

**UNIVERSIDAD NACIONAL AMAZÓNICA DE MADRE DE DIOS**  
**FACULTAD DE ECOTURISMO**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS**  
**INTERNACIONALES**



**TESIS**

**“Competencias genéricas de emprendimiento en los  
estudiantes universitarios de la escuela profesional de  
administración y negocios internacionales de la Universidad  
Nacional Amazónica de Madre de Dios, 2018 - II”**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN  
ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**AUTORAS:**

Bach. YANCAPALLO PEÑA, Melina Daniela

Bach. UMIYAURI ALVARO, Yoni

**ASESORA:**

Mgt. TORREN MEDRANO, Ruth

Puerto Maldonado, 2020



**UNIVERSIDAD NACIONAL AMAZÓNICA DE MADRE DE DIOS**  
**FACULTAD DE ECOTURISMO**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS**  
**INTERNACIONALES**



**TESIS**

“Competencias genéricas de emprendimiento en los estudiantes universitarios de la escuela profesional de administración y negocios internacionales de la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios, 2018 - II”

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**AUTORAS:**

Bach. YANCAPALLO PEÑA, Melina Daniela

Bach. UMIYAURI ALVARO, Yoni

**ASESORA:**

Mgt. TORREN MEDRANO, Ruth

Puerto Maldonado, 2020

## **Dedicatoria**

La presente tesis lo dedico a nuestro Todopoderoso por haberme bendecido mi vida, proveyéndome de la fortaleza necesaria para continuar hacia adelante y no desfallecer ante las dificultades que se suscitaban, enseñándome a enfrentar a los infortunios y ni decaer en la prueba.

A mis familiares quienes por ellos me he esforzado para ser lo que soy. Para mi padre por ser mi soporte, aconsejándome y comprendiéndome, con su infinito amor, en momentos difíciles, dándome los recursos precisos para seguir estudiando. Me han fortalecido como persona, con valores, y principios que formaron mi carácter, haciendo de mí una mujer con voluntad, constancia, decisión para lograr mis metas.

A mis estimados amigos y compañeros, por su apoyo que me permitió formar parte de ellos.

### **Bach. Melina Daniela Yancapallo Peña**

Con especial cariño a mis padres por el apoyo brindado durante los años de estudio y el esfuerzo demostrado, se lo dedico también a mi hermana menor que con perseverancia y esfuerzo poco a poco logra sus objetivos.

A mis profesores por el esfuerzo en la enseñanza brindada y la exigencia demostrada durante mis años de estudio.

Finalmente, en especial a mi código de estudio 131360 colegas y futuros colegas.

### **Bach. Yoni Umiyauri Alvaro**

## **Agradecimientos**

Agradezco a Dios por la vida, fuerza y valor que me da, para poder culminar este trabajo.

También a los seres que más quiero en la vida mis padres, quienes a diario se esfuerzan mucho para hacernos estudiar y nos brindan su ayuda y apoyo incondicional, para así enorgullecernos con la culminación del presente.

A nuestra asesora por su apoyo intelectual, dedicándonos unos minutos en la aclaración de ciertos puntos de investigación.

**Bach. Melina Daniela Yancapallo Peña**

Agradecer a Dios por la salud y vida, por permitir la culminación exitosa de mi carrera profesional.

Un agradecimiento muy especial a mis amigas Lorena, Jazmin y Ester cuya amistad no pensé encontrar y, finalmente decir gracias por su amistad.

De manera especial, a nuestra asesora de tesis Mgt. Ruth Torren Medrano por sus conocimientos transmitidos, por la exigencia y apoyo para la realización de la presente tesis.

Finalmente, agradecer a los compañeros de la escuela profesional de Administración y Negocios Internacionales por su colaboración y apoyo para la realización de la presente investigación.

**Bach. Yoni Umiyauri Alvaro**

## Resumen

Esta investigación lo desarrollamos considerando diversas teorías y proyectos sobre competencia emprendedoras incluyendo definiciones y discernimientos para las capacidades genéricas de emprendimiento en los estudiantes universitarios de la escuela profesional de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios, periodo 2018 – II.

Se tuvo como objetivo general describir las competencias genéricas de emprendimiento desarrolladas por los estudiantes universitarios de la escuela profesional de Administración y Negocios Internacionales, periodo 2018-II.

Estimando que la universidad contribuye al progreso del emprendimiento de sus alumnos de la escuela profesional de Administración y Negocios Internacionales a través del desarrollo y potenciamiento de competencias, habilidades y destrezas por medio de la enseñanza, la investigación y su aplicación; para la formación de profesionales emprendedores que aprovechen de las oportunidades que brinda el mercado para la creación de empresas.

La creación de las empresas que trascienden y generan impacto económico, se originan cuando una persona de manera libre y espontánea concibe aprovechar oportunidades, realizando una buena investigación de mercado con el fin de tener ideas y conocimiento de las necesidades del mercado. Es así que las universidades generan este impacto económico y se ve reflejado en los futuros profesionales cuando se fortalece la capacidad emprendedora de los estudiantes por medio de capacitaciones y programas académicos; haciendo de ella una universidad que imparte la cultura emprendedora.

Para la presente investigación se aplicó la metodología descriptiva de corte transversal, siendo la población de 430 y la muestra elegida probabilísticamente sumó 204 estudiantes universitarios del periodo 2018-II, se utilizó la técnica de las encuestas, así como el instrumento del cuestionario con 35 preguntas, la Escala de Likert con cinco alternativas,

para determinar la validez de las competencias genéricas de emprendimiento en los estudiantes, quienes ofrecieron diversos conceptos y apreciaciones sobre la variable única, mediante la valoración de las dimensiones, dichos resultados han sido expuestos gráficamente y estadísticamente (programa SPSS) con sus pertinentes análisis.

Esta investigación concluye que, en la variable competencias genéricas de emprendimiento desde la perspectiva de los estudiantes de Administración y Negocios Internacionales el 60.8% de los estudiantes encuestados manifiestan un alto grado de competencias emprendedoras, un 31.4% regularmente, 5.9% muy alto grado y 2.0% manifiestan un bajo grado de competencias genéricas de emprendimiento, de lo anterior se concluye que en su mayoría los estudiantes perciben un nivel alto las competencias genéricas de emprendimiento.

Por último, la tesis culmina con aportaciones que fueron obtenidas como consecuencia del trabajo realizado.

***Palabras Clave:*** *Emprendimiento, capacidad emprendedora, Competencias genéricas de emprendimiento.*

## **Abstract y Keywords**

This research is developed considering various theories and projects on entrepreneurial competence including definitions and discernments for generic entrepreneurship competencies in university students of the professional school of Administration and International Business of the National Amazonian University of Madre de Dios, period 2018 - II.

The general objective was to describe the generic entrepreneurial skills developed by university students of the professional school of Administration and International Business, period 2018-II.

Believing that the university contributes to the advancement of the entrepreneurship of its students in the professional school of Administration and International Business through the development and enhancement of competences, abilities and skills through teaching, research and its application; for the training of entrepreneurial professionals who take advantage of the opportunities offered by the market for the creation of companies.

The creation of companies that transcend and generate economic impact, originate when a person freely and spontaneously conceives of taking advantage of opportunities, conducting good market research in order to have ideas and knowledge of the needs of the market. Thus, universities generate this economic impact and it is reflected in future professionals when the entrepreneurial capacity of students is strengthened through training and academic programs; making it a university that teaches entrepreneurial culture.

For the present investigation, the descriptive cross-sectional methodology was applied, with the population of 430 and the sample chosen probabilistically adding 204 university students from the 2018-II period, the survey technique was used, as well as the questionnaire instrument with 35 questions. , the Likert Scale with five alternatives, to determine the validity of generic entrepreneurship competencies in the students, who offered various concepts and insights on the single variable, by evaluating the dimensions, these results have been graphically and statistically exposed ( SPSS program) with its pertinent analyzes. This research concludes that, in the

generic entrepreneurial competencies variable from the perspective of Administration and International Business students, 60.8% of the surveyed students show a high degree of entrepreneurial competencies, 31.4% regularly, 5.9% very high grade and 2.0 % show a low degree of generic entrepreneurship skills, from the above it is concluded that most students perceive a high level of generic entrepreneurship skills.

Finally, the thesis culminates with contributions that were obtained as a consequence of the work carried out.

**Keywords:** *Entrepreneurship, entrepreneurial capacity, generic entrepreneurship competencies.*

## Índice de contenidos

Dedicatoria.....	i
Agradecimientos .....	ii
Resumen .....	iii
Abstract y Keywords .....	v
Índice de contenidos .....	vii
Índice de Tablas.....	x
Índice de Figuras .....	xi
Introducción .....	xii
<b>CAPÍTULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>13</b>
1.1. Descripción del problema .....	13
1.1.1. Nivel Internacional.....	13
1.1.2. Nivel Nacional .....	17
1.1.3. Nivel Local.....	19
1.2. Formulación del problema .....	21
1.2.1. Problema General: .....	21
1.2.2. Problemas Específicos:.....	21
1.3. Justificación e Importancia.....	21
1.4. Objetivos.....	22
1.4.1. Objetivo General: .....	22
1.4.2. Objetivos Específicos: .....	22
1.5. Variable de investigación.....	23
1.5.1. Identificación de variables e indicadores.....	23
1.5.2. Operacionalización de variables.....	24

1.6.	Consideraciones éticas.....	26
2.	CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....	27
2.1.	Antecedentes de la investigación .....	27
2.1.1.	Nivel internacional .....	27
2.1.2.	Nivel Nacional .....	31
2.1.3.	Nivel Local.....	33
2.2.	Marco teórico .....	35
2.2.1.	Competencias emprendedoras .....	35
2.2.2.	Educación Emprendedora.....	44
2.2.3.	Relacionando aprender haciendo con definiciones amplias de ser emprendedor .....	52
2.2.4.	Proceso de desarrollo de competencias empresariales .....	64
2.3.	Marco conceptual .....	73
3.	CAPITULO III: METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN.....	76
3.1.	Tipo de investigación .....	76
3.2.	Diseño de investigación.....	76
3.3.	Delimitación espacial y temporal .....	76
3.4.	Población y muestra .....	76
3.4.1.	Población .....	76
3.4.2.	Muestra .....	77
3.5.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	78
3.5.1.	Métodos y técnicas.....	78
3.5.1.1.	Métodos .....	78
3.5.1.2.	Técnicas.....	78
3.5.2.	Instrumentos .....	78
▪	Validez del instrumento .....	79
▪	Confiabilidad de instrumentos .....	79

4. CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	81
4.1. Procesamiento, análisis, interpretación y discusión de resultados .	81
4.2. Análisis descriptivo:.....	81
4.3. Análisis inferencial: variable competencias emprendedoras por género y edad.....	89
CONCLUSIONES .....	93
RECOMENDACIONES.....	95
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	97
ANEXOS .....	100
Anexo 1: Matriz de consistencia .....	100
Anexo 2: Instrumento.....	102
Anexo 3: Solicitud de autorización para realización de estudio .....	105
Anexo 4: Consentimiento informado.....	106
Anexo 5: Solicitud de validación de instrumento .....	107
Anexo 6: Ficha de validación.....	113
Anexo 7: Validación de instrumento .....	122

## Índice de Tablas

Tabla 01 Definición de la variable de estudio .....	23
Tabla 02 Operacionalización de la variable .....	24
Tabla 03 Criterios éticos de la investigación .....	26
Tabla 04 Definiciones de competencias en diverso países .....	72
Tabla 05 Formato de respuestas tipo Likert.....	79
Tabla 06 Escala del nivel de confiabilidad de los instrumentos .....	80
Tabla 07 Escala de interpretación.....	82
Tabla 08 Distribución de variable competencias genéricas de emprendimiento .....	82
Tabla 09 Distribución de dimensión interpersonal .....	83
Tabla 10 Distribución de dimensión interpersonal por indicadores .....	84
Tabla 11 Distribución de dimensión sistémica .....	85
Tabla 12 Distribución de dimensión sistémica por indicadores.....	86
Tabla 13 Distribución de dimensión instrumentales.....	87
Tabla 14 Estimación del nivel predominante de la variable competencias genéricas de emprendimiento.....	88
Tabla 15 Distribución de las competencias genéricas de emprendimiento por género.....	90
Tabla 16 Prueba de hipótesis: competencias genéricas de emprendimiento por género .....	90
Tabla 17 Distribución de las competencias genéricas de emprendimiento por edad.....	91
Tabla 18 Prueba de hipótesis: competencias emprendedoras por edad .....	92

### Índice de Figuras

Figura 1. Clasificación de las competencias .....	36
Figura 2. Distribución de variable competencias genéricas de emprendimiento .....	83
Figura 3. Distribución de dimensión interpersonales .....	84
Figura 4. Distribución de dimensión: interpersonal por indicadores.....	85
Figura 5. Distribución de dimensión sistémica .....	86
Figura 6. Distribución de dimensión interpersonal por indicadores.....	87
Figura 7. Distribución de dimensión instrumentales.....	88
Figura 8. Estimación del nivel predominante de la variable competencias genéricas de emprendimiento.....	89
Figura 9. Competencias genéricas de emprendimiento por género.....	91
Figura 10. Competencias genéricas de emprendimiento por género.....	92

## Introducción

El tema del emprendimiento debe abarcar mayor importancia en las universidades tanto públicas como privadas, así como en los demás niveles educativos de nuestro país. Espíritu Olmos, González Sánchez, & Alcaraz Vera, Desarrollo de competencias emprendedoras: un análisis explicativo con estudiantes universitarios, (2012) señala que la generación de fuentes de empleo, es un tema interesante que podría ayudar a superar la crisis laboral como consecuencia de la coyuntura económica que aquejan a diversos países. Siendo necesario el surgimiento de nuevas iniciativas de emprendimiento que es la mejor forma de generar nuevos puesto de trabajo. (pág. 30)

. Según (Toca Torres, 2010) un emprendedor asume riesgos, persigue algún beneficio; innova, identifica y crea oportunidades; establece y coordina nuevas combinaciones de recursos; y concibe nuevas formas de hacer las cosas. El impulso económico de un país depende de personas emprendedoras con la capacidad para idear soluciones competitivas e innovadoras, que impulsen el desarrollo de nuevas formas de progreso e impacten en el desempeño económico local, regional y nacional.

En el Perú el emprendimiento empresarial comienza a surgir a partir de la década de los 90, esto se da por la necesidad de la crisis económica durante esa época.

(Hincho Sallo & Mamani Huanaco, 2018) Resalta que el emprendimiento empresarial permite realizar un estudio desde un punto de vista académico para fomentar el emprendimiento, contribuyendo así a la renovación y fortalecimiento del sector empresarial en nuestra región (Madre de Dios), promoviendo el desarrollo a partir de la innovación y también los grandes desafíos que debe superar para alcanzar el anhelado crecimiento económico sostenible para las empresas.

## **CAPÍTULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

### **1.1. Descripción del problema**

#### **1.1.1. Nivel Internacional**

La incertidumbre es inherente a cualquier acción empresarial (Knight, 1921; McKelvie, Haynie y Gustavsson, 2009). Las actividades de nueva actividad económica requieren capacidad de las personas para emitir juicios cuando la información sobre una situación es indescifrable (Foss y Klein, 2007). Esta habilidad es crucial en el logro del éxito empresarial. Las investigaciones existentes han establecido que las personas competentes poseen habilidades para lidiar con tales situaciones (Gustafsson, 2004; Mitchell, 1994; Sarasvathy, 2008). Por ejemplo, Gustafsson (2004) encontró que los emprendedores expertos han desarrollado la capacidad de adaptar su decisión haciendo estilo a la tarea en cuestión. Por otro lado, Sarasvathy y sus colegas propusieron que los emprendedores expertos sean impulsados por una lógica efectiva lo que presupone que, en la medida en que puedan controlar el futuro, no necesitan predecirlo (Dew, Read, Sarasvathy y Wiltbank, 2009; Sarasvathy, 2001, 2008). Esto significa que los empresarios competentes participan en acciones que ayudan ellos para propagar un ambiente que puedan usar para su ventaja. Contrariamente a esta lógica, se ha encontrado que las acciones de los novatos siguen una lógica causal bastante rígida, que supone esfuerzos para predecir el futuro. Estos hallazgos sugieren que existen diferencias entre emprendedores expertos y novatos y que estos surgen como resultado de una participación intencional prolongada con acción emprendedora, en otras palabras, parece que los emprendedores desarrollan competencias empresariales a lo largo del tiempo.

Otras investigaciones se han centrado en explorar qué habilidades son fundamentales para la acción emprendedora exitosa. Por ejemplo, Chandler y Jansen (1992) han propuesto que la capacidad de identificar y buscar una oportunidad constituya el núcleo de la competencia empresarial. Argumentaron que esta competencia es inherente al papel que desempeña el emprendedor en la sociedad. Para esto, Erikson (2002) agregaron la capacidad gerencial de adquirir y utilizar los recursos necesarios para buscar la oportunidad, argumentando que el emprendimiento exitoso requiere ambos. Del mismo modo, Johannisson (1993) sugirió que la competencia empresarial debe verse como una competencia organizativa porque requiere emprendedores con capacidad de trabajar con varias constelaciones de recursos y señales ambientales, darles sentido y poder crear nuevos marcos de medios y fines.

El surgimiento posterior de una nueva actividad económica (Davidsson, 2004; Wiklund, Davidsson, Audretsch y Karlsson, 2011) a menudo también se guían por factores situacionales como mercados, clientes, inversores o relaciones sociales.

La situacional resultante indica que la integración enfatiza la necesidad de desarrollar una habilidad para relacionarse con el medio ambiente (Johannisson, 1991). Por lo tanto, comprender los componentes de la competencia empresarial requiere una exploración de la cognición y la motivación de las personas emprendedoras en el contexto de sus actividades cotidianas.

Los últimos años se ha visto un mayor interés en explorar el aprendizaje emprendedor. Por ejemplo, se ha demostrado que el conocimiento previo y la experiencia puede facilitar la identificación de ideas de negocios (Ardichvili, Cardozo y Ray, 2003; Gaglio y Katz, 2001; Shane, 2000) y que la adquisición y el desarrollo de tipos específicos de conocimiento pueden ser cruciales para un desarrollo intencionado de nuevas ideas (Choi y Shepherd, 2004; Shane, 2003).

Sin embargo, el mero conocimiento puede ser insuficiente y la capacidad de usar el nuevo el conocimiento adquirido se vuelve crucial

(Corbett, 2005, 2007). Se sostiene que al transformar la experiencia en nuevos conocimientos, los individuos se benefician al obtener la capacidad de descubrir nuevos resultados de su aprendizaje.

En consecuencia, se demuestra que se puede enseñar y desarrollar la competencia empresarial (Mitchell y Chesteen, 1995; Read y Sarasvathy, 2005; Sarasvathy, 2008) y con su desarrollo, la propensión a identificar nuevas oportunidades y comprometerse en la acción empresarial la cual aumentaría.

Argumentar que la acción en condiciones de incertidumbre es una característica definitoria de emprendimiento (cf. McMullen & Shepherd, 2006; Sarasvathy, 2001), y proponer que explorar efectivamente el proceso de desarrollo de competencias requiere la inclusión y consideración de los factores desencadenantes (ejemplo, intencionalidad) y resultados esperados (es decir, previsión).

La interacción entre estos factores proporciona un rico contexto contextual para el juicio del empresario y la posterior toma de decisiones y, por lo tanto, permite una exploración de los cambios en la cognición del emprendedor a lo largo del tiempo. Esto proporciona un modelo que refleja la complejidad y la interdependencia entre diferentes elementos, y abarca la incertidumbre inherente de la iniciativa empresarial a través de la acción. Al adoptar este enfoque, ilustramos cómo los desencadenantes y las consecuencias están relacionadas y cómo contribuyen a una más integral teoría.

Mantener que la literatura producida hasta la fecha sobre competencia empresarial y aprendizaje empresarial sigue siendo poco teorizada. Tanto el proceso de aprendizaje y los factores contextuales que lo afectan permanecen poco especificados en la literatura existente. Los factores afectan el desarrollo de la competencia empresarial, específicamente, cómo la orientación a objetivos, el acceso a modelos a seguir y una identidad profundamente arraigada y las creencias sobre el control de la acción interactúan entre sí y afectan el proceso. Al ver el desarrollo de competencias como un proceso continuo, también se discute las consecuencias del logro de la

competencia; en particular, cómo su surgimiento afecta las aspiraciones futuras de una mayor competencia en el dominio, así como la percepción del yo.

El interés en comprender cómo los emprendedores desarrolla su emprendimiento y si su competencia se traduce posteriormente en volverse exitoso es impulsado tanto teórica como empíricamente, incluso si un interés en el aprendizaje empresarial ha estado creciendo y resultó en una serie de estudios que analizan este fenómeno y muchos aspectos del proceso de aprendizaje siguen siendo terrenos vírgenes, que no todos aprenden y que la experiencia pasada no necesariamente es un buen predictor de desempeño; o que las redes sociales ayudan pero no todos las utilizan. Sobre la base de percepciones del emprendimiento y el aprendizaje en un intento de extender la teoría existente y / o generar una nueva teoría con el objetivo de ayudar a avanzar en el campo del emprendimiento y en particular nuestra comprensión del papel del emprendedor en el proceso emprendedor.

Se dice que lo mejor de los dos mundos conduce al éxito a largo plazo de la organización empresarial, esto significa que los empresarios necesitan competencias de gestión para desarrollar sus empresas y los gerentes necesitan competencias empresariales para llevar a sus organizaciones al éxito. ¿Qué pasaría si uno pudiera descubrir cuáles son las competencias que tanto empresarios como gerentes tienen y necesitan, para alcanzar sus objetivos y tener éxito? Seguramente significaría que muchos podría beneficiarse sabiendo qué competencias necesitan tener y adquirir. Los emprendedores tienen mucha moda y las empresas quieren ser más emprendedores y presumiblemente tienen gerentes que son más emprendedores también. Por eso pensamos que es extremadamente importante para los gerentes actuales y futuros saber qué competencias empresariales deberían valorar y tratar de adquirir.

En Suramérica en el ranking 2016, los que generan menor índice de competitividad son Argentina (puesto 106), Bolivia (puesto

117), Paraguay (puesto 118), Guyana (puesto 121), y Venezuela (puesto 132). Perú se sitúa en el puesto 69, indicándonos que tenemos las competencias necesarias para poder emprender, la cual se encuentra estrechamente ligada a las competencias que se imparten en los centros de educación superior.

### **1.1.2. Nivel Nacional**

Para la universidad actual, cada vez más centrada en la atención del estudiante como persona que se construye en el proceso de aprendizaje profesional, la formación humanística de profesionales competentes y comprometidos con el desarrollo social constituye una preocupación y un motivo del que ocuparse. La simple idea de que un profesional competente es aquel que posee los conocimientos y habilidades que le posibilitan desempeñarse con éxito en una profesión específica ha quedado atrás, sustituida por la comprensión de la competencia profesional como fenómeno complejo, que expresa las potencialidades de la persona para orientar su actuación en el ejercicio de la profesión con iniciativa, flexibilidad y autonomía, en escenarios heterogéneos y diversos, a partir de la integración de conocimientos, habilidades, motivos y valores que se expresan en un desempeño profesional eficiente, ético y de compromiso social.

Los alumnos adquieren una serie de conocimientos generales en un determinado ámbito de estudio, el cual debería garantizar la formación de un conjunto de competencias personales suficientes, tanto desde el punto de vista científico y técnico, como ético y social, que representan las denominadas enseñanzas básicas y de formación general. Pero ello, en la actualidad no se viene dando de forma óptima, puesto que la entidad educativa no cuenta con egresados ubicados en posiciones expectantes de la región, existe una carencia de laboratorios que garanticen una enseñanza de calidad, y su plana docente no cuenta en su mayoría con grados académicos de posgrado, entre otros.

El estudio “Brechas para el emprendimiento del Observatorio de la Alianza del Pacífico” presentado por ASEP – Asociación de Emprendedores de Perú y Empeñe UP<sup>1</sup> revela que la falta de acceso a financiamiento y apoyo del estado se mantienen como los grandes obstáculos para cumplir este sueño de la empresa propia. El estudio fue realizado en 2018 en Chile, Colombia, México y Perú (países en los cuales la micro y pequeña empresa supera el 95% del total) con el fin de conocer el ecosistema emprendedor, así como las dificultades que enfrentan los micro y pequeños empresarios en su desarrollo.

El estudio realizado por la universidad Esan (2018)<sup>2</sup> publicado por el diario el Comercio considera la percepción de existencia de oportunidades, conocimientos, habilidades y experiencia para explotarlas de manera exitosa, en el índice del espíritu emprendedor. Son 54 países provenientes de cinco continentes los que participaron en esta edición. Según el estudio el Perú ocupa el primer lugar en cuanto al índice de espíritu emprendedor en Latinoamérica y quinto a nivel mundial con un valor de 0,37 puntos, según el informe del Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Este resultado se encuentra muy por encima del promedio de la región (0,10). Colombia (0,29), Chile y Ecuador (0,28) ocupan la segunda y tercera posición. La percepción optimista del peruano sobre el espíritu emprendedor se materializa en los elevados valores que alcanzan sus percepciones sobre la existencia de oportunidades (56%), los conocimientos y habilidades previas para emprender (68%) y el bajo miedo al fracaso (31%). Pese al alto nivel de intención a emprender, ello solo refleja la predisposición para poner en marcha una iniciativa, no la disposición para identificar oportunidades y sacarlas adelante, destacó Carlos Guerrero, investigador del equipo GEM peruano. El informe también revela que el 43% de los peruanos están dispuestos a iniciar un

---

<sup>1</sup> Brechas para el emprendimiento del Observatorio de la Alianza del Pacífico” presentado por ASEP – Asociación de Emprendedores de Perú y Empeñe UP, <https://asep.pe/index.php/43-de-peruanos-planea-emprender-en-los-proximos-3-anos/>

<sup>2</sup> <https://elcomercio.pe/economia/peru/peru-quinto-pais-emprendedor-mundo-noticia-532878>

negocio en los próximos tres años. Con este resultado, el Perú ocupa la posición seis en cuanto a intención de emprender en la región. Colombia lidera el ranking latinoamericano con 53% seguido de Ecuador con 48%. Asimismo, el estudio detalla que en el Perú el 65% está de acuerdo que emprender un negocio es una elección de carrera profesional deseable; el 63% señala que quienes tienen éxito al emprender un negocio gozan de estatus y respeto y el 75% indican que a menudo se habla de emprendedores que han tenido éxito en los medios de comunicación.

### **1.1.3. Nivel Local**

En Madre de Dios la esperanza de vida de las pequeñas y medianas organizaciones está condicionada por la inadecuada capacitación, y escasa práctica empresarial acorde a las exigencias del mercado. La inobservancia de las disposiciones legales en su constitución, genera en muchos casos diversas frustraciones, por la falta de conocimientos y la evasión de impuestos, generándoles grandes sanciones económicas de las entidades reguladoras. Otra dificultad importante en los pequeños emprendedores es la incorrecta inversión, que en muchos casos no logra recuperar su capital, por las malas decisiones tomadas por la escasa información y conocimiento en el emprendimiento realizado.

Un aspecto más a considerar es que el emprendedor descubre la oportunidad y crea una empresa, poniéndose al frente de ella, beneficiándose a sí mismo así como a la colectividad, casi inmediatamente después otras personas crean empresas similares sin conocer su funcionamiento, haciéndolo por necesidad, generando un problema más.

En Madre de Dios existen 5 universidades: la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios (UNAMAD), Universidad Andina del Cusco - Filial Puerto Maldonado (UAC), Universidad Nacional San Antonio Abad de Cusco (UNSAAC), Universidad Alas Peruanas – Filial Puerto Maldonado (UAP) y la Universidad Privada TELESUP, tienen pocos años de funcionamiento, debido a ello tienen poco fomento del emprendimiento en la cual solo 3 de ellos ofrecen carreras de administración. Considerando esta perspectiva, es preciso priorizar el impulso para desarrollar y fortalecer estas

competencias, basados en conocimientos, experiencias, para que los alumnos adquieran capacidades para detectar oportunidades y aprovecharlas con los saberes a proporcionarles en la universidad.

En ese contexto, la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios debe tomar en cuenta la generación de Competencias de Emprendimiento y tenga como finalidad inculcar en la mentalidad de los estudiantes para que puedan adquirir y desarrollar destrezas, habilidades y competencias para poder mejorar su desempeño de forma efectiva en cualquier actividad, considerando que hasta el momento es muy escasa esta práctica en nuestra universidad.

Dentro del aspecto interpersonal de los estudiantes de administración y negocios internacionales podemos mencionar que se percibe un nivel bajo en cuanto a las relaciones sociales, asertividad, empatía, trabajo en equipo, capacidad comunicativa, compromiso en sus estudios por ejemplo en el hecho de culminar su carrera; así como también, se puede percibir un bajo nivel en el aspecto de iniciativa; los estudiantes que realizan sus prácticas y egresados de la carrera la mayoría de veces sus experiencias dentro del campo laboral no tienen una base sólida en la práctica de la teoría aprendida en la universidad. Asumir responsabilidades se relaciona con el compromiso de asumir riesgos y ello conlleva a que los estudiantes muchas veces no se sientan seguros de sus capacidades y muestren deficiencias en el cumplimiento de sus trabajos y tareas.

Dentro del desarrollo del plan curricular de la carrera sobre el tema de emprendimiento se observa que existe una deficiencia de los cursos, talleres y la práctica de los temas relacionados con la percepción propia como emprendedor; la teoría y la práctica deben desarrollarse de manera conjunta. Las incubadoras de negocios, laboratorios y simuladores de negocios son importantes porque coadyuvan al fortalecimiento del emprendimiento en los estudiantes y futuros profesionales, y la falta de ello genera deficiencias en el desarrollo de emprendimiento. La innovación y creatividad durante el desarrollo del estudiante contribuyen una buena práctica en el potenciamiento del emprendimiento en el desarrollo de planes de negocios y nuevas empresas.

En cuanto a la enseñanza profesional del docente universitario se percibe que muchas veces los cursos dictados no tienen adecuada y/o eficiente desarrollo en la formación para el emprendimiento empresarial. Los docentes no tienen capacitaciones en base a temas de emprendimiento y herramientas tecnológicas que afianzan las competencias de emprendimiento.

## **1.2. Formulación del problema**

### **1.2.1. Problema General:**

¿Qué competencias genéricas de emprendimiento desarrollan los estudiantes universitarios de la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios, 2018-II?

### **1.2.2. Problemas Específicos:**

**P<sub>1</sub>**.- ¿Cuáles son las competencias genéricas interpersonales de emprendimiento de los estudiantes universitarios de la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios, 2018-II?

**P<sub>2</sub>**.- ¿Cómo se desarrolla las competencias genéricas sistémicas de emprendimiento de los estudiantes universitarios de la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios, 2018-II?

**P<sub>3</sub>**.- ¿Cómo son las competencias genéricas instrumentales de emprendimiento de los estudiantes universitarios de la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios, 2018-II?

## **1.3. Justificación e Importancia**

Es importante conocer los conocimientos académicos de los estudiantes universitarios, para que cualquier “idea” que puedan tener se concrete en una manifestación tangible y sostenible, es decir; en una empresa a través del desarrollo de competencias emprendedoras. El entorno académico y social afecta la percepción y el desarrollo de la visión empresarial. Se utiliza el Proyecto Tuning (2003) Europa como una fuente información.

El propósito es proporcionar una mayor información sobre competencias genéricas para emprendimiento en los estudiantes universitarios de la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios y con ello analizar las capacidades adquiridas en el desarrollo de la educación superior durante toda su formación universitaria, la cual ayudara a solucionar dificultades que podrían ser superadas adecuadamente.

Se analizó el desarrollo de emprendimiento de los estudiantes de la escuela académica profesional de Administración y Negocios Internacionales, periodo 2018-II, que además de ello nos permitirá promover la visión emprendedora que generaría un mejor progreso y fortalecimiento de las ideas empresariales.

Las instituciones de educación superior deben promover capacidades emprendedoras de sus estudiantes, debiendo evaluarse a los que egresaran las competencias que les permitan afrontar con éxito las exigencias del mercado, de acuerdo a la importancia y trascendencia social.

#### **1.4. Objetivos**

##### **1.4.1. Objetivo General:**

Describir las competencias genéricas de emprendimiento desarrolladas por los estudiantes universitarios de la escuela profesional de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios, periodo 2018-II.

##### **1.4.2. Objetivos Específicos:**

**O<sub>1</sub>**.-Conocer las competencias genéricas interpersonales de emprendimiento de los estudiantes universitarios de la escuela profesional de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios, 2018-II.

**O<sub>2</sub>**.-Describir las competencias genéricas sistémicas de emprendimiento de los estudiantes universitarios la escuela profesional de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios, periodo 2018-II.

**O3.-**Determinar las competencias genéricas instrumentales de emprendimiento de los estudiantes universitarios de la escuela profesional de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios, periodo 2018-II.

## **1.5. Variable de investigación**

### **1.5.1. Identificación de variables e indicadores**

Una variable, según (Arias Odón, 2012) “es una cualidad o condición; extensión o conjunto, que pueden sobrellevar cambios, siendo objeto de investigación, comprobación, operación o control en un estudio”.

Tabla 01 *Definición de la variable de estudio*

<b>VARIABLE</b>	<b>DEFINICIÓN</b>
	Según (Gómez Vallejo & Satizábal Parra, 2011) Estas involucran capacidades, habilidades y competencias que dan la posibilidad al emprendedor pueda desempeñarse de forma eficiente en el transcurso del emprendimiento.
<b>Competencias emprendedoras</b>	Según (Delgado Caramutti & Núñez Vera, 2017) Es un conjunto de saberes, destrezas y cualidades que le permite al alumno encaminar sus opiniones y beneficios en torno a las disposiciones variables del medio ambiente, encontrándose en la capacidad de realizar la formulación de proyectos que favorezcan a su progreso y a su entorno, siendo estos relevantes y viables.

Elaboración propia

### 1.5.2. Operacionalización de variables

Tabla 02 *Operacionalización de la variable*

VARIABLE	DIMENSIONES	CONCEPTOS	INDICADORES	ITEMS
Competencias genéricas de emprendimiento	Interpersonales	Se refieren a la capacidad de conservar una correlación social con los otros de forma adecuada ( <b>Bellocchio, 2010</b> ).	● Sociales.	1-8
		Se relacionan con la habilidad de expresar los propios sentimientos y aceptar de los demás; posibilitan la colaboración en propósitos comunes; implican la actuación generosa y la comprensión para con los otros, lo que supone el conocimiento previo de uno mismo ( <b>Villa y Poblete, 2008</b> ).	● Experiencia emprendedora y laboral.	9-13
	Sistémicas	Se relacionan con una visión integral y la disposición de realizar una buena actuación ( <b>Bellocchio, 2010</b> ). Requiere de una composición de invención,	● Formación del plan curricular de carrera. ● Percepción propia	14-21

---

	comprensión y destreza que permitan ver la correspondencia y conjugación de las partes de un todo <b>(Villa y Poblete, 2008)</b> . Son consideradas como instrumentos para la enseñanza y la educación. <b>(Bellocchio, 2010)</b>	como emprendedor.	<b>22-29</b>
<b>Instrumentales</b>	Suponen una combinación de habilidades manuales y capacidades cognitivas; incluyen habilidades artesanales y lingüísticas, destreza física, comprensión cognitiva, etcétera <b>(Villa y Poblete, 2008)</b> .	• Rol o influencia del docente universitario en la promoción del emprendimiento.	<b>30-35</b>

---

Elaboración de los indicadores en referencia a la revista científica denominada: "Desarrollo de competencias emprendedoras: Un análisis explicativo con estudiantes universitarios" (2012), disponible en: [file:///C:/Users/melina/Downloads/44644-69600-2-PB%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/melina/Downloads/44644-69600-2-PB%20(2).pdf)

## 1.6. Consideraciones éticas

Las que hemos tomado en cuenta en la investigación que hemos realizado son las que a continuación exponemos:

Tabla 03 *Criterios éticos de la investigación*

<b>CRITERIOS</b>	<b>CARACTERÍSTICAS ÉTICAS DEL CRITERIO</b>
<b>Consentimiento informado</b>	Los que participaron han estado de acuerdo con los objetivos del estudio, dándonos la información requerida en los instrumentos aplicados, de las cuales nos dieron su consentimiento para poder emplearlos.
<b>Confidencialidad</b>	La información que se pudo obtener de los participantes se encuentra amparadas por la reserva a la privacidad de ideas u opiniones que son de mucha utilidad en el estudio realizado.
<b>Manejo de riesgos</b>	Se dejó constancia a los que participaron en el estudio que no les generara algún daño o perjuicio personal, laboral o social, por cuanto la finalidad es netamente académica.
<b>Observación participante</b>	Las investigadoras procedieron con madurez en el proceso de recolección de la información, realizándolo con el compromiso requerido, dándoles el espacio y tiempo necesario a los participantes que intervinieron en el proceso de la investigación realizada.

**Fuente:** Elaborado en base a: Noreña, A.L.; Alcaraz-Moreno, N.; Rojas, J.G.; y Rebolledo-Malpica, D. (2012). Aplicabilidad de los criterios de rigor y éticos en la investigación cualitativa.

## CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

### 2.1. Antecedentes de la investigación

#### 2.1.1. Nivel internacional

Mokhtar A. (2017) en la tesis “*Un estudio de las competencias que influyen desempeño emprendedor en negocios minoristas empresas en Malasia*” para obtener el grado de Doctor en Administración de Empresas de la Universidad Cruz del Sur de Australia, el objetivo de esta investigación era investigar las competencias claves que influyen en el desempeño de empresarios en negocios minoristas en Malasia. Teniendo como segundo objetivo determinar las competencias a las que se debe dar mayor énfasis en la capacitación y desarrollo de potenciales nuevos participantes en el campo del emprendimiento, lo que ayudará a fortalecer el proceso de desarrollo de los emprendedores en este campo, el interés en el estudio surgió inicialmente de la necesidad de crear más emprendedores como se indicó en el Nuevo Modelo Económico de Malasia (NEM) y el enfoque en el desarrollo de un fuerte sector, que sea sostenible tanto mayorista como minorista bajo la iniciativa de transformación económica nacional del Programa de Transformación Económica (PTE); este estudio fue una investigación explicativa positivista con el objetivo de adquirir evidencia en apoyando una relación hipotética entre dos o más variables, la encuesta fue realizada en base a un muestreo de conveniencia con 241 encuestados del Valle de Klang en Malasia, proporcionaron aportes basados en su experiencia como minorista, activos empresarios que identificaron lo que percibieron como competencias importantes para el éxito de los empresarios en negocios minoristas. Cinco grupos de competencias fueron seleccionados para el estudio: personal, académico, lugar de trabajo, emprendimiento técnico y venta minorista: dentro de la cual se identificaron 31 subcompetencias. De estos cinco grupos se estableció una relación significativa con el desempeño empresarial, evidentemente con las siguientes variables,

Marketing (Técnica de emprendimiento y Competencias), Ventas (Competencias de venta minorista), Fundamentos de negocios y Redes (Competencias en el lugar de trabajo), adaptabilidad y flexibilidad; Ambición e Interpersonal Habilidades y trabajo en equipo (Competencias de efectividad personal) y Ciencia y tecnología, y Escritura (Competencias académicas). Los resultados revelan una oportunidad para los responsables políticos y entrenadores / entrenadores en el campo de Desarrollo empresarial para dar mayor énfasis a las competencias que son más relevante para el desempeño empresarial en el comercio minorista.

Lackéus M. (2014) en la investigación "*Desarrollo de competencias empresariales, un enfoque basado en la acción y clasificación en educación emprendedora*" de la Universidad de Tecnología Chalmers, Gotemburgo Suecia. Plantearon la interrogante dentro de la educación empresarial que nunca parece pasar de moda ¿Puede ser emprendedor?, para abordar esta pregunta, este estudio adopta la opinión de que convertirse en emprendedor se requiere experiencia y explora cómo se puede utilizar el aprender haciendo, en la educación empresarial, esto mediante enfoques basados en la acción. Los enfoques basados en la acción se recomiendan con frecuencia, pero rara vez se usan debido a desafíos sistémicos y basados en costos. El campo carece de una definición teóricamente fundamentada y una clasificación de la educación emprendedora basada en la acción, y discusiones conceptuales sobre el tema de aprender haciendo lo que en la educación empresarial es rara. Los desafíos para evaluar la educación empresarial también han contribuido a un dominio de los enfoques cognitivos en la educación empresarial, a pesar de su incapacidad para desarrollarse competencias empresariales. El objetivo principal de esta tesis ha sido aumentar nuestra comprensión de cómo la iniciativa empresarial basada en la acción a través de la educación puede desarrollar competencias empresariales. Un entorno empírico adecuado para este propósito fue identificado, calificado y descrito a través de un

extenso estudio de diversos entornos educativos en Europa y Estados Unidos. Se descubrió que un programa de educación empresarial de dos años en Suecia constituye un "paradigma caso" de educación emprendedora basada en la acción, definiendo un enfoque de creación de empresa "y justificando un solo enfoque de estudio de caso. Trece estudiantes de este programa fueron estudiados en su proceso de desarrollo de dos años. Las competencias empresariales fueron estudiadas utilizando un marco de interpretación para emprendedores competencias desarrolladas para tal fin, una experiencia basada en "aplicación móvil" basada en muestreo y trimestralmente entrevistas. El estudio aún está en curso, pero el análisis de datos empíricos hasta ahora ha revelado 17 tipos diferentes de eventos que podrían estar relacionado con el desarrollo de competencias empresariales. Según los resultados preliminares, algunos de los vínculos son más fuertes que otros, como la interacción con el mundo exterior que conduce a la creación de autoeficacia empresarial, habilidades de marketing y tolerancia a la incertidumbre. En base a esto, cuatro clases de actividades que desencadenan tales eventos que constituyen un intento de establecer una clasificación y definición de acciones de educación emprendedora. Estas cuatro clases podrían ayudar a los profesionales de la educación empresarial basada en la acción, para comparar diferentes enfoques pedagógicos y, posteriormente, decidir qué actividad elegir en un determinado situación docente, también podrían ayudar a los investigadores a centrarse más en aspectos relevantes de la acción en la educación empresarial, eliminando la diferenciación que es irrelevante para el propósito.

Con el fin de explicar cómo estas cuatro clases de actividades desarrollan competencias empresariales, una causa Se ha propuesto que existe una relación entre las cuatro clases de actividad, los eventos emocionales que desencadenan y resultante de competencias empresariales. Si existe tal relación causal, se abre para un nuevo enfoque de evaluación en la educación empresarial,

centrándose en la frecuencia, fortaleza y variedad de eventos emocionales de ciertos tipos.

Penchev P. (2014) en la investigación "*Competencias empresariales necesarias por los gerentes en su trabajo*" tesis de Maestría en Administración de Empresas de la Universidad de Siegen Alemania, el objetivo del estudio era investigar la interrelación entre la gestión y competencias empresariales, y construir el concepto de las competencias empresariales que necesitan los gerentes en su trabajo, a nivel personal. Concluye que, es importante destacar que el análisis combinado de los hallazgos empíricos muestra que tanto los entrevistados como los encuestados apoyan el concepto, que incluye nueve grupos de competencias: proactividad, cambio, toma de riesgos, ver oportunidades, adaptabilidad, fortalecimiento de redes, toma de decisiones, creatividad e innovación.

En primer lugar, podría ser que los buenos gerentes con emprendimiento y competencias también podrían convertirse en grandes emprendedores, presumiblemente algunos con la mayoría de competencias necesarias para iniciar y ejecutar con éxito una empresa. Entonces pueden convertirse en empresarios primero siendo gerentes. De esa manera ya tendrían sus redes, así como las competencias adicionales que los emprendedores deben tener para poder dirigir sus empresas. Sin embargo, si un gerente solo tuviera las competencias básicas necesarias para dirigir una empresa, así como algunas otras competencias como la creación de redes, ¿será él o ella capaz de lanzar realmente la empresa? Una persona que comienza una empresa presumiblemente debería poseer las nueve competencias necesarias para iniciar una empresa. En segundo lugar, los emprendedores que tienen estas nueve competencias podrían convertirse en gerentes exitosos. Pero si no poseen las competencias básicas que necesitan los gerentes tener, es posible que no puedan manejar las tareas rutinarias de los gerentes. Por otra parte, si estos son las competencias que dan promociones y éxito

para un gerente, ¿los emprendedores deben preocuparse si no poseen comunicación o competencias especializadas? Bien, en consecuencia deberían, como se notó cómo los gerentes requieren cierto grado de técnico de experiencia en su trabajo. Los empresarios podrían intentar convencer a las empresas de que deberían contratarlos con ciertos privilegios, para poder concentrarse en las áreas donde sus competencias empresariales son de mayor utilidad para la empresa. Esto significaría que para ser contratados como ejecutivos con distintas responsabilidades que requieren innovación, creatividad y otras competencias empresariales. Las empresas también deberían buscar más hacia la contratación de empresarios como sus gerentes.

### **2.1.2. Nivel Nacional**

Morales N. y Pariona I. (2018) en la investigación *“El desarrollo de la cultura emprendedora en los egresados y estudiantes del séptimo al décimo ciclo de la carrera de Administración y Gerencia del Emprendimiento modalidad EPE de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC) y su influencia en la visión de sus empresas familiares”* tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración y Gerencia del Emprendimiento de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas – Lima, el propositito fue analizar la influencia de la cultura emprendedora en la visión de las empresas familiares de los egresados y estudiantes del séptimo al décimo ciclo de la carrera de Administración y Gerencia del Emprendimiento modalidad EPE de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC) en Lima-Perú, a partir del análisis de cada uno de los componentes de la cultura emprendedora que se desarrollan en el ámbito académico como fundamento para sostener y alcanzar ese futuro empresarial deseado. Para el estudio se utilizó como metodología de investigación el diseño de tipo cualitativo de alcance exploratorio, descriptivo y explicativo, basado en la teoría fundamentada, y una muestra de veintidós personas a quienes se les realizaron entrevistas a profundidad como parte de un trabajo de campo que permitió recoger información para ser analizada, procesada y obtener respuesta al problema de

investigación, concluyendo que el desarrollo de una cultura emprendedora en los estudiantes y egresados entrevistados, influye de manera positiva en la visión de sus empresas familiares, dados los cambios registrados que han permitido el establecimiento, la redefinición o ampliación de los elementos de la visión empresarial. Asimismo, se recomendó buscar un mayor desarrollo de los componentes de Creatividad e Innovación y Generación de Valor de la cultura emprendedora, así como la competencia de Dirección Estratégica y Liderazgo con el fin de promover de manera más articulada un planeamiento estratégico de las empresas de los mismos estudiantes que favorezcan sus sostenibilidad y la proyección futura deseada.

Rodriguez G. y Sanchez W. (2018) en la investigación "*El nivel de cultura emprendedora en los egresados de la carrera de administración de la universidad privada antenor orrego sede piura año 2018*", tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración de la Universidad Privada Antenor Orrego – Piura, concluye que, el nivel de cultura emprendedora de los alumnos egresados de la carrera de administración de la Universidad ya que, se obtuvo el valor de  $X^2C$  igual a 8.47 el cual es mayor que el valor tabulado  $X_v$ ,  $\alpha^2 = 6.635$ , aceptando la hipótesis alterna; dada las evidencias se demuestra que existe un alto grado de influencia entre las variables estudiadas. El nivel de cultura generadora de nuevas ideas de los egresados de administración de la Universidad es alto debido a que un 55% se animan a generar nuevas ideas y métodos, el 71% ayuda a los demás a obtener los recursos necesarios para implementar sus ideas innovadoras, un 61% afirma que cuando alguien sugiere una nueva idea se patrocina para seguir con ella, por otro lado un 50% indica que se favorece el desarrollo de un entorno donde se recompense y reconozca tanto la experimentación como la creatividad. El valor de los conocimientos de los alumnos egresados de la carrera de administración de la Universidad es bueno porque el 68% afirman que sus destrezas como egresado contribuyen al desarrollo de nuevas oportunidades de mercado, producto o servicio, asimismo un 63% aseveraron que se sienten que puede ser un activo esencial en una

organización, el 45% cuenta con conocimientos y habilidades que son fundamentales para la innovación en una empresa, además el 39% tienen conocimientos que pueden favorecer el desarrollo de productos y servicios, un 37% poseen destrezas y habilidades que permiten una mejor respuesta a las nuevas demandas de las empresas.

Eyzaguirre N. (2014) en la investigación *“Las competencias genéricas del estudiante y la influencia en su nivel de emprendimiento en la facultad de ciencias empresariales de la universidad alas peruanas - filial tacna, en el año 2013”*, tesis para optar el grado de Maestro en Ciencias de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohman – Tacna, cuyo objetivo principal fue determinar la influencia de las competencias genéricas del estudiante sobre su nivel de emprendimiento en la Facultad de Ciencias Empresariales, trabajaron con una muestra de 150 estudiantes de las 03 Escuelas Profesionales; se encontró que existe una relación directa y significativa entre los indicadores de las competencias genéricas del estudiante y los indicadores de su nivel de emprendimiento. Se encontró que los estudiantes poseen competencias genéricas adecuadas; siendo las “Competencias interpersonales” el indicador más destacado, y el focalizado a mejorar las “Competencias instrumentales”; además que poseen un alto nivel de emprendimiento; siendo la “Voluntad” el indicador más destacado, y el focalizado a mejorar la “Iniciativa”. Por último, se encontró que existe una influencia de las competencias genéricas del estudiante sobre su nivel de emprendimiento.

### **2.1.3. Nivel Local**

Según (Hincho Sallo & Mamani Huanaco, 2018) en su tesis titulado “El emprendimiento empresarial de los egresados de las carreras profesionales de la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios 2014-2017”. El estudio de investigación busca comparar el emprendimiento empresarial de los egresados de los comprendidos en el periodo 2014-2017, en su descripción del problema nos menciona que la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios no cuenta con políticas de emprendimiento, que contribuyan a fortalecer las habilidades y

conocimientos de gestión y desarrollo empresarial en los estudiantes de las carreras profesionales, considerando que el emprendimiento es la base del desarrollo social y económico, surge la importancia de desarrollar procesos de investigación que nutran los conocimientos teóricos de los egresados sobre emprendimiento, y que permita reforzar los conocimientos con relación a la reciente demanda del entorno, así como las competencias requeridas por los alumnos en su educación como emprendedores. Otra de las dificultades de los egresados es enfrentar su capacidad para organizar, dirigir y administrar una empresa.

Llegando a la conclusión, que los egresados de las diferentes carreras profesionales, muestran una tendencia hacia creación de la micro, mediana y gran empresa, siendo las carreras profesionales que poseen estas características emprendedoras son: las carreras de Administración y Negocios Internacionales, Ingeniería Forestal y Medio Ambiente, Ecoturismo, Contabilidad y Finanzas, Medicina Veterinaria y Zootecnia, Ingeniería agroindustrial así mismo un 34.2 % de los egresados no poseen interés en la creación de empresas ello se sustenta en la malla curricular de estas carreras profesionales, la ausencia de cursos orientados a las actividades empresariales en las carreras hacen que el egresado sea ajeno al emprendimiento empresarial.

Del análisis realizado se puede precisar que el 75.1 % de los egresados de las diferentes carreras profesionales, poseen Actitudes y Habilidades emprendedoras como: la Capacidad de comunicarse, liderazgo, son innovadores, proactivos, muestran predisposición para el trabajo en equipos, así como también en la toma de decisiones acertadas y la responsabilidad. Así mismo se observó que el 24.9% de los egresados requieren fortalecer estas actitudes y habilidades.

También se puede precisar que el 62.0% de los egresados de las diferentes carreras profesionales, muestran capacidades para el emprendimiento empresarial como: La persistencia y el optimismo, el logro de las metas y oportunidades, finalmente una autoconfianza. Así mismo, se observó que el 38.0% de los egresados requieren fortalecer estas capacidades. El 44.9 % de los egresados de las diferentes carreras

profesionales, alguna vez tuvieron experiencia en la formación de empresas: destacando las características más relevantes como las habilidades en relaciones con empresas y organizaciones, gestión empresarial y conocimiento del mercado. Así mismo se observó que el 55.1% de los egresados no cuentan con la experiencia en la formación de empresas.

## **2.2. Marco teórico**

### **2.2.1. Competencias emprendedoras**

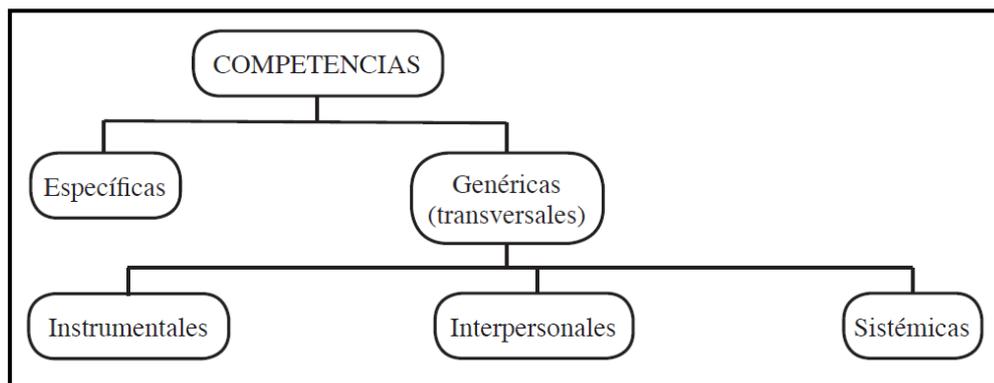
Sánchez (2011) define las competencias como "un conjunto de conocimientos, rasgos, actitudes y conocimientos relacionados habilidades que afectan una parte importante del trabajo de uno; que se correlacionan con el desempeño en el trabajo; eso puede medirse con estándares bien aceptados; y eso se puede mejorar a través de la capacitación y desarrollo" (p.241). Estos términos también tienen variaciones regionales en la interpretación, con diferencias de énfasis entre Reino Unido y Estados Unidos (Mitchelmore y Rowley, 2010). Para aliviar la confusión, Moore et al. (2012) han propuesto competencia para relacionarse con un área de trabajo, competencia para relacionarse con los comportamientos que apoyan esa área de trabajo, y competencias para relacionarse con los atributos que sustentan estos comportamientos. También se relacionan comportamiento a la capacidad y disposición para actuar, apoyándose en Burgoyne (1999) quien define competencia como "la voluntad y la capacidad de realizar una tarea" (p. 57).

El objetivo final de toda educación emprendedora es desarrollar cierto nivel de emprendimiento competencias entre los alumnos en términos de conocimiento, habilidades y / o actitudes. De emprendedor, las competencias se definen como conocimiento, habilidades y actitudes que afectan voluntad y capacidad para realizar el trabajo emprendedor de creación de nuevos valores; eso puede ser medido directa o indirectamente; y eso se puede mejorar mediante capacitación y desarrollo. La definición de "emprendedor" utilizada se basa en Bruyat y Julien (2011), proponiendo que el emprendimiento puede ser visto como un sistema dialógico que consiste en las dos entidades individuales

(sujeto) y el nuevo valor creado (objeto), donde es un proceso de interactuar con el entorno a lo largo del tiempo cambiando profundamente estas dos entidades. Algunos desafíos importantes dentro de la educación empresarial basada en la acción, nos centramos en la falta de herramientas de evaluación basadas en acciones y emociones, competencias empresariales y la inseguridad de qué actividades enfocarse se va superando en un enfoque de aprendizaje al hacer.

(Gómez Gras, Galiana Lopera, García Miguel, Carrasquilla Fernández, & Romero Marín, 2006), en la publicación “Competencias profesionales en los titulados UHM” indica la clasificación de competencias en específica y genérica. La específica es aquella que está relacionado de manera específica con la labor realizada, en tanto que la genérica se refiere a la competencia transversal, transferible a múltiples tareas y funciones. Dicho de otra manera, la competencia transversal es aquella que está relacionada con la práctica constituida por disposiciones, atributos personales, saberes y valores obtenidos, requiriéndose en múltiples espacios laborales que sería transferible entre diversas acciones de un área o estructura.

**Figura 1.** Clasificación de las competencias



Si siguiendo el modelo del Proyecto Tuning (*Tuning Education Structures in Eupore*) a su vez podemos clasificar las competencias genéricas (transversales) en 3 grandes grupos: **interpersonales, sistémicas e instrumentales**.

Según (Solares Puchol, Núñez Núñez, & Rodríguez Marín, 2012) **las competencias interpersonales**, están relacionadas con habilidades de relación social e integración con diferentes grupos, teniendo el potencial para realizar labores en grupos determinados de diversas disciplinas (interacción social y cooperación):

- *Indicador Social*

El emprendedor es el que establece sus competencias, mediante su actitud, habilidad, valores, preocupaciones, con perspectiva cognitiva, pericia, capacidad, aptitud, etc. Minimizando riesgos que pudieran encontrar. Olson (1985) indica que “emprendedor es un individuo orientado al futuro, teniendo la capacidad de asumir los riesgos, involucrándose e identificándose en desarrollar novedosas ideas”.

- *Indicador Experiencia emprendedora y laboral.*

Morales (2010) indica el emprendedor suele demostrar determinadas características, asumiendo un rol empresarial en su entorno laboral y familiar. En la que tendrá rasgos no psicológicos que tendrán influencia en el perfil del emprendedor. En muchos casos los emprendedores descienden de empresarios exitosos, repitiendo determinados esquemas del comportamiento emprendedor.

La experiencia y formación del emprendedor como “habilidades adquiridas” que se suman a los atributos personales. En su conjunto, las habilidades, la experiencia y la educación fomentan la motivación intrínseca del emprendedor y esta misma motivación, junto con los factores ambientales y del entorno social, llevan al emprendedor a manifestar acciones y conductas.

(Solanes Puchol, Núñez Núñez, & Rodríguez Marín, elaboración de un cuestionario para la evaluación de competencias genéricas en estudiantes universitarios, 2012) **las competencias sistémicas** viene a ser las capacidades referentes a cualquier sistemas (composición de comprensión, receptividad y prudencia necesaria, por cuanto tiene competencias instrumentales e interpersonales). Generalmente se hace

relación a las condiciones particulares, y las motivaciones al momento de laborar:

- *Indicador formación del plan curricular de carrera.*

El emprendedor tiene la capacidad para ejecutar proyectos de trabajo en un ambiente de oportunidades reconocidas, necesitando una adecuada determinación que le permita con medios y recursos necesarios para ejecutarlos, requiriéndose de condiciones y capacidades primordiales. (Gutiérrez 2006, citado por González, 2012).

- *Indicador percepción propia como emprendedor.*

La actitud importante del emprendimiento es: el nivel de riesgo que el individuo está dispuesto a soportar y la visión que tiene de sus propias habilidades, conocimientos y experiencia en la creación de un negocio, ya que también se define el emprendimiento como un “modelo mental y el proceso de crear y desarrollar una actividad económica combinando con cierto talante gerencial, riesgo con creatividad y/o innovación, bien sea, en una organización nueva o en una existente”. (Amorós, 2011 citado por Espíritu, González y Alcaraz, 2012)

Según **las competencias instrumentales** son capacidades cognitivas, metodológicas, técnicas y lingüísticas consideradas necesarias para la comprensión, la construcción, el manejo, el uso crítico acorde a las peculiaridades de las diversas prácticas profesionales. (Solanes Puchol, Núñez Núñez, & Rodríguez Marín, elaboración de un cuestionario para la evaluación de competencias genéricas en estudiantes universitarios, 2012).

Suponen una composición de destrezas manuales y capacidades cognoscitivas que facilitan la competitividad profesional. Incluyendo habilidades en manejar ideas en un contexto en el que se desempeñan los sujetos, destrezas artesanales, habilidad física, perspicacia cognoscitiva, destreza lingüística y resultados académicos. (Charpentier Esquivel, 2003).

- *Indicador rol o influencia del docente universitario en la promoción del emprendimiento.*

### **2.2.1.1. Desarrollo de competencias empresariales**

Combinando los dos términos emprendedor y competencias, obtenemos un concepto que varía sustancialmente en su significado e interpretación. Aun así, los académicos han encontrado valor al usar el concepto de competencias empresariales. Man y col. (2002) lo ven como un nivel superior que se caracteriza porque refleja la "capacidad total del empresario para desempeñar un puesto de trabajo con éxito" (p.124). Johannisson (2001) ha propuesto un marco compuesto por cinco niveles de aprendizaje; (1) Saber qué o conocimiento; (2) Saber cuándo, o perspicacia; (3) Saber quién, o habilidades sociales; (4) Conocimientos o habilidades; (5) Saber por qué, o actitudes, valores y motivos.

Sobre la base de este marco, se debe aplicar enfoques más contextuales en la enseñanza del emprendimiento, involucrando experiencia calificada y redes sociales a través del aprendizaje en acción. Otro influyente erudito es Bird, quien (2005) ha explorado varias listas de emprendedores y competencias derivadas principalmente de teorías de gestión.

La importancia del desarrollo de la competencia empresarial para el emprendedor, la acción está bien establecida. La investigación sugiere que la competencia refleja la capacidad para interactuar efectivamente con el medio ambiente (Johannisson, 1991; Skinner, 1995).

Esta eficacia presupone la capacidad de producir lo deseado y evitar eventos no deseados y, por lo tanto, enfatiza la importancia de la agencia humana.

La agencia de emprendedores encarna las dotaciones, los sistemas de creencias, la autoevaluación, capacidades y funciones reguladoras a través de las cuales se ejerce influencia personal ejercido (Bandura, 1986); También permite la formulación y realización de la intención, acciones (Emirbayer y Mische, 1998). Metas, estrategias y objetivos de los emprendedores, las visiones se reflejan en sus actividades (Mintzberg, 1988). Para convertirse y permanecer

como emprendedor requiere una capacidad de sentir y adaptarse a la incertidumbre; esta habilidad es de importancia crítica para el emprendimiento, ya que permite a los emprendedores convertirse en dinámico, flexible y autorregulado (Haynie y Shepherd, 2009).

La competencia abarca conocimientos, habilidades y destrezas (Argyris, 2001). En un contexto empresarial, los conocimientos, habilidades y habilidades se relacionan con la construcción, la capacidad de crear con éxito nuevos marcos de medios y fines (Sarasvathy, 2001). Más específicamente, ganar competencia empresarial requiere empresarios para lograr la capacidad de identificar y buscar nuevos y únicos oportunidades y la capacidad de adquirir y utilizar los recursos necesarios para ser capaz de hacerlo con éxito.

Johannisson (1991, 1993) reconoce que competencia empresarial, excepto el conocimiento (saber qué) y las habilidades (saber cómo), también requiere el desarrollo de actitudes apropiadas y motivadas (saber por qué), habilidades sociales (saber quién) y conocimientos (saber cuándo). Sostiene que saber - cuando la competencia en particular gana valor en dinámica ambientes. El enfoque temporal también es fuertemente enfatizado por Bird (1995) quien argumenta que la tensión temporal (mirada hacia el futuro), estratégica enfoque (orientación a objetivos) y postura intencional (congruencia de valores y creencias) son importantes para lograr el éxito empresarial. Ayudan a definir la estrategia de comportamiento, influir en la percepción de competencia y actuar con principios rectores en la toma de decisiones. Posteriormente, los emprendedores toman decisiones sobre su participación en la acción empresarial basadas en juicios de sus competencias. Por lo tanto, se puede argumentar que la competencia se vuelve crucial en adquirir un mejor rendimiento y / o éxito (Bird, 1995; Chandler y Hanks, 1994).

La competencia se puede adquirir y desarrollar (Baron y Ensley, 2006; Bird, 1995; DeTienne y Chandler, 2004). Baron y Ensley (2006) encontraron que la experiencia los empresarios pudieron

reconocer más patrones aparentemente no relacionados que principiantes y que estos estaban más estrechamente relacionados con el negocio real de las operaciones, esto sugiere que, con experiencia, los empresarios desarrollan habilidades en reconocimiento de patrones y estamos aprendiendo a ser más claros y específicos.

### **2.2.1.2. Medición de competencias empresariales**

Un aspecto específico de un enfoque de competencias es su énfasis en la mensurabilidad. Algunos las definiciones de competencias incluyen la mensurabilidad, otras no (Moore et al., 2002).

La medición de competencias es problemática, ya que requiere múltiples métodos y enfoques que diversos grados son subjetivos. Bird (2004) enumera 17 métodos potenciales para evaluar competencias empresariales, como diarios, observación, datos de archivo, eventos críticos entrevistas, clasificaciones de roles, casos, protocolos de pensar en voz alta y observación de trabajos. En el dominio de Educación empresarial: un enfoque a menudo recomendado para evaluar el grado de competencias desarrollado en un curso o programa de emprendimiento es el uso de pseudoaleatorios experimentos con mediciones previas y posteriores en grupos de tratamiento y control (Martin et al., 2013). Los instrumentos de medición a menudo se basan en encuestas e intentan capturar la prevalencia, de conocimiento empresarial, habilidades y actitudes antes y después de un tratamiento educativo.

Sin embargo, este tipo de enfoque ha sido muy criticado por los académicos en educación. Olson (2004) afirma que "las relaciones causa-efecto más simples son tan importantes para el físico y las ciencias biológicas son en gran medida inapropiadas para las ciencias humanas, que comercian con las creencias, esperanzas y razones de seres intencionales". (pág. 25). Biesta (2007) afirma que "la educación no puede entenderse como una intervención o tratamiento debido a la naturaleza no causal y normativa de práctica educativa y por el hecho

de que los medios y fines en la educación son internos relacionado". (pág. 20). Esto representa un enfoque para la evaluación de resultados que difiere de estos enfoques de experimentos aleatorizados tradicionales, en el sentido de que explora lo empresarial. El desarrollo de competencias puede estar vinculado a experiencias cargadas de emociones causadas por una acción, programa de educación empresarial basado. Tal enfoque puede conducir a medir el prevalencia de eventos emocionales como un proxy válido para competencias empresariales desarrolladas, en lugar de tratar de medir las competencias en sí, lo que ha demostrado ser subjetivo y cuestionable.

### **2.2.1.3. Desarrollo de competencias empresariales a través de la educación**

El objetivo final de toda educación emprendedora es desarrollar competencias empresariales, entre estudiantes / alumnos. Varias iniciativas tienen un énfasis variable en el conocimiento, las habilidades y actitudes respectivamente. También hay una variedad en el enfoque de iniciativas en términos de educación a través del emprendimiento como se describió anteriormente. Muchas iniciativas aplican una estrecha definición de emprendimiento (QAA, 2012, Mahieu, 2006, Fayolle y Gailly, 2008), principalmente en identificación de oportunidades, desarrollo de negocios, autoempleo, emprendimiento creación y crecimiento, es decir, aprender o convertirse en emprendedor. Menos iniciativas aplican una definición más amplia que se centre en el desarrollo personal, la creatividad, la autosuficiencia, la iniciativa orientación, acción, es decir, convertirse en emprendedor. ¿Qué definición y enfoque se utiliza? afecta profundamente los objetivos educativos, el público objetivo, el diseño del contenido del curso, la enseñanza métodos y procedimientos de evaluación del estudiante, lo que lleva a una amplia diversidad de enfoques (Mwasalwiba, 2010). Sin embargo, muchos estudiosos afirman que solo hay una forma de aprender a convertirse en emprendedor, y eso es aprendiendo a través de la propia experiencia.

Cope se apoya en un variedad de académicos (Minniti y Bygrave, 2001, Dalley y Hamilton, 2000, Young y Sexton, 2007, Gibb, 2007) cuando afirma que parece que no hay atajos, "solo puede ser adquirido mediante el aprendizaje práctico o la observación directa" (Cope, 2005, p.381). Este es también la posición adoptada por esta tesis, impactando el diseño del estudio y la recolección empírica de datos, enfocándose en entornos que aplican enfoques basados en acciones.

Dado que la motivación, el significado y el compromiso son factores clave en la educación empresarial (Hytti et al., 2010, Kyrö, 2008, Surlemont, 2007, Deuchar, 2007), habiendo tres aspectos / procesos de aprender haciendo, son visibles en este marco. El primer aspecto es el proceso de (inter) acción, el segundo aspecto es el proceso de internalización que desencadena el aprendizaje profundo. El aprendizaje profundo es por definición significativa para los alumnos, lo que conduce a una mayor motivación. Esto no siempre puede ser dicho sobre los enfoques de aprendizaje de superficie comunes en la educación también posicionados en el marco.

El tercer aspecto que desencadena la motivación es el proceso de producir resultados valiosos en términos de nuevos artefactos generados a través de la actividad compartida. Basándose en el valor de control de Pekrun (2006).

Según la teoría descrita anteriormente, estos artefactos pueden conducir a diferentes niveles de motivación dependiendo en qué medida se los percibe como valiosos para los creadores y externas partes interesadas en una comunidad más amplia. En esencia, aprender haciendo puede considerarse como un proceso emocional y cargado de motivación, donde los niveles de motivación dependen de (1) qué acciones se toman, (2) qué aprendizaje ocurre y (3) qué valor se crea. Yo más hipótesis basada en este marco teórico para aprender haciendo que estos tres procesos de motivación la activación puede reforzarse mutuamente en ciertas circunstancias, como cuando la creación de valor.

El proceso resuena con ciertos valores profundos, metas y creencias sostenidas por el alumno. Un ejemplo es el proceso de convertirse en emprendedor estudiado por Williams Middleton (2013) en una empresa entorno del programa de creación, donde los estudiantes asumieron una identidad empresarial a través de la sociedad en la interacción con una comunidad, actuando "como si" ya fueran emprendedores y asignando significado para sí mismos a través del uso de la narración de cuentos hacia claves internas y externas partes interesadas.

### **2.2.2. Educación Emprendedora**

Una pregunta dentro de la educación empresarial que nunca parece pasar de moda es ¿Puede enseñarse emprendimiento? ¿Se debe enseñar emprendimiento? Muchos argumentan que hay suficiente evidencia de que el espíritu empresarial puede enseñarse (Kuratko, 2005, Gorman et al., 1997, Pittaway y Cope, 2007a). Otros discuten que los emprendedores nacen principalmente, no se hacen (Nicolaou y Shane, 2009). Algunos optan por un punto medio, afirmando que ciertos aspectos del emprendimiento no se pueden enseñar, como la confianza en sí mismo, la persistencia y los niveles de energía (De Faoite et al., 2003). Otros conectan la pregunta a la evaluación en educación, afirmando que la dificultad radica principalmente en medir los efectos de educación empresarial (Martin et al., 2013, Henry et al., 2005b).

En el dominio del aprendizaje empresarial no hay una discusión polarizada similar sobre la pregunta correspondiente ¿Se puede aprender el espíritu empresarial?. En cambio, una multitud empíricamente proponen marcos y modelos fundamentados sobre cómo se aprende el emprendimiento individual que persiguen emprendimientos empresariales (Rae y Carswell, 2001, Rae, 2005, Minniti y Bygrave, 2001, Cope, 2005, Politis, 2005, Pittaway y Thorpe, 2012). Consenso entre académicos de aprendizaje empresarial es que la única forma de convertirse en emprendedor es a través de experiencia directa, es decir, aprender haciendo o mediante la observación directa. El aprendizaje emprendedor, el dominio está en gran medida desconectado del ámbito educativo, y

principalmente estudia el aprendizaje en el trabajo; aprendiendo de la experiencia de operar una empresa.

En Europa, la educación empresarial se ha definido como un enfoque más amplio en lo personal, desarrollo, mentalidad, habilidades y capacidades, mientras que la educación empresarial ha sido definido para centrarse más en el contexto específico de establecer una empresa y convertirse en trabajador autónomo.

En Reino Unido, Allan Gibb ha sido un erudito clave que lidera el desarrollo en el campo en décadas. La educación empresarial ha experimentado un crecimiento exponencial mundialmente en la educación superior, instituciones (Kuratko, 2005), se ofreció en alrededor de 1200 escuelas de negocios solo en Estados Unidos (Katz, 2008). Este crecimiento a menudo se explica por el espíritu empresarial visto como un motor principal para el crecimiento económico y la creación de empleo (Wong et al., 2005), y como respuesta al mundo cada vez más globalizado, incierto y complejo en el que vivimos (Gibb, 2012). Hoy La educación empresarial se ha convertido en una parte importante de la industria y la educación, así como en la política de muchos países (Hytti y O'Gorman, 2014). Además de las razones habituales relacionadas con el crecimiento económico y el empleo para promover la educación empresarial, también hay un énfasis creciente sobre los efectos que puede tener sobre la relevancia percibida de los alumnos y, por lo tanto, la motivación para participar en esta actividad educativa, particularmente entre las personas de bajo rendimiento (Surlemont, 2007, Deuchar, 2007, Mahieu, 2006). La motivación es un factor clave para el aprendizaje en la educación empresarial (Hytti et al., 2010, Kyrö, 2008) así como en la educación general (Boekaerts, 2010) donde los emprendedores tienen diversos enfoques que podrían aliviar los problemas de aburrimiento estudiantil que causan altas tasas de deserción (Fredricks et al., 2004, Mahieu, 2006).

Con muy pocas excepciones, el foco de la investigación en educación empresarial se ha centrado en los niveles de educación postsecundaria (Gorman et al., 2007), lo cual es sorprendente por cuanto en la infancia, y la adolescencia se considera una edad ideal para adquirir

conocimientos básicos y positivos sobre actitudes hacia el emprendimiento (Peterman y Kennedy, 2008).

### **Principios de Emprendimiento**

Conocimiento de procesos y características que son centrales para el emprendedor.

Proceso emprendedor - Implementar procesos asociados con el desempeño empresarial exitoso:

- a) Descubrimiento.-** Etapa en la cual el emprendedor genera ideas, reconoce oportunidades y determina la viabilidad de ideas, mercados, empresas, etc.
- b) Concepto Desarrollo.-** Etapa en la cual el emprendedor planea la empresa, identifica los recursos necesarios utilizando un negocio plan, identifica estrategias para proteger la propiedad intelectual, etc.
- c) Recursos.-** Etapa en la cual el emprendedor identifica y adquiere el capital financiero, humano y de capital recursos necesarios para el inicio de la empresa, etc.
- d) Actualización.-** Etapa en la que opera el emprendedor la empresa y utiliza recursos para lograr sus metas y objetivos.
- e) Cosecha.-** Etapa en la que el empresario decide sobre el futuro de la empresa (crecimiento, desarrollo, desaparición).

#### **2.2.2.1. Tres enfoques en la educación empresarial**

La educación empresarial a menudo se clasifica en tres enfoques (Johnson, 1998, O'Connor, 2013, Heinonen y Hytti, 2010, Scott et al., 2008). Enseñar "sobre" emprendimiento significa un enfoque teórico y cargado de contenido con el objetivo de dar una comprensión general acerca del fenómeno. Enseñar emprendimiento "para" significa un enfoque orientado a la ocupación con el objetivo de dar a los emprendedores en comienzos los conocimientos y habilidades necesarios. Enseñanza "a través" significa un enfoque basado en procesos y a menudo resultado de la experiencia, donde los estudiantes pasan por un proceso real, proceso de aprendizaje emprendedor (Kyrö, 2005). Este enfoque a menudo se denomina basado en la acción, educación empresarial.

La forma en que se lleva a cabo la educación empresarial en la práctica varía sustancialmente, principalmente dependiendo de qué definición se use (Mwasalwiba, 2010), pero también dependiendo de qué paradigma educativo subyacente se aplica (Ardalan, 2008). En general, las definiciones utilizadas parece ser cada vez más estrecho (es decir, centrado en el negocio y la puesta en marcha).

A menudo se basa en la experiencia personal más que en enfoques sistemáticos (Fayolle y Gailly, 2008), y a menudo se centra en dejar que los estudiantes creen un plan de negocios (Honig, 2004).

#### **2.2.2.2. Educación emprendedora interactuando con la sociedad**

Generalmente se espera que la educación empresarial en los niveles postsecundarios forme parte del ecosistema emprendedor. (Mwasalwiba, 2010, Gorman et al., 2007). Actividades comunes, a menudo denominado "alcance", incluye ayudar a empresarios locales, interactuar con clubes de estudiantes, invitando a ex alumnos y expertos, visitando eventos de redes, realizando consultas de estudiantes y participando en concursos de planes de negocios (Comisión Europea, 2008, Mwasalwiba, 2010, Rice et al., 2010). Las actividades menos comunes incluyen la interacción con incubadoras y oficinas de transferencia de tecnología para fines de comercialización universitaria (Moroz et al., 2010, Nelson y Byers, 2010). Hynes y Richardson (2007) describen varios beneficios de los acuerdos de divulgación para estudiantes, profesores, investigadores y partes interesadas fuera de la universidad. Dos términos frecuentemente En conjunto con las actividades de divulgación se encuentran "tercera misión" y "la iniciativa empresarial universidad" (Etzkowitz, 2003, Rothaermel et al., 2007, Etzkowitz y Leydesdorff, 2000).

Muchas actividades de divulgación son extracurriculares debido a las dificultades para integrarlas en actividades formales.

Cursos y programas (Botham y Mason, 2007), una notable excepción a esto es una "empresa enfoque de creación" (Ollila y Williams-Middleton, 2011), es decir, cuando la educación empresarial está formalmente integrado con entidades de comercialización en la universidad. Esto constituye una excepción de la norma prevaleciente de que la formación basadas en la investigación universitaria es administrado por oficinas de transferencia de tecnología o entidades similares, sin integración a la educación empresarial (Shane, 2014). Algunos programas que aplican un enfoque de creación de empresas, han mostrado resultados interesantes tanto en términos de aprendizaje como de emprendimientos dirigidos por estudiantes (Barr y otros, 2009, Hofer y otros, 2010, Meyer y otros, 2011, Thursday y otros, 2009, Lundqvist y Williams Middleton, 2008). Dos de esos programas que han arrojado importantes valores financieros y generado cientos de nuevos empleos son la escuela de emprendimiento de Chalmers en la Universidad Tecnológica en Suecia (Lundqvist, en prensa) y el programa TEC en la Universidad Estatal de Carolina del Norte en Estados Unidos (Barr et al., 2013).

En el nivel preuniversitario, la interacción entre la educación empresarial y el entorno, no está bien investigada. Algunas excepciones describen beneficios sustanciales de compromiso en términos de mayor motivación para los alumnos, mayor apego escolar y mayor confianza en uno mismo (Surlemont, 2007, Nakkula et al., 2008, Jamieson, 2009).

### **2.2.2.3. Educación emprendedora basada en la acción**

El enfoque basado en la acción ha recibido muchas etiquetas diferentes en la educación empresarial, Rasmussen y Sørheim (2006) lo llaman educación emprendedora basada en la acción, definiéndolo como aprender haciendo. Otros lo etiquetan como aprendizaje activo (Leitch y Harrison, 2004) enfoque activo (Henry et al., 2005), aprendizaje experimental (Cooper et al., 2004, Kuratko, 2005), educación experiencial (Honig, 2004), aprender haciendo (Tan y Ng, 2006, Cope y Watts, 2004) o práctica reflexiva

(Neck y Greene, 2011). Sin embargo, sería un error supongamos que todos son sinónimos iguales. De hecho, tienen orígenes muy diferentes tanto en términos de teoría y práctica, todos ilustran la necesidad de académicos de educación empresarial para extraer del dominio más general del aprendizaje. El aprendizaje experimental existe cuando un participante (s) personalmente responsable (s) procesa cognitiva, afectiva y conductualmente conocimientos, habilidades y / o actitudes en un situación de aprendizaje caracterizada por un alto nivel de participación activa. (p.25).

Cuando se discute la educación emprendedora basada en la acción, a menudo se hace nombrando diferentes actividades que pueden llevarse a cabo en entornos educativos (ver por ejemplo Mwasalwiba, 2010, Kuratko, 2005, Jones e Iredale, 2010). Las actividades típicamente incluyen casos de estudios, simulaciones, creación de planes de negocios, producción de películas y dramas, trabajos de proyectos, presentaciones / presentaciones, juegos, concursos, creación de empresas de la vida real, visitas de estudio, roles obras de teatro, entrevistas con emprendedores, pasantías, tutorías, etc. Parece que falta de esquemas de clasificación dentro de la educación empresarial basada en la acción, lo que obliga a los académicos a definirlo a través de la enumeración.

Dado que muchos enfoques basados en la acción en la educación empresarial se basan en actividades extracurriculares ecosistemas empresariales basados en la universidad (Rice et al., 2010, Mwasalwiba, 2010), es importante enfatizar que las actividades basadas en acciones curriculares y enfoques en el crédito que da la educación empresarial, excluyendo así puramente extracurricular actividades emprendedoras, estas opiniones también se centra en las actividades reales realizadas por el estudiante en un entorno educativo, ya que la experiencia no requiere que los estudiantes tomen medidas. Sería suficiente estar presente en una comunidad donde se práctica para experimentar eventos de los que uno puede aprender, por ejemplo, ser un observador participante en un estudio. La perspectiva basada en actividades de este estudio está en línea

con el enfoque de John Dewey de "aprender haciendo", haciendo preguntas como "¿aprender haciendo, haciendo qué?" o "enseñar dejando a los alumnos hacer qué? Así se considera la acción y la actividad como un puente entre la enseñanza y el aprendizaje, dado que la educación emprendedora basada en la acción siempre incluye un maestro que diseña, organiza o activa las actividades que los alumnos aprenden de hacer.

Esta teoría adopta la opinión de que convertirse en emprendedor requiere experiencia directa, y explora cómo se puede utilizar el aprendizaje práctico en la educación empresarial mediante enfoques basados en la acción, a menudo denominados "aprendizaje a través del emprendimiento" (O'Connor, 2012). Si el emprendimiento se puede aprender informalmente, también se puede enseñar formalmente (Lange et al., 2011, Drucker, 1985). Los enfoques basados en la acción se recomiendan con frecuencia, pero rara vez se usan debido a desafíos sistémicos y basados en costos (Mwasalwiba, 2010). El campo de emprendimiento en la educación carece de una definición y clasificación teóricamente fundamentada de acciones basadas en la educación empresarial, en su lugar a menudo la define a través de la enumeración de una lista de una gran cantidad de enfoques pedagógicos (ver por ejemplo Mwasalwiba, 2010, Kuratko, 2005, Jones e Iredale, 2010). Discusiones conceptuales sobre el tema de aprender haciendo lo que en la educación empresarial es rara.

#### **2.2.2.4. Fundamentos teóricos de acción y actividad.**

Habiéndose bosquejado algunas perspectivas en la base de literatura bastante débil basada en acciones de la educación empresarial, ahora describiremos algunos enfoques teóricos y psicológicos para esta acción / actividad humana fuera del dominio de la educación empresarial. Estas perspectivas luego se utilizará para construir un modelo teórico de aprender haciendo, así como para proponer una clasificación de la educación emprendedora basada en la acción.

Se afirma que toda acción humana requiere cierto grado de inquietud como un incentivo para alcanzar un estado más deseable, así como la expectativa de que tomar medidas aliviar la inquietud sentida, el fin último de cualquier acción humana es siempre la satisfacción de algunos deseos de la persona que actúa. La distinción entre psicología y praxeología es que este último no busca identificar las motivaciones, pensamientos y fines que dan lugar a propósitos y elecciones particulares (Selgin, 2008, p. 23), afirma que todos los actos de elección deben tener significado para los escogedores individuales en términos de alguna meta o propósito. Para el propósito de esta tesis, la praxeología se enfoca en el acoplamiento obligatorio de significado y acción, lo que implica que todas las actividades en la educación empresarial basada en la acción deben tener un propósito significativo para el alumno. Según Kyrö (2008), la praxeología también conduce a una situación muy diferente, visión sobre el aprendizaje y la educación más en línea con el constructivismo social que con el actual paradigma educativo prevaleciente de conductismo y cognitivismo. Kyrö (ibid) afirma que esto implica que un enfoque basado en competencias es el tipo de estructura más apropiado para la educación emprendedora basada en la acción. Este enfoque ha sido elegido como un principio principal de esta teoría.

La teoría de la actividad enfatiza el cambio, las contradicciones y el desarrollo en lugar de la estabilidad (Haigh, 2007). Estas contradicciones desencadenan el aprendizaje y "son la fuerza impulsora del cambio y desarrollo" (Engeström, 2009, p.55). Las actividades que explotan tales contradicciones pueden ser etiquetado como actividades empresariales (Murphy et al., 2006), y por lo tanto conducen a ambos a valiosos resultados y al aprendizaje adecuado.

La teoría de la actividad también tiene muchas similitudes con el pragmatismo deweyano con su enfoque en humanos acción e interacción (Miettinen, 2001).

En el campo del emprendimiento, algunos académicos han utilizado la teoría de la actividad. Jones y Holt (2008) analizó la creación de nuevas empresas y sugirió que la teoría de la actividad "proporciona más profundidad a la análisis de las actividades de sentido común emprendidas por emprendedores nacies" (p. 69). Las emociones son clave para atribuir significado a nuestras experiencias de aprendizaje, haciendo que las emociones sean parte central de la educación emprendedora basada en la acción, ya que la praxeología vincula la acción con el significado.

Estudiar las emociones experimentadas de los estudiantes ha sido elegido como una perspectiva principal con el fin de explorar los motivos en torno a la acción empresarial y su impacto en el desarrollo de competencias empresariales, Schumpeter ha esbozado tres motivos principales para la acción empresarial; la voluntad de fundar un reino privado, la voluntad de ganar y conquistar, y la alegría de crear (Goss, 2005). En términos de qué puede motivar a los estudiantes a actuar creativamente, la teoría del valor de control de Pekrun (2006) de las emociones de logro estipulan que la motivación y el disfrute del estudiante se mejoran a través de acciones que se perciben como controlables y valiosas. Así, el emprendedor basado en la acción donde los estudiantes pueden crear un resultado valioso a través de desafíos pero manejables en los procesos pueden aumentar los niveles de disfrute y motivación de los estudiantes, factores que son cruciales en la educación empresarial.

### **2.2.3. Relacionando aprender haciendo con definiciones amplias de ser emprendedor**

Este marco para aprender haciendo también nos permite conectar amplias definiciones de ser emprendedor al proceso de aprender haciendo. Mahieu (2006) ha descrito el Cultura empresarial promovida por la OCDE desde 1999 como consistente en cualidades tales como hábitos de "aprendizaje, curiosidad, creatividad, iniciativa, trabajo en equipo y responsabilidad personal" (p.63). Ahora conectaremos estos hábitos al marco descrito aquí. Un aprender haciendo, el enfoque enmarcado

anteriormente fomenta los hábitos de aprendizaje por defecto a través de su aprendizaje profundo componente. También promueve la iniciativa y la responsabilidad, ya que alienta a las personas a tomar iniciativa de interacción del tipo que conduce a resultados significativos, a veces incluso valioso para una comunidad más amplia (es decir, asumir la responsabilidad). Es inherentemente basado en el trabajo en equipo, y si el resultado es novedoso y valioso para otros, también cumple lo que comúnmente es definido como creatividad (Amabile y Khaire, 2008). De esto deducimos teóricamente que aprender haciendo es un enfoque central para hacer que las personas sean más emprendedoras.

Una excepción a la falta de consejos sólidos para los maestros en el dominio del aprendizaje práctico es el enfoque de "instrucción teórica sistémica" propuesto por Piotr Galperin (Haenen, 1996), basado principalmente sobre la teoría de la actividad y décadas de investigación que resultaron en más de 800 trabajos (Arievitch y Haenen, 2005).

El enfoque de enseñanza de seis etapas contiene los siguientes pasos (ibid, p.131):

1. **Etapla motivacional:** acciones para aprender introducidas, conectadas a objetivos relevantes.
2. **Etapla de orientación:** un "esquema de trampa" que describe un marco completo para las acciones.
3. **Etapla material:** aprendizaje mediante la acción en la práctica real o mediante simulación.
4. **Etapla de habla abierta - Transferencia de acciones:** tomadas en el habla oral, vinculando la acción con pensamiento y facilitar la generalización, en un entorno social de "pensamiento comunicado".
5. **Etapla de discurso encubierto:** diálogo interno que refleja las etapas anteriores "en la cabeza".
6. **Etapla mental:** la acción tiene lugar en forma abreviada, se ha transformado en un esquema parcialmente subconsciente o fenómeno mental, como una herramienta cognitiva que se "mantiene" en mente".

Esta posición considera muchas prácticas de enseñanza amparadas en el dominio de educación emprendedora. También es más explícito que muchas teorías de aprendizaje situadas en su énfasis en herramientas cognitivas como "hojas de trucos", en su énfasis social y verbal, interpretación de acciones tomadas y en sus etapas finales donde la internalización de acciones en el pensamiento mental ocurre. Rambusch (2006) considera que la teoría de Galperin es "necesaria y Hace tiempo que falta el vínculo entre las teorías de aprendizaje sociocultural y las más tradicionales, más cognitivistas enfoques para el aprendizaje". (ibid, p. 1998). El enfoque de Galperin constituye un caso raro y Marco robusto para la educación emprendedora basada en la acción.

El proceso emprendedor a menudo proporciona una gestión más eficiente, creativa y adaptativa de recursos y es visto por lo tanto como un motor de desarrollo local.

Por lo tanto, comprender cómo los emprendedores desarrollan su propio competencia empresarial y aprender a identificar oportunidades es esencial, especialmente frente a los esfuerzos de los gobiernos para revitalizar zonas rurales.

#### **2.2.3.1. Retroalimentación**

Mejora este proceso (Bird, 1995), pero según lo propuesto por DeTienne y Chandler (2004), la predisposición inicial a la innovación no altera la capacidad de aprender. El proceso de socialización juega un papel importante tanto en el desarrollo percepciones de habilidad y en la obtención de conocimiento real (Aldrich y Martínez, 2007). Aldrich y Martínez distinguen tres fuentes comunes de conocimiento empresarial: experiencia laboral previa, asesoramiento de expertos e imitación y copia. Las observaciones ambientales dan forma al individuo actitudes y creencias y, por lo tanto, influyen indirectamente en sus percepciones de conveniencia y la viabilidad de sus acciones previstas. Además, encuentros anteriores con modelos a seguir predispone a las personas a considerar la acción empresarial y afecta su disposición a desarrollar las habilidades requeridas (Duncan, 1995). En el social, las fuentes

de conocimiento y habilidades se vuelven cada vez más importantes cuando se pueden adquirir, el conocimiento es tácito. Su adquisición es a menudo difícil (Sternberg, 1994), pero el conocimiento tácito es importante para el desarrollo de la competencia (Horvath, 1999). En otras palabras, el desarrollo de la competencia empresarial es crucial para el éxito empresarial, pero la adquisición de conocimiento solo es insuficiente y debe ser seguido por la capacidad de usarlo y la creencia de que uno Tiene acceso a ella.

Se ha sugerido que la capacidad de aprender y desarrollar competencias tiene una Influencia crucial en el éxito empresarial. Aunque las palabras "aprender" y "desarrollo" a menudo se usan indistintamente, deben considerarse dos procesos separados. Se ha argumentado que aprender es el resultado de la interacción con un entorno y puede verse como una habilidad, mientras que el desarrollo refleja la etapa que el individuo ha alcanzado en su habilidad de aprender. Esta distinción enfatiza la naturaleza procesal del aprendizaje y la importancia de los factores situacionales para permitir el aprendizaje.

Del mismo modo, la investigación existente sobre la identidad sugiere que los individuos son capaz de tener sentido y adoptar ciertos comportamientos solo si se identifican con dar valor a los nuevos comportamientos (Sluss y Ashforth, 2007). Después, el aprendizaje puede verse como un proceso más operativo (en un nivel inferior) de realización, sentido de las señales y la interacción con el mundo externo, mientras que el desarrollo es más un proceso estratégico (en un nivel superior) que se dedica a desarrollar una mentalidad, lo que permitiría el aprendizaje y la adopción de nuevas ideas.

Las competencias, a veces se desarrollan intencionalmente, pero más a menudo el desarrollo es vinculado al desempeño de tareas y actividades en el trabajo (Eraut, 1994). El aumento de los niveles de competencia no genera automáticamente experiencia. Se hace una distinción importante entre competencia como

contribuyente a la excelencia en desempeño y competencia como estándar mínimo; lo cual constituiría como una línea de base.

Las competencias necesarias para lanzar una empresa o implementar una idea de negocio puede concebirse como "línea de base" siendo altamente efectiva, los empresarios son aquellos que van más allá del lanzamiento hacia la supervivencia organizacional y el crecimiento (p.52). En este proceso, los objetivos juegan un papel importante. Especialmente aquellos en las primeras etapas del proceso empresarial, es probable que puedan establecer sus objetivos a un nivel que les permita lidiar con las presiones cotidianas, manteniendo un flujo de caja positivo.

#### **2.2.3.2. Factores que pueden fomentar y / o impedir el proceso de competencia.**

Estas construcciones son: creencias, objetivos e incrustación contextual, y pueden ser consideradas los factores sociocognitivos que afectan la motivación para el aprendizaje y la competencia. La percepción de competencia empresarial y la voluntad de hacer crecer está determinada por creencias, orientación a objetivos, contexto e incrustación. Para guiar su comportamiento, los emprendedores participan en el desarrollo de sistemas de creencias que utilizan como modelo de trabajo (Dimov, 2007). Estos sistemas de creencias señalan el atractivo o de lo contrario de diversas acciones e influyen en la formación de intenciones (Ajzen, 2001; Pájaro, 1998). El atractivo percibido de diferentes comportamientos también es afectado por valores y normas presentes en el contexto del individuo. Ha sido mostrado esa integración en estructuras locales e interacciones con otros importantes aspectos, afectando las intenciones y el comportamiento de las personas, promoviendo y alentando comportamientos consistentes con valores y normas prevalentes (por ejemplo, Davidsson y Honig, 2003; Davidsson y Wiklund, 1997). Otro factor que influye en el desarrollo es la orientación a objetivos. Dweck y colegas (Dweck y Elliott, 1993; Dweck y Leggett, 1998) también

encontraron que la orientación a objetivos da forma al comportamiento; en una serie de experimentos, han podido mostrar las diferencias de comportamiento, derivadas de seguir el aprendizaje o de los objetivos de rendimiento. Después, las creencias profundamente arraigadas, los objetivos y la integración contextual son importantes para comprender los motivos de participar en la acción empresarial y otras actividades de desarrollo de competencias.

#### **a) Creencias**

Son los supuestos fuertes y profundamente arraigados que sustentan el individuo toma de decisiones que ayudan a las personas a organizar sus percepciones de cómo el mundo funciona y da sentido a sus experiencias (Dweck, 1999; Krueger, 2007). Los individuos desarrollan creencias en sistemas de significado que los ayudan a guiar su pensamiento, sentimiento y actuación. Las creencias adquieren una importancia adicional en contexto de emprendimiento debido a la incertidumbre inherente en emprendimientos empresariales.

Los emprendedores, sin saber con certeza sobre el valor y significado de los diferentes recursos disponibles (es decir, conocimiento, contactos), resultados imaginados o incluso su propia capacidad para alcanzar objetivos, necesitan confiar en sus creencias y expectativas de resultados (Bandura, 1992, 1997). En particular, dos tipos de creencias parecen ser de importancia crucial en este entorno: el papel de creencias de identidad y las creencias de control de acción (Krueger, 2007; Krueger & Dickson, 1997; Skinner, 1998; Skinner, Chapman y Baltes, 1998), por ejemplo, Krueger (2007) argumenta que las creencias de identidad de rol tienen un papel fundamental en comprender las acciones de los emprendedores. Los emprendedores toman decisiones basadas en las expectativas de comportamiento prevalecen en su identidad de rol. Por lo tanto, es necesario comprender cómo se perciben a sí mismos y

su propio papel, para entender su comportamiento, estrechamente relacionado con la percepción de uno mismo están las creencias más generalizadas sobre el control de la acción (Skinner, 1995). Estas creencias especifican los supuestos sobre posibles marcos de medios y fines (estrategia creencias), acceso percibido a los recursos necesarios (creencias de capacidad) y la perspectiva de lograr los estados deseados (creencias de control).

Comprender cómo los individuos desarrollan sus creencias es importante porque las creencias juegan un papel fundamental en lo que los individuos perciben como importante y relevante, cómo reaccionan a diferentes estímulos y si el nuevo conocimiento estarán disponibles para ellos (Feltovich, Prietula y Ericsson, 2006; Krueger, 2007).

Las creencias forman una base para el surgimiento de orientaciones específicas de objetivos (Dweck & Elliott, 1999). La adopción de una de las orientaciones de objetivos tiene influencia en el funcionamiento general del individuo en la estructura social, es importante recordar es que las creencias son parcialmente formado a través de la experiencia personal y la observación de otros pero también parcialmente influenciado por las reglas y expectativas presentes en diferentes estructuras en las que el individuo está incrustado (es decir, Davidsson y Honig, 2003; Davidsson y Wiklund, 2007).

#### **b) Creencias sobre uno mismo**

La identidad se compone de puntos de vista propios que surgen de la identificación con y membresía en roles particulares y en comparación con otros en lo social. Las identidades se manifiestan en un objetivo individual dirigido a las prácticas; resultan de la representación y la integración en las estructuras sociales. Siendo incrustado en diferentes grupos y jugando diferentes roles resulta en individuos que desarrollan identidades múltiples (James, 1990; Mead, 1984). Además, la interrelación de

las diferentes esferas significa que la identidad personal y la identidad social están íntima e inevitablemente vinculadas (Watson, 2009).

Una identidad se define como “un conjunto de significados internalizados unidos a un rol jugado en una red de relaciones sociales” (Stryker, Owens y White, 2006).

La identidad del rol puede ser descrita por las metas, valores, creencias, normas, interacción, estilos y horizontes temporales típicamente asociados con el rol (Ashforth, 2001).

Exhibir una identidad de rol particular significa actuar para cumplir las expectativas del rol de socios y la manipulación del entorno para controlar los recursos, el cual el papel tiene responsabilidad (Baker y Faulkner, 1999). Además, el desempeño de un rol gira en torno al control de los recursos (Burke, 1999).

Desde este punto de vista, una identidad es una creencia cognitiva creada por la internalización del papel en el autoconcepto (Stryker y Burke, 2000) y respondiendo la pregunta ¿Quién soy? (Stryker y Serpe, 1992). Los roles son las "posiciones", que son los componentes relativamente estables de la estructura social que transportan lo compartido en expectativas de comportamiento (Stryker, 1990: 54), pero cuyo significado se negocia entre el tomador de roles y la sociedad circundante. Por lo tanto, las creencias sobre uno mismo emerge a través de la interacción en el proceso de toma de roles que implica negociar, modificar, desarrollar y dar forma a las expectativas de los roles. De esta manera, las creencias de cada persona acerca de sí mismo tienen una forma única tanto, por las experiencias de las personas y sus interacciones con los demás.

En consecuencia, las creencias de los individuos sobre quiénes son dependen de sus percepciones de su propio papel en la sociedad y sobre su grado de identificación con los diferentes grupos. Además, membresía o incrustación en

diferentes, es probable que los contextos faciliten la adopción de ciertas creencias sobre cada uno de nosotros.

**c) Creencias sobre el control de la acción.**

El control percibido refleja la expectativa generalizada de control interno de refuerzos (Lefcourt, 1992) que permiten la agencia y la acción estimulante (Bandura, 1992). Esto presupone que, independientemente de la naturaleza de experiencia, si la experiencia no se percibe como el resultado de las propias acciones, se vuelve ineficaz para alterar las formas en que uno ve el mundo y en consecuencia la forma en que uno funciona. El control percibido motiva así a los individuos para participar en acciones intencionales (Bandura, 1996). Bandura argumenta que las personas tienen el poder de originar una acción para propósitos dados, es el elemento fundamental de un control personal.

Extender la opinión de que la autoeficacia es la creencia más importante, Skinner, Chapman y Baltes (1998) propusieron que el comportamiento intencional dirigido a objetivos era una función de tres creencias interrelacionadas de control de acción: creencias de medios y fines, control de creencias y representación de creencias. Estas creencias se basan en las percepciones de las relaciones entre agente, medios y fines; y mientras las creencias medios-fines presupone que esas causas particulares producen resultados, las creencias de control (agente-relación de fines) son expectativas sobre el deseo de alcanzar los fines; y las creencias de la agencia (relación agente-medio) son creencias a las que uno tiene acceso a los medios necesarios para producir resultados imaginados. Este marco parece extremadamente adecuado para comprender la acción empresarial, ya que es inherente a ella la percepción de nuevos marcos de medios y fines, capacidad y voluntad de llevar a buen término las ideas de negocios. Además, como lo enfatizan Skinner y sus colegas (Chapman y Skinner, 1995; Skinner, 1995),

en el control de acción las creencias se organizan alrededor de interpretaciones de interacciones previas; son flexibles y probables que cambie con el tiempo. Adoptar este marco es, por lo tanto, útil al explicar por qué los emprendedores expertos son más propensos que los novatos a ser exitosos en sus actividades de acción empresarial (Krueger, 2007, 2009).

Más específicamente, las creencias de medios y fines pueden verse como creencias de estrategia que reflejan la capacidad del individuo para ver los vínculos en la forma en que pueden ser diferentes medios transformados en fines imaginados. Cuanto más amplias son las creencias de medios y fines, más posibles estrategias se ponen a disposición del emprendedor, posteriormente ampliar la cartera de posibles nuevos marcos imaginados de medios y fines. Eso se ha demostrado que a menudo, incluso si los novatos poseen conocimiento, pueden no ser consciente de ello o no veo cómo se puede aplicar, por lo tanto, el desarrollo paralelo de las creencias de medios y fines y las creencias de capacidad parecen importantes (Feltovich, et al., 2006). Las creencias de medios y fines son cruciales para generar ideas sobre el futuro marcos de medios y fines y las creencias de capacidad para realizar el acceso a los requisitos significa que permite alcanzar los fines deseados. Esta observación está en línea con argumentos desarrollados por Sarasvathy, Dew, Velamuri y Venkatraman (2003) quienes sostienen que para poder hablar sobre oportunidades, los empresarios no solo necesitan tener nuevas ideas, pero también necesitan creer que podrían convertir estas ideas en los marcos imaginarios de medios y fines y apropiarse de su valor en el mercado. Finalmente, las creencias de control reflejan la creencia de que un individuo es capaz de lograr resultados anticipados, por lo que enfatizan implícitamente el grado de agencia y la posterior disposición a actuar. Es probable que las creencias sobre el control de la acción influyan en el nivel de esfuerzo y

persistencia que los individuos es probable que ejerzan frente a la adversidad (Dweck, 1986).

En resumen, mientras que las creencias sobre uno mismo probablemente influyan en el tipo de acciones y las prácticas que realizan los individuos, es probable que las creencias de control de acción afectar la percepción de capacidad, las estrategias preferidas y la voluntad de participar en acción emprendedora. Por lo tanto, son importantes para explicar el fenómeno de desarrollo de competencias empresariales.

#### **d) Metas**

La literatura sobre los objetivos afirma que los individuos pueden usarlos como una técnica de autogestión para llegar a resultados deseados (Bandura, 1987; Latham y Locke, 1991). Los objetivos reflejan la motivación de logro de los empresarios (Skinner, 1995) y se establecen en base a juicios de utilidad (Latham y Locke, 1991). Se han distinguido dos orientaciones generales: aprendizaje y rendimiento.

Las diferentes orientaciones de objetivos reflejan dos necesidades básicas: la necesidad de validar / proteger la inteligencia de uno y la necesidad de desafiarse a uno mismo y aprender algo nuevo. Mientras que la orientación de aprendizaje asume esa habilidad y por lo tanto la competencia es flexible, la orientación al rendimiento trata la inteligencia como una entidad y está más centrado en proteger las creencias existentes sobre el nivel de inteligencia que en desarrollarlos aún más. En general ambas orientaciones están presentes en la vida y ambos son valiosos.

#### **2.2.3.3. Integración Contextual**

Los individuos no existen en el vacío; las relaciones que forman con los demás constituyen el entorno en el que viven sus vidas (Gersick, Bartunek y Dutton, 2000). La interacción social juega un papel crucial en las actividades económicas. (Hess, 2004). Por

ejemplo, Johannisson et al. (1994) enfatiza la socialización papel de las redes personales: traducir y explicar los valores y la acción justifica la integración en un contexto dado. La integración social también impacta en la cognición del emprendedor a través del contexto social en el que empresario se encuentra y las interacciones sociales en las que están involucrados (Panzarasa y Jennings, 2002). Creencias, ideas y formas de pensar de las personas. están influenciados por quienes los rodean, a través de diversas formas de persuasión de comunicación (Ajzen, 1996; Bandura, 1997). El individuo también se ve afectado por otras variables situacionales (Gartner, 1995).

La incrustación contextual es compleja y multidimensional; destaca las expectativas y valores a menudo divergentes integrados en los diversos contextos y la necesidad de seguir las diferentes reglas del juego. Welter (2011) postula que las cuatro dimensiones más comunes del contexto son sociales, comerciales, espaciales e incrustación institucional. Y si bien son distintos, pueden superponerse y su carácter puede cambiar con el tiempo. Esto es especialmente cierto para la dimensión social que a menudo está estrechamente relacionada con el negocio y / o el contexto espacial, y las transiciones en ambas direcciones son comunes (Hite, 2005). La interdependencia de estos contextos se puede observar cuando el moldeado de las diferentes dimensiones contextuales dan como resultado un cambio en las expectativas de comportamiento frente a los emprendedores, por ejemplo, cuando un vínculo profesional se convierte en un vínculo social también. Jack y Anderson (2002) postulan que la integración empresarial crea un vínculo entre las esferas económica y social. Esta incrustación crea oportunidades para emprendedores pero también puede actuar como una limitación.

Las relaciones sociales permiten a un emprendedor no solo acceder a la información y conocimiento (Burt, 1992; Coleman, 1990; Shane, 2003) e indirectamente facilitar la creación de valor (Nahapiet y Ghoshal, 1998; Tsai y Ghoshal, 1998) pero también puede actuar

como una fuente de experiencia, así como una caja de resonancia y moral apoyo (Bruderl y Preisendorfer, 1998; Taylor y Thorpe, 2004). La integración contextual puede ser referida como una lógica de intercambio que está conformada por las expectativas y oportunidades del individuo en formas que difieren de la lógica económica del comportamiento del mercado (Harrison, 1992). Estas relaciones y la confianza emergente entre ellos mejora la identidad y la autoeficacia de un emprendedor y puede ayudar a crear y controlar tanto la empresa como el entorno a través de interacciones implacables y frecuentes (véase, por ejemplo, Sarasvathy, 2001).

La exposición de los empresarios a diferentes normas y reglas de comportamiento hace que su aprendizaje social (Edmondson, 1999; Powell, 1998). Es probable que los emprendedores aprendan más de las personas que valoran y respetan. Por lo tanto, modelos a seguir desempeñan un papel fundamental en el aprendizaje y la motivación de los emprendedores. La identificación con, el respeto y el modelado de modelos a seguir fortalece la voluntad de exhibir características similares y participar en actividades similares. Modelo a seguir ocurre cuando el comportamiento social es observado informalmente y luego adoptado por un aprendiz que ha aprendido con el ejemplo más que con la experiencia directa (Bandura, 1997). El acceso y la interacción con los modelos a seguir afectan positivamente el objetivo compromiso (Earley y Kanfer, 1995). Por lo tanto, los modelos a seguir son importantes para desarrollar la motivación de un emprendedor para el desarrollo de competencias.

En resumen, los tres factores desencadenantes: creencias, objetivos e integración contextual, es probable que influya en la mentalidad del emprendedor e, indirectamente, en el grado de que el individuo participará en actividades de desarrollo.

#### **2.2.4. Proceso de desarrollo de competencias empresariales**

En esencia, la literatura existente habla sobre el aprendizaje empresarial como el principal vehículo para el desarrollo de competencia.

El proceso de desarrollo de competencias se define como un cambio en lo que el emprendedor es capaz de hacer, y se refiere a un cambio en el patrón de acción proveniente del uso de los medios disponibles. El cambio percibido puede ser un resultado de un cambio de juicio sobre los medios disponibles o un cambio en el uso de los significados. Dicha definición presupone un cambio en los medios (identidad, conocimiento y habilidades y redes sociales) disponibles para el emprendedor (las creencias de control de acción), la percepción del cambio en los recursos disponibles no necesariamente necesita reflejar un cambio físico (o adquisición de nuevos) pero puede ser un reflejo de conocimiento transformado en estructuras o creencias modificadas sobre el acceso a los medios que posee actualmente. Por ejemplo, Baron (2006) argumenta que la forma en que las personas piensan y cómo conectan los puntos cambia con su creciente experiencia. Krueger (2007), por otro lado, explica los patrones cambiantes de pensamiento con el crecimiento integración en un contexto social. Como resultado, son empresarios más experimentados que tienden a usar más atajos mentales que empresarios inexpertos cuando están haciendo juicios. Por ejemplo, Corbett (2007) demostró que no es solo asimetrías de conocimiento que son importantes para aprender pero también para aprender asimetrías. Esto se refiere a las diferencias en las formas en que los individuos adquieren y transformar experiencias en nuevos conocimientos. Argumenta que los diferentes modos de adquisición de conocimiento pueden producir diferentes resultados a medida que se desarrollan sobre diferentes experiencias. Por lo tanto, el desarrollo de competencias refleja una habilidad para adquirir y usar nuevos medios (es decir, conocimiento). La capacidad de adquirir nuevos conocimientos se conoce como aprendizaje (Corbett, 2007; Politis, 2005). Posteriormente, el aprendizaje es visto como una habilidad que subyace en el desarrollo de capacidades.

Por lo tanto, comprender cómo se desarrolla la competencia empresarial requiere una comprensión del aprendizaje emprendedor.

#### **2.2.4.1. La naturaleza del aprendizaje emprendedor**

Los comportamientos de aprendizaje se conciben como un elemento clave en el desarrollo de conocimiento valioso. La investigación existente ha distinguido entre doble circuito aprendizaje y aprendizaje de circuito único (Argyris y Schon, 1978). Mientras que un solo aspecto aprender es aprender dirigido a resolver un problema identificado, y el de doble ciclo que es un aprendizaje de orden superior que refleja la búsqueda de un rendimiento más óptimo de soluciones, que pueden resultar en encontrar y adoptar una mejor estrategia.

El aprendizaje puede describirse como reflexivo o irreflexivo, el aprendizaje reflexivo implica una consideración activa, persistente y cuidadosa de cualquier creencia o forma supuesta de conocimiento a la luz de los motivos que lo respaldan y las conclusiones adicionales a lo que tiende (eso) incluye un esfuerzo consciente y voluntario para establecer creencia sobre una base firme de evidencia y racionalidad. Esto es por qué un aprendizaje más reflexivo puede conducir a la comprensión de que las creencias sobre el control han cambiado y contribuye a un cambio de visión del mundo. Después, el aprendizaje reflexivo puede conducir a un aprendizaje de doble circuito sin ser reflexivo, el aprendizaje conductual conduce a una mejora en el rendimiento sin necesariamente también llevando a cabo que las habilidades han cambiado y que puede haber mejores estrategias para lograr el objetivo.

El aprendizaje empresarial es de naturaleza experiencial (Cope, 2005; Cope & Watts, 2000; Politis, 2005, 2008), pero la experiencia puede ser directa o indirecta (Bandura, 1997, 1999; Holcomb, Irlanda, Holmes Jr, & Hitt, 2009). Implica procesos cognitivos e interpretativos (Dutta y Crossan, 2005). Esta significa que el aprendizaje comienza con la adquisición experimental de nueva información, pero para tener éxito, también se requiere un proceso de sentido. Esto es para interpretar el significado de la nueva información, más específicamente, la investigación ha demostrado

que los empresarios con experiencia previa en la puesta en marcha gastan menos tiempo buscando información al iniciar una nueva empresa posterior (Cooper, Folta y Woo, 1995) y que imponen menos costos a la puesta en marcha del proceso (Carroll y Mosakowski, 1997). Tal comportamiento puede ser un reflejo del conocimiento desarrollado de lo que implican ciertos procesos y de lo que media en términos de resultados probables e implicaciones. Estos ejemplos implican la naturaleza conductual de los resultados del aprendizaje; sin embargo, el aprendizaje también puede abarcar un cambio en las estructuras de conocimiento (Haynie, Shepherd, Mosakowski y Earley, 2010; Haynie, Shepherd y Patzelt, 2010). Más específicamente, Haynie, Shepherd & Patzelt (2010: 4) sostienen que el desarrollo de la capacidad 'de comprender, controlar y reflexionar sobre el aprendizaje es importante, especialmente para la decisión haciendo, y refleja cambios en cómo se organizan la información y el conocimiento, y cómo las diferentes piezas de información están conectadas entre sí.

Por lo tanto, no se requiere necesariamente un cambio de comportamiento para que tenga lugar el aprendizaje, los desencadenantes para el aprendizaje se encuentran tanto dentro del individuo como afuera en el medio ambiente (Zhang, Macpherson y Jones, 2006). El capital humano está relacionado con creencias profundamente arraigadas que pueden influir en el nivel de disposición para la adquisición de conocimiento y habilidades (Bandura, 1996). Específicamente, se ha demostrado ese papel en que las creencias son importantes para comprender el conjunto de comportamientos que se esperan de una persona en un determinado trabajo, función o rol. Las creencias y expectativas se forman sobre la base de las experiencias y la exposición a comportamientos de modelado e influencia social.

#### **2.2.4.2. Aprendizaje emprendedor como aprendizaje de juicio**

La acción empresarial no requiere un resultado de comportamiento (por ejemplo, juicio). Sin embargo, el desarrollo de

competencias solo puede observarse a través de una exhibición de la habilidad alcanzada en una acción humana socialmente observable influenciada por el individuo por procesos de cognición, decisión e intención (Bird y Schjoedt, 2009).

La capacidad de juzgar y tomar decisiones ante la incertidumbre es uno de los principales funciones de un emprendedor y, por lo tanto, está en el corazón del emprendimiento acción. El desarrollo de la competencia empresarial da como resultado una mayor capacidad para hacer juicios. El juicio se refiere a la toma de decisiones comerciales cuando el rango de posibles resultados futuros es generalmente desconocido (Foss y Klein, 2007).

En términos más generales, se requiere juicio cuando los datos relevantes no son confiables o es incompleto. El juicio se relaciona con la percepción de la situación, y se puede aprender, aunque hay un alto nivel de táctica involucrada (Foss & Klein, 2005), la premisa básica del emprendimiento es la capacidad de imaginar nuevos marcos de medios y fines y llevarlos a buen término; esto requiere una habilidad de procesar información compleja e incompleta de manera intuitiva, para dar sentido de las señales ambientales y poder evaluar el potencial para la adjudicación exitosa del valor de estos nuevos marcos en el mercado.

El ejercicio del juicio sobre la disposición de los recursos heterogéneos puede ser una acción considerada (Klein, 2008). Más específicamente, esto se puede definir como la toma de decisiones sobre la adquisición y / o el empleo de recursos (Foss y Klein, 2005). Los recursos están siempre ligados a las creencias, pero estas creencias son relevantes solo en la medida en que se manifiestan en la acción. La acción puede se puede describir como la capacidad de las personas para lograr sus propósitos. Los resultados de sus acciones dependen de su capacidad para interpretar la situación, evaluar la ecuación de riesgo / rendimiento y responder a la incertidumbre (McKelvie, et al., 2009; Mitchell et al., 2004). Por lo tanto, su capacidad para emitir juicios relacionados con la

identificación de oportunidades, la evaluación y la explotación ante la incertidumbre se volvió crucial (Casson, 2010; Mitchell et al., 2002).

Los emprendedores que a propósito y con esfuerzo deliberado participan en la realización de cada comportamiento es probable que aprendan más que los que actúan sin reflexión (Mitchell, 2005); sus acciones resultan en la creación de más conocimientos y habilidades prácticas (de procedimiento) (Anderson, 2002). La práctica consiste en actividades individualizadas, autorreguladas y de esfuerzo dirigidas para mejorar el nivel de rendimiento actual de uno (Ericsson, Krampe y TeschRoemer, 2003). Por lo tanto, la práctica deliberada puede ser útil para desarrollar una base de conocimiento y adaptabilidad a entornos cambiantes (Unger, Keith, Hilling, Gielnik y Frese, 2009).

#### **2.2.4.3. Consecuencias de la competencia empresarial**

Si bien la literatura existente se centra predominantemente en los resultados a nivel de empresa, claramente, el proceso de desarrollo de la competencia resulta también en cambios a nivel individual (cambios dentro de los propios empresarios).

La competencia empresarial bien desarrollada es de vital importancia para el éxito del emprendedor, se ha demostrado que el conocimiento previo es importante para identificar oportunidades, y las idiosincrasias en este conocimiento resultan en diferentes oportunidades identificadas y aplicadas (Shane, 2000). La pericia viene con un aumento en el conocimiento y la capacidad de aplicar este conocimiento, posteriormente, es probable que los empresarios desarrollen más experiencia con el tiempo.

Simultáneamente, a medida que aumenta la integración de los empresarios en su papel y crecen sus competencias, es probable que los empresarios desarrollen una identidad emprendedora y que la inmersión en la actividad con la retroalimentación influyan en las creencias de los empresarios, y estas creencias son importantes para motivar a los empresarios para la acción.

En resumen, se vuelve cada vez más importante comprender cómo los empresarios perciben el éxito y lo que significa para ellos tener éxito. Como se argumentó en secciones anteriores, participar en el desarrollo de la nueva actividad económica requiere que los empresarios sean agentes. Ser capaz de explicar cómo los emprendedores desarrollan competencias empresariales, la cual requiere no solo el conocimiento de sus motivaciones, valores y creencias, sino también una comprensión de sus seres queridos. Posteriormente, las siguientes secciones serán centrarse en las dos consecuencias identificadas del desarrollo empresarial competencia - experiencia e identidad empresarial.

#### **2.2.4.4. Consecuencias de la competencia empresarial**

##### **2.2.4.4.1. Experiencia**

La experiencia representa el nivel más alto de competencia adquirida y puede ser así definido como la capacidad de realizar de manera excelente (con resultados superiores) una tarea en un dominio particular (Mitchell, et al., 2009).

Se ha argumentado que la experiencia empresarial se caracteriza por la capacidad de utilizar una lógica predominantemente efectiva en la toma de decisiones (Dew, et al., 2009 & Sarasvathy, 2005; Sarasvathy, 2001) o para adaptar la toma de decisiones a la tarea establecida (Gustafsson, 2004). En otras palabras, la capacidad de emitir juicios que potencialmente se va a desarrollarse con el tiempo.

Con la creciente experiencia, es probable que las creencias sobre uno mismo cambien para mejorar e incorporar los valores y creencias percibidos como inherentes al papel del empresario. Por lo tanto, el logro de la experiencia está estrechamente relacionado con las creencias sostenidas.

##### **2.2.4.4.2. Identidad emprendedora**

La identidad empresarial tiene un fuerte efecto en el proceso de emprendimiento (Vesalainen y Pihkala, 2000), y su

adopción es esencial para lograr el éxito empresarial. A través de la identificación del papel del empresario, es probable que las personas aumenten su capacidad empresarial potencial, especialmente si se percibe el emprendimiento como fenómeno positivo. Posteriormente, el valor positivo asociado con el emprendimiento es esencial para el desarrollo de una identidad emprendedora (Vesalainen & Pihkala, 2005)

La identidad empresarial es una identidad de rol y su significado refleja una creencia sobre lo que significa ser emprendedor (Krueger, 2007).

Este proceso es influenciado aún más por el contexto social que, a través de interacciones con otros, influye en cómo las personas definen las tareas al dar forma a las impresiones de lo que es y lo que no es parte de su papel (Salancik y Pfeffer, 1998).

El logro de la identidad se interpreta comúnmente como una elección entre diversas opciones, por ejemplo, convertirse en chef o educador (Gollwitzer & Kirchhof, 1998). La adopción del rol del empresario supone una representación de evaluación en el lado del emprendedor (Down, 2006). Esto significa que para promulgar la identidad, los individuos necesitan conocer su papel.

La identidad empresarial a menudo es construido solo para lograr objetivos específicos, ya sea en forma de apoyo (Warren, 2004) o creación de autoestima (Down, 2006). Así, Las narrativas de identidad empresarial se pueden utilizar para profundizar nuestra comprensión de procesos y prácticas empresariales.

Por lo tanto, la percepción de la conveniencia del rol y el apego propio influye en la conformación de la identidad, además los estereotipos que emergen de los valores y expectativas institucionalizados pueden restringir o habilitar nuevas experiencias. Por lo tanto, los empresarios están

manipulando percepciones de un ser emprendedor para lograr los resultados deseados (Lounsbury y Glynn, 2001). En otras palabras, los empresarios crean su historia de auto identidad estableciendo unicidad dentro del marco de referencia.

Tabla 04 *Definiciones de competencias en diverso países*

<b>País</b>	<b>Año</b>	<b>Definición</b>
<b>SENCE, Chile</b>	2004	Capacidad para disponer en acciones, instrucciones, prácticas, pericias y actitudes. Para establecer y desarrollar capacidades es obligatorio identificar, evaluar, certificar y capacitar basados en competencias.
<b>CONOCER, México</b>	2004	Capacidad productora de una persona que puntualiza y calcula en términos de rendimiento en determinados contextos laborales, y no simplemente de prácticas, pericias y actitudes.
<b>INEM, España</b>	2005	Puesta en práctica capacidades que permitirán desempeñar un trabajo en proporción a los niveles demandados de empleo. "Es algo más que el conocimiento técnico que hace referencia al saber y al saber hacer, engloba no sólo las capacidades requeridas para el ejercicio de una actividad profesional, sino también un conjunto de comportamientos, toma de decisiones".
<b>OIT</b>	2005	Capacidad de congregar saberes y métodos para poder recapacitar sobre aspectos laborales, de manera positiva para realizarlo en forma exitosa el trabajo completamente identificado.

**Fuente:** Artículo "Competencias emprendedoras a desarrollar en los estudiantes de la carrera de administración de empresas en la universidad pública" (2011), Ciudad universitario, México, D.F. Disponible en: <http://132.248.164.227/congreso/docs/xvi/docs/9A.pdf>

Las competencias emprendedoras hemos analizado desde la perspectiva empresarial y social, que debe ser incorporado al sistema universitario. El Proyecto Tuning en América Latina (2007) precisa como competencias a "la capacidad de todas las personas necesita para solucionar, de forma eficaz e independiente las diversas circunstancias

que tenga en la vida". Para Bellocchio (2010) las competencias "lo compone saberes, destrezas, condiciones y valores que se congregan en un entorno definitivo".

La orientación integradora de condiciones y características que representa el grado de competencia en que un individuo es preparado para desempeñarse; pudiendo evaluarse su desempeño el cual forma parte de la utilidad concluyente de la formación educativa realizada, la que tendrá una correlación con la responsabilidad asumida por los centros de estudios superiores y universitarios.

### 2.3. Marco conceptual

**a) Comportamiento.-** comprende conjuntos identificables de acciones realizadas por los individuos, lo que resulta en resultados específicos; así como las habilidades son contradictorias, desarrollables, controlables y superposición (los gerentes tienen que usar combinaciones de habilidades).

**b) Competencias.-** Son características de nivel superior que representan el total de la capacidad del emprendedor para desempeñar con éxito una función laboral y, como parte del conocimiento, habilidades y rasgos de personalidad que a su vez están influenciados por la educación, la formación, la familia, antecedentes, experiencia y otros aspectos demográficos de los empresarios.

La "competencia" se define en términos de los atributos de un individuo que están causalmente relacionados con el desempeño efectivo.

**c) Competencia:** la capacidad de aplicar o usar un conjunto de conocimientos, habilidades y prácticas relacionadas requeridas para realizar con éxito "funciones de trabajo críticos" o tareas en un entorno de trabajo definido. (Parada profesional, 2014).

Es la suma de nuestras experiencias y los conocimientos, habilidades, valores y actitudes que hemos adquirido durante

nuestra vida, que son necesarios para un desempeño efectivo en un trabajo o papel de la vida.

Comportamientos demostrados por individuos y algo que una persona debe y puede lograr (Mitchelmore y Rowley, 2010).

- d) **Desempeño del emprendedor:** el desempeño del negocio de la empresa fundada, propiedad y operado por el empresario.
- e) **Emprendedor:** un individuo que inicia y opera activamente un negocio.
- f) **Desempeño.** - Es el resultado de un conjunto de comportamientos y acciones por una persona en un determinado periodo.
- g) **Emprendedor.-** Un emprendedor es aquella persona con la capacidad y los conocimientos del entorno que le permite iniciar proyectos y/o negocios con una visión clara administrando sus recursos en el logro de sus objetivos, busca innovar y ser competitivo.
- h) **Habilidades empresariales.** Estos son proactividad, orientación al logro y compromiso con los demás. La "proactividad" incluye elementos tales como iniciativa y asertividad. La "orientación al logro" incluye ver y actuando sobre oportunidades, orientación de eficiencia, preocupación por la alta calidad de trabajo y planificación sistemática. El "compromiso con los demás" abarca temas como como compromiso con el contrato de trabajo y reconocimiento de la importancia de relaciones comerciales.
- i) **Meta-competencia.-** Son las habilidades de orden superior que tienen que ver con ser capaz de aprender, adaptarse, anticiparse y crear. La comunicación, el autodesarrollo, la creatividad, el análisis y la resolución de problemas también se incluyen en la definición.
- j) **Gerente:** una persona que aporta coherencia a organizaciones y empresas complejas por funciones tales como planificación, organización, mando, coordinación y control.
- k) **Gestionar.-** Es un conjunto de acciones efectuadas en el logro de un objetivo.

- l) Venta minorista:** es la etapa final de cualquier actividad económica (Pradhan, 2009)
- m) Venta al por menor:** la venta al por menor incluye todas las actividades relacionadas con la venta de bienes o servicios a consumidores finales para uso personal, no comercial. Vender a los consumidores finales si es por un fabricante, un mayorista o un minorista; es minorista independientemente del hecho de que el se venden bienes o servicios (por persona, correo, teléfono, máquina expendedora o internet o dónde se venden: en una tienda, en la calle o en la casa del consumidor) (Kotler, K.L. Keller, A. Koshi y M. Jha., 2007)
- n) Tuning.-** Es un proyecto Alfa Tuning en América Latina que estaba buscando el afinamiento de la estructura educativa en esta parte de América, habiendo dado inicio a diversos debates, cuyo propósito fue la identificación e intercambio de información para optimizar la cooperación entre entidades de educación superior, buscando desarrollar la aptitud, certeza y transparencia. (Otero, Celis, Reaño, & Souza, 2015).

## CAPITULO III: METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

### 3.1. Tipo de investigación

**Descriptiva**, se describirá las condiciones de la variable de estudio relacionadas a las competencias genéricas de emprendimiento en los estudiantes universitarios de la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios, 2018-II; de acuerdo al contexto en la que se encuentran.

**De corte transversal**, puesto que se recolectará los datos en un momento único y se describirá las dos variables en ese mismo momento.

### 3.2. Diseño de investigación

Emplearemos el esquema del diseño de la siguiente manera:

O → M

**Dónde:**

O: Observación

M: Muestra de estudio

### 3.3. Delimitación espacial y temporal

El estudio se realizó en la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios a los estudiantes de administración y negocios internacionales del periodo 2018-II.

### 3.4. Población y muestra

#### 3.4.1. Población

Estuvo compuesta por los alumnos universitarios de la Escuela Académica Profesional de Administración y Negocios Internacionales de la Facultad de Ecoturismo, Universidad Nacional Amazónica de Madre de

Dios del periodo 2018-II, el cual está conformado por un total de 430 alumnos<sup>3</sup>.

### 3.4.2. Muestra

Para determinar nuestra muestra se usará la siguiente fórmula para población finita

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

**Donde:**

**N:** población

**n:** tamaño de la muestra

**Z:** nivel de confianza (95%)

**p:** probabilidad a favor

**q:** probabilidad en contra

**e:** error muestral (5%)

Aplicando la formula tenemos:

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 430}{0.05^2 (429) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{412972}{0.05^2 (429) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{412.972}{1.0725 + 0.9604}$$

$$n = 203.144$$

$$n = 204 \text{ alumnos}$$

---

<sup>3</sup> Según la Dirección Universitaria de Asuntos Académicos (DUAA) de la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios del periodo 2018 - II.

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

#### 3.5.1. Métodos y técnicas

##### 3.5.1.1. Métodos

La presente es una investigación científica, utilizando el método científico, porque *“es un procedimiento para descubrir las situaciones en que se constituyen eventos determinados, representados habitualmente por ser tentativo, demostrable, de observación realizada empíricamente”* (Flores, 2008).

##### 3.5.1.2. Técnicas

*“Es el procedimiento o manera de proceder del investigador para reunir la información: se trata de una práctica específica, que admite acopiar la información necesaria de sus indicadores; teniendo la finalidad de alcanzar sus objetivos y verificar la hipótesis”* (Flores, 2008).

- **La observación:** “significa un reconocimiento directo o indirecto, mediante los sentidos, observándose objetos o hechos que suceden de manera natural o estimulados mediante experimentaciones a partir de ciertos esquemas” (Flores, 2008).
- **La encuesta:** a través de esta se recoge información de los sujetos que implicados en el estudio que se está realizando. En este caso utilizamos la entrevista y el cuestionario.
- **Análisis de documentos:** proseguimos a revisar la documentación que logramos obtener, para poder extraer información que respaldan esta investigación.

#### 3.5.2. Instrumentos

Se utilizó un cuestionario acorde a las dimensiones e indicadores. En la elaboración del cuestionario se utilizó la escala de Likert. Según (Malhotra, 2004) es una herramienta creada por Resis Likert y es la escala de medición más usada en la cual se requiere que los encuestados marquen el grado en el cual están de acuerdo o en desacuerdo. Cada escala tiene 5 opciones de respuestas.

Hernández Sampieri, 2006, menciona que la construcción del instrumento es utilizada para cuestionarios y para registrar datos donde el

valor que se les otorga a estos se le conoce como “Codificación”, esto representa un modelo con escalas de tipo Likert.

- **Codificación.** La codificación consiste en delimitar y dar códigos a objetos en caso de bienes y respuestas en caso de servicios, estas pueden estar clasificadas en categorías y números para cada pregunta en cada encuesta, valores en signos o numéricos que tienen una interpretación.

Tabla 05 *Formato de respuestas tipo Likert*

<b>NIVEL DE LIKERT</b>	<b>SIGNIFICADO</b>
<b>1</b>	NUNCA
<b>2</b>	CASI NUNCA
<b>3</b>	A VECES
<b>4</b>	CASI SIEMPRE
<b>5</b>	SIEMPRE

Elaboración propia

- **Validez del instrumento**

(Corral, 2009) “Referida a la calidad del instrumento reflejando el dominio determinado sobre su contenido de aquello que se mide, determinándose hasta dónde sus ítems son específicos y representa al universo, con determinadas características o rasgos que pretende medirse, respondiendo a la interrogante, cuán característico es el procedimiento escogido como muestra, que pretende interpretar”.

- **Confiabilidad de instrumentos**

Los datos que se han obtenido son confiables, y de esta manera se pueda realizar un adecuado análisis consistente teniendo como base determinadas metodologías estadísticas como es, el coeficiente de “alfa de Cronbach”.

Según Hernández (2000), los valores que determinan la confiabilidad resumimos de esta manera:

Tabla 06 *Escala del nivel de confiabilidad de los instrumentos*

Valores	Valores Nivel de confiabilidad
<b>0.53 a menos</b>	Confiabilidad nula
<b>0.54 a 0.59</b>	Confiabilidad baja
<b>0.60 a 0.65</b>	Confiable
<b>0.66 a 0.71</b>	Muy confiable
<b>0.72 a 0.99</b>	Excelente confiabilidad
<b>1</b>	Confiabilidad perfecta

Elaboración de la Revista Ciencias de la Educación Validez y confiabilidad de los instrumentos de investigación para la recolección de datos, 2009

Al calcular la confiabilidad aplicamos la encuesta piloto, representado por el 10% de la población estudiada obteniéndose un coeficiente de 0.9049 para la variable de competencias genéricas de emprendimiento, Coeficiente que demuestra excelente confiabilidad del instrumento.

$$\alpha = \frac{K}{k - 1} \left[ \frac{\sum S_t^2}{S_t^2} \right]$$

**Donde:**

K: Número de ítems

$\sum S_t^2$ : sumatoria de varianzas de los ítems

$S_t^2$ : varianza de la suma de los ítems

$\alpha$ : Coeficiente de alfa de cronbach

Observando, el valor del “coeficiente de alfa de Cronbach” en la que el resultado obtenido, se encuentra entre los intervalos de confianza  $0.8 < \alpha = 0.9049 < 1$ ; se concluye que, el instrumento empleado ofrece información sólida y estables, existiendo excelente confianza considerando que se encuentra cercano a la unidad (1), es consistente los resultados conseguidos.

## **CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

### **4.1. Procesamiento, análisis, interpretación y discusión de resultados**

La investigación lo realizamos teniendo como base al método científico de manera ordenada, se realizará una clasificación y presentación de los resultados obtenidos, posteriormente se representará en cuadros estadísticos y gráficos en base a las técnicas estadísticas explicando los resultados obtenido de la variable y de cada una de sus respectivas dimensiones con el propósito de obtener una conclusión.

Este trabajo de investigación es descriptivo y cuantitativo para la interpretación y análisis de los resultados se utilizará el Paquete estadístico SPSS (Statistical Package for the Social Sciences o Paquete estadístico para Ciencias Sociales).

Según, Bermúdez, J. (2005), menciona que el SPSS, es un conjunto de potentes herramientas de tratamientos de datos y análisis estadístico, siendo el programa de estadística informática más empleado para este tipo de estudios, la cual se considera un módulo base y sus anexos los que fueron actualizados continuamente con adecuadas operaciones estadísticas.

### **4.2. Análisis descriptivo:**

- Escala de interpretación de instrumentos

Para efectos de poder interpretar la variable y sus dimensiones utilizamos un nivel valorativo de 5 puntos para el recojo de datos (nunca, casi nunca, a veces, casi siempre, siempre). Los mismos que son recategorizados con una escala alternativa de interpretación de (muy bajo, bajo, regular, alto, muy alto) tal como se observa en la tabla 8.

**Tabla 07** Escala de interpretación

<b>Alternativas del Instrumento</b>	<b>Promedio</b>	<b>Alternativas de Interpretación</b>
<b>Nunca</b>	1.00- 1.80	Muy bajo
<b>Casi nunca</b>	1.81 – 2.61	Bajo
<b>A veces</b>	2.62 – 3.42	Regular
<b>Casi siempre</b>	3.43 – 4.23	Alto
<b>Siempre</b>	4.24 – 5.00	Muy alto

*Fuente: Elaboración propia*

- **Resultados descriptivos de la variable: COMPETENCIAS GENÉRICAS DE EMPRENDIMIENTO**

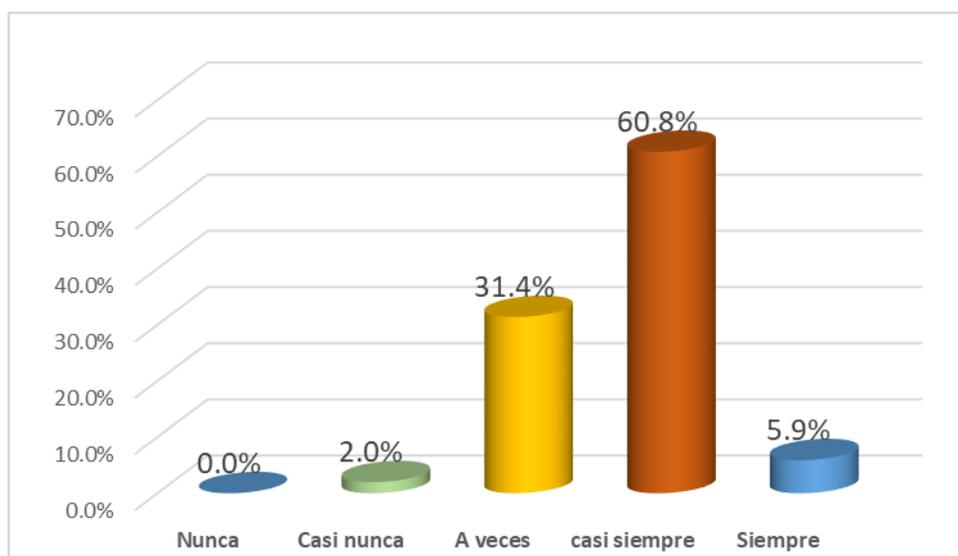
**Tabla 08** Distribución de variable competencias genéricas de emprendimiento

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
<b>Nunca</b>	0	0.0%	0.0%
<b>Casi nunca</b>	4	2.0%	2.0%
<b>A veces</b>	64	31.4%	33.3%
<b>casi siempre</b>	124	60.8%	94.1%
<b>Siempre</b>	12	5.9%	100.0%
<b>Total</b>	204	100.0%	

*Fuente: Encuesta de elaboración propia*

**Análisis e interpretación:** en la tabla N° 08 y figura N° 02, en relación a la variable competencias genéricas de emprendimiento desde la perspectiva de los estudiantes de administración y negocios internacionales de la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios el 60.8% de los

estudiantes encuestados manifiestan un alto grado de competencias emprendedoras, un 31.4% regularmente, 5.9% muy alto grado y 2.0% manifiestan un bajo grado de competencias empresariales de ello concluimos que en su totalidad los alumnos han considerado en el nivel alto las competencias genéricas de emprendimiento. Resultados que también se pueden apreciar en la siguiente figura.



**Figura 2.** Distribución de variable competencias genéricas de emprendimiento

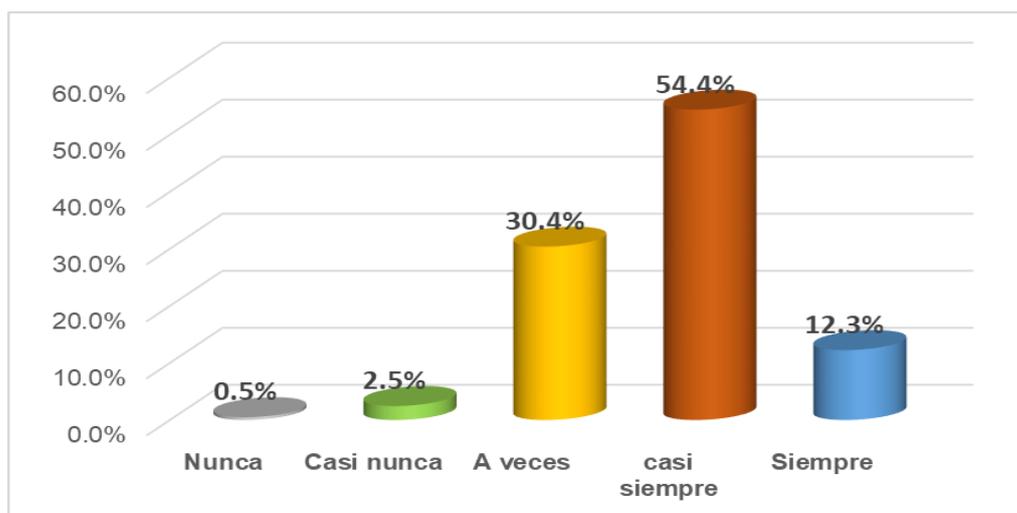
#### 4.2.1. Análisis de la dimensión: interpersonal

Tabla 09 *Distribución de dimensión interpersonal*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
<b>Nunca</b>	1	0.5%	0.5%
<b>Casi nunca</b>	5	2.5%	2.9%
<b>A veces</b>	62	30.4%	33.3%
<b>casi siempre</b>	111	54.4%	87.7%
<b>Siempre</b>	25	12.3%	100.0%
<b>Total</b>	204	100.0%	

*Fuente:* Encuesta de elaboración propia

**Análisis e interpretación:** en la tabla 9 y figura 03, respecto a la dimensión interpersonal desde la perspectiva de los estudiantes de administración y negocios internacionales de la Universidad, el 54.4% de los estudiantes encuestados manifiestan un alto nivel interpersonal, un 30.4% regularmente, 12.3% muy alto, 2.5% manifiestan un nivel bajo y 0.5% como muy bajo, de ello concluimos que en su mayoría los alumnos han considerado de nivel alto la dimensión interpersonal. Resultados que también se pueden apreciar en la siguiente figura.



**Figura 3.** Distribución de dimensión interpersonales

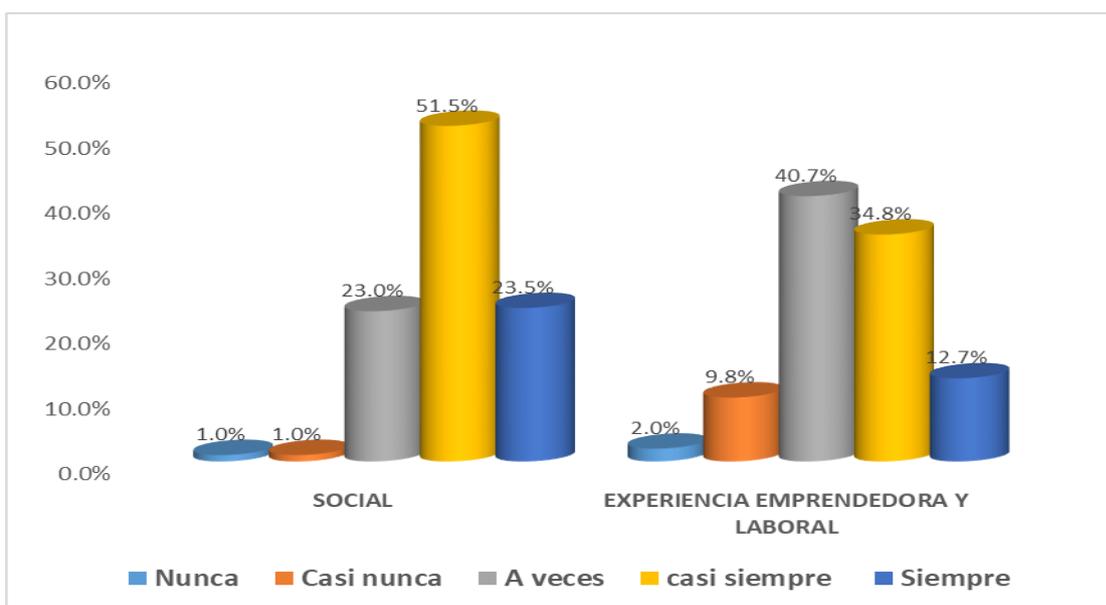
#### 4.2.1.1. Análisis de la dimensión: interpersonal por indicadores

Tabla 5 *Distribución de dimensión interpersonal por indicadores*

	SOCIAL	EXPERIENCIA EMPRENDEDORA Y LABORAL
<b>Nunca</b>	1.0%	2.0%
<b>Casi nunca</b>	1.0%	9.8%
<b>A veces</b>	23.0%	40.7%
<b>casi siempre</b>	51.5%	34.8%
<b>Siempre</b>	23.5%	12.7%
<b>Total</b>	100.0%	100.0%

*Fuente:* Encuesta de elaboración propia

**Análisis e interpretación:** en la tabla 10 y figura 04, respecto a la dimensión interpersonal por indicadores desde la perspectiva de los estudiantes de administración y negocios internacionales de la Universidad, el 51.5% de los estudiantes encuestados manifiestan que el indicador social se encuentra en un nivel alto y respecto al indicador experiencia emprendedora y laboral prevalece el nivel regular, de ello podemos concluir que el indicador que prevalece para la dimensión interpersonal es lo social. Resultados que también se pueden apreciar en la siguiente figura.



**Figura 4.** Distribución de dimensión: interpersonal por indicadores

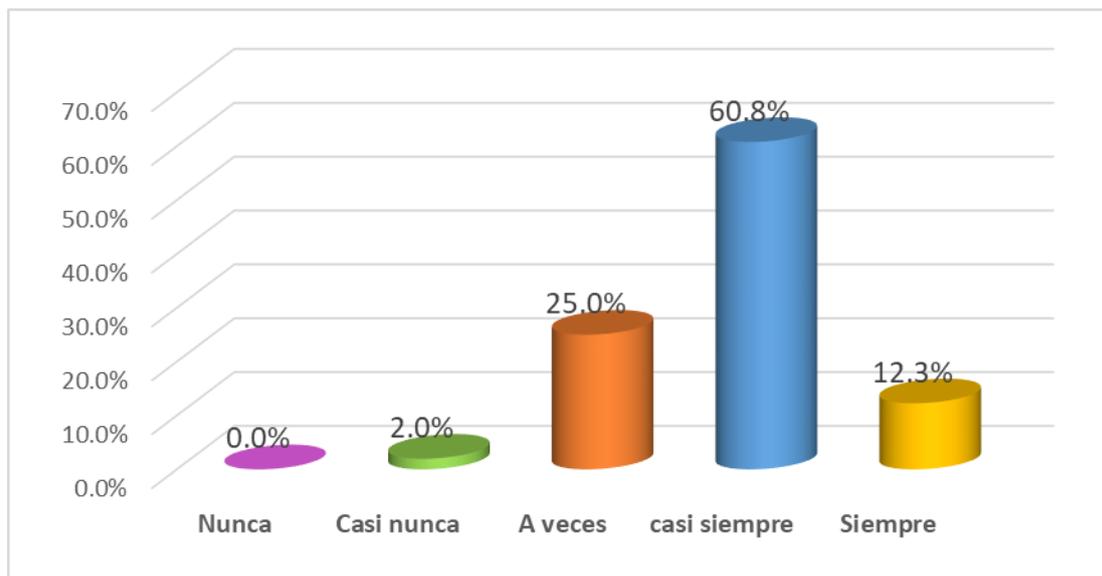
#### 4.2.2. Análisis de la dimensión: sistémica

Tabla 11 *Distribución de dimensión sistémica*

	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Nunca</b>	0	0.0%	0.0%
<b>Casi nunca</b>	4	2.0%	2.0%
<b>A veces</b>	51	25.0%	27.0%
<b>casi siempre</b>	124	60.8%	87.7%
<b>Siempre</b>	25	12.3%	100.0%
<b>Total</b>	204	100.0%	

*Fuente:* Encuesta de elaboración propia

**Análisis e interpretación:** en la tabla 11 y figura N° 05, respecto a la dimensión sistémica desde la perspectiva de los estudiantes de administración y negocios internacionales de la Universidad, el 60.8% de los estudiantes encuestados manifiestan un alto nivel, un 25.0% regularmente, 12.3% muy alto, y 2.0% como muy bajo, de ello podemos concluir que la mayoría de estudiantes consideran de nivel alto la dimensión sistémica. Resultados que también se pueden apreciar en la siguiente figura.



**Figura 5.** Distribución de dimensión sistémica

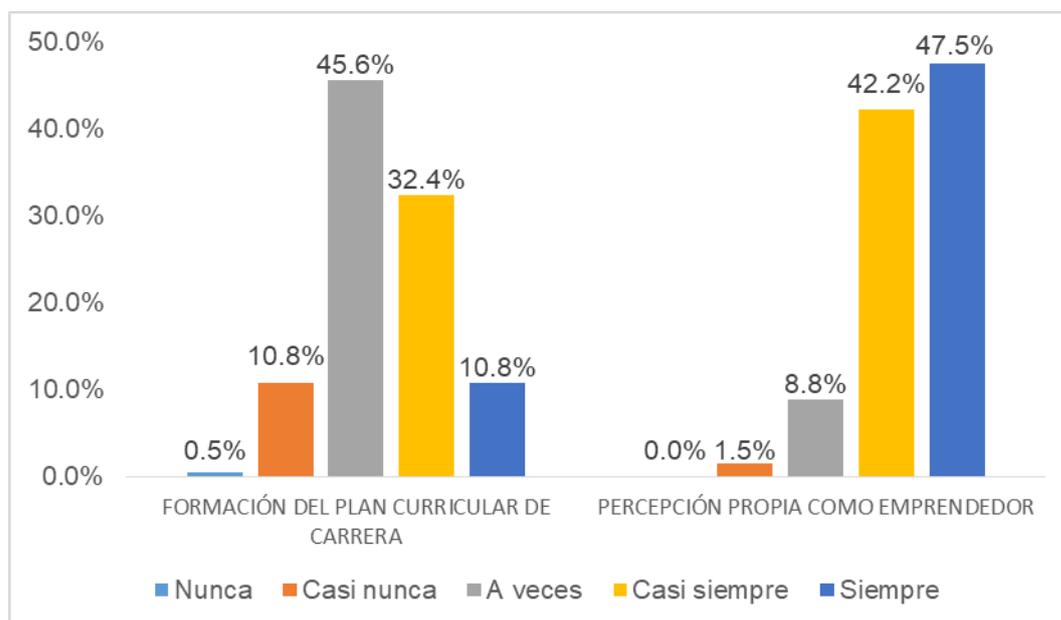
#### 4.2.2.1. Análisis de la dimensión: sistémica por indicadores

Tabla 12 *Distribución de dimensión sistémica por indicadores*

	<b>Formación del plan curricular de carrera</b>	<b>Percepción propia como emprendedor</b>
<b>Nunca</b>	0.5%	0.0%
<b>Casi nunca</b>	10.8%	1.5%
<b>A veces</b>	45.6%	8.8%
<b>casi siempre</b>	32.4%	42.2%
<b>Siempre</b>	10.8%	47.5%
<b>Total</b>	100.0%	100.0%

*Fuente:* Encuesta de elaboración propia

**Análisis e interpretación:** en la tabla 12 y figura 06, respecto a la dimensión sistémica por indicadores desde la perspectiva de los estudiantes de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad, el 45.6% de los estudiantes encuestados manifiestan que el indicador formación del plan curricular de carrera se encuentra en un nivel regular y respecto al indicador percepción propia como emprendedor prevalece el nivel muy alto, ello indica que podemos concluir que el indicador que prevalece para la dimensión interpersonal es la percepción propia como emprendedor. Resultados que también se pueden apreciar en la siguiente figura.



**Figura 6.** Distribución de dimensión interpersonal por indicadores

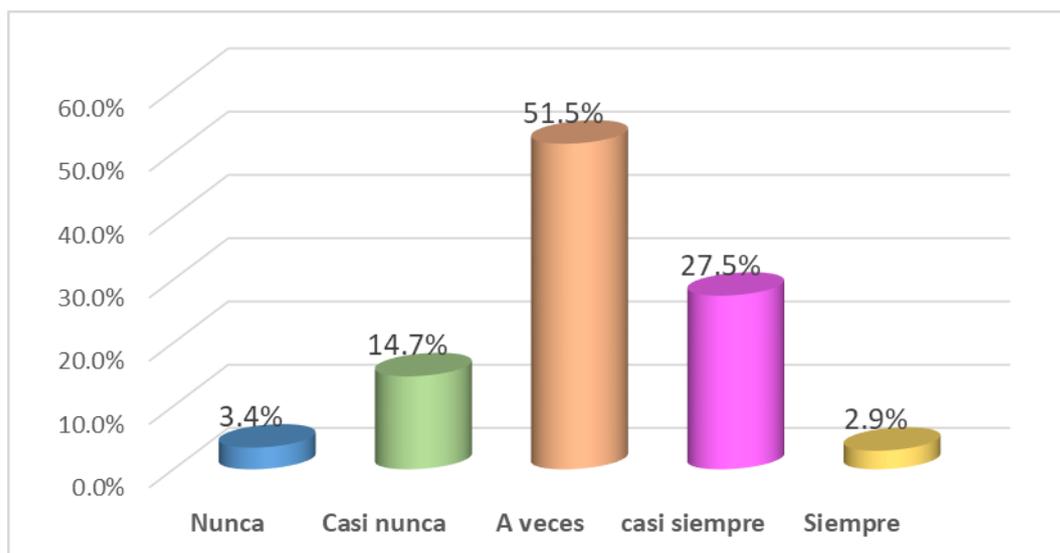
#### 4.2.3. Análisis de la dimensión instrumentales

Tabla 13 *Distribución de dimensión instrumentales*

	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Nunca</b>	7	3.4%	3.4%
<b>Casi nunca</b>	30	14.7%	18.1%
<b>A veces</b>	105	51.5%	69.6%
<b>casi siempre</b>	56	27.5%	97.1%
<b>Siempre</b>	6	2.9%	100.0%
<b>Total</b>	204	100.0%	

*Fuente:* Encuesta de elaboración propia

**Análisis e interpretación:** en la tabla 13 y figura 07, respecto a la dimensión instrumentales desde la perspectiva de los estudiantes de administración y negocios internacionales de la Universidad, el 51.5% de los estudiantes encuestados manifiestan un nivel REGULAR, un 27.5% nivel ALTO, y 2.9% como MUY ALTO, de ello podemos concluir que la mayoría de estudiantes consideran de nivel REGULAR la dimensión instrumental. Resultados que también se pueden apreciar en la siguiente figura.



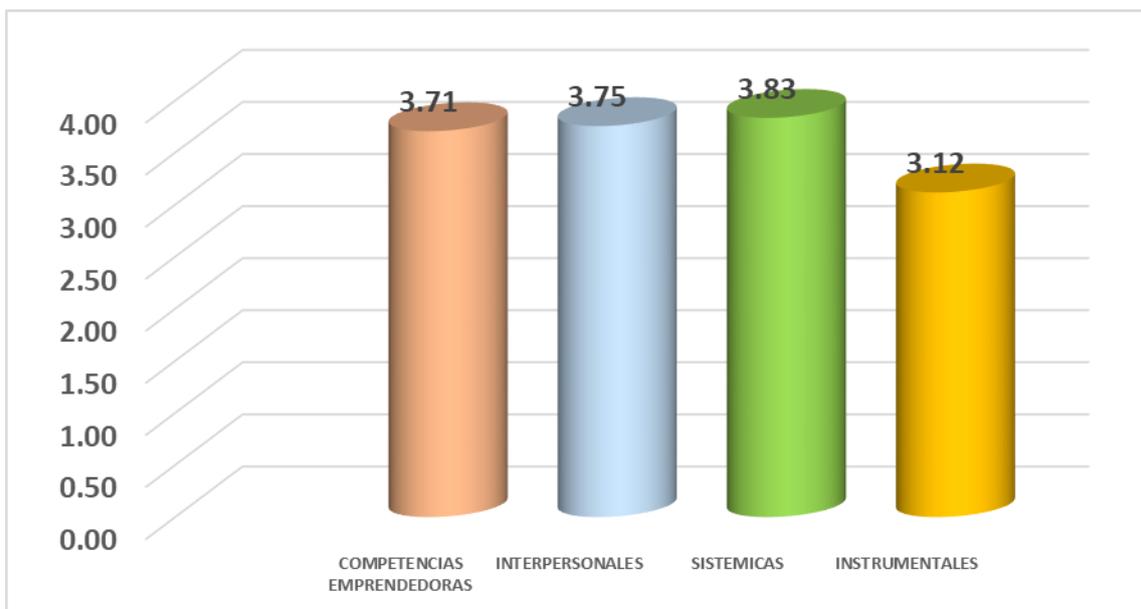
**Figura 7.** Distribución de dimensión instrumentales

#### 4.2.4. Estimación del nivel predominante de la variable: competencias emprendedoras

Tabla 14 *Estimación del nivel predominante de la variable competencias genéricas de emprendimiento*

Variable	Estadístico Media	Error estándar	95% de intervalo de confianza para la media	
			LI	LS
<b>COMPETENCIAS GENÉRICAS DE EMPREDIMIENTO</b>	3.71	0.042	<b>3.63</b>	<b>3.79</b>
<b>INTERPERSONALES</b>	3.75	0.050	<b>3.65</b>	<b>3.85</b>
<b>SISTÉMICAS</b>	3.83	0.046	<b>3.74</b>	<b>3.92</b>
<b>INSTRUMENTALES</b>	3.12	0.057	<b>3.01</b>	<b>3.23</b>

*Fuente:* Elaboración propia



**Figura 8.** Estimación del nivel predominante de la variable competencias genéricas de emprendimiento

**Análisis:** En el Tabla 14 y Figura 08, con relación a la variable Competencias genéricas de emprendimiento por Dimensiones, se observa que la media estimada para la variable competencias genéricas de emprendimiento es igual a  $3.71 \pm 0.08$ , correspondiente a un nivel alto (ver tabla 1), en relación a la dimensión interpersonales obtuvimos una media de  $3.75 \pm 0.10$ , corresponde a un nivel alto (ver tabla 08), en relación a la dimensión sistémicas obtuvimos una media de  $3.83 \pm 0.09$ , que corresponde a un nivel alto (ver tabla 08), en relación a la dimensión instrumentales obtuvimos una media de  $3.12 \pm 0.11$ , que corresponde a un nivel regular (ver tabla 08).

### **4.3. Análisis inferencial: variable competencias emprendedoras por género y edad.**

#### **4.3.1. Hipótesis general:**

Ha: Existe diferencias significativas entre las competencias genéricas de emprendimiento por género en los estudiantes universitarios de la escuela profesional de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios.

Ho: No existe diferencias significativas entre las competencias genéricas de emprendimiento por género en los estudiantes universitarios de la escuela

profesional de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios

Tabla 65 *Distribución de las competencias genéricas de emprendimiento por género*

<b>GÉNERO</b>	<b>COMPETENCIAS GENÉRICAS DE EMPRENDIMIENTO</b>				<b>Total</b>
	<b>Casi nunca</b>	<b>A veces</b>	<b>Casi siempre</b>	<b>Siempre</b>	
<b>FEMENINO</b>	1	39	70	4	114
<b>MASCULINO</b>	3	25	54	8	90
<b>Total</b>	4	64	124	12	204

*Fuente:* elaboración propia

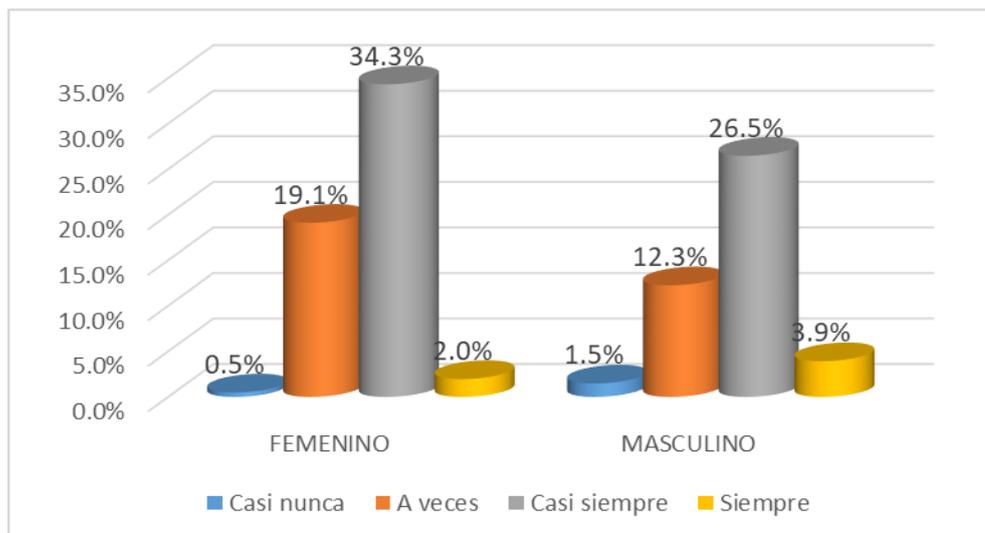
Tabla 76 *Prueba de hipótesis: competencias genéricas de emprendimiento por género*

	<b>Valor</b>	<b>gl</b>	<b>Sig. asintótica (2 caras)</b>
<b>Chi-cuadrado de Pearson</b>	4,702 <sup>a</sup>	3	.195
<b>Razón de verosimilitud</b>	4.733	3	.192
<b>Asociación lineal por lineal</b>	.654	1	.419
<b>N de casos válidos</b>	204		

*Fuente:* elaboración propia

### **Interpretación:**

La tabla 16, nos indica un ( $p > 0.05$ ;  $X^2 = 4,702$ ), por el cual se rechaza la hipótesis alterna y se acepta la hipótesis nula, indicándonos que no hay diferencias significativas entre las competencias genéricas de emprendimiento por género en los alumnos universitarios de la escuela profesional de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad. Resultados que podemos observar en la figura siguiente.



**Figura 9.** Competencias genéricas de emprendimiento por género

Ha: Existe diferencias significativas entre las competencias genéricas de emprendimiento por edad en los estudiantes universitarios de la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios.

Ho: No existe diferencias significativas entre las competencias genéricas de emprendimiento por edad en los estudiantes universitarios de la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios

Tabla 87 *Distribución de las competencias genéricas de emprendimiento por edad*

EDAD	COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS				Total
	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	
<b>16-20</b>	2	25	60	6	93
<b>21-25</b>	2	34	53	6	95
<b>26-30</b>	0	3	10	0	13
<b>31-35</b>	0	2	1	0	3
<b>Total</b>	4	64	124	12	204

Fuente: elaboración propia

Tabla 98 Prueba de hipótesis: competencias emprendedoras por edad

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	5,561a	9	.783
Razón de verosimilitud	6.589	9	.680
Asociación lineal por lineal	.995	1	.318
N de casos válidos	204		

Fuente: elaboración propia

### Interpretación:

La tabla 18, nos indica un ( $p > 0.05$ ;  $X^2 = 5,56$ ), por el cual se rechaza la hipótesis alterna y se acepta la hipótesis nula, lo que indica que no existe diferencias significativas entre las competencias genéricas de emprendimiento por edad en los estudiantes universitarios de la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad. Resultados que podemos observar en la figura siguiente.

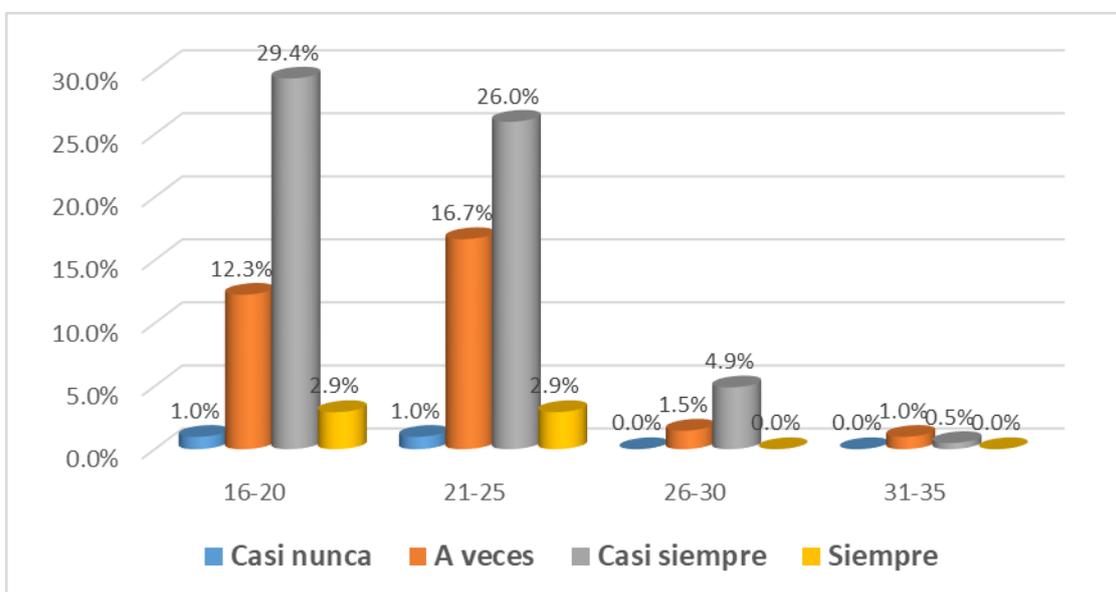


Figura 10. Competencias genéricas de emprendimiento por género

## CONCLUSIONES

**Primera:** Se demostró que el género y la edad no están asociadas con las competencias genéricas de emprendimiento en los estudiantes universitarios de la escuela profesional de Administración y Negocios Internacionales de la universidad al tenerse un ( $p > 0.05$ ;  $X^2 = 4.702$ ,  $X^2 = 5.561$ ) al 95% de confianza. Asimismo, los estudiantes de la Escuela profesional de Administración y Negocios Internacionales a nivel de las diferentes edades a los que se les ha aplicado el instrumento manifiestan las mismas competencias genéricas de emprendimiento, respecto al género se manifiesta que tanto los estudiantes varones y estudiantes mujeres manifiestan las mismas capacidades de competencias genéricas de emprendimiento.

**Segunda:** Se demostró que la dimensión interpersonal se obtuvo una media de  $3.75 \pm 0.10$ , al 95% de confianza, ello indica que los estudiantes universitarios de la escuela profesional de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios tienen una percepción correspondiente a un nivel alto (ver tabla 09), el mismo que demuestra la capacidad de interacción social (capacidad de relacionarnos con los demás en forma tal que consigan un máximo de beneficios), cooperativa y de compromiso ético de los estudiantes, así mismo demuestran el clima de convivencia que tienen docente-estudiante, existe una interacción del saludo, hay tendencia hacia la formación de grupos por parte de los estudiantes, y por ende el que apliquen a su vida estas actitudes de la dimensión interpersonal influye en la formación de los estudiantes a lo largo del periodo de sus estudios.

**Tercera:** en relación a la dimensión sistémica se demostró que el 60.8% de los alumnos a quienes se les aplicó el instrumento manifiestan un alto nivel, un 25.0% regularmente, 12.3% muy alto, y 2.0% como muy bajo, de ello se concluye que la mayoría de estudiantes consideran de nivel alto la dimensión sistémica, por lo que se puede evidenciar el nivel de percepción propia como emprender de los estudiantes que se detona como muy alto (ver tabla 11), en relación a este indicador los estudiantes tienen una alta percepción de sí mismos como emprendedores, se consideran innovadores, creativos, entusiastas, persistentes, comunicativos, con capacidad de liderazgo, iniciativa propia, de aprendizaje, de asumir riesgos, y otros, así también se manifiesta un nivel regular en la capacidad

que tienen los estudiantes para aplicar los conocimientos adquiridos del plan curricular en la práctica (ver figura 05), esto resulta ser un punto crítico para desarrollar una cultura emprendedora en los alumnos de la casa de formación profesional, debido a que se cuenta con cursos que aportan con los conocimientos para desempeñar las capacidades de emprendimiento en los estudiantes como administración y gestión empresarial, comunicación empresarial, negociación empresarial, comportamiento organizacional, y otros, que no han cumplido en aportar de manera eficiente con su finalidad teniendo ciertas carencias prácticas que debían acoplarse al contenido teórico de cada curso para un mayor aprendizaje del estudiante, es así que se sugiere iniciarse primordialmente con una evaluación de las competencias con las que inician los estudiantes en el principio de su formación profesional e identificar aquellas competencias genéricas de emprendimiento en las que presentan carencia los estudiantes para poder fortalecerlas a través de cada uno de los cursos que se llevaran posteriormente a través de la identificación de debilidades que presenta el plan curricular de carrera de la Escuela Profesional de Administración de Negocios Internacionales de la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios.

**Cuarta:** en relación a la dimensión instrumental se demostró que el 51.5% de los alumnos a quienes se les aplicó el instrumento manifiestan un nivel regular, un 27.5% nivel bueno, y 2.9% como muy bueno, de ello podemos concluir que la mayoría de estudiantes consideran de nivel regular la dimensión instrumental, donde se muestra que existe cierta carencia en el papel del docente universitario para la promoción del emprendimiento (ver tabla 13), del instrumento que se aplicó a los estudiantes nos ayudó a identificar que falencias se presentan en la formación docente para que en los resultados se presentara de nivel regular este indicador, así se tiene que la carrera no cuenta con programa que permitan desarrollar la capacidad de emprendimiento a través de incubadoras de negocio u otro que realce o valore las competencias que los alumnos pueden demostrar de manera teórica y práctica, los estudiantes manifiestan que no se resalta la promoción de actividades de emprendimiento para desarrollar su capacidad de emprendimiento e innovación y que existe nivel regular en inculcar la formación para el emprendimiento empresarial.

## RECOMENDACIONES

**Primera:** Debido al alcance y resultados obtenidos en el desarrollo del presente trabajo, basado en las competencias genéricas de emprendimiento de los estudiantes universitarios de la escuela profesional de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios se resalta el interés que tiene la universidad por el desarrollo de profesionales emprendedores, por lo que es necesario establecer los mecanismos adecuados (inclusión del emprendimiento como elemento esencial de los planes educativos, asesorías, apoyo de mentores (empresarios que tengan relación con la comunidad educativa), guías prácticas para elaborar planes de negocio, realización de eventos, actividades y programas que incentiven el emprendimiento y le den visibilidad y reconocimiento a la actividad emprendedora, estímulos e incentivos a programas relacionados con emprendimiento y planes de negocio), para que la innovación y el emprendimiento sean considerados fundamentales en el proceso de formación universitaria en todos los niveles de enseñanza, y así poder formar profesionales con visión empresarial que destaquen en la región de Madre de Dios pensando en un desarrollo sostenido. Ya que si existe mayor presencia de emprendedores, hay más y mejores empresas y proyectos productivos. Si existen más y mejores empresas y proyectos productivos, se aporta a mejorar la situación social y económica de varias personas. El emprendimiento debe ser un compromiso y una necesidad para la nuestra casa de estudios superior. Es por ello que se debe denotar un emprendimiento basado en la responsabilidad social, la ética y la equidad.

**Segunda:** Se recomienda a las autoridades de la escuela profesional de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios fortalecer las capacidades interpersonales que poseen los estudiantes a través de la implementación de congresos, seminarios, eventos científicos y talleres prácticos que incluyan temas como el trabajo en equipo, tolerancia, respeto, empatía, logro de metas, optimismo y confianza en uno mismo, eficiencia y eficacia, autoestima, motivación intrínseca, asertividad, comunicación efectiva, compromiso, proactividad, desempeño académico y laboral desarrolladas por emprendedores y estudiantes destacados en la formación y desarrollo del emprendimiento con visualización de oportunidades. Finalmente, establecer

programas de conferencias con egresados que sean emprendedores sobresalientes para que de esa forma exista una retroalimentación continua entre los estudiantes sobre la experiencia emprendedora y su desempeño en el campo laboral que contribuya al desarrollo de planes de negocios y nuevas empresas.

**Tercera:** Se recomienda a las autoridades de la escuela profesional de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios implementar el proceso de reestructuración curricular incluyendo cursos y talleres prácticos en temas de cultura emprendedora, innovación, creatividad, liderazgo, competitividad, diagnóstico organizacional, planificación y organización, productividad, comunicación empresarial, formalización de empresas, planes de negocio, talleres sobre manejo de riesgos y tolerancia a cambios de entorno. Del mismo modo la implementación de incubadoras de negocios, laboratorios y simuladores de negocios son importantes porque coadyuvan al fortalecimiento del emprendimiento en los estudiantes y futuros profesionales en el desarrollo del emprendimiento. La teoría y la práctica deben desarrollarse de forma integral dentro de la formación académica de los estudiantes.

**Cuarta:** Se recomienda a las autoridades de la escuela profesional de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios establecer los mecanismos adecuados para que la cultura emprendedora, la innovación y creatividad sean consideradas fundamentales en el proceso educativo en todos los niveles de enseñanza, que el docente pueda transmitir las enseñanzas de la empresarialidad a través de: Juegos empresariales, actividades de educación experiencial, simulacros de emprendimiento, muestras empresariales, centros de negocio; para ello es necesario realizar programas de capacitación al docente en el uso de herramientas tecnológicas, métodos y técnicas en la elaboración de artículos de investigación científica sobre temas de emprendimiento impartidas por los docentes que se vea plasmado en un proyecto de desarrollo profesional docente para la enseñanza de las competencias emprendedoras, la misma que permitirá fortalecer el rol de los docentes en la motivación de los estudiantes y a su vez impulsen el desarrollo de nuevas formas de progreso e impacten de manera positiva en el desempeño empresarial. Y en donde se denote la formación del docente como multiplicadores de la promoción del emprendimiento.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alvarez Ulsar, C., & Moreno Cartagena, C. (2002). Formación basada en competencias emprendedoras para la modernización del Estado. *VII Congreso Internacional del CLAD*, 3.
- Arias Odón, F. G. (2012). *El proyecto de investigación*. Caracas: Edotorial Episteme, C.A.
- Bolívar Abello, M. C., & Fandiño Padilla, L. (2009). *Evaluación del impacto del emprendimiento empresarial en los estudiantes de la carrera de administración de empresas de la Pontificia Universidad Javeriana y estudios de factores de éxito de sus emppresas creadas a partir de los talleres de grado*. Bogotá, D.C.
- Charpentier Esquivel, C. (2003). La dimensión ambiental como un eje transversal, un reto para las universidades estatales costarricenses. El caso de la formación de docente de primaria. *Revista de Educación N° 24*.
- Corral, Y. (2009). Validez y confiabilidad de los instrumentos de investigación para la recolección de datos. *Revista Ciencias de la Educación*, 20.
- Correa Correa, Z., Conde Cardona, Y. A., & Delgado Hurtado, C. (5,6 y 7 de Octubre de 2011). *Competencias emprendedoras a desarrollar en los estudiantes de la carrera de administración de empresas en la universidad pública*. Obtenido de Competencias emprendedoras a desarrollar en los estudiantes de la carrera de administración de empresas en la universidad pública: <http://congreso.investiga.fca.unam.mx>
- Correa Correa, Z., Conde Cardona, Y. A., & Delgado Hurtado, C. (5,6 y 7 de Octubre de 2011). *Comptetencias emprendedoras a desarrollar en los estudiantes de la carrera de administración de empresas en la universidad pública*. Obtenido de Comptetencias emprendedoras a desarrollar en los estudiantes de la carrera de administración de empresas en la universidad pública: <http://132.248.164.227/congreso/docs/xvi/docs/9A.pdf>
- Delgado Caramutti, A. M., & Núñez Vera, P. M. (2017). *Competencias de Emprendimiento en estudiantes universitarios de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Señor d eSipán, Pimentel*. Tesis. Lambayeque, Perú.
- Espíritu Olmos, R., Gónzales Sánchez, R. F., & Alcaraz Vera, E. (2012). *Desarrollo de competencias emprendedoras: Un análisis explicativo*

- con estudiantes universitarios*. México, D.F.: Cuadernos de Estudios Empresariales, Vol. 22.
- Espíritu Olmos, R., González Sánchez, R. F., & Alcaraz Vera, E. (2012). Desarrollo de competencias emprendedoras: Un análisis explicativo con estudiantes universitarios. 34.
- Espíritu Olmos, R., González Sánchez, R. F., & Alcaraz Vera, E. (2012). Desarrollo de competencias emprendedoras: Un análisis explicativo con estudiantes universitarios. *Cuadernos de Estudios Empresariales*, 30.
- Gómez Gras, J. M., Galiana Lapera, D., García Miguel, R., Carrasquilla Fernández, C., & Romero Marín, M. R. (2006). Competencias profesionales en los titulados en la UHM. *Universidad Miguel Hernández de Elche*.
- Gómez Vallejo, M. P., & Satizábal Parra, K. (2011). Educación en emprendimiento: fortalecimiento de competencias emprendedoras en la Pontificia Universidad Javeriana Cali. En D. C. Rodríguez Moreno, & A. X. Gómez Murilo, *Las competencias emprendedoras en el departamento de Boyacá* (pág. 111). Cali: Economía, Gestión y Desarrollo.
- Guerra, L. (2015). Emprendimiento, tecnología y la formación de ingenieros. *Tecnología de Información y Comunicación en Educación*, 86.
- Hernández Sampieri, R. (2006). *Metodología de la investigación*. México D.F.: Interamericana Editores, S.A.
- Hincho Sallo, P. P., & Mamani Huanaco, K. (2018). *El emprendimiento empresarial de los egresados de las carreras profesionales de la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios 2014-2017*. Puerto Maldonado.
- Hincho Sallo, P. P., & Mamani Huanaco, K. J. (2018). *El emprendimiento empresarial de los egresados de las carrera profesionales de la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios 2014-2017*. Puerto Maldonado.
- Lepkowski, J. M. (2008). *METODO*.
- Malhotra, N. K. (2004). *Investigación de mercados: un enfoque aplicativo*. Naucalpan de Juárez: Pearson Educación.
- Moya Muñoz, P. (2016). Competencias para el emprendimiento. En F. Solis, & J. V. Sinfield, *Entrepreneur to Designer. The Transferable Design Principles of the Entrepreneur* (pág. 2). Santiago: Laboratorio de Innovación y Emprendimiento.
- Paño Revello, M. A., & Soto Muñante, S. G. (2015). *Competencias emprendedores y herramientas de gestión para la sostenibilidad de*

- comedores populares. Estudio de caso del proyecto promdesco de la ONG alma cápac en Lomas de Carabayllo 2009 - 2011.* Lima.
- Peralta Vera, J. (2010). *El programa "la compañía" y el logro de competencias emprendedoras en estudiantes de cuarto de secundaria de Ventanilla.* Lima: Escuela de Postgrado de la Universidad San Ignacio de Loyola.
- Pereira Laverde, F., Osorio Tinoco, F., & Medina Hurtado, L. M. (2011). *Emprendimiento y sus implicaciones en el desarrollo de Santiago de Cali 2010 - 2011.* Santiago de Cali.
- Perez Palacios, E. (2009). La universidad en la formación de emprendedores empresariales y el apoyo en la creación de nuevas empresas. *Gestión en el Tercer Milenio*, 62-64.
- Saravia Vergara, E., & Weinberger Villarán, K. (s.f.). Factores que explican las competencias emprendedoras. *Journal of Business*, 24-40.
- Solanes Puchol, Á., Núñez Núñez, R., & Rodríguez Marín, J. (2012). Elaboración de un cuestionario para la evaluación de competencias genéricas en estudiantes universitarios. *Apuntes de Psicología*, Vol. 30, 515.
- Solanes Puchol, Á., Núñez Núñez, R., & Rodríguez Marín, J. (2012). Elaboración de un cuestionario para la evaluación de competencias genéricas en estudiantes universitarios. *Apuntes de Psicología*, Vol. 30, 514.
- Solares Puchol, Á., Núñez Núñez, R., & Rodríguez Marín, J. (2012). Elaboración de un cuestionario para la evaluación de competencias genéricas en estudiantes universitarios. *Apuntes de la Psicología*, Vol. 30, 514.
- Veciana Verges, J. M. (1999). Creación de empresas como programa de investigación científica. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, VIII, 11-36.
- Zorrilla Mejia, D. C. (2013). *Factores que contribuyeron a la sostenibilidad de los micro emprendimientos juveniles en el distrito de San Juan de Lurigancho. Caso: Proyecto jóvenes pilas del programa de empleo juvenil de INPET (2007-2009).* Lima.

## ANEXOS

### Anexo 1: Matriz de consistencia

**TITULO: “COMPETENCIAS GENÉRICAS DE EMPRENDIMIENTO EN LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL AMAZÓNICA DE MADRE DE DIOS, 2018 - II”**

PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGIA
<p><b>Problema General:</b></p> <p>¿Cómo son las competencias genéricas de emprendimiento por género y edad en los estudiantes universitarios de la escuela profesional de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios, 2018-II?</p> <p><b>Problemas Específicos:</b></p> <p><b>P</b><sub>1</sub>.- ¿Cuáles son las competencias interpersonales de los estudiantes universitarios de la escuela profesional de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Nacional</p>	<p><b>Objetivo General:</b></p> <p>Describir las competencias genéricas de emprendimiento por género y edad en los estudiantes universitarios de la escuela profesional de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios, 2018-II.</p> <p><b>Objetivos Específicos:</b></p> <p><b>O</b><sub>1</sub>.- Estimar el nivel predominante de las competencias interpersonales de los estudiantes de la escuela profesional de Administración y Negocios Internacionales de la</p>	<p><b>Competencias genéricas de emprendimiento</b></p>	<p>Interpersonales</p> <hr/> <p>Sistémicas</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Social.</li> <li>• Experiencia emprendedora y laboral.</li> <li>• Formación del plan curricular de carrera.</li> <li>• Percepción propia como emprendedor</li> </ul>	<p><b>Nivel de Investigación:</b></p> <p>El método de investigación que se aplicara es descriptivo, de corte transversal</p> <p><b>Población:</b> los estudiantes de la escuela académica profesional de administración y negocios internacionales</p>

<p>Amazónica de Madre de Dios, 2018-II?</p> <p><b>P2.-</b> ¿Cómo se desarrolla las competencias sistémicas de emprendimiento de los estudiantes universitarios de la escuela profesional de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios, 2018-II?</p> <p><b>P3.-</b> ¿Cómo son las competencias instrumentales de emprendimiento de los estudiantes universitarios de la escuela profesional de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios, 2018-II?</p>	<p>Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios, 2018-II</p> <p><b>O2.-</b> Describir las competencias sistémicas de emprendimiento de los estudiantes universitarios de la escuela profesional de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios, 2018-II.</p> <p><b>O3.-</b> Describir las competencias instrumentales de emprendimiento de los estudiantes universitarios de la Escuela Académica Profesional de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios, 2018-II.</p>				
			Instrumentales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rol o influencia del docente universitario en la promoción del emprendimiento</li> </ul>	

## Anexo 2: Instrumento

### Cuestionario

“AÑO DE LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN E IMPUNIDAD”

“UNIVERSIDAD NACIONAL AMAZÓNICA DE MADRE DE DIOS”

#### ENCUESTA A ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE LA UNAMAD

Introducción: *Estimado (a) estudiante la presente encuesta se realiza para el tema de investigación “Competencias genéricas de emprendimiento en los estudiantes universitarios de la escuela profesional de administración y negocios internacionales de la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios, 2018 - II”. Con el objetivo de describir las competencias emprendedoras de los estudiantes universitarios. Con la información que se obtenga de esta encuesta se diseñará un programa de capacitación.*

#### DATOS GENERALES:

GÉNERO: Masculino  Femenino  FECHA:.....

EDAD: De 16 a 20 años  De 21 a 25 años

De 26 a 30 años  De 31 a 35 años  De 36 años a más

SEMESTRE: \_\_\_\_\_ de la CARRERA PROFESIONAL de ADMINISTRACION Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

**INSTRUCCIONES:** *Lee detenidamente cada uno de los siguientes criterios y marque con una “X” el que considere pertinente según tu percepción. Por favor sea veraz con la información proporcionada.*

1	2	3	4	5
NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE

<b>DIMENSION 1: INTERPERSONALES</b>						
<b>Indicador 1.1: Social</b>						
1	Te consideras una persona crítica con los demás y autocrítico (a) contigo mismo(a).	1	2	3	4	5
2	Te gusta y buscas siempre realizar actividades académicas con tus compañeros (as).	1	2	3	4	5
3	Tienes facilidad de relacionarte con otras personas, conocidos (as) o desconocidos (as).	1	2	3	4	5
4	Te gusta aprender, respetar y valorar la diversidad de opiniones.	1	2	3	4	5
5	Tienes facilidad para relacionarte y comunicarte con personas expertas en determinadas áreas.	1	2	3	4	5
6	Conoces sobre diversas costumbres, tradiciones y culturas.	1	2	3	4	5
7	Se te facilita adaptarte a nuevas situaciones y/o entornos.	1	2	3	4	5
8	Comprendes en que consiste y consideras importante ser un profesional con valores éticos.	1	2	3	4	5
<b>Indicador 1.2: Experiencia emprendedora y laboral</b>						
9	Los(as) amigos(as) y/o familiares de tu entorno que son propietario de una empresa influyen en tu percepción de emprender.	1	2	3	4	5
10	Haz tenido experiencia laboral, prácticas pre profesional en pequeñas empresas del departamento.	1	2	3	4	5
11	Haz trabajado desempeñando una función con alto nivel de responsabilidad dentro de una empresa y/o institución.	1	2	3	4	5
12	Consideras que tener experiencia en una empresa ayuda a crear ideas para emprender un negocio.	1	2	3	4	5
13	Estás de acuerdo con la siguiente frase: "Trabajar en equipo divide el trabajo y multiplica los resultados".	1	2	3	4	5
<b>DIMENSION 2: SISTEMICAS</b>						
<b>Indicador 2.1: Formación del plan curricular de carrera</b>						
14	En los cursos que desarrollas se incluyen temas de liderazgo.	1	2	3	4	5
15	En los cursos del plan de estudio de tu carrera se promueve la creatividad (hacer algo nuevo).	1	2	3	4	5
16	En los cursos del plan de estudio de tu carrera se promueve la innovación (mejorar algo creado).	1	2	3	4	5
17	En los cursos de la carrera has desarrollado un diagnóstico.	1	2	3	4	5
18	El diagnóstico organizacional promueve tu capacidad de análisis	1	2	3	4	5
19	En los cursos de tu carrera existen actividades y/o talleres sobre el manejo de riesgos.	1	2	3	4	5
20	Consideras que tienes la capacidad de enfrentar a los cambios y retos del ámbito empresarial.	1	2	3	4	5

21	En tu carrera se fomenta la cultura emprendedora.	1	2	3	4	5
<b>Indicador 2.2: Percepción propia como emprendedor</b>						
22	Te gusta aprender cosas nuevas y tienes la oportunidad de ponerlas en práctica.	1	2	3	4	5
23	Tienes la capacidad de asumir riesgos frente a nuevas experiencias de emprendimiento empresarial.	1	2	3	4	5
24	Te entusiasma la idea de desarrollar un nuevo proyecto, aunque ello conlleve más trabajo y esfuerzo.	1	2	3	4	5
25	Tus amigos (as) o compañeros(as) te piden ayuda para aclarar sus dudas o tu opinión sobre alguna situación en particular.	1	2	3	4	5
26	Consideras que tus objetivos y metas personales se deben lograr con esfuerzos propios.	1	2	3	4	5
27	Consideras prioritario iniciar tu propio negocio después de graduarte.	1	2	3	4	5
28	Cuando realizas tus actividades tus pensamientos están orientado al logro y resultados positivos.	1	2	3	4	5
29	Consideras que la planificación y la organización son pilares fundamentales para el logro de mis objetivos.	1	2	3	4	5
<b>DIMENSIÓN 3: INSTRUMENTALES</b>						
<b>Indicador 3.1: Rol o influencia del docente universitario en la promoción del emprendimiento</b>						
30	Los docentes te inculcan tu formación para el emprendimiento empresarial.	1	2	3	4	5
31	Los docentes te facilitan las herramientas y fuentes de información para realizar investigaciones y trabajos académicos.	1	2	3	4	5
32	El docente de la carrera promueve tu capacidad de análisis y síntesis de los temas relacionados a la asignatura.	1	2	3	4	5
33	Dentro de tu formación académica el docente promueve la capacidad para escribir desde un cuento hasta un informe científico de cualquier tipo utilizando correctamente las reglas ortográficas y de redacción	1	2	3	4	5
34	La carrera cuenta con programa y/o software para desarrollar la capacidad de emprendimiento a través de incubadoras de negocio.	1	2	3	4	5
35	En la carrera se promueve actividades de emprendimiento para desarrollar su capacidad de emprendimiento e innovación.	1	2	3	4	5

### Anexo 3: Solicitud de autorización para realización de estudio

**“AÑO DE LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN Y LA IMPUNIDAD”**

**SEÑOR:**

**Mg. FREDDY ABEL RIVERA MAMANI**

**Director de la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales.**

**Presente.**



**SOLICITO:** Autorización para desarrollar la investigación de la tesis titulada "Competencias genéricas de emprendimiento en los estudiantes universitarios de la escuela profesional de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios - 2018 II".

Yo, Yancapallo Peña Melina Daniela, identificada con DNI 71831497, bachiller en Administración y Negocios Internacionales, con domicilio en Av. Jr. José María Arguedas mz 10 , distrito de Tambopata.

Yo, Umiyauri Alvaro Yoni, identificada con DNI 77236753, bachiller en Administración y Negocios Internacionales, con domicilio en Jr. Cusco cdra. 12 s/n, distrito de Tambopata.

Ante usted con el debido respeto nos presentamos y exponemos:

Que, habiendo culminado la carrera profesional de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios, solicitamos a Ud. permiso para realizar el estudio de investigación titulado "Competencias genéricas de emprendimiento en los estudiantes universitarios de la escuela profesional de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios - 2018 II" .

**POR LO EXPUESTO:**

Ruego a usted acceder a nuestra petición.

Puerto Maldonado, 04 de abril del 2019

Yancapallo Peña Melina Daniela  
DNI: 71831497

Yoni Umiyauri Alvaro  
DNI: 77236753

## **Anexo 4: Consentimiento informado**

### Consentimiento informado

Estimados (a) participante

Por medio del presente se le informa que su participación en el presente estudio de investigación titulado “Competencias genéricas de emprendimiento en estudiantes universitarios de la escuela profesional de administración y negocios internacionales de la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios, 2018 - II” dirigido por la bachiller Melina Daniela Yancapallo Peña y la bachiller Yoni Umiyauri Alvaro, en dicha investigación se procede a la recolección de datos e información. Por lo tanto, se le informa lo siguiente:

- ✓ El objetivo principal de la investigación es describir las competencias genéricas de emprendimiento desarrolladas por los estudiantes universitarios de la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios.
- ✓ El tiempo aproximado para responder el cuestionario será de 10 minutos, el cual será dirigido presencialmente por las investigadoras.
- ✓ El estudio no conlleva a ningún riesgo y ningún participante recibirá alguna retribución económica o beneficio de algún tipo.
- ✓ La participación de cada colaborador será confidencial y la información que se obtenga será utilizada estrictamente para los fines de la investigación antes señalada.
- ✓ La participación en la investigación es voluntaria.
- ✓ La información que usted brinde debe ser fiel a la verdad para que los resultados de la investigación sean reflejo de la realidad.

Agradecemos su participación

Bach. Melina Daniel Yancapallo Peña

Bach. Yoni Umiyauri Alvaro

## Anexo 5: Solicitud de validación de instrumento

“AÑO DE LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN Y LA IMPUNIDAD”

Estimado señor (a):

**Mag. Giovana Lira Jimenez**

**Docente de la EP de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios**

**Presente.** -

**SOLICITO:** Validación del instrumento de investigación.

Yo, YANCAPALLO PEÑA MELINA DANIELA, identificada con DNI 71831497, bachiller en Administración y Negocios Internacionales, con domicilio en Av. José María Arguedas MZ 10, distrito de Tambopata.

Yo, UMIYAURI ALVARO YONI, identificada con DNI 77236753, bachiller en Administración y Negocios Internacionales, con domicilio en Jr. Cusco cdra. 12 s/n, distrito de Tambopata.

Ante usted con el debido respeto nos presentamos y exponemos:

Que, para la elaboración de la tesis titulada “Competencias genéricas de emprendimiento en estudiantes universitarios de la escuela académica profesional de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios - 2018 II” es requisito indispensable contar con la validación del instrumento con el cual recopilaremos la información necesaria para poder desarrollar nuestra investigación con la cual optaremos el grado de Licenciados.

Por lo cual solicitamos a usted, destacando su experiencia profesional en este campo, su colaboración para revisar y validar el instrumento de investigación.

El expediente de validación que le hacemos llegar contiene:

Anexo N° 1: Matriz de consistencia.

Anexo N° 2: Cuadro de operacionalización de variables.

Anexo N° 3: Instrumento de investigación (cuestionario).

Anexo N° 4: Ficha de validación.

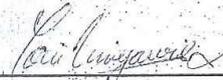
Esperamos la debida atención a la presente, nos despedimos de Ud.

Puerto Maldonado, 25 de julio del 2019



Melina Daniela Yancapallo Peña

DNI: 71831497



Yoni Umiyauri Alvaro

DNI: 77236753

**“AÑO DE LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN Y LA IMPUNIDAD”**

**Estimado señor (a):**

**MG. JHON WILLIAN QUISPE RAMOS**

**Docente de la EP de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios**

**Presente.** -

**SOLICITO:** Validación del instrumento de investigación.

Yo, YANCAPALLO PEÑA MELINA DANIELA, identificada con DNI 71831497, bachiller en Administración y Negocios Internacionales, con domicilio en Av. José María Arguedas MZ 10, distrito de Tambopata.

Yo, UMIYAURI ALVARO YONI, identificada con DNI 77236753, bachiller en Administración y Negocios Internacionales, con domicilio en Jr. Cusco cdra. 12 s/n, distrito de Tambopata.

Ante usted con el debido respeto nos presentamos y exponemos:

Que, para la elaboración de la tesis titulada “Competencias genéricas de emprendimiento en estudiantes universitarios de la escuela académica profesional de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios - 2018 II” es requisito indispensable contar con la validación del instrumento con el cual recopilaremos la información necesaria para poder desarrollar nuestra investigación con la cual optaremos el grado de Licenciados.

Por lo cual solicitamos a usted, destacando su experiencia profesional en este campo, su colaboración para revisar y validar el instrumento de investigación.

El expediente de validación que le hacemos llegar contiene:

Anexo N° 1: Matriz de consistencia,

Anexo N° 2: Cuadro de operacionalización de variables,

Anexo N° 3: Instrumento de investigación (cuestionario).

Anexo N° 4: Ficha de validación.

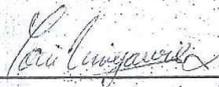
Esperamos la debida atención a la presente, nos despedimos de Ud.

Puerto Maldonado, 25 de julio del 2019



Melina Daniela Yancapallo Peña

DNI: 71831497



Yoni Umiyauri Alvaro

DNI: 77236753

**“AÑO DE LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN Y LA IMPUNIDAD”**

**Estimado señor (a):**

**MG. GUIDO HOLGUIN FERRO**

**Docente de la EP de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios**

**Presente. -**

**SOLICITO:** Validación del instrumento de investigación.

Yo, YANCAPALLO PEÑA MELINA DANIELA, identificada con DNI 71831497, bachiller en Administración y Negocios Internacionales, con domicilio en Av. José María Arguedas MZ 10, distrito de Tambopata.

Yo, UMIYAURI ALVARO YONI, identificada con DNI 77236753, bachiller en Administración y Negocios Internacionales, con domicilio en Jr. Cusco cdra. 12 s/n, distrito de Tambopata.

Ante usted con el debido respeto nos presentamos y exponemos:

Que, para la elaboración de la tesis titulada “Competencias genéricas de emprendimiento en estudiantes universitarios de la escuela académica profesional de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios - 2018 II” es requisito indispensable contar con la validación del instrumento con el cual recopilaremos la información necesaria para poder desarrollar nuestra investigación con la cual optaremos el grado de Licenciados.

Por lo cual solicitamos a usted, destacando su experiencia profesional en este campo, su colaboración para revisar y validar el instrumento de investigación.

El expediente de validación que le hacemos llegar contiene:

Anexo N° 1: Matriz de consistencia.

Anexo N° 2: Cuadro de operacionalización de variables.

Anexo N° 3: Instrumento de investigación (cuestionario).

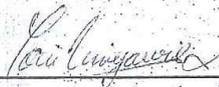
Anexo N° 4: Ficha de validación.

Esperamos la debida atención a la presente, nos despedimos de Ud.

Puerto Maldonado, 25 de julio del 2019



Melina Daniela Yancapallo Peña  
DNI: 71831497



Yoni Umiyauri Alvaro  
DNI: 77236753

## Anexo 6: Ficha de validación

### Anexo 4: Validación de instrumento de investigación

#### I. DATOS GENERALES:

##### Título del trabajo de investigación:

"COMPETENCIAS GENÉRICAS DE EMPRENDIMIENTO EN LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL AMAZÓNICA DE MADRE DE DIOS, 2018 - II"

**Nombre del instrumento:** Cuestionario para los estudiantes de la carrera profesional de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios.

##### Investigadoras:

- ✓ Bach. Yoni Umiyauri Alvaro
- ✓ Bach. Melina Daniela Yancapallo Peña

#### II. DATOS DEL EXPERTO:

Nombres y Apellidos: Mag. Giovana Lira Jiménez

Lugar y fecha: A. GENERAL DEL ENT. RENDIMIENTO

#### III. OBSERVACIONES EN CUANTO A:

1. FORMA: (Ortografía, coherencia lingüística y redacción)

Conforme

2. CONTENIDO: (Coherencia en torno al instrumento. Si el indicador corresponde a los ítems y dimensiones)

Conforme

3. ESTRUCTURA: (Profundidad de los ítems)

Conforme

#### IV. APOYO Y/O SUGERENCIAS

##### LUEGO DE REVISADO EL INSTRUMENTO:

Procede su aplicación

Debe corregirse

Firma

### Ficha de Validación de instrumento de investigación

#### I. DATOS GENERALES:

##### Título del trabajo de investigación:

“COMPETENCIAS GENÉRICAS DE EMPRENDIMIENTO EN LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL AMAZÓNICA DE MADRE DE DIOS, 2018

##### Nombre del instrumento:

Cuestionario para los estudiantes de la carrera profesional de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios.

##### Investigadoras

- ✓ Bach. Yoni Umiyauri Alvaro
- ✓ Bach. Melina Daniela Yancapallo Peña

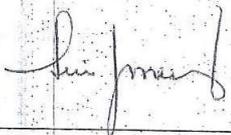
CRITERIO	INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%
FORMA	1. REDACCIÓN	Los indicadores e ítems están redactados considerando los elementos necesarios.					✓
	2. CLARIDAD	Está formulado con un lenguaje apropiado.				✓	
	3. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					✓
CONTENIDO	4. ACTUALIDAD	Es adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					✓
	5. SUFICIENCIA	Los ítems son adecuados en cantidad y profundidad.					✓
	6. INTENCIONALIDAD	El instrumento mide en forma pertinente el comportamiento de la variable de investigación.				✓	

ESTRUCTURA	7. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica entre todos los elementos básicos de la investigación.				✓	
	8. CONSISTENCIA	Se basa en aspectos teóricos científicos de la investigación educativa.				✓	
	9. COHERENCIA	Existe coherencia entre la variable, los ítems, dimensiones e indicadores.					✓
	10. METODOLOGÍA	La estrategia de investigación responde al propósito del diagnóstico.					✓

II. LUEGO DE REVISAR EL INSTRUMENTO:

Procede su aplicación

Debe corregirse

VALIDEZ		
Aplicable	No aplicable	
Aplicable atendiendo a las observaciones		
Valido por:	DNI:	Profesión:
Mag. Giovana Lira Jimenez	04827812	Licenciada en Administración
Firma:	Cargo:	Celular:
	Docente	982747225
E-mail:		Fecha:
giovana_lira@hotmail.com		

#### Anexo 4: Validación de instrumento de investigación

##### I. DATOS GENERALES:

###### Título del trabajo de investigación:

“COMPETENCIAS GENÉRICAS DE EMPRENDIMIENTO EN LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL AMAZÓNICA DE MADRE DE DIOS, 2018 - II”

**Nombre del instrumento:** Cuestionario para los estudiantes de la carrera profesional de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios.

###### Investigadoras:

- ✓ Bach. Yoni Umiyauri Alvaro
- ✓ Bach. Melina Daniela Yancapallo Peña

##### II. DATOS DEL EXPERTO:

Nombres y Apellidos: *Thon William Quisp Romo*

Lugar y fecha: *25-07-2019*

##### III. OBSERVACIONES EN CUANTO A:

1. FORMA: (Ortografía, coherencia lingüística y redacción)

*Mantienen la forma correspondiente para un instrumento de investigación.*

2. CONTENIDO: (Coherencia en torno al instrumento. Si el indicador corresponde a los ítems y dimensiones)

*Tiene coherencia los datos del instrumento.*

3. ESTRUCTURA: (Profundidad de los ítems)

*Mantienen la estructura adecuada.*

##### IV. APOYO Y/O SUGERENCIAS

###### LUEGO DE REVISADO EL INSTRUMENTO:

Procede su aplicación

Debe corregirse

*[Firma]*  
Firma

### Ficha de Validación de instrumento de investigación

#### I. DATOS GENERALES:

##### Título del trabajo de investigación:

"COMPETENCIAS GENÉRICAS DE EMPRENDIMIENTO EN LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL AMAZÓNICA DE MADRE DE DIOS, 2018 - II"

**Nombre del instrumento:** Cuestionario para los estudiantes de la carrera profesional de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios.

##### Investigadoras

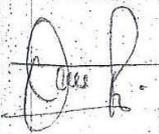
- ✓ Bach. Yoni Umiyauri Alvaro
- ✓ Bach. Melina Daniela Yancapallo Peña

CRITERIO	INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%
FORMA	1. REDACCIÓN	Los indicadores e ítems están redactados considerando los elementos necesarios.				80%	
	2. CLARIDAD	Está formulado con un lenguaje apropiado.				80%	
	3. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.				80%	
CONTENIDO	4. ACTUALIDAD	Es adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					85%
	5. SUFICIENCIA	Los ítems son adecuados en cantidad y profundidad.				80%	
	6. INTENCIONALIDAD	El instrumento mide en forma pertinente el comportamiento de la variable de investigación.				80%	

ESTRUCTURA	7. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica entre todos los elementos básicos de la investigación.				80%	
	8. CONSISTENCIA	Se basa en aspectos teóricos científicos de la investigación educativa.				80%	
	9. COHERENCIA	Existe coherencia entre la variable, los ítems, dimensiones e indicadores.				80%	
	10. METODOLOGÍA	La estrategia de investigación responde al propósito del diagnóstico.				80%	

## II. LUEGO DE REVISAR EL INSTRUMENTO:

Procede su aplicación Debe corregirse 

VALIDEZ		
Aplicable	No aplicable	
Aplicable atendiendo a las observaciones		
Valido por: <i>John Williams</i> <i>Camp. Romo</i>	DNI: 42338443	Profesión: Lic. Administración
Firma: 	Cargo: Docente	Celular: 982 417185
E-mail: <i>shelly_x203x@hotmail.com</i>		Fecha: 25 - 07 - 2019

#### Anexo 4: Validación de instrumento de investigación

##### I. DATOS GENERALES:

###### Título del trabajo de investigación:

"COMPETENCIAS GENÉRICAS DE EMPRENDIMIENTO EN LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL AMAZÓNICA DE MADRE DE DIOS, 2018 - II"

**Nombre del instrumento:** Cuestionario para los estudiantes de la carrera profesional de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios.

###### Investigadoras:

- ✓ Bach. Yoni Umiyauri Alvaro
- ✓ Bach. Melina Daniela Yancapallo Peña

##### II. DATOS DEL EXPERTO:

Nombres y Apellidos: *Guido Holguin Ferrero*

Lugar y fecha: *Puerto Maldonado*

##### III. OBSERVACIONES EN CUANTO A:

1. FORMA: (Ortografía, coherencia lingüística y redacción)

*Cuenta con ortografía, coherencia, redacción.*

2. CONTENIDO: (Coherencia en torno al instrumento. Si el indicador corresponde a los ítems y dimensiones)

*Es coherente instrumento y los ítems.*

3. ESTRUCTURA: (Profundidad de los ítems)

*Establece una estructura lógica.*

##### IV. APOYO Y/O SUGERENCIAS

###### LUEGO DE REVISADO EL INSTRUMENTO:

Procede su aplicación

Debe corregirse

Firma

*Mg Guido Holguin Ferrero*

## Ficha de Validación de instrumento de investigación

### I. DATOS GENERALES:

**Título del trabajo de investigación:**

"COMPETENCIAS GENÉRICAS DE EMPRENDIMIENTO EN LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL AMAZÓNICA DE MADRE DE DIOS, 2018 - II"

**Nombre del instrumento:** Cuestionario para los estudiantes de la carrera profesional de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios.

**Investigadoras**

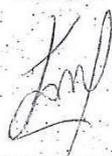
- ✓ Bach. Yoni Umiyauri Alvaro
- ✓ Bach. Melina Daniela Yancapallo Peña

CRITERIO	INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%
FORMA	1. REDACCIÓN	Los indicadores e ítems están redactados considerando los elementos necesarios.				80%	
	2. CLARIDAD	Está formulado con un lenguaje apropiado.					90%
	3. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.				80%	
CONTENIDO	4. ACTUALIDAD	Es adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					90%
	5. SUFICIENCIA	Los ítems son adecuados en cantidad y profundidad.					95%
	6. INTENCIONALIDAD	El instrumento mide en forma pertinente el comportamiento de la variable de investigación.					90%
EST RUC TUR	7. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica entre					95%

		todos los elementos básicos de la investigación.					
8.	CONSISTENCIA	Se basa en aspectos teóricos científicos de la investigación educativa.					90%
9.	COHERENCIA	Existe coherencia entre la variable, los ítems, dimensiones e indicadores.					90%
10.	METODOLOGIA	La estrategia de investigación responde al propósito del diagnóstico.					92%

## II. LUEGO DE REVISAR EL INSTRUMENTO:

Procede su aplicación: Debe corregirse: 

VALIDEZ		
Aplicable	No aplicable	
Aplicable atendiendo a las observaciones		
Valido por:	DNI:	Profesión:
Mg Guido Holguin Ferrer	42015196	
Firma:	Cargo:	Celular:
		987250235
E-mail:	Fecha:	
guido12@hotmail.com	15/08/19	

### Anexo 7: Validación de instrumento

$$\alpha = \frac{K}{K - 1} \left[ 1 - \frac{\sum Vi}{Vt} \right]$$

K (número de ítems)	35
Σ Vi (sumatoria de cada ítems)	37,663
Vt (Varianza total)	311,31
SECCION 1	1,029
SECCION 2	0,879
ABSOLUTO S2	0,8790
Alfa α	0,9049

Sujeto	ITEMS																																			TOTAL			
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26	P27	P28	P29	P30	P31	P32	P33	P34	P35				
1	4	5	2	4	2	3	2	5	4	4	1	5	1	2	4	4	4	2	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	134
2	5	5	5	5	5	5	5	5	4	2	1	5	5	5	3	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	2	3	4	3	4	4	152		
3	3	5	4	5	4	4	5	5	5	3	3	5	5	5	4	4	3	3	3	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	3	3	3	4	4	4	146		
4	5	4	4	5	4	3	4	5	2	4	2	5	5	5	4	4	4	3	2	4	5	5	4	5	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	138		
5	4	3	3	4	4	3	3	5	4	5	3	4	5	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	5	4	5	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	130		
6	3	5	3	5	3	4	3	4	1	2	1	5	5	5	3	4	4	3	2	3	2	3	3	5	4	5	5	2	5	5	4	4	3	2	4	4	124		
7	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	3	5	4	3	3	4	4	5	3	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	144		
8	2	4	5	5	4	4	5	5	5	5	3	5	5	3	2	2	4	5	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	3	1	2	1	1	2	135			
9	3	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	3	3	3	3	149		
10	3	1	1	4	2	1	3	5	4	1	5	5	1	3	2	3	3	1	3	2	4	2	2	4	4	5	4	3	5	4	4	3	2	2	2	2	103		
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	147		
12	3	3	4	4	3	4	4	3	3	1	2	4	2	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	3	1	3	1	118		
13	3	4	5	3	4	3	3	4	5	4	5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	3	3	3	2	1	3	132			
14	1	1	1	1	2	2	2	2	4	5	5	2	1	4	4	4	5	3	4	3	3	3	3	1	3	4	4	3	3	4	3	2	3	2	2	99			
15	3	3	1	4	1	2	1	4	4	1	1	1	5	5	3	3	2	3	3	1	2	1	2	5	4	5	5	5	5	3	3	2	2	1	2	98			
16	4	5	5	4	4	3	5	5	3	3	3	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	145			
17	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	3	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	156		
18	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	138		
19	4	2	2	5	1	2	2	5	4	2	1	5	5	2	4	4	4	4	4	3	4	4	3	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	130			
20	5	5	4	5	4	4	4	5	4	1	1	4	1	3	3	2	1	5	1	3	1	4	4	4	5	5	5	5	5	1	1	1	2	1	1	110			
<b>Varianza</b>	1,09	1,64	1,95	0,93	1,29	0,96	1,41	0,68	1,04	2,27	2,27	1,2	2,73	1,1	0,47	0,56	0,89	1,08	0,72	0,96	1,14	1,21	0,94	0,89	0,16	0,2	0,33	0,75	0,37	0,77	0,96	0,98	1,04	1,48	1,2				

