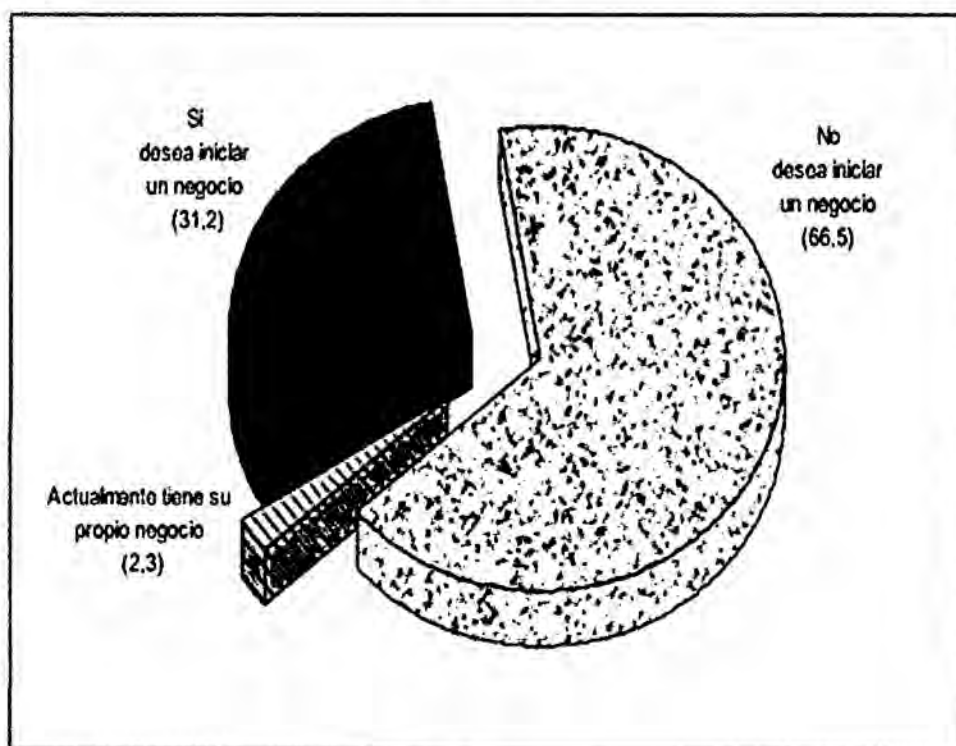
Handwritten signature

Encuesta nacional de Juventud Peruana 2011, perspectivas de los jóvenes de 15 a 29 años de edad, para iniciar un negocio o empresa, principales razones y disposición de medios económicos.

PERSPECTIVAS DE INICIAR UN NEGOCIO O EMPRESA

Los resultados obtenidos en la Primera Encuesta Nacional de la Juventud Peruana 2011, muestran que el 31,2% de los jóvenes entre 15 y 29 años de edad (ambos sexos), tienen la intención de crear un negocio o empresa en el corto plazo (próximos 12 meses).

GRÁFICO N° 1
PERÚ: PERSPECTIVA DE LA POBLACIÓN DE 15 A 29 AÑOS DE EDAD, POR INICIO DE UN NEGOCIO O EMPRESA, 2011
(Porcentaje)



Fuente: INEI - Primera Encuesta Nacional de la Juventud Peruana 2011

ACTIVIDADES DE EMPRENDIMIENTO GLOBAL

Actividades de Emprendimiento						
		Emprendimien tos nacientes	Propietarios de nuevos negocios	Actividad empresarial temprana	Propietarios de negocios establecidos	Discontinuación de empresas
Economías de Factores Básicos	Bangladesh	7.1	7.1	12.8	11.6	7.5
	Pakistán	7.5	1.7	9.1	4.1	1.6
	Venezuela	13.1	2.6	15.4	1.6	3.2
Economías de Factores de Eficiencia	Argentina	11.8	9.2	20.8	11.8	4.3
	Brasil	4.1	11	14.9	12.2	9.8
	Chile	14.6	9.6	23.7	7	6.0
	Colombia	15.2	0.7	21.4	7.5	6
	México	5.7	4	9.6	3	5
	Panamá	12	9.1	20.8	6	2.1
	Perú	17.9	5.4	22.9	5.7	5.1
	Uruguay	11	6	16.7	5.9	4.3
	China	10.1	14.2	24	12.7	5.3
	Tailandia	8.3	12.2	19.5	30.1	4.5
	Turquía	6.3	6	11.9	0	3.9
Economías de Factores de Innovación	Australia	6	4.7	10.5	9.1	4.3
	Alemania	3.4	2.4	5.6	5.6	1.8
	Japón	3.3	2	5.2	8.3	0.7
	Singapur	3.8	2.8	6.6	3.3	7.1
	Emiratos A.U.	3.7	2.6	6.2	2.7	4.8

Muñoz

Actitudes y Percepciones de Emprendimiento					
		Percepción de Oportunidades	Percepción de Capacidades	Temor al Fracaso	Intenciones de Emprendimiento
Economías de Factores Básicos	Bangladesh	64	24	72	25
	Pakistán	40	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 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

Handwritten signature

MATRIZ DE CONSISTENCIA

TITULO: "EL EMPRENDIMIENTO DE LOS ALUMNOS DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CALLAO EN LA FORMACIÓN DE EMPRESAS"

LIC. Alfonso S. Amable Farro

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLE INDEPENDIENTE	INDICADORES	METODOLOGIA
¿Qué grado de emprendimiento tienen los alumnos de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional del Callao en la formación de empresas?	Analizar el grado de interés de los alumnos de la FCA de la Universidad del Callao en la formación de empresas.	H _i : Los alumnos de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional del Callao tienen un alto grado de emprendimiento en la formación de empresas.	X= EMPRENDIMIENTO	X ₁ : Actitudes X _{1.1} : Automotivación X _{1.2} : Persistencia X _{1.3} : Autoconfianza X _{1.4} : Audacia al correr el riesgo	DISEÑO DE INVESTIGACION NO EXPERIMENTAL
PROB. ESPECÍFICOS	OBJ. ESPECÍFICOS	HIP. ESPECÍFICAS	VARIABLE DEPENDIENTE	INDICADORES	TIPO DE INVESTIGACIÓN
a) ¿Qué actitudes tienen los alumnos de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional del Callao para tener una conducta emprendedora?	a) Determinar las actitudes que tienen los alumnos de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional del Callao para tener una conducta emprendedora.	H ₂ Los alumnos de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional del Callao demuestran auto motivación, persistencia, auto confianza y audacia al correr riesgos para tener una conducta emprendedora.	Y= FORMACIÓN DE EMPRESAS	Y ₁ : Viabilidad Y _{1.1} : Recursos Y _{1.2} : Oportunidades Y ₂ : Deseo Percibido Y _{2.1} : Familia Y _{2.2} : Círculos de amistad Y _{2.3} : Entorno educativo Y _{2.4} : Entorno profesional	DESCRIPTIVA <u>NIVEL</u> TRANSECCIONAL CORRELACIONAL <u>MÉTODO</u> Deductivo
b) ¿Cómo la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional del Callao, promueve la formación de empresas en sus alumnos?	b) Corroborar como la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional del Callao promueve la formación de empresas en sus alumnos.	H ₃ La Universidad Nacional del Callao promueve la formación de empresas de los alumnos de la Facultad de Ciencias Administrativas por medio de la apertura a concursos de emprendimiento empresarial, la actualización de la currícula y cursos especializados.		TÉCNICAS E INSTRUMENTOS ENCUESTA CUESTIONARIO ESCALA DE LIKERT	POBLACIÓN: 110 PERSONAS MUESTRA NO PROBABILISTICA 85 PERSONAS