

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ**  
**FACULTAD DE GESTIÓN Y ALTA DIRECCIÓN**



**PUCP**

**Perfil emprendedor de un grupo de alumnos del último año de una especialidad de negocios y otra de ingeniería de la Pontificia Universidad Católica del Perú en el año 2017**

**Tesis para obtener el título profesional de Licenciado en Gestión, con mención en Gestión Empresarial presentada por:**

**QUISPE GUTIERREZ, Rafael**

**20043180**

**Asesorado por: Dr. Aníbal Eduardo Ismodes Cascón**

**Lima, 20 de noviembre del 2018**

La tesis

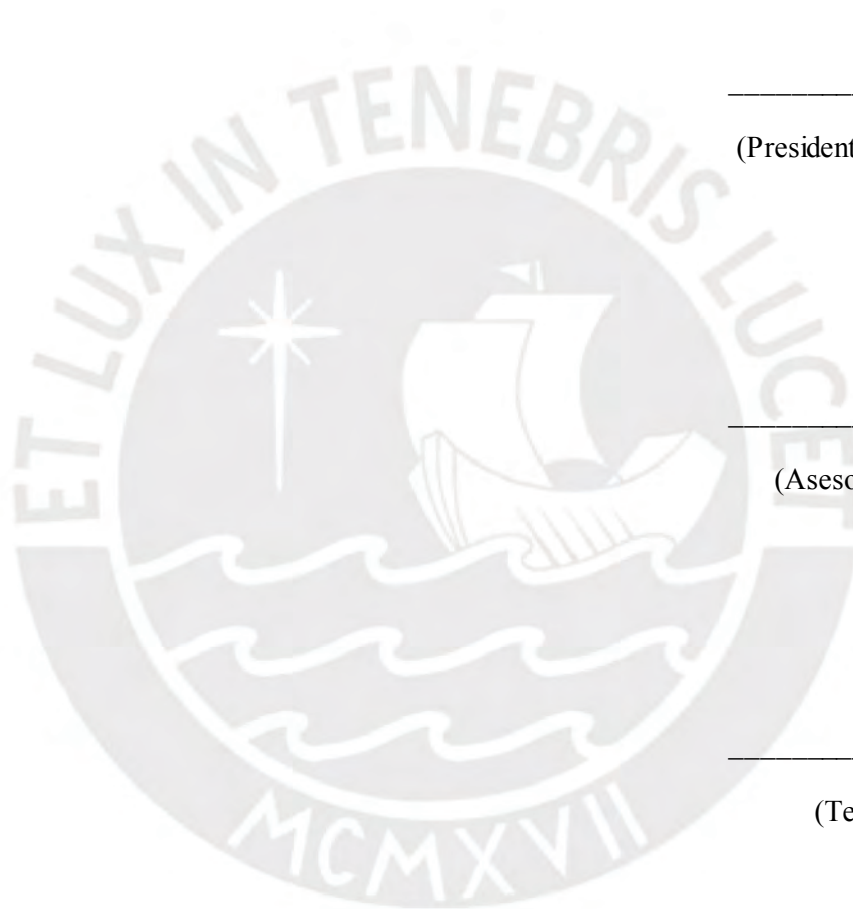
**PERFIL EMPRENDEDOR DE UN GRUPO DE ALUMNOS DEL ÚLTIMO AÑO  
DE UNA ESPECIALIDAD DE NEGOCIOS Y OTRA DE INGENIERÍA DE LA  
PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ EN EL AÑO 2017**

ha sido aprobada.

\_\_\_\_\_  
(Presidente de Jurado)

\_\_\_\_\_  
(Asesor de la tesis)

\_\_\_\_\_  
(Tercer Jurado)



Dedico esta investigación a mi padre Hipólito, por ser el mejor padre que un hijo pudo tener. A mi querida madre Aquilina por su comprensión en los momentos más difíciles de mi vida, a mi hermana Ada por apoyarme siempre en todo, a mis sobrinos Kevin y José por ser los hijos que siempre quise tener .

**Rafael Quispe**



Agradecer a mi asesor Eduardo por su valioso apoyo y comprensión en el desarrollo de la presente tesis y a las personas que me ayudaron a concluirla satisfactoriamente.

**Rafael Quispe**



## TABLA DE CONTENIDOS

|   |      |
|---|------|
| LISTA DE TABLAS.....  | vii  |
| LISTA DE FIGURAS.....   | viii |
| INTRODUCCIÓN .....  | 1    |
| CAPÍTULO 1: DELIMITACIÓN TEMÁTICA.....                        | 3    |
| 1. Planteamiento del Problema.....                            | 3    |
| 2. Objetivo de la investigación.....                          | 4    |
| 2.1. Objetivo principal.....                                  | 4    |
| 2.2. Objetivo específicos.....                                | 4    |
| 3. Preguntas de investigación.....                            | 5    |
| 4. Justificación de la investigación.....                     | 5    |
| 5. Viabilidad .....   | 6    |
| 6. Contexto y delimitación de la población.....               | 6    |
| 7. Metodología de la investigación.....                       | 7    |
| CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO .....                               | 8    |
| 1. El Emprendimiento y el Emprendedor.....                    | 8    |
| 1.1. Desarrollo Histórico.....                                | 8    |
| 1.2. Situación actual sobre la actividad emprendedora.....    | 9    |
| 2. Definiciones y características del “entrepreneurship”..... | 10   |
| 2.1. Definiciones sobre el emprendimiento.....                | 10   |
| 3. El emprendedor .....                                       | 11   |
| 3.1. Definiciones del emprendedor .....                       | 11   |
| 3.2. Emprendedor o empresario.....                            | 12   |
| 3.3. Funciones de un emprendedor .....                        | 12   |
| 3.4. Tipos de emprendedores.....                              | 13   |
| 3.5. Características del emprendedor .....                    | 14   |

|   |    |
|---|----|
| 4. Teorías sobre la motivación en el emprendimiento .....             | 18 |
| 4.1. Antecedentes.....  | 18 |
| 4.2. Clasificaciones y dimensiones .....                              | 20 |
| 5. Teorías sobre la Creación de Empresas.....                         | 21 |
| 5.1. Enfoque Económico.....   | 23 |
| 5.2. Enfoque Psicológico .....  | 25 |
| 5.3. Enfoque Sociocultural o Institucional.....                       | 26 |
| 5.4. Enfoque Gerencial .....  | 31 |
| 6. Estudios sobre emprendimiento en Latinoamérica .....               | 35 |
| 6.1. Emprendimiento Global Entrepreneurship Monitor (GEM).....        | 35 |
| 6.2. Emprendimiento Dinámico en Latinoamérica .....                   | 39 |
| 6.3. MIT REAP Perú.....   | 43 |
| 7. Gestión del emprendimiento universitario.....                      | 47 |
| 8. Tipos de emprendimientos en las universidades .....                | 55 |
| 8.1. Incubadoras.....   | 55 |
| 8.2. Hackatones.....  | 56 |
| 8.3. Makers.....  | 58 |
| 8.4. Coworking .....  | 59 |
| 9. La Pontificia Universidad Católica del Perú.....                   | 59 |
| 9.1. Centro de Innovación y Desarrollo Empresarial (CIDE) .....       | 60 |
| 9.2. Equipu .....   | 61 |
| 9.3. Laboratorio de Emprendimientos .....                             | 62 |
| 9.4. Plan de estudios de los dos grupos ProCE dentro de la PUCP ..... | 62 |
| 10. Características del perfil del emprendedor.....                   | 62 |
| 10.1. Características Personales.....                                 | 64 |
| 10.2. Características Sociales .....                                  | 67 |
| 10.3. Características Psicológicas .....                              | 69 |
| CAPÍTULO 3: MARCO METODOLÓGICO.....                                   | 71 |

|   |     |
|---|-----|
| 1. Alcance del estudio .....                    | 71  |
| 2. Tipo de diseño metodológico .....            | 71  |
| 3. Instrumentos de la investigación .....       | 71  |
| 3.1. La encuesta .....                          | 71  |
| 3.2 Entrevista a profundidad .....              | 72  |
| 4. Población del estudio .....                  | 72  |
| 5. Recolección de datos .....                   | 72  |
| 6. Confidencialidad.....                        | 73  |
| CAPITULO 4: ANÁLISIS.....                       | 74  |
| 1. Modelo de análisis cuantitativo .....        | 74  |
| 1.1. Definición de los factores.....            | 74  |
| 2. Modelo de análisis cualitativo .....         | 75  |
| 2.1. Codificación.....                          | 75  |
| 2.2. Categorización.....                        | 76  |
| CAPÍTULO 5: RESULTADOS.....                     | 77  |
| 1. Resultados del estudio cuantitativo.....     | 77  |
| 2. Resultados del estudio cualitativo.....      | 93  |
| CAPÍTULO 6: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES..... | 95  |
| 1. Conclusiones .....                           | 95  |
| 2. Recomendaciones .....                        | 97  |
| 2.1. Enseñanza intracurricular .....            | 97  |
| 2.2. Enseñanza extracurricular.....             | 98  |
| REFERENCIAS.....                                | 100 |
| ANEXO A: Matriz de consistencia .....           | 115 |
| ANEXO B: Cuestionario encuestas.....            | 116 |
| ANEXO C: Preguntas entrevistas .....            | 119 |

## LISTA DE TABLAS

|  |    |
|--|----|
| Tabla 1: Aspectos individuales más analizados en la literatura sobre el emprendimiento ..... | 15 |
| Tabla 2: Marco para el entorno empresarial.....  | 21 |
| Tabla 3: Teorías desarrolladas sobre el emprendimiento.....                                  | 23 |
| Tabla 4: Proceso de creación de una empresa .....  | 34 |
| Tabla 5: Tasa de actividad emprendedora Perú (2015) .....                                    | 43 |
| Tabla 6: Condiciones culturales ICSEd.....   | 44 |
| Tabla 7: Nivel de educación y capital humano emprendedor (ICSEd) .....                       | 45 |
| Tabla 8: Comparación factores ICSEd Perú versus América Latina.....                          | 46 |
| Tabla 9: Retos para los stakeholders .....   | 47 |
| Tabla 10: Facultades PUCP.....   | 60 |
| Tabla 11: Características Personales, Sociales y Psicológicas .....                          | 75 |
| Tabla 12: Codificación de la información de los grupos analizados .....                      | 76 |
| Tabla 13: Presentación de resultados encuesta.....   | 78 |
| Tabla 14: Tabla resumen del grupo G1 .....   | 92 |
| Tabla 15: Tabla resumen del grupo I1 .....   | 92 |
| Tabla 16: Resultados Entrevista cualitativa .....  | 93 |



## LISTA DE FIGURAS

|  |    |
|--|----|
| Figura 1: Modelo de la creación de empresas .....  | 20 |
| Figura 2: Clasificación para la creación de empresas según Gartner.....                    | 22 |
| Figura 3: El Modelo Schumpeteriano de la función empresarial.....                          | 25 |
| Figura 4: La network del creador de una empresa .....                                      | 29 |
| Figura 5: Factores condicionantes de la decisión de crear una empresa.....                 | 33 |
| Figura 6: Modelo conceptual del proyecto GEM.....  | 36 |
| Figura 7: Proceso emprendedor .....  | 37 |
| Figura 8: TEA de los países de Latinoamérica en el año 2016.....                           | 38 |
| Figura 9: Sistema de emprendimiento dinámico.....  | 41 |
| Figura 10: Nivel condiciones sistémicas para el emprendimiento dinámico por regiones ..... | 42 |
| Figura 11: Nivel condiciones sistémicas para el emprendimiento dinámico por países.....    | 42 |
| Figura 12: Estado de desarrollo de los países.....   | 43 |
| Figura 13: Fortalezas de los emprendedores de alto impacto en Perú.....                    | 44 |
| Figura 14: Comparación diez dimensiones ICSEd.....   | 46 |
| Figura 15: Diseño operaciones aceleradora proyectos Jhon E. and Alice L. Butler .....      | 50 |
| Figura 16: Estructura Universidad de Mondragón .....                                       | 52 |
| Figura 17: Metodología del grado Leimn .....   | 53 |
| Figura 18: Divisiones de la Universidad de Aalto .....                                     | 54 |
| Figura 19: Metodología de trabajo de Equipu .....  | 61 |
| Figura 20: Características de un emprendedor según Gartner.....                            | 63 |
| Figura 21: Deseo de fundar una empresa G1 .....  | 77 |
| Figura 22: Deseo de fundar una empresa I1.....   | 77 |
| Figura 23: Factor Creatividad G1 .....   | 78 |
| Figura 24: Factor Creatividad I1 .....   | 79 |
| Figura 25: Factor Autonomía G1 .....   | 79 |
| Figura 26: Factor Autonomía I1.....  | 80 |
| Figura 27: Factor toma de decisiones G1.....   | 80 |
| Figura 28: Factor toma de decisiones I1 .....  | 81 |
| Figura 29: Factor Responsabilidad G1 .....   | 82 |
| Figura 30: Factor Responsabilidad I1 .....   | 83 |
| Figura 31: Factor Liderazgo G1 .....   | 84 |
| Figura 32: Factor Liderazgo I1 .....   | 84 |
| Figura 33 Factor Trabajo en equipo G1 .....  | 85 |
| Figura 34: Factor Trabajo en equipo I1 .....   | 86 |

|   |    |
|---|----|
| Figura 35: Factor Solidaridad G1 .....                      | 87 |
| Figura 36: Factor Solidaridad I1 .....                      | 87 |
| Figura 37: Factor Necesidad por el logro G1 .....           | 88 |
| Figura 38: Factor Necesidad por el logro I1 .....           | 88 |
| Figura 39: Factor Minimización del temor al riesgo G1 ..... | 89 |
| Figura 40: Factor Minimización del temor al riesgo I1 ..... | 90 |
| Figura 41: Factor Ventas G1 .....                           | 91 |
| Figura 42: Factor Ventas I1.....                            | 91 |



## RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio plantea la necesidad de conocer cuál es el perfil emprendedor de un grupo de alumnos de una especialidad de negocios y una de ingeniería, determinando qué factores son importantes para constituir un perfil emprendedor y tomando como base un cuestionario validado; además de una serie de entrevistas a los alumnos para profundizar en ciertos factores evaluados en el cuestionario.

La aproximación de la investigación se realiza mediante el estudio de caso de dos grupos de alumnos pertenecientes a una especialidad de negocios y otra de ingeniería de la Pontificia Universidad Católica del Perú. En consecuencia, la presente investigación describe la situación actual de los dos grupos de alumnos, su predisposición al emprendimiento en base a los factores mostrados, todo ello enmarcado en un modelo teórico.

Como resultado de este estudio, se elabora un perfil emprendedor de los grupos de alumnos. Este sintetiza los hallazgos de la investigación, y facilita la descripción de las características más adecuadas para impulsar el perfil emprendedor de los alumnos. Finalmente, como resultado de la descripción del cuestionario y análisis de las entrevistas se presentan conclusiones y recomendaciones relativas a mejoras en el desarrollo del perfil emprendedor de los alumnos.

# INTRODUCCIÓN

La presente investigación tiene como finalidad describir el perfil emprendedor de un grupo de alumnos de una especialidad de negocios y otra de ingeniería. En ese sentido, el presente estudio describe el caso de dos grupos de estudiantes con la finalidad de conocer la predisposición que ellos presentan a los factores que configuran a un emprendedor. Cabe señalar que, debido a que es una investigación no probabilística se denomina a los alumnos que respondieron el cuestionario como grupos.

Para aproximarnos a este caso de estudio, en el primer capítulo, se muestran los objetivos y preguntas que guiarán la investigación. En el segundo capítulo, se detalla el sustento metodológico que sigue la investigación. En ella se definen conceptos, teorías sobre la creación de empresas, tipos de emprendimientos, descripción del lugar de estudio, cursos que se brindan y las características de un emprendedor.

Posteriormente, y siguiendo la metodología planteada, en el tercer capítulo se muestra el marco metodológico de la investigación. Esta metodología se divide en dos partes: la primera cuantitativa, en base al cuestionario validado tomado de una universidad extranjera, de un país culturalmente a fin al contexto peruano y la segunda cualitativa, utilizando la entrevista a profundidad para ahondar en las respuestas de una cantidad de alumnos que respondieron el cuestionario. En ese sentido, se describen los factores que conforman el perfil emprendedor de los dos grupos de alumnos y se profundiza en algunos factores que se consideren relevantes.

De igual forma, se muestran los cursos relacionados con el emprendimiento que existen en los planes de estudio de las dos especialidades estudiadas. Para conocer, la oferta educativa de las especialidades, antes señaladas.

Una vez mostrada la delimitación temática, el marco teórico, el marco metodológico, es en el cuarto capítulo donde se presentan la forma de análisis de los dos grupos, I1 y G1. Además, de la codificación de las entrevistas

En el quinto capítulo, se presentan los resultados de la investigación, en materia cuantitativa, mostrando los factores estudiados con las preguntas que miden su desarrollo, así como la parte cualitativa, que se basa en la profundización de ciertos factores evaluados en el cuestionario.

Finalmente, se muestran las conclusiones del presente estudio que se desprenden de las investigaciones realizadas, ya sea cuantitativa y cualitativa.

Por último, como consecuencia del análisis mencionado se proponen recomendaciones para los grupos estudiados, con el fin de poder desarrollar el perfil emprendedor de los alumnos pertenecientes a la universidad.



# CAPÍTULO 1: DELIMITACIÓN TEMÁTICA

## 1. Planteamiento del Problema

Actualmente, por su importancia global, uno de los temas más investigados en distintos países es el emprendimiento (Koveos, 2016). Dada su relevancia respecto a su papel en el desarrollo de la economía “parece evidente y así se ha demostrado empíricamente, que existe una relación positiva entre la actividad emprendedora y el crecimiento económico” (Priede, Lupiáñez, & López-Cózar, 2014, p. 61).

Dentro de este contexto, el emprendimiento guarda una relación estrecha con la educación, ya que esta incide de forma positiva en ella entregándole a las personas habilidades cognitivas y valores para identificar oportunidades; asimismo, incrementa la confianza personal al incursionar en el mismo, reduciendo el riesgo de crear un negocio (Jiménez, Palmero, y Jiménez, 2012). Además, incentivar en el sistema educativo la aplicación del emprendimiento como enseñanza; ya que no basta con enseñar ejercicios de alto nivel muy bien elaborados [lo que se hace actualmente], sino se debe poner al estudiante en auténticas situaciones, en desarrollo de proyectos y problemas abiertos (Perrenoud, 2009).

En este sentido, las universidades se encuentran vinculadas con el emprendimiento. Lo que se puede apreciar en países desarrollados como el Japón, ya que desde hace algunos años el sistema de innovación del país ha sido objeto de una reforma. Es así que en las universidades japonesas se realizó un cambio para poder lograr ser entidades corporativas que puedan tener mayor autonomía, y así lograr ser organizaciones emprendedoras (Kitagawa, 2008).

Tal es así, que los estudiantes que han tenido algún tipo de formación de competencias y espíritu empresarial tienen mayores probabilidades de emprender respecto a los que no recibieron esa formación. Sin embargo, cabe resaltar que los resultados de la preparación en emprendimiento se ven influenciados por la intención del estudiante, la condición de su entorno y algunas características de su personalidad (Cardenas, Morales, Cardenas, y Ramírez, 2015).

Además de ello, “las actitudes positivas hacia el espíritu empresarial son especialmente importantes entre aquéllos de quienes dependen los empresarios actuales y futuros, como las escuelas, las universidades, los inversores, las comunidades locales, las regiones, las organizaciones empresariales, los consultores empresariales y los medios de comunicación” (Comisión de las Comunidades Europeas, 2003, p. 24).

En nuestro país, no se han realizado estudios sobre las actitudes de los estudiantes de las universidades sobre el emprendimiento. En el caso de la Pontificia Universidad Católica del Perú en las especialidades estudiadas en la presente tesis, como la especialidad de negocios y la especialidad de ingeniería sucede lo mismo. En este sentido, lo anteriormente mencionado representa el problema principal para resolver en la investigación.

## **2. Objetivo de la investigación**

A continuación, se dan a conocer los objetivos que guían la investigación a partir de un objetivo principal, seguido de dos objetivos específicos, cuya finalidad es identificar aquello que se busca conseguir a lo largo del presente estudio.

### **2.1. Objetivo principal**

El objetivo principal de la investigación se define de la siguiente forma: *Describir el perfil emprendedor de un grupo de alumnos de noveno y décimo ciclo de una especialidad de negocios y una especialidad de ingeniería.*

El presente objetivo responde a la ausencia, en el Perú, de estudios para describir adecuadamente las características relacionadas con el emprendimiento en estudiantes universitarios. La importancia de este tema se origina en el importante impulso que se le está dando al emprendimiento a nivel mundial.

Como estudio de caso se trabajará con alumnos de dos de las especialidades relacionadas con el emprendimiento, una de ingeniería llamada (I1) y otra especialidad de negocios llamada (G1) para la presente investigación.

### **2.2. Objetivo específicos**

En base al objetivo principal se desprenden los siguientes objetivos específicos:

- **Objetivo específico 1:** Identificar y describir las características personales del perfil emprendedor de un grupo de alumnos de noveno y décimo ciclo de las menciones de G1 e I1.
- **Objetivo específico 2:** Identificar y describir las características sociales y psicológicas del perfil emprendedor de un grupo de alumnos de noveno y décimo ciclo de las menciones de G1 e I1.
- **Objetivo específico 3:** Describir el aporte del plan de estudios de las especialidades estudiadas sobre el perfil emprendedor.

### 3. Preguntas de investigación

Las preguntas de investigación se desprenden de los objetivos planteados en el trabajo, siendo la pregunta principal la siguiente: *¿Cuál es el perfil emprendedor de un grupo de alumnos de noveno y décimo ciclo de las menciones G1 e I1 en el año 2017?*

En este sentido, las preguntas que guían el trabajo hacia el logro de los objetivos de la tesis son las siguientes:

- **Pregunta de investigación 1:** ¿Cuáles son las características personales de un grupo de alumnos de noveno y décimo ciclo de las menciones G1 e I1?
- **Pregunta de investigación 2:** ¿Cuáles son las características sociales y psicológicas del perfil emprendedor de un grupo de alumnos de noveno y décimo ciclo de las menciones G1 e I1?
- **Pregunta de investigación 3:** ¿Cuál es el aporte del plan de estudios de las especialidades estudiadas sobre el perfil emprendedor?

### 4. Justificación de la investigación

En el Perú, no existen estudios sobre el perfil emprendedor de alumnos universitarios, a pesar que en distintos países se hacen investigaciones sobre el emprendimiento a nivel de perfil e institucional.

La Comisión Europea “señala que la educación y el aprendizaje universitario deberían contribuir a impulsar el espíritu empresarial, fomentando una actitud favorable y una mayor sensibilización hacia la profesión del empresario, lo cual redundaría en un mayor número de empresas” (2003 citado en Fuentes, Saco, & Sánchez, 2011, p. 12).

Sin embargo, aunque exista una amplia mayoría que afirma que las organizaciones universitarias son un medio primordial en la creación de actitudes positivas hacia el emprendimiento, la realidad señala que su aportación en la generación de dichas actitudes no se ha analizado de un modo contundente (Fuentes, Saco, & Sánchez, 2011).

Por tanto, dado la falta de estudios que profundicen sobre el perfil de los alumnos sobre el emprendimiento en las universidades, se considera que esta investigación permitirá ayudar a describir un perfil de alumno en base a un cuestionario validado, que se ajusta al planteamiento teórico, los cuales serán desarrollados en los siguientes capítulos.



## **5. Viabilidad**

En el transcurso de la investigación se tomaron en cuenta los medios para lograr la meta propuesta. Por un lado, se hizo partícipe a alumnos y expertos en la materia. Adicionalmente, la investigación se desplegó en doce meses, en los que se hicieron el ámbito teórico, de campo y el análisis de la data adquirida. La accesibilidad para lograr la comunicación con los alumnos fue un factor crítico para poder obtener la data. En tal sentido, se contó con la ayuda del Centro Federado de la especialidad de negocios y el Centro de estudiantes de la especialidad de ingeniería, lo cual permitió poder tener un dialogo continuo con los dos grupos evaluados del último año de estudios de las especialidades de G1 e I1. Ya que se gestionó el dialogo con los delegados oficiales de los grupos antes mencionados para acceder a la información y la aplicación de la investigación.

La seguridad de información fue relevante, ya que existen políticas de seguridad de información en la PUCP que impidieron poder tener los nombres y ciclos específicos de los alumnos encuestados. Con lo que se tomó la decisión de realizar una prueba no probabilística adoptando un nuevo enfoque.

El recurso del tiempo fue un factor importante, debido a que significó tener delimitada cada etapa de la investigación. En primer lugar, se inició con la revisión de la literatura mediante la búsqueda de textos académicos de la base de datos de la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP), así como otras bases de datos como Science Direct, Dialnet, Google académico, estudios de universidades en sus páginas web, entre otras; que sirvieron de marco de referencia sobre los temas descritos en la tesis. Luego de ello, se realizó el trabajo de campo, para lo cual el tiempo fue un factor primordial, ya que la mayoría de alumnos de la especialidad I1 manifestaban que no disponían de tiempo.

## **6. Contexto y delimitación de la población**

Según José María Veciana (2006 citado en Fuentes, Saco, & Sánchez, 2011) existe un grupo de carreras profesionales que se relacionan en mayor medida con las empresas, a estas el autor las denomina ProCE (pro centros empresariales, las cuales incluyen: Derecho, Ciencias Empresariales y las carreras de Ingeniería). En la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP) existe una serie de carreras que se encuentran en esta categoría como Gestión, Contabilidad, Economía, Derecho y las distintas especialidades de Ingeniería. Las cuales en su conjunto en su conjunto se caracterizan por tener una gran cantidad de alumnos.

Es por ello, que para la siguiente investigación se pensó conveniente tomar como referencia las especialidades de G1 e I1 de la PUCP del año 2017-1. Ya que se aprecia que estas

dos especialidades se relacionan en mayor magnitud con los negocios. Por otro lado, dada la complejidad de aplicar la investigación a las otras especialidades que se ofrecen en la PUCP se creyó conveniente enfocarse en solo estas dos últimas especialidades antes mencionadas.

## **7. Metodología de la investigación**

Los enfoques utilizados para la presente investigación son de dos tipos. El primero, de tipo cuantitativo no probabilístico, a través del cual se buscó identificar y analizar las características sobre el emprendimiento que tienen los estudiantes de las dos facultades evaluadas. Esto debido a la dificultad de poder llegar a un número que pueda permitir al presente estudio ser de nivel probabilístico. Sin embargo, se trató de llegar al máximo número posible de respuestas al cuestionario para tener afirmaciones que se acerquen a un nivel que sea de cierta forma relevante. Dada la cantidad de población de dichas especialidades I1 y G1. El segundo, es de naturaleza cualitativa en la que se seleccionaron una muestra de cada grupo para poder profundizar sobre las preguntas hechas en el cuestionario.

Se determinó estos enfoques, ya que se cuenta con un cuestionario aplicado en una universidad de Colombia (Ver Anexo B). En este sentido, dicha herramienta resulta útil para el presente estudio, debido a que existen investigaciones que señalan una afinidad cultural entre los países de Colombia y Perú. Por tanto, se espera que las preguntas sean comprendidas por los alumnos.

Por otro lado, se determinó hacer algunas entrevistas a profundidad a los dos grupos para profundizar en algunas respuestas que fueron contestadas en el cuestionario. En este sentido, se escogieron cinco factores, los cuales fueron creatividad, autonomía, liderazgo, necesidad por el logro y ventas. Estos factores fueron seleccionados debido a su importancia en el desarrollo emprendedor.

Adicionalmente, se presenta la Matriz de Consistencia en la que se muestra lo presentado anteriormente (Ver Anexo A).

## CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO

### 1. El Emprendimiento y el Emprendedor

#### 1.1. Desarrollo Histórico

De acuerdo a Ricketts (2008) la evolución histórica acerca de las percepciones sobre el emprendedor es amplia y variada. En este sentido, para entender mejor su desarrollo el autor presenta algunos momentos históricos sobre el emprendimiento:

- En la era medieval, San Agustín crítico que era injusto comprar por debajo o por encima del precio justo de un producto o servicio, así las enseñanzas de la Iglesia Católica, de entonces, censuraban la usura en el interés del uso del dinero trayendo como consecuencia que fuera condenada dicha acción.
- En los finales del siglo XV, con el surgimiento de los estados-nación modernos como Francia, España e Inglaterra; los gobernantes comenzaron a incentivar algunas características de la población para que pudieran llegar a tener el potencial de ser comerciantes. En este sentido, en los llamados estados competitivos de Europa, se comenzó a apreciar el talento del empresario, ya no solo la acumulación de los tesoros se consideraba medios importantes para construir el poder del estado, sino que se requería la aportación del talento empresarial de las personas.
- En los siglos XVIII y XIX con la revolución industrial finalmente se produjo la moderna imagen del emprendedor. El emprendimiento fue incentivado en un nivel mayor que en cualquier otra etapa de la historia. Por un lado, en Inglaterra se realizaron los principales avances en productividad agrícola, innovación en el transporte, minería, textil, siderúrgica y construcción de barcos. Por otro lado, nombres de emprendedores fueron asociados con la ingeniería y la banca de forma particular. En este contexto, se comenzó a conceptualizar el emprendedor como un transformador y fundador de industrias.
- En el siglo XX, la imagen del emprendimiento comenzó a cambiar. La gran cantidad de organizaciones creadas en el siglo XIX y las corporaciones que se desarrollaron en los campos eléctricos, químico, comunicacional y la industria del motor comenzaron a operar de forma más gerencial. Por otro lado, a través de los años, hubo un aumento del autoempleo y el emprendimiento a pequeña escala, debido al crecimiento de los sectores de servicio y el desarrollo de las tecnologías de computación.

## 1.2. Situación actual sobre la actividad emprendedora

Según Low y Mac Millán en los años setenta se generó un importante entusiasmo por los emprendedores y el emprendimiento. En el mismo nivel con los estudios del ámbito académico. Asimismo, dicho desarrollo puede justificarse en la relación que existe entre la creación de nuevas firmas con el incremento directo de la generación de cientos de miles de nuevos empleos, así como la mejora de los ingresos de los estados, el impulso de las exportaciones e incremento de la productividad de los países (Low & MacMillan, 1988).

Por otro lado, Porter afirma que “el nivel de vida de una nación depende a largo plazo de su capacidad de alcanzar un elevado y ascendente nivel de productividad en los sectores en los que compiten sus empresas” (Porter, 1991, p. 23).

A pesar de que existen muchos estudios sobre el emprendimiento a nivel mundial en campos como la investigación científica y el conocimiento, todavía se encuentran en un período de gestación en muchos países. Es por ello que se piensa que no hay un acuerdo sobre el objeto de estudio en este campo; esta se encuentra de forma dispersa por otras áreas del conocimiento como la gestión, economía, finanzas, ciencias políticas, sociología, antropología, entre otras. Por lo que resulta difícil tener una teoría ampliamente aceptada (Matiz, 2009).

Por tanto, ante el problema de definir el concepto sobre la actividad emprendedora Low & MacMillan (1988) presentan la idea de conceptualizar la definición del emprendimiento como “la creación de nuevas empresas”, con lo que los autores buscan explicar el rol de las nuevas empresas en el fomento del desarrollo económico. En este sentido, exponen seis enunciados, que se encuentran interrelacionados, los cuales son los siguientes:

- Especificación de propósito: Low y MacMillan indican que toda investigación sobre el emprendimiento debe tener como objetivo definirlo como la “creation of new enterprise” y que las investigaciones deben buscar explicar y facilitar el rol de las nuevas compañías en el fomento del progreso económico.
- Especificación desde la perspectiva teórica: Después de especificar el propósito, se tiene que especificar la perspectiva teórica sobre la que se desarrolla el estudio. Con la que se pueda construir un marco teórico sobre el emprendimiento que puede abordar distintos temas.
- Especificación del foco de atención: Los primeros estudios sobre el emprendimiento se focalizaron en el emprendedor a nivel personal o experiencia cultural como un determinante del comportamiento emprendedor. Con los años, el foco de las investigaciones se ha centrado en el contexto y el proceso. Es así, que Gartner (1985)

desarrollo una clasificación para describir la creación de empresas desde cuatro perspectivas: las características del emprendedor, el tipo de organización que los emprendedores crean, el entorno del nuevo proyecto y el proceso por el que empieza la nueva empresa.

- Especificación del nivel de análisis: Para analizar el impacto que genera una actividad emprendedora, los investigadores pueden elegir entre cinco niveles de análisis: individual, grupal, organizacional, industrial y la sociedad. Las relaciones que ocurren entre los diferentes niveles de análisis son importantes no solo para el mundo académico, sino también para emprendedores con experiencia y gestores de políticas públicas.
- Especificación del marco temporal: La actividad emprendedora pasa por una serie de estados. La mayoría de estudios se focalizan en el estado en el que comienza un emprendimiento. Por otro lado, otros estudios se focalizan en los estados en los que ya la empresa creada tiene un crecimiento.
- Especificación de la metodología: A medida que el emprendimiento surge como un área de investigación reconocida, la calidad y utilidad de las investigaciones estará relacionada con la competencia del investigador para poder identificar patrones. Es así que los distintos estudios deben partir de hipótesis para que se puedan desarrollar más teorías.

## **2. Definiciones y características del “entrepreneurship”**

### **2.1. Definiciones sobre el emprendimiento**

Según Gordon, Natarajan, & Arora (2009) el emprendimiento es un concepto que ha sido definido de distintas formas debido a su complejidad. Por ello, los autores mencionan las posibles definiciones en el entorno académico, citando para ello los siguientes autores:

- De acuerdo a Schumpeter, el emprendimiento se basa en la determinación y en el sistema de la innovación.
- De acuerdo a Benjamin Higgins, el emprendimiento significa una oportunidad para producir, organizando una empresa para comprometerse en un nuevo proceso de producción, contratando mano de obra, invirtiendo capital, suministrando materias primas y seleccionando altos directivos para el día a día de las operaciones de la empresa.

- En las palabras de McClelland, el emprendimiento implica hacer cosas en una nueva y mejor forma. Es llamado para hacer decisiones en un contexto de incertidumbre. Si no existe incertidumbre en el proceso y los resultados son conocidos o predecibles, entonces no está del todo involucrado el emprendimiento.
- De acuerdo a A.H. Cole, el emprendimiento es una actividad que es realizada con intención por un grupo de asociaciones individuales, la cual se gesta para iniciar, mantener y organizar una unidad de negocio orientada para la distribución de bienes y servicios económicos.

### **3. El emprendedor**

En esta parte se muestran las definiciones más importantes sobre el emprendedor realizadas por distintos autores a través del tiempo.

#### **3.1. Definiciones del emprendedor**

Algunos investigadores atribuyen el origen de la palabra “entrepreneur” (en un contexto de negocios) en el siglo XIX a Richard Cantillon, el cual en su obra “Essai Sur la Nature du Commerce en General”, describe a los emprendedores como empresarios que participan en los intercambios de mercado asumiendo un riesgo con el fin de obtener una ganancia (Roberts & Woods, 2005).

Por otro lado, de acuerdo a Schumpeter:

“the function of entrepreneurs is to reform or revolutionize the pattern of production by exploiting an invention or, more generally, an untried technological possibility for producing a new commodity or producing an old one in a new way, by opening up a new source of supply of materials or a new outlet for products, by reorganizing an industry and so on” (1942 citado en Bull & Willard, 1993, p. 186).

Según lo anterior, Schumpeter presenta al emprendedor como un innovador que revoluciona los patrones de producción al producir nuevas ideas y nuevos productos, abriendo nuevas fuentes de suministro de materiales o de salida, logrando reorganizar una industria y así continuamente.

De acuerdo a Scarborough & Cornwall (2016) el emprendedor es aquella persona quien crea un negocio tomando un riesgo e incertidumbre con el propósito de lograr utilidades y crecimiento, como consecuencia de la identificación de oportunidades y reuniendo los recursos necesarios para capitalizarlos en la creación de nuevas empresas.

### **3.2. Emprendedor o empresario**

Un emprendedor se diferencia de un empresario en el que “un empresario vive para hacer dinero, un emprendedor vive para que su idea se haga realidad” (Andre Vanyi- Robin citado en Conor, 2014, pág. 42); para el emprendedor, la idea es lo primordial. Adicionalmente, el mismo autor afirma que “sabiendo que 300 000 personas utilizan mi depósito en su día a día me da más ilusión que el momento de venta de la empresa” (Andre Vanyi- Robin citado en Conor, 2014, pág. 42).

Adicionalmente, “un emprendedor es alguien que tiene más ideas que recursos. Si tienes recursos suficientes, no necesitas a los demás. Si no tienes los recursos suficientes, necesitas mucho de los demás” (Conor 2014, p. 42).

De acuerdo a Lelo de Larrea (2015) al lanzar una nueva empresa al mercado existe un cambio de paradigma que dirige la prioridad del emprendedor al tener como objetivo investigar sobre un análisis exhaustivo de su consumidor potencial, de las necesidades, motivaciones, y sobre todo plasmar una propuesta que sea una solución para lo que los consumidores estén dispuestos a adquirir.

### **3.3. Funciones de un emprendedor**

De acuerdo a Havinal (2009) el emprendedor desarrolla un número variado de funciones desde la generación de una idea hasta la gestión de una compañía. Además, desarrolla funciones para la gestión exitosa de su nuevo negocio. Así, el emprendedor percibe oportunidades en los negocios y moviliza recursos como hombres, dinero, maquinas, materiales y técnicas. En este sentido, se presenta las funciones principales de un emprendedor a continuación:

- Generación de ideas: La primera y la más importante función de un emprendedor es la generación de nuevas ideas. Esta última, implica la selección del producto y la identificación del proyecto. La generación de ideas es posible a través de la visión, la perspicacia, observación aguda, educación y la iniciativa.
- Determinación de los objetivos del negocio: Los objetivos deben ser definidos de forma clara. Para ello, el emprendedor debe ser consiente sobre la naturaleza y el tipo de negocio.
- Aumento de fondos: Todas las actividades del negocio dependen de la financiación y, por lo tanto, el aumento de los recursos es una función importante. Un emprendedor puede obtener fondos de fuentes internas o externas.

- Obtención de maquinaria y materiales: Otra importante función de un emprendedor es conseguir materias primas y maquinas. Además, debe identificar recursos económicos y de fácil acceso que le ayudara a él a reducir los costos de producción y encarar a la competencia. Procurando que las maquinas cumplan con los requisitos técnicos y las garantías post- venta.
- Investigación de mercados: El estudio de mercados consiste en la colección de datos respecto al producto o servicio que el emprendedor desea brindar a su público objetivo. Para ello debe investigar el mercado constantemente para saber los detalles del producto previsto, como por ejemplo tamaño del mercado (clientes), el suministro del producto, la competencia, el precio etc.
- Determinar la forma de la empresa: El emprendedor debe determinar la naturaleza de la empresa dependiendo de la naturaleza del producto, volumen de inversiones. La naturaleza de la nueva sociedad fundada en la que puede participar como socio, o de forma individual, así como sociedad anónima o sociedad cooperativa, etc.
- Reclutamiento de mano de obra: Para llevar a cabo esta función el emprendedor debe estimar las siguientes actividades:
  - a) Estimación de las necesidades de potencia de los trabajadores a corto y largo plazo.
  - b) Diseñar el esquema de compensación.
  - c) Establecer las normas del servicio.
  - d) Diseñar mecanismos de entrenamiento y desarrollo.
- Implementación del proyecto: El emprendedor tiene que desarrollar un cronograma y un plan de acción para la implementación del proyecto. Este debe ser implementado en un tiempo determinado, para que todas las actividades desde la fase de concepción hasta la puesta en marcha se realicen por él mismo, de acuerdo con el cronograma de implementación para evitar sobrecostos y tiempos.

### **3.4. Tipos de emprendedores**

El autor Joe Abraham (20011 citado en Deeb, 2014) en su libro muestra un estudio de más de 1000 empresarios, el cual confirmó, el descubrimiento de que no todos ellos están “enlazados” de la misma forma. Los resultados sugieren que existen cuatro tipos de emprendedores, a los que el autor los llama “ADN” empresarial; en el que se aprovechan las fortalezas y debilidades que son típicas de cada tipo de emprendedor. A continuación, se presentan los siguientes tipos de emprendedores:



- Constructor: Se caracteriza por tener un impulso para construir negocios altamente escalables de forma muy rápida. Cuando el emprendedor tiene un nivel alto de este tipo puede obtener grandes ingresos dentro de poco tiempo y seguir haciendo crecer el negocio. Esto se debe a que este tipo de emprendedor mide su éxito a través de la infraestructura. Para ello coordinan las decisiones que toman, la estrategia que construyen y extienden.
- Oportunista: Los emprendedores que pertenecen a este tipo de clasificación son promotores muy optimistas; disfrutan del marketing y las ventas. Además, se encuentran a la espera del momento adecuado, para unirse a la tendencia que aparece en el mercado empresarial. Se caracterizan por medir el éxito en función del dinero ganado o de las rentas futuras percibidas.
- Especialista: Son aquellos emprendedores expertos; los cuales se caracterizan por ser muy analíticos, relativamente reticentes al riesgo y no son proclives a ser vendedores. Además, generan la mayoría de sus nuevos negocios a partir de referencias y contactos.
- Innovador: Son emprendedores que miden el éxito en función del impacto que tiene su producto en la humanidad. Además de ello, prefieren estar en un “laboratorio” que en la parte financiera o comercial. Por otro lado, les resulta incómodo participar en discusiones de negocios.

### **3.5. Características del emprendedor**

A continuación, se muestran las características que se han investigado a través de los años, por distintos autores. Cabe resaltar que este apartado se desarrollara de forma más extensa en los siguientes capítulos.

Según de Pablo, Santos y Bueno (2004) se pueden clasificar las características más analizadas en la literatura sobre el emprendedor de la siguiente forma (Ver Tabla 1).

**Tabla 1: Aspectos individuales más analizados en la literatura sobre el emprendimiento**

| Factor  | Autores más destacados  | Factor                               | Autores más destacados   |
|---|---|--------------------------------------|--|
| 1. Necesidad y/o reconocimiento por el logro    | McClelland (1961); Homaday y About (1971); Vesper (1980); Hawkins y Turla (1987); Veciana (1980); Varela (1999); Grabinsky (1990); Vigorena (1999).   | 2. Aceptación de riesgos moderados   | Hornaday y Abput (1971); Claver y Gómez (1979); Hull (1980); Gibb (1982); Jarillo (1984); Hawkins y Turla (1987); Timmons (1989); Varela (1990); Baron y Markman (1999).                   |
| 3. Creatividad / Imaginación/ Innovación        | Napoleoni (1968); Hornaday y About (1971); Nelson y Neck (1981); Ronstadt (1984); Greffe (1988); Gasse (1989); Ludevid y Ollé (1993); Nueno (1994); Vigorena (1999); Sánchez (2002).                        | 4. Liderazgo                         | Drucker (19464) ; Baumol (1968) ; Shapero (1975) ; Nelson y Neck (1981) ; Welsh y White ( 1984); Jarillo (1984); Hawkins y Tula (1987); Tommons (1989); Varela (1990); Grabinsky (1998).   |
| 5. Orientado hacia la oportunidad               | Drucker (1964); Leibsrein (1968); Shapero (1975); Meredith (1982); Hawkins y Turla (1987); McBeer (1989); Ludevid y Ollé (1993); Masifern (1996); Lucas (1998), Vigorena (1999).                            | 6. Capacidad de conseguir recursos   | Drucker (1964); Leibstein (1968); Collins y Moore (1970); Vesper (1980); Meredith (1982); Ronstadt (1984); Herbert y Link (1988); Nueno (1994); Guerrero y Palacios (1994); Varela (1999). |
| 7. Toma de iniciativa                           | Drucker (1964); Draheim (1966); Hornaday y About (1971); Nelson y Neck ( 1981); Hawkins y Turla (1987) ; Patel (1989); Timmons ( 1989); Varela ( 1990) ; Bronwn y Rose ( 1993).                             | 8. Autoconfianza, control interno    | Claver y Gómez (1979); Nelson y Neck (1981); Hawkins y Turla (1987); Gasse (1989); Timmons (1989); Veciana (1989); Varela (1990); Le Brass (1995); Vigorena (1999); Sánchez (1992).        |
| 9. Percepción del beneficio económico/ Ambición | McClelland (1961); Napoleoni( 1968); Hull (1980); Harwood (1982); Hisrich y Brush ( 1984); Hawkins y Turla (1987); Herbert y Link ( 1988); Hisrich y Meter (1989); Ludevid y Ollé (1993); Vigorena ( 1999). | 10. Patrón de factores de producción | McClelland (1961); Draheim (1966); Hull (1980); Meredith (1982); Stevenson y Gumpert (1984), Herbert y Link (1988); Gurrero y Palacios (1994); Vigorena (1999).                            |
| 11. Tolera presión/ incertidumbre               | Drucker (1964); Wesh y White (1984); Hawkins y Turla  | 12. Perseverancia                    | Nelson y Neck (1981); Hisrich y Brush (1984); Timmons (1989);  |

| Factor                                  | Autores más destacados  | Factor                                     | Autores más destacados   |
|---|---|--|--|
|   | (1987): Timmons (1989) Le Bras (1995); Vigorena (1999)  |  | Ludevid y Ollé (1993); Varela (1999).  |
| 13. Versatilidad/<br>Flexibilidad       | Leibenstein (1968); Gibb (1982); McBeer (1989); Guerrero y Palacios (1994); Baron y Markman (1999).                           | 14. Receptivos en sus relaciones sociales  | WELSH Y White (1984); Hawkins y Turla (1987); Timmons (1989); Ludevid y Ollé (1993); Grabinsky (1998).                     |
| 15. Energía/ Impulso                    | Hornaday y About (1971); Wesh y White (1984); Greffe (1988); Varela (1990); Le Bras (1995); Grabinsky (1998).                 | 16. Autonomía                              | Vesper (1980); Harwood (1982); Hawkins y Turla (1987); LE Bras (1995); Lucas (1998).                                       |
| 17. Capacidad de analizar el ambiente   | Leibstein (1968); Claver y Gómez (1979); Welsh y White (1984); Brown y ROSE (1993); Masifern (1996).                          | 18. Conocimiento del negocio               | Leibstein (1968); Claver y Gómez (1979); Herbert Y Link (1988); Veciana (1989); Guerrero y Palacios (1994); Varela (1999). |
| 19. Gerente administrador de recursos   | McClelland (1961); Hull (1980); Stevenson y Gumpert (1984) Herbert y Link (1988); Le Bras (1995); Vigorena (1999).            | 20. Capacidad de decisión                  | Hawkins y Turla (1987); Timmons (1989); Varela (1990); Masifern (1996); Vigorena (1999).                                   |
| 21. Orientación hacia metas específicas | Leibsteinn (1968); Hawkins y Turla (1987); Patel (1989); Ludevid y Ollé (1993); Vigorena (1999).                              | 22. Planificación, sentimiento sistemático | Leibstein (1968); Casson (1982); Greffe (1988); Mcbeer (1989); Ludevid y Ollé (1993); Masifern (1996); Sánchez (2002).     |
| 23. Visión comprensiva de los problemas | Leibstein (1968); Nelson y Neck (1981); Ronstadt (1984); Hawkins y Turla (1987); Patel (1989); Le Bras (1995); Varela (1999). | 24. Redes de contacto                      | Leibstein (1968); Hawkins y Turla (1987); McBeer (1989); Grabinsky (1990); Ludevid y Ollé (1993); Masifern (1996).         |
| 25. Trabajan duro                       | Welsh y White (1984); Timmons (1989); Ludevid y Ollé (1993); Varela (1999); Vigorena (1999).                                  | 26. Capacidad de solución de problemas     | Leibstein (1968); Hawkins y Turla (1987); Patel (1989); Le Bras (1995); Grabinsky (1998).                                  |
| 27. Necesidad de escape                 | Hornaday y About (1971); Vesper (1980); Hawkins y Turla (1987); Veciana (1989); Le Bras (1995); Sánchez (2002).               | 28. Honestidad, integridad y confianza     | Baumol (1968); Jarillo (1984); Hawkins Y turla (1987); Timmons (1989); Vigorena (1999).                                    |
| 29. Responsabilidad personal            | McClelland (1961); Harwood (1982);  | 30. Planifican con límites de tiempo       | Nelson y Neck (1981); Hawkins y Turla  |

| Factor                                    | Autores más destacados  | Factor  | Autores más destacados   |
|---|---|---|--|
|   | Timmons (1989); Ludevid y Ollé (1993); Vigorena.  |   | (1987); Patel (1989); Guerrero y Palacios (1994); Masifern (1996).             |
| 31. Necesidad de aprobación               | Claver y Gómez (1979); Hawkins y Turla (1987); Varela (1990); Lucas (1988).                 | 32. Estabilidad emocional/ autocontrol          | Gibb (1982); Hawkins y Turla (1987).   |
| 33. Exige eficiencia y calidad            | Hawkins y Turla (1987); Herbert y Link (1988); Patel (1989); Le Bras (1995); Varela (1999). | 34. Necesidad de desarrollo personal            | Hawkins y Turla (1987); Varela (1990); Vigorena (1999).                        |
| 35. Baja necesidad de poder y estatus     | McClelland (1961); Hawkins y Turla (1987); Timmons (1989); Vigorena (1999).                 | 36. Sentido de urgencia/Tiempo valioso          | Welsh y White (1984); Hawkins y Turla (1987); Timmons (1989); Varela (1999).   |
| 37. Búsqueda de la verdad, de información | Ronstadt (1984); Hawkins y Turla (1987); Masifern (1996).                                   | 38. Dueño de la empresa                         | Hawkins y Turla (1987); Herbert y Link (1988); Le Brass (1995); Varela (1999). |
| 39. Comunicador                           | Hawkins y Turla (1987); Herbert y Link (1988); Sánchez (2002).                              | 40. Necesidad de cumplimiento                   | Claver y Gómez (1979); Hawkins y Turla (1987).                                 |
| 40. Individualista                        | Sánchez (2002).   | 42. Consideración de opiniones de colaboradores | Masifern (1996); Vigorena (1999).  |
| 43. Autoeficacia                          | Baron y Markman (1999).   |   |  |

Fuente: de Pablo, Santos, Bueno (2004)

Del análisis de la literatura mostrada podría concluirse que existen varias categorías de factores [características] que tienen relevancia en el estudio de los emprendedores (de Pablo, Santos y Bueno, 2017), en tal sentido se presenta a continuación:

- La Personalidad del individuo, es decir, los rasgos psicológicos, el perfil del emprendedor, que van a definir sus actitudes.
- Los Aspectos motivacionales, es decir, las habilidades y conocimientos del emprendedor que va realizar un determinado emprendimiento
- Las Capacidades y Competencias, es decir, las habilidades y conocimientos de emprendedor son el resultado de la evolución de las aptitudes que ha adquirido y ha desarrollado a través del tiempo.

Por otro lado, autores como Scarborough & Cornwall (2016) presentan las siguientes características:

- Deseo por la responsabilidad: Los emprendedores sienten un gran sentido personal de responsabilidad por los proyectos que emprenden. Ellos prefieren tener el control de sus propios recursos y los utilizan para poder alcanzar sus propios objetivos.
- Preferencia por el riesgo moderado: Los emprendedores no son personas que toman riesgos, ellos calculan esos riesgos para tener éxito en sus emprendimientos.
- Confían en su capacidad para tener éxito: Ellos tienen mucha confianza en sus capacidades y la habilidad para tener éxito, y además confían en que ellos eligen el camino correcto en su elección profesional.
- Determinación: Ellos tienen la habilidad para enfocarse en lograr a largo plazo sus objetivos.
- Deseo por obtener retroalimentación: Ellos disfrutan el reto del funcionamiento de los negocios. A ellos les gusta saber qué es lo que están haciendo por ello constantemente están requiriendo retroalimentación.
- Alto nivel de energía: Los emprendedores se caracterizan por tener mucha energía en comparación con las personas promedio. Esta energía tiene un rol crítico cuando ellos requieren involucrarse hacia un nuevo emprendimiento.
- Orientación sobre el futuro: Los emprendedores tienen un muy desarrollado sentimiento de búsqueda por oportunidades. Ellos miran hacia el futuro y están menos preocupados con lo que ellos hicieron en el pasado.
- Habilidades en organización: Construir una compañía requiere tener un personal correcto en el lugar adecuado. Los emprendedores saben cómo poner personas a trabajar para que puedan lograr los objetivos de la compañía.
- Valorar el logro sobre el dinero: La necesidad de lograr cosas en la vida prima sobre el deseo de obtener dinero.

#### **4. Teorías sobre la motivación en el emprendimiento**

##### **4.1. Antecedentes**

El psicólogo David McClelland (1961) fue uno de los pioneros en analizar la relación que tiene la motivación con los emprendedores. El autor menciona que la necesidad por el logro [need for achievement] es lo que motiva a las personas en convertirse en emprendedores. Para ello,

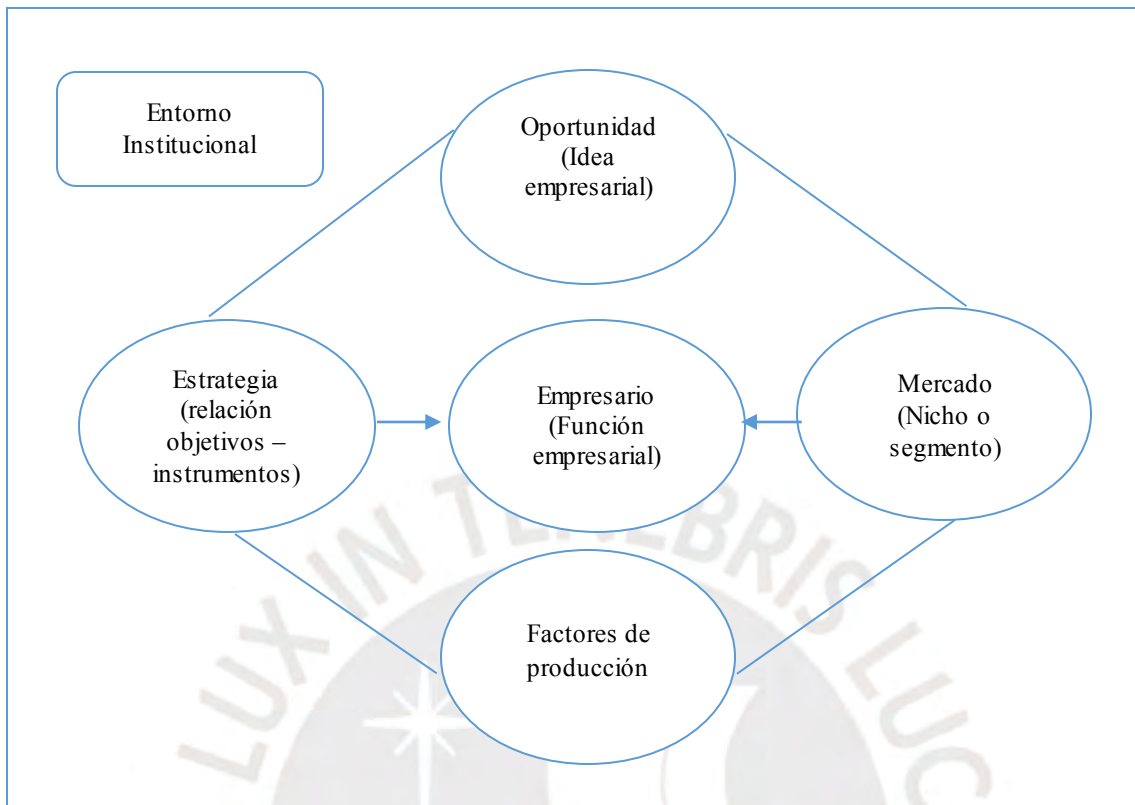
realizo un estudio en el que un alto nivel de necesidad por el logro predispone al incremento de la actividad económica de los países por parte de los emprendedores.

Desde la perspectiva teórica, uno de las propuestas más reconocidas sobre el emprendimiento es, según Paturel (1997 citado en Marulanda & Morales, 2016) “La coherencia del proyecto”. Si se desea lograr de forma efectiva la generación de una nueva organización deben concurrir tres factores: los anhelos o motivaciones del emprendedor; sus destrezas- habilidades y know-how, recursos financieros y logísticos, redes profesionales; y el entorno para la creación, es decir, las oportunidades que brinda el mercado y los incentivos del marco legal para los emprendedores.

De acuerdo a Marulanda (2015 citado en Marulanda y Morales, 2016) el factor principal en esta convergencia de los tres factores es la motivación, ya que esta incentiva a los emprendedores a vencer las coyunturas adversas relacionadas con los otros dos. Asimismo, según Orrego (2008 citado en Marulanda y Morales, 2016) la motivación genera un gran aliciente en el mundo académico, por lo que resulta conveniente su desarrollo en los proyectos de soporte en la generación de nuevos emprendimientos.

En este sentido, según Veciana (2005) la motivación tiene un rol primordial en la interrelación con los demás elementos del emprendimiento. Lo cual se plasma en su modelo de gestación de empresas, este se caracteriza por tener cinco tipos de factores: 1. Identificación de la oportunidad empresarial. 2. Factores de producción (bienes materiales, inmateriales y humanos) necesarios para la explotación de la oportunidad. 3. El mercado en el que va operar la nueva organización. 4. La estrategia que el emprendedor piensa acoger para la combinación apropiada de los medios de producción y la forma de dirigirse a los clientes futuros-Este factor concreta la idea y el aprovechamiento de la oportunidad empresarial-5. El empresario con una motivación, habilidades y preparación adecuada; que le permita la toma de los cuatro factores antes mencionados (Ver Figura 1).

**Figura 1: Modelo de la creación de empresas**



Fuente: Veciana (2005)

## **4.2. Clasificaciones y dimensiones**

### ***4.2.1. Emprendimiento por oportunidad y emprendimiento por necesidad***

Los estudios de la literatura clasifican a los propietarios de negocios como emprendedores motivados por la oportunidad y por la necesidad. El primero, identifica una oportunidad de negocio en el mercado y decide desarrollarlo; el segundo, decide emprender por no tener mejores oportunidades de trabajo en el mercado y se siente forzado a fundar un emprendimiento (Minniti M., 2018).

### ***4.2.2. Factores endógenos y factores exógenos***

De acuerdo a Quevedo, Izar, & Romo (2010) las motivaciones para desarrollar un emprendimiento se pueden clasificar en factores de tipo endógeno y exógeno. Los factores endógenos son audacia, pasión, creatividad, liderazgo, innovación, competitividad, intuición, empuje, persuasión, eficacia, capacidad de gestión y aventura.

De acuerdo a Gnyawali y Fogel (1994) los factores exógenos presentan un marco para el entorno empresarial, el cual es clasificado en cinco clases: Políticas gubernamentales y los

procedimientos, condiciones socioeconómicas, aptitudes de negocios y emprendedoras, asistencia financiera, y asistencia no financiera (Ver Tabla 2).

**Tabla 2: Marco para el entorno empresarial**

| Políticas gubernamentales y los procedimientos                        | Ayuda Financiera   |
|---|--|
| Restricciones en importaciones y exportaciones                        | Capital de riesgo  |
| Leyes de bancarota  | Fuentes alternativas de financiación   |
| Barreras de entrada   | Préstamos de bajo de costo   |
| Requisitos y procedimientos para el registro y concesión de licencias | Disposición de las entidades bancarias para financiar pequeños emprendedores |
| Número de instituciones a las que los empresarios deben reportar      | Programa de garantía de crédito para iniciar nuevas empresas                 |
| Normas y reglamentos que rigen la actividad empresarial               | Competencia entre instituciones financieras                                  |
| Leyes para proteger los derechos de propiedad                         |  |
| Condiciones socioeconómicas   | Asistencia no financiera   |
| Actitud del público sobre el emprendimiento                           | Servicios de asesoramiento y apoyo   |
| Presencia de empresarios con experiencia                              | Redes empresariales  |
| Existencia de personas con características emprendedoras              | Instalaciones de incubadoras   |
| Proporción de pequeñas empresas en el total de empresas               | Programas de compras gubernamentales para las pequeñas empresas              |
| Diversidad de actividades económicas                                  | Apoyo gubernamental para la investigación y desarrollo                       |
| Nivel de crecimiento económico  | Incentivos y exenciones tributarias  |
| Aptitudes empresariales y de negocios                                 | Red de información local e internacional                                     |
| Educación técnica y vocacional  | Medios de comunicación y transporte  |
| Educación en temas de negocios  |  |
| Programas de formación empresarial                                    |  |
| Programas de entretenimiento técnico y vocacional                     |  |
| Disponibilidad de información   |  |

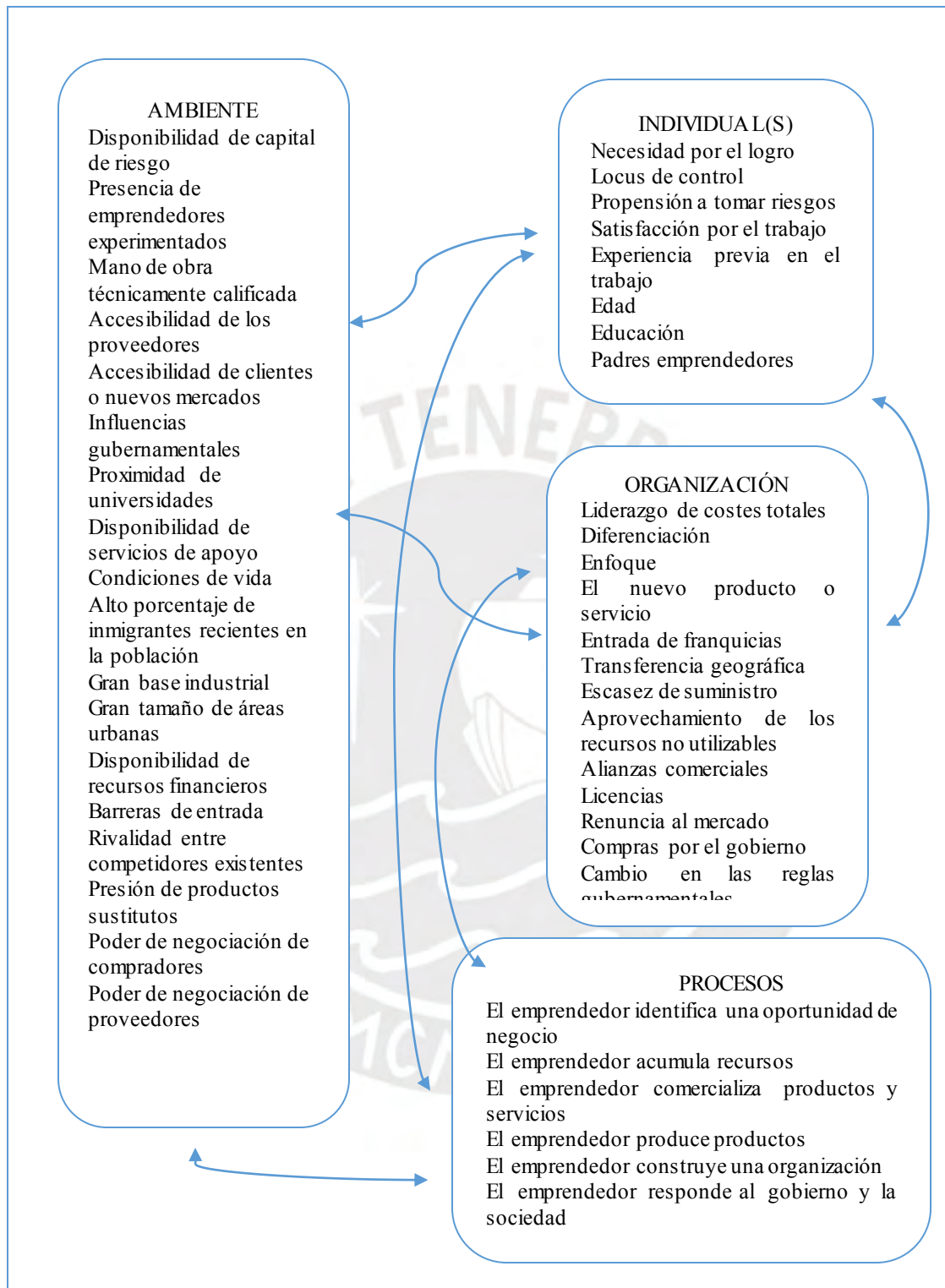
Fuente: Gnyawali y Fogel (1994)

## 5. Teorías sobre la Creación de Empresas

El estudio sobre el emprendimiento sería deficiente si se basara únicamente en las características y el comportamiento de los emprendedores. Por ello, para que el análisis sea más amplio se debe examinar otro tipo de factores; como los sociales, económicos, y factores políticos (Van de Ven, 1993). En ese sentido, el autor Gartner (1985) presenta una clasificación que incurre en la creación de empresas: (1) los individuos implicados llamados empresarios, (2) las labores emprendidas por los emprendedores durante el proceso de creación de la nueva organización, (3) el entorno que afecta a la nueva organización; (4) el sistema organizativo y la estrategia de la nueva organización. Para ello el autor describe la creación de empresas como un hecho multidimensional en el que se interrelacionan los enfoques antes aludidos (Ver Figura 2).



**Figura 2: Clasificación para la creación de empresas según Gartner**



Fuente: Gartner (1985)

Asimismo, Veciana presenta una división teórica “como un intento didáctico de orientar a los estudiosos del tema más que como una clasificación definitiva” (Veciana, 1999, pág. 16). Por tanto, a continuación, se presenta las principales teorías desarrolladas en los cuatro enfoques y niveles propuestos por el profesor José María Veciana Vergés.

**Tabla 3: Teorías desarrolladas sobre el emprendimiento**

| ENFOQUE<br>NIVEL<br>ANÁLISIS                   | Enfoque<br>Económico  | Enfoque<br>Psicológico   | Enfoque<br>Sociocultural o<br>Institucional   | Enfoque<br>Gerencial  |
|--|---|--|---|---|
| <b>MICRO<br/>(Nivel individual)</b>            | *La función empresarial como cuarto factor de la producción<br>*Teoría del beneficio del empresario | *Teoría de los rasgos de personalidad<br>*Teoría psicodinámica de la personalidad del empresario | *Teoría de la marginación<br>* Teoría del rol<br>* Teoría de redes  | *Teoría de la eficiencia X de Leibenstein<br>*Teoría del comportamiento del empresario<br>*Modelos del proceso de la creación de empresas                     |
| <b>MESO<br/>(Nivel empresa)</b>                | *Teoría de los costes de transacción  |  | *Teoría de redes<br>* Teoría de la incubadora<br>*Teoría evolucionista  | *Modelos del éxito de la nueva empresa<br>*Modelos de generación y desarrollo de nuevos proyectos innovadores (corporate entrepreneurship o Intrapreneurship) |
| <b>MACRO<br/>(Nivel global de la economía)</b> | * Teoría del desarrollo económico de Schumpeter   | *Teoría del empresario de Kirzner  | *Teoría del desarrollo económico de Weber<br>*Teoría del cambio social<br>*Teoría de la ecología poblacional<br>*Teoría institucional |   |

Fuente: Veciana (1995)

### 5.1. Enfoque Económico

Las teorías presentadas en este enfoque procuran describir la función de empresas y la creación de las mismas sobre los principios de la racionalidad económica.

### ***5.1.1. La Función empresarial como cuarto factor de producción***

De acuerdo a Say el rol del empresario es fundamental en la economía, ya que “ser empresario requiere la combinación de cualidades morales que no es frecuente encontrar juntas” (1840 citado en Veciana, 1999, pp. 16-17).

Según Alfred Marshall (1890 citado en Veciana, 2002) la función directiva constituye el cuarto factor de producción, junto a la tierra, el trabajo y el capital. El autor afirma que para que un determinado esfuerzo resulte más efectivo en satisfacer las necesidades humanas, tiene que dividirse y entregarse a un grupo de directivos especialistas u hombres de negocios. Ellos asumen riesgos al emprender, consiguen capital y el trabajo requerido; gestionan el plan general y lo controlan.

### ***5.1.2. Teoría del beneficio del empresario***

Es la teoría que ha logrado más seguidores enfocando su estudio en el riesgo que afronta el emprendedor; asimismo, uno de sus exponentes es el economista Frank Knight (Veciana, 1999). Adicionalmente, Knight establece una distinción entre las palabras “riesgo” e “incertidumbre”. “Para él, el riesgo es la aleatoriedad con probabilidades conocidas que a la vez se pueden asegurar, en tanto que la incertidumbre la define como la aleatoriedad con probabilidades desconocidas que no se pueden asegurar” (Tarapuez, Zapata y Agreda, 2008, p. 88).

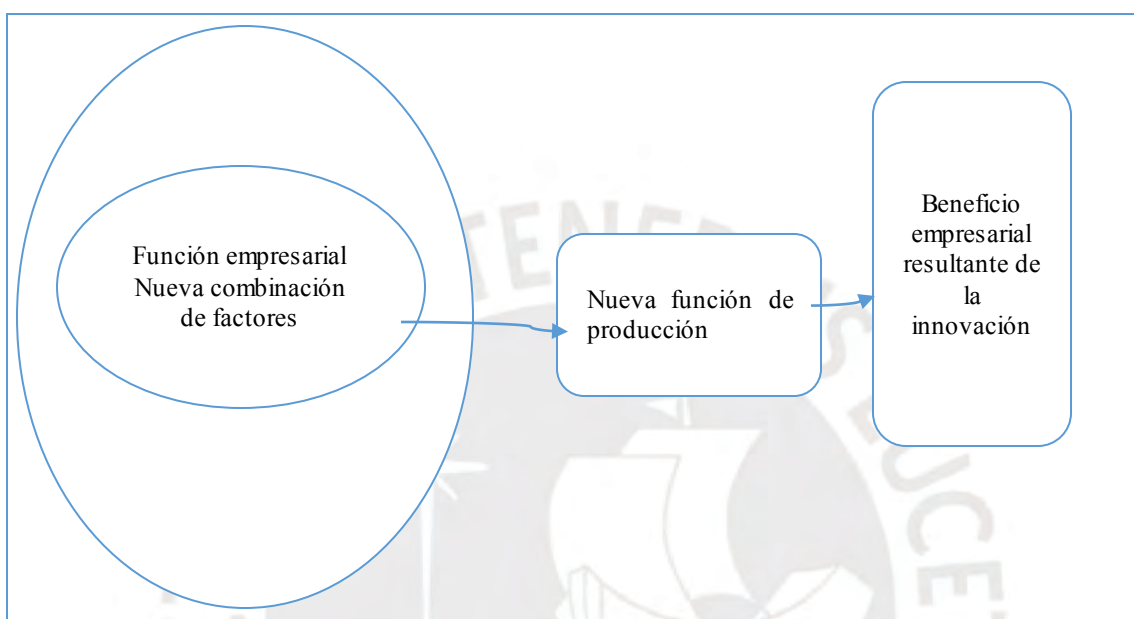
Para Knight las incertidumbres que pueden calcularse no representan ninguna clase de “incertidumbre” para el emprendedor. Por otro lado, el “riesgo” se muestra como parte de un gran número de sucesos homogéneos y existe una alta probabilidad de los resultados que este puede tener (Tarapuez, Zapata y Agreda, 2008).

En su obra, Knight relaciona la incertidumbre con el futuro; la presenta como la base de su teoría del emprendedor, el cual es el responsable de conseguir cambiar un estado de incertidumbre hacia un estado de riesgo (Tarapuez, Zapata y Agreda, 2008).

La obra más destacada en este ámbito es la que mostro Schumpeter, llamada Teoría del desarrollo económico en 1912. Aunque es común ver la definición del empresario de Schumpeter citada en varios estudios, no es esta su principal aporte; ya que su definición de empresario es “sui generis”, es decir, un modelo ideal de emprendedor. Para Schumpeter el empresario es la persona que realiza nuevas combinaciones de medios de producción, sean estos independientes o aquellos que trabajan dentro de una empresa como empleados (Veciana, 1999).

La principal contribución como aporte de Schumpeter es la explicación del desarrollo económico. “la creación de nuevas empresas como factor de desarrollo económico depende del comportamiento del empresario que hace una nueva combinación de factores. Esta supone una nueva función de producción” Schumpeter (1912 citado en Veciana, 1999, pág. 18), en tal sentido (Ver Figura 3)

**Figura 3: El Modelo Schumpeteriano de la función empresarial**



Fuente: Schumpeter (1912)

En este sentido, Shane en el año 1996, realizó una investigación empírica, en ella demostró la relación positiva entre la tasa de cambio tecnológico y la tasa de creación de nuevas empresas (Veciana, 1999).

## **5.2. Enfoque Psicológico**

### ***5.2.1. Teoría de los rasgos de personalidad***

De acuerdo a Veciana (1980 citado en Veciana, 1999) la teoría de los rasgos de personalidad es el enfoque que prevaleció como objeto de estudio en la década de los setenta y ochenta del siglo anterior, lo cual generó un gran cambio desde el ámbito metodológico respecto al anterior enfoque. Su estudio no se basa en tratar de definir al empresario, sino analizarlo como una “persona de carne y hueso que crea una empresa” cuyo origen se remonta a los trabajos de McClellan, Collins y Moore.

Las teorías psicológicas respecto al emprendedor se basan en las dos siguientes conjeturas fundamentales (Veciana, 1999):

1. El empresario, el cual al decidir crear una nueva empresa presenta un perfil psicológico distinto al remanente de la población.
2. Los empresarios que son exitosos muestran un perfil psicológico diferente respecto a los empresarios que no lograron tener mucho éxito.

### ***5.2.2. Teoría del empresario de Kirzner***

En el año 1973 se presenta la teoría del empresario de Kirzner, en ella el autor presenta su término “alertness”, el cual hace referencia al estado de estar alerta a las oportunidades de negocio que puedan suscitarse en el mercado (Kirzner, 1973). En este sentido, el autor manifiesta lo siguiente:

“The aspect of knowledge which is crucially relevant to entrepreneurship is not so much the substantive knowledge of market data as alertness, the knowledge of where to find market data” (Kirzner, 1973, p. 67).

Respecto a lo anterior, Kirzner muestra que lo importante no es el conocimiento de los datos que existen en el mercado, sino la acción de saber de dónde encontrar las oportunidades que se suscitan dentro del mismo.

Asimismo, Kirzner presenta al emprendedor como la persona que descubre nuevas oportunidades de mercado, orientando su esfuerzo y los nuevos recursos necesarios para el aprovechamiento de los nuevos nichos; consiguiendo así crear mercados futuros (Valencia y Patlán, 2011).

### **5.3. Enfoque Sociocultural o Institucional**

Las teorías que se encuentran en este enfoque tienen como base común, la conjetura fundamental, que la determinación de volverse un emprendedor, y por tanto, conseguir crear nuevas empresas, se encuentra restringido por factores del entorno. En este sentido, son los factores socioculturales o el marco institucional el que determina la fundación y el desarrollo de las empresas en un momento y lugar establecido (Veciana, 1999).

Si bien es cierto, aunque las primeras investigaciones sobre este enfoque surgen desde principios del siglo XX, y en mayor nivel en los años sesenta; es en la década del noventa del siglo anterior cuando se enfatiza y se desarrolla el interés en gran magnitud por parte de los investigadores respecto a este enfoque en los tres niveles (Veciana, 1999).

#### ***5.3.1. Teoría de la marginación***

La teoría de la marginación estima que la fundación de una empresa nace a partir de un suceso crítico, mayoritariamente negativo, que impulsa al emprendedor a fundar su

emprendimiento, también nombrado deterioro del rol según Collins, Moore, Unwala (1964 citado en Alonso y Galve, 2008) o un suceso disparador según Shapero (1982 citado en Alonso y Galve, 2008). Las personas que entran en esta clasificación son las que se encuentran en la condición de marginados, minorías étnicas o religiosas y los desempleados (Alonso y Galve, 2008).

Adicionalmente, de acuerdo a Evans y Leighton (1989) los trabajadores que tienen un salario menor al resto, los trabajadores que se encuentran sin empleo y personas que varían mucho de trabajo, muestran una mayor tendencia a laborar por su cuenta propia; asimismo, esta percepción es congruente con la perspectiva de algunos sociólogos respecto a que los marginados son impulsados a realizar emprendimientos.

De acuerdo, a la teoría de marginación para volverse un emprendedor es necesario dos requisitos (Brunet y Alarcón, 2004):

1. Una etapa de incubación, respecto al desarrollo de la idea en un determinado periodo de tiempo.
2. Un suceso que impulse el proceso de fundar una empresa, sin el objetivo de obtener una rentabilidad, sino más bien como respuesta al factor crítico negativo.

### **5.3.2. Teoría del rol**

La teoría del rol explica por qué en algunos espacios geográficos se fundan más empresas comparando con otros lugares. Así, uno de los factores externos que impulsa la creación de compañías es la presencia de modelos empresariales que hagan posible la creación de las mismas (Veciana, 1999).

En este sentido, en lugares o regiones en los que existe un conjunto empresarial prolifera en estos casos. Adicionalmente, se ha demostrado que en los ambientes familiares en los cuales existe o han existido empresarios y, por tanto, “roles de empresarios” es más factible que aparezcan emprendedores. Por tanto, esta teoría demostraría por qué en zonas industriales en donde prevalece una cultura empresarial se funda en mayor magnitud nuevas organizaciones, respecto a aquellas zonas en las que no se presentan estos sucesos (Veciana, 1999).

Por un lado, una de las principales regiones de alta tecnología en el mundo es Silicon Valley, en los que se puede apreciar grandes casos de éxito de un grupo de innovadores y emprendedores como Hewlett and Packard, Steve Jobs y Wosniak de Apple o el fundador de Yahoo, Jerry Yang que lograron conseguir grandes éxitos en materia de emprendimiento (Pohl y Heiduk, 2002).

### 5.3.3. Teoría de redes

Esta teoría comenzó a mostrar relevancia desde la década de los ochenta con los estudios de Birley (1985), Aldrich, Rosen y Woodward (1986, 1987) y Johannisson (1988) que generó una serie de investigaciones respecto al impacto de la red [network] en el emprendimiento (Alonso y Galve, 2008).

La teoría sostiene que la actividad empresarial forma parte y se extiende en un sistema de relaciones sociales. En este sentido, el proceso de emprender se ve influenciado positivamente por una compleja relación entre el futuro emprendedor, los recursos y las oportunidades (Veciana, 1999).

Por otro lado, las relaciones que se suscitan en una red son las siguientes (Veciana, 1999):

- El intercambio de información entre las personas de la red.
- El intercambio de los bienes o servicios que se brindan.
- El intercambio de contenidos normativos o de las expectativas que los involucrados puedan tener ante otros individuos debido a ciertas características

El emprendimiento tiende a agruparse geográficamente, en parte, por el entorno social del emprendedor. En este sentido, las decisiones que toman los individuos siguen patrones sociales y se influyen por lo que otros individuos del entorno decidieron tomar, sobretodo en coyunturas complejas (Minniti, 2005).

Los emprendedores operan de forma cooperativa con redes que le suministran acceso a, información, conocimiento. En este sentido, las redes sociales se convierten en uno de los activos más valiosos que tiene un emprendedor para poder hacer surgir su emprendimiento. Por tanto, un emprendedor que pertenezca a una red más próspera, en un nivel de cantidad y calidad de relaciones creadas, tendrá mayor posibilidad de obtener recursos que puedan multiplicar su éxito (Herrera, 2009).

En tal sentido, “las relaciones entre el empresario, proveedores, clientes, bancos, organismos públicos o privados -agencias de desarrollo local, cámaras de comercio, asociaciones profesionales, etc.- y familiares y amigos son las que constituyen la base de una red” (Veciana, 1999, p. 22).

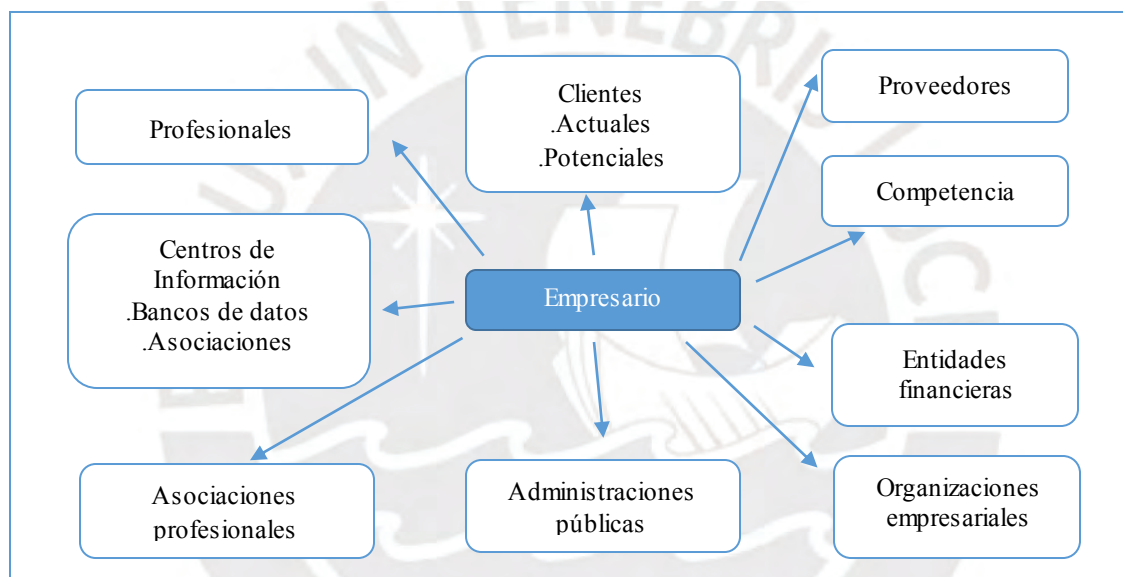
Por un lado, “la clave para el éxito empresarial se encuentra en la capacidad de desarrollar y mantener una red personal” (Johannisson, 1988, p. 83). Por otro lado, otros autores manifiestan lo contrario como que “es una exageración, y se infravalora la importancia de la idea o proyecto empresarial, es decir, el producto o servicio, la estrategia, el sector industrial y otras características

y actitudes del empresario, como factores determinantes del éxito de la nueva empresa” (Veciana, 1999, p. 22).

De acuerdo a Ollé y Planellas (2003 citado en Alonso y Galve, 2008) la network se vuelve un intangible importante para lograr resultados positivos en la nueva sociedad. Adicionalmente, las interrelaciones entre las compañías originan nuevos tipos de información económica relevante, generando mediante las mismas una nueva forma de conocimiento.

La figura 4 muestra las diversas variables que componen en parte o en su totalidad, según sea el caso, la composición de una red o network; de acuerdo a Ollé y Planellas (2003 citado en Alonso y Galve, 2008). En tal sentido, se muestra la network (Ver Figura 4)

**Figura 4: La network del creador de una empresa**



Fuente: Ollé y Panellas (2003)

A nivel empresarial, la teoría de redes tiene el mismo objetivo que a nivel individual haciendo los cambios necesarios, es decir, la creación de un sistema que asiste a la nueva compañía puede ser analizada de forma individual a nivel de empresa. Su campo de investigación se encuentra en lo estratégico de la sociedad como en lo económico de los costes de transacción (Veciana, 1999).

#### **5.3.4. Teoría de la incubadora**

La importancia que tiene actualmente las incubadoras de empresas se ha convertido en materia de estudios de diferentes investigaciones debido al impacto que tiene para el desarrollo económico de los países. Sus inicios se aprecian en el siglo XX a partir de la década de los años setenta, de forma predominante en los Estados Unidos y en Europa Occidental (Peña-Vinces, Bravo, Álvarez y Pineda, 2011).



De acuerdo a Smilor y Gill (1986 citado en Bull y Willard, 1993) las incubadoras entregan beneficios a las nuevas organizaciones que concurren hacia sus programas. En primer lugar, la incubadora asiste al emprendedor para poder desarrollar su credibilidad. Dado que, al ingresar como un proyecto exitoso de incubación demuestra que la nueva organización haya sido evaluada su capacidad. Adicionalmente, la incubadora puede reducir el período para asimilar lo valioso al momento de ejecutar un proyecto. Operando a través de la incubadora, los emprendedores consiguen acceso directo e indirecto al sistema de negocios del ecosistema emprendedor de la zona.

Según Cooper (1981 citado en Westhead y Wright, 1998) afirma que existe una relación entre las sociedades anteriores, en las que el individuo laboro con la nueva organización creada. En este sentido, argumenta que las primeras sirven como un tipo de incubadoras para el nuevo emprendimiento, ya que influyen no solo en la determinación de la fundación del nuevo proyecto, sino también en su ubicación, características y desarrollo. Asimismo, como consecuencia de la experiencia previa, gran cantidad de emprendedores incrementan sus competencias, redes de contactos, reputación empresarial y experiencia en los negocios.

### ***5.3.5. Teoría de la ecología poblacional***

Esta teoría centra su estudio en el entorno. En este sentido, define el nacimiento, desarrollo y liquidación de las nuevas organizaciones. Adicionalmente, opera en el largo plazo. Por otro lado, las conjeturas básicas de esta teoría son las siguientes (Veciana, 1999):

- Las formas de las organizaciones existentes en un determinado tiempo son insuficientes para poder habituarse a los constantes cambios que se presentan en el entorno debido a su inercia interna.
- Los cambios que ocurren en el entorno generan nuevos tipos de organizaciones y con ello nuevas compañías.
- Los cambios en las poblaciones se deben básicamente a los procesos de creación (nacimiento) y disolución (muerte) de las sociedades.

Por consiguiente, “esta teoría estudia las condiciones del entorno que determinan 1) la tasa de creación de nuevas organizaciones, 2) la tasa de mortalidad y 3) la tasa de cambio de las organizaciones” (Veciana, 1999).

### ***5.3.6. Teoría institucional***

Es la teoría que ofrece un marco teórico sobre el impacto que presentan los factores del entorno en la actividad empresarial y la creación de empresas (Veciana, 1999).

De acuerdo a Veciana (1999) la teoría económica institucional tuvo su origen en las investigaciones del siglo pasado, con distintos autores como Veblen (1904), Commons (1924-1934), Ayres (1944) y Myrdal (1959), Williamson (1975), en el campo de la economía de las organizaciones. Sin embargo, fue North (1990) quien enfatizó el marco institucional.

Según North (1993) las instituciones son los factores creados por el hombre para estructurar y orientar el comportamiento de las personas. Estas establecen las “reglas de juego” en la sociedad.

El autor North (1993) presenta en su teoría institucional una clasificación. Las cuales son nombradas reglas formales e informales. Las primeras son aquellas que incorporan las reglas políticas (y judiciales), reglas económicas y contratos. Estas pueden oscilar desde una índole general o hasta una índole específico; entre ellas se encuentran las constituciones, leyes y reglamentos. En este sentido, las normas políticas determinan profundamente la estructura jerárquica del gobierno y su sistema de decisión. Las reglas específicas determinan derechos de propiedad; por ejemplo, los contratos contienen condiciones específicas de un convenio propio de intercambio.

Por otro lado, las reglas informales son los códigos de conducta, normas de comportamiento y convenciones que se dan entre las personas. En tal sentido, cumplen un rol importante por sí mismas, ya que se aprecia que en diferentes sociedades en las que se aplican las mismas reglas, se esperaría que tengan el mismo impacto; sin embargo, los resultados que producen son distintos, ya que pertenecen a distintas culturas (North, 1993).

#### **5.4. Enfoque Gerencial**

Las teorías que se encuentran clasificadas dentro de este enfoque parten de la premisa de que la generación de compañías es resultado un proceso lógico de toma de decisiones, en los cuales son primordiales los conocimientos en economía y gestión. Por tanto, las teorías se enfocan en el estudio del empresario en sí mismo (Veciana, 1999).

##### ***5.4.1. Teoría de la Eficiencia –X de Leibenstein***

Es considerada, dentro del enfoque gerencial, el primer postulado teórico que explica el rol del empresario en la creación de empresas. Leibenstein (1966) señaló que en realidad no existe una relación directa entre inputs y outputs. Esto se da producto de tres motivos principales, los contratos de trabajo son inconclusos; la función de producción no está completamente especificada; una parte de los factores de producción está fuera del mercado. Estas características son las que hacen que el empresario tenga un rol determinante en la economía (Veciana, 1999).

La acción empresarial original e innovadora, del tipo de emprendimiento Schumpeteriano, son aquellas que representan lo siguiente:

“las actividades necesarias para crear o llevar a cabo una empresa en la que no todos los mercados estén bien establecidos o claramente definidos y/o en la que no se conozcan completamente las partes relevantes de la función de producción” (Leibenstein, 1968, pág. 73).

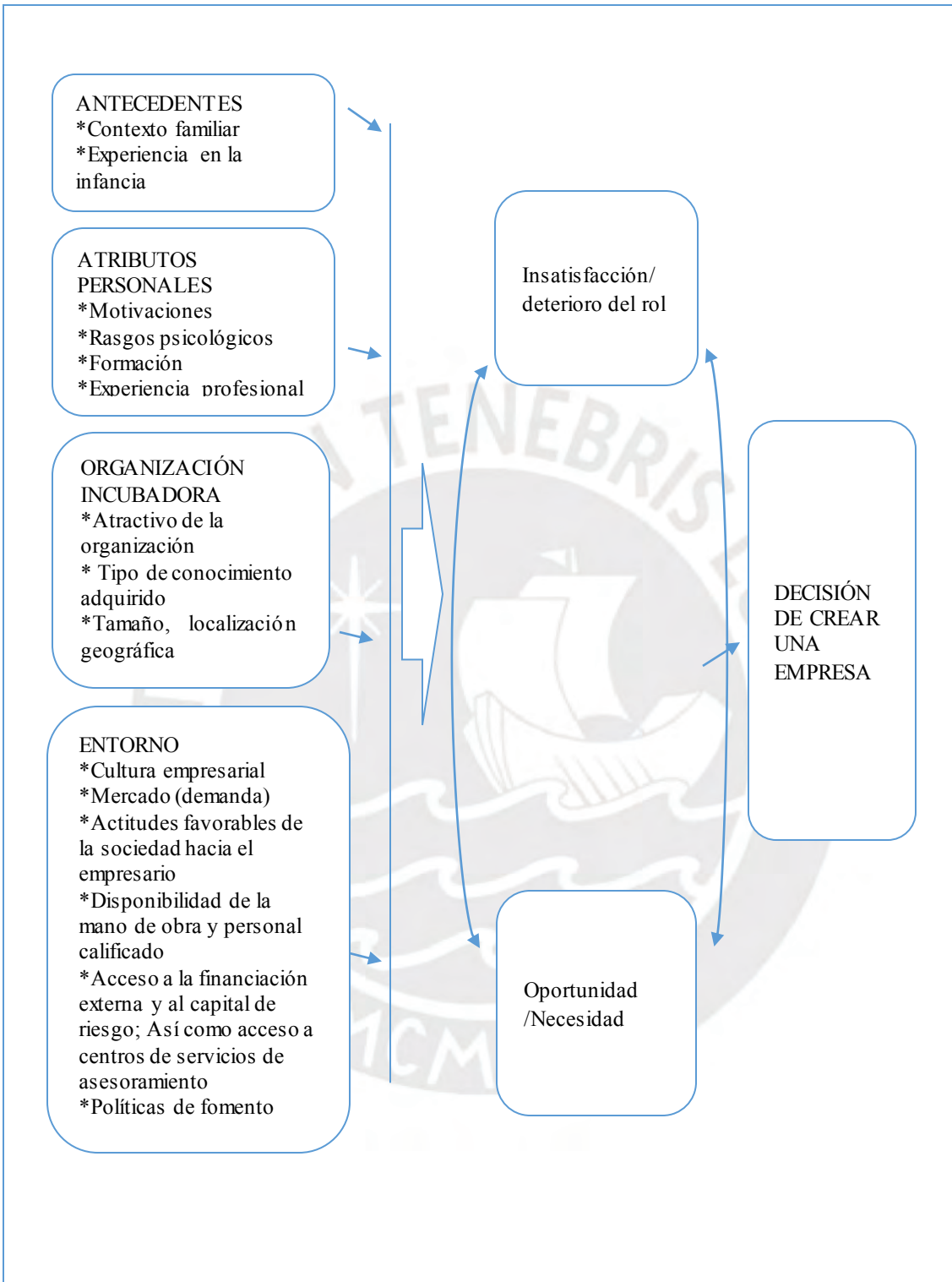
En este sentido, en un mercado en el que para producir un producto final se necesita un determinado producto inicial; y resulta que no existe en el país de origen o alguien quien construya ese producto inicial, y no se puede importar. En este contexto, el rol del emprendedor es fundamental, ya que solo aquellos que tienen el conocimiento para construir el producto inicial pueden ingresar a la industria (Leibenstein, 1968).

De acuerdo a Leibenstein (1968) si se necesita seis insumos para el desarrollo de una compañía, no sirve de nada conseguir y producir solo cinco de ellos. Por tanto, la característica principal del emprendedor es la competencia necesaria para completar los insumos que no se pueden adquirir en el mercado.

#### ***5.4.2. Modelos del proceso de creación de empresas***

Al tratar de proveer conocimientos que puedan asistir a la creación de nuevas empresas, se desarrolló distintos modelos, como los que se presentan en la figura 2, del modelo de Gartner (1985) y figura 5, además de la tabla 4.

**Figura 5: Factores condicionantes de la decisión de crear una empresa**



Adaptado de: Veciana (1988)

**Tabla 4: Proceso de creación de una empresa**

| Variable  | 1-2 años  |  | 2-5 años  |
|---|---|--|---|
| Fase 1<br>Gestación   | Fase 2<br>Creación  | Fase 3<br>Lanzamiento  | Fase 4<br>Consolidación   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>*Infancia</li> <li>*Antecedentes y preparación profesional</li> <li>*Organización incubadora</li> <li>*Suceso disparador/deterioro del rol</li> <li>*Entorno favorable</li> <li>*Decisión de crear una empresa propia</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>*Búsqueda e identificación de una oportunidad empresarial</li> <li>*Creación de una solución: configuración de la idea del proyecto empresarial</li> <li>*Crear redes sociales</li> <li>*Evaluación de la oportunidad</li> <li>*Elaboración del plan de la empresa</li> <li>*Creación legal de la empresa</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>*Creación de equipo</li> <li>*Adquisición y organización de los medios</li> <li>*Desarrollo del producto/servicio</li> <li>*Búsqueda de financiación</li> <li>*Lanzamiento del producto/servicio</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>*Sucumbir o vencer</li> <li>*Deshacerse de socios indeseables</li> <li>*Todo bajo control del emprendedor</li> </ul> |

Fuente: Veciana (1988)

### 5.4.3. *Emprendimiento corporativo (Intrapreneurship)*

El creciente incremento en el cambio tecnológico y la interacción entre los distintos mercados trae como consecuencia que vuelva a ser relevante el régimen de competencia y de desarrollo en las compañías, basándose en el reconocimiento de nuevas oportunidades y/o en el lanzamiento de nuevos productos. En tal sentido, se requiere tener una cultura de creatividad e innovación dentro de las organizaciones. En consecuencia, aparece el “venture management” o “corporate entrepreneurship”, y en los últimos años se conoce con el nombre de “corporate entrepreneurship” o “intrapreneurship” (Veciana, 1999).

De acuerdo a Antoncic y Hisrich (2003) el intrapreneurship se define como el emprendimiento que se realiza dentro de una organización que ha sido creada con anterioridad, señalando los nuevos comportamientos de una sociedad que se caracterizan por no ser habituales o propios del nivel de actividad de la misma. Estos son nuevos emprendimientos empresariales, innovaciones de productos/servicios, de procesos, entre otros. Adicionalmente, el intrapreneurship se muestra como una actividad novedosa y en constante búsqueda de operar en el límite de la actividad de la organización, y no en el centro del negocio principal de la misma.

El director del CIDE PUCP Julio Vela afirma que el intraemprendedor es el actor principal en el intraemprendimiento. Este se caracteriza por estar en una búsqueda constante de nuevos retos y operar en un ambiente de constante incertidumbre dentro de las organizaciones. Adicionalmente, no todos pueden ser intraemprendedores, ya que lidiar habitualmente con la incertidumbre dentro de una organización no es fácil. En este sentido, son pocos los

intraemprendedores que existen en las sociedades y los que se encuentran disponibles en el mercado realmente marcan la diferencia en un sentido positivo. Por otro lado, muchos confunden el término intraemprendedor, ya que asumen que, porque emprendieron una vez o pocas veces, dentro de una organización, merecen ser llamados intraemprendedores; lo cual es falso, argumenta el experto, dado que el intraemprendedor está en constante búsqueda de nuevos retos y los plasma en el tiempo dentro de la organización, no solo en una serie de proyectos de menor cantidad (comunicación personal, 9 de mayo, 2017).

## **6. Estudios sobre emprendimiento en Latinoamérica**

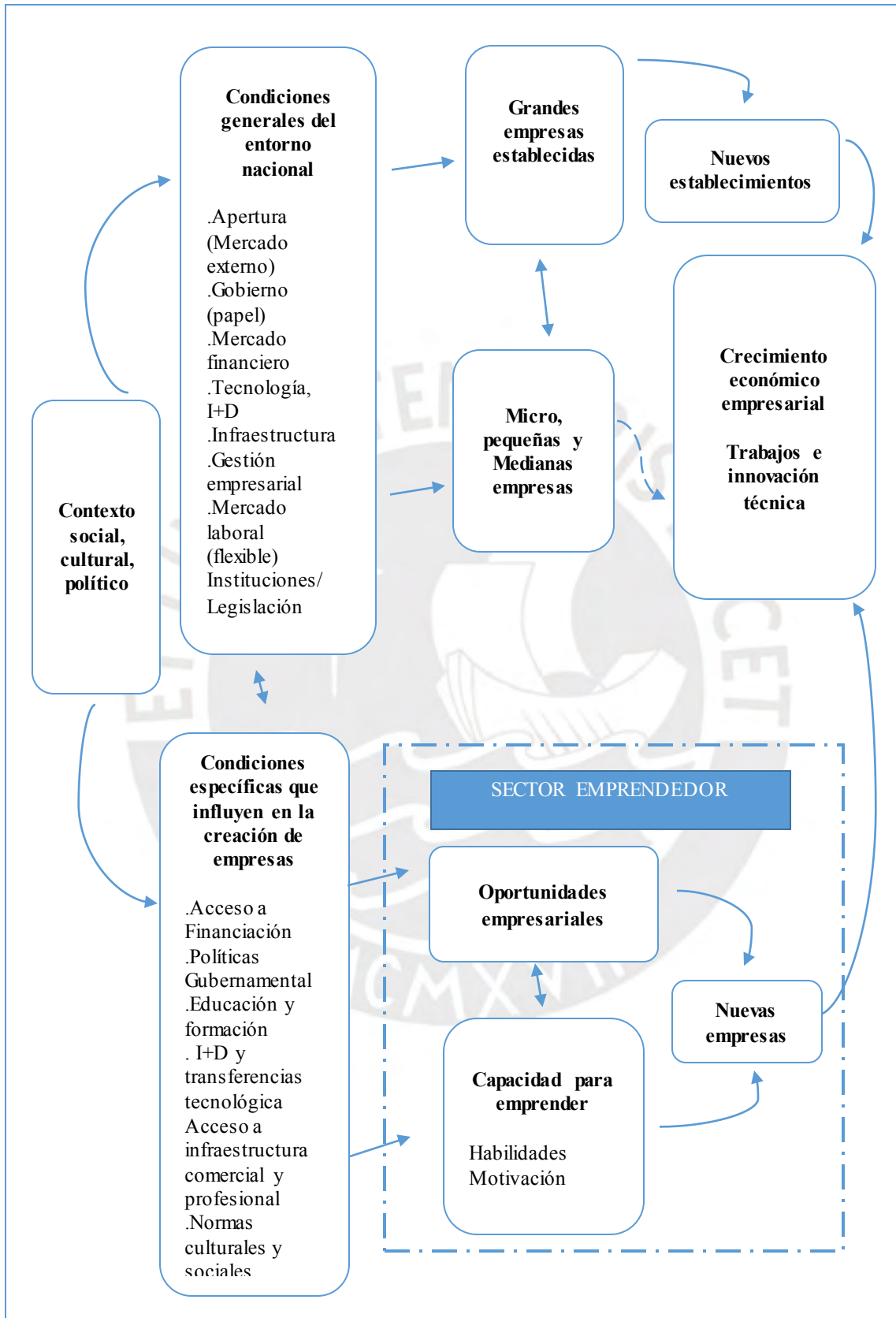
### **6.1. Emprendimiento Global Entrepreneurship Monitor (GEM)**

Es considerada la mayor iniciativa de investigación sobre la actividad emprendedora a nivel mundial; la cual se caracteriza por ser de gran relevancia, ya que distintos actores que forman parte del ecosistema emprendedor participan en ella, y aportan sus conocimientos para mejorar el análisis en los distintos países en los que se aplica (Bergman, Mueller y Schrettle, 2014).

El GEM se encuentra basado en un modelo teórico que relaciona de forma directa el emprendimiento con los mecanismos que inciden en el crecimiento económico de un país. El modelo se caracteriza por tener tres principios: primero, considera al emprendimiento como un proceso que se desarrolla dentro de un entorno social, político e histórico; segundo, reconoce que este proceso, es realizado por individuos con actitudes y aspiraciones; finalmente, explica las principales razones por las cuales algunas economías crecen más rápido que otras (Serida, Alzamora, Guerrero, Borda, y Morales, 2015, p. 13).

El GEM presenta un modelo que muestra que el desarrollo económico de un país se basa en una relación exitosa entre la fortaleza de las grandes empresas (parte superior Figura 6) y la actividad emprendedora (parte inferior de la Figura 6), el cual representa el núcleo del proyecto GEM, además de mostrar el motivo por el cual el “entrepreneurship” es primordial para la economía mundial; de acuerdo a Acs, Arenius, Hay, Minniti (2004 citado en Urbano, Rojas, y Díaz, 2010) .En tal sentido, ver la figura 6.

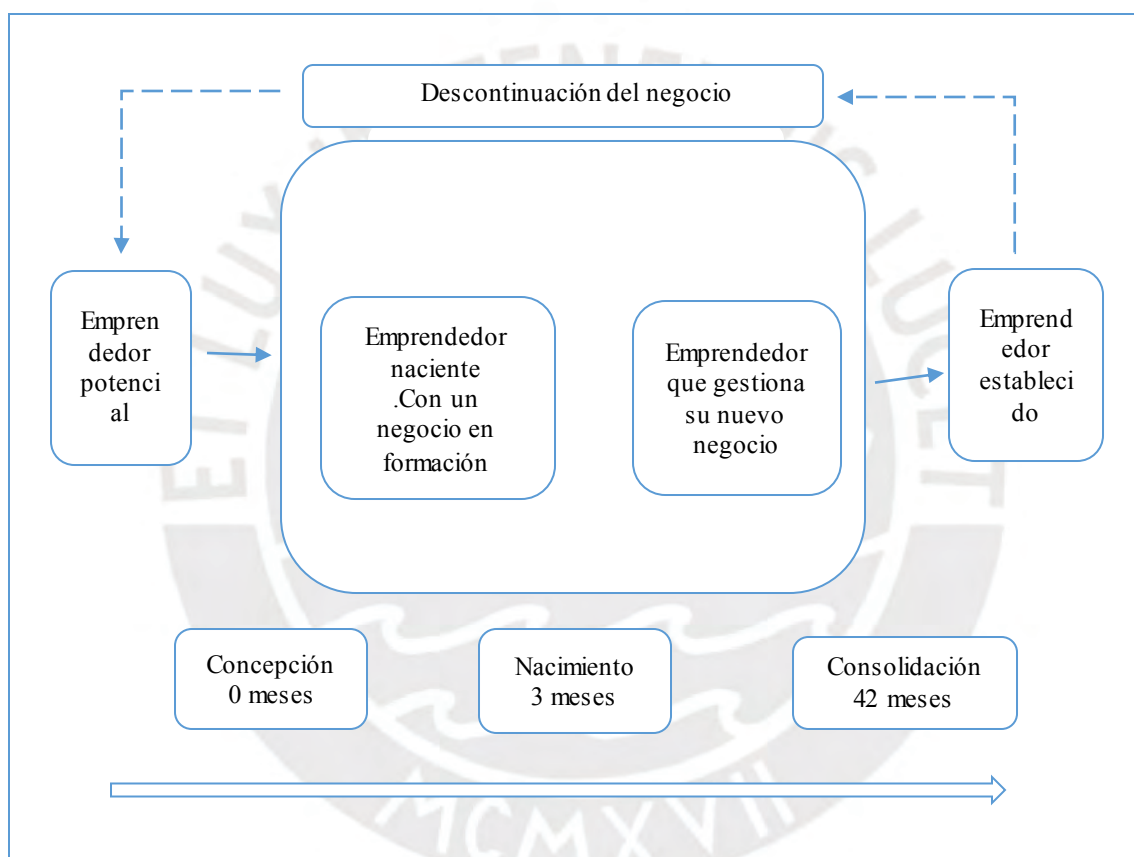
**Figura 6: Modelo conceptual del proyecto GEM**



Adaptado de: Acs. (2004)

El GEM tiene como índice principal la Tasa de Actividad Empresarial (TEA), la cual mide las iniciativas empresariales en un rango de 0 a 3.5 años transcurridos en el mercado sobre la población entre 18 a 64 años en una determinada zona geográfica. En tal sentido, en América Latina y el Caribe, la TEA media en el año 2013 fue de 18.5%. En el año señalado anteriormente existió 5 países que tuvieron una media superior al promedio regional como Ecuador (36%), Chile (24,3%), Colombia (23,7%) y Perú (23,4%) y por debajo del promedio estuvo Brasil (17,3%), Argentina (15,9%) y México (14,8%) (Red Emprendia, 2017). A continuación, se puede apreciar La TEA en el proceso emprendedor en la Figura 7 de acuerdo a Reynolds et al. (2005).

**Figura 7: Proceso emprendedor**



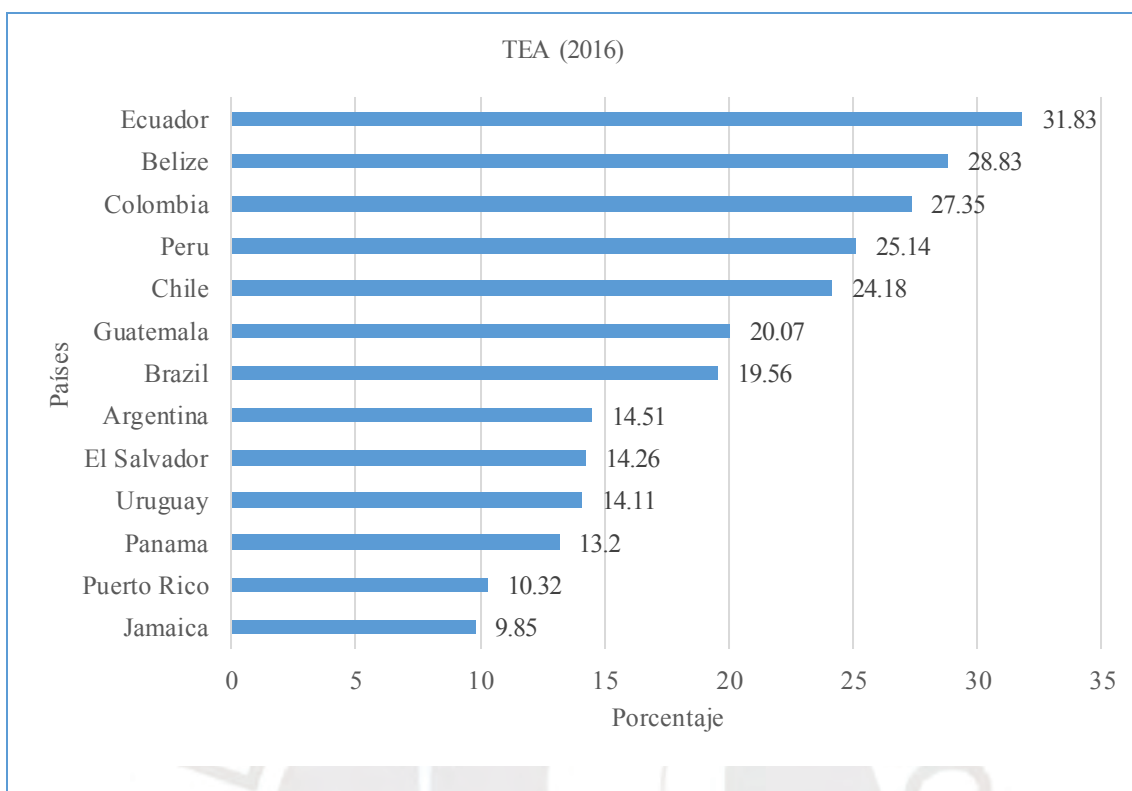
Adaptado de: Reynolds et al. (2005)

De acuerdo al Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2016 /2017, el Perú mantiene el cuarto lugar en emprendimiento en Latinoamérica, teniendo una TEA de 25.1%, destacando sobre el promedio latinoamericano que se sitúa en 18.8% (Esan , 2017). En este sentido, el experto en emprendimiento Jaime Serida afirma que “En nuestro país, 25 de cada 100 peruanos se encuentran involucrados en algún tipo de actividad emprendedora” (Serida, 2017).

El último estudio del GEM sobre Latinoamérica fue en el año 2016. En esta investigación se muestran las diferentes ratios de TEA de los países que participaron en dicho proyecto (Global Entrepreneurship Monitor [GEM], 2017).En tal sentido, ver Figura 8.



**Figura 8: TEA de los países de Latinoamérica en el año 2016**



Adaptado de: GEM (2017)

En este sentido, Perú presenta ratios de TEA interesantes, ya que se encuentra en cuarto lugar por lo que se deduce que la actividad emprendedora es positiva respecto a sus pares Latinoamericanos.

Por otro lado, el GEM clasifica a los países participantes, en relación con las categorías empleadas por el Foro Económico Mundial en su Informe Anual de Competitividad Global, las cuales son las siguientes (Bartesaghi, y otros, 2015/16):

- **Economías basadas en factores:** Las empresas compiten por precio y comercializan productos básicos o materias primas, resaltando su baja productividad que trae como consecuencia el pago de bajos salarios.
- **Economía basada en eficiencia:** Es el estado en el que las compañías comienzan a desarrollar procesos de producción más eficientes e incrementan la calidad de los productos debido al incremento de los salarios. En este estado, la competitividad se caracteriza por ser estimulada por la educación superior, los mercados de trabajo que operan en buenas condiciones, mercados financieros prósperos, la capacidad de beneficiarse de las nuevas tecnologías y un mercado nacional y extranjero donde puedan comprar y vender sus productos.

- **Economía basada en innovación:** Los países que llegan a este estado son aquellos que tienen la innovación como eje principal de su desarrollo. Los salarios mantienen un crecimiento que las empresas solo serán capaces de enfrentar mediante productos nuevos e innovadores. Para ello, utilizan los más avanzados procesos de producción e innovando constantemente.

## **6.2. Emprendimiento Dinámico en Latinoamérica**

Anteriormente, se presentó la relevancia que tiene el proyecto GEM en el estudio del emprendimiento a nivel mundial ; Sin embargo, en la interrelación entre el sujeto emprendedor y el estado de su entorno propuesto por el proyecto, nacen emprendimientos muy diferentes como un pequeño negocio informal y de manutención en distintos sectores, ya sea el extractivo, el comercio, como en un país de Centro América, a diferencia de una Start-Up tecnológica creada formalmente en Sau Paulo, Brasil; o en Monterrey, México (Hidalgo, Kamiya y Reyes, 2014).

En este sentido, autores como Hidalgo, Kamiya y Reyes (2014) señalan que este tipo de interpretaciones trae consigo dificultades para analizar eficazmente los indicadores mostrados por el GEM, con el objetivo de lograr desarrollar políticas gubernamentales que logren mejorar el ecosistema emprendedor de los países.

Las consecuencias que se derivan de interpretar de forma limitada los indicadores del estudio GEM pueden dar lugar a orientaciones de políticas mal enfocadas, poniendo énfasis únicamente en incrementar el número de empresas creadas y en su sobrevivencia, cuando tiene también relevancia enfocarse en la calidad de las nuevas iniciativas (componente innovador, potencial de rápido crecimiento e internacionalización, impacto en economía local, etc.). En este sentido, la mayoría de las políticas de apoyo al emprendimiento en América Latina son de asistencia a la microempresa y a la PyMe, pero no de desarrollo de empresas dinámicas. Estas políticas, si bien son necesarias, no tienen el mismo impacto que las políticas de emprendimiento en cuanto a creación de nuevo empleo, al desarrollo regional y al impulso de nuevos sectores o clústeres en la economía (Hidalgo, Kamiya, y Reyes, 2014, p. 15).

En tal sentido, el emprendimiento dinámico es aquella iniciativa empresarial promovida por equipos de emprendedores que reconocen una oportunidad de negocios, que se identifica por tener un elevado índice de crecimiento regional o global. Asimismo, muestran tener un rol significativo en el desarrollo económico de los países y son el origen de un empleo nuevo y de calidad. (Hidalgo, Kamiya y Reyes, 2014).

Las características particulares de esta forma de iniciativa emprendedora en América Latina son las siguientes:

- Consiguen en el primer año un nivel de ventas de \$ 100 000 <sup>1</sup> americanos como mínimo.
- Presentan tasas anuales de crecimiento no menor a 35%.
- Tienen una voluntad de acumulación.
- Muestran un alto índice de innovación y diferenciación.
- Poseen el potencial de convertirse como mínimo en una mediana empresa (Hidalgo, Kamiya y Reyes, 2014).

El emprendimiento dinámico se diferencia del emprendimiento tecnológico o el innovador. El tecnológico es fomentado por capital humano muy especializado que aprovecha oportunidades que pueden ser desarrolladas mediante procesos tecnológicos y no todos presentan un rápido crecimiento. En cambio, el emprendimiento innovador se enfoca en desarrollar ideas innovadoras en sus modelos de negocio a comparación de su tecnología. Por otro lado, el emprendimiento dinámico se caracteriza por ser de crecimiento sostenido; no incluyendo necesariamente el ser innovador o de origen tecnológico, incluso cuando pueda mostrar características con un alto grado de diferenciación que le proporcione el poder crear y/o conseguir segmentos de mercado en un corto tiempo (Hidalgo, Kamiya y Reyes, 2014).

Según Kantis, Federico y García (2017) el emprendimiento dinámico es flexible hasta cierto nivel y sobretodo es más conveniente para el contexto latinoamericano, en el que resulta primordial desarrollar pymes competitivas con capacidad de crecimiento (Kantis, Federico y Ibarra, 2017).

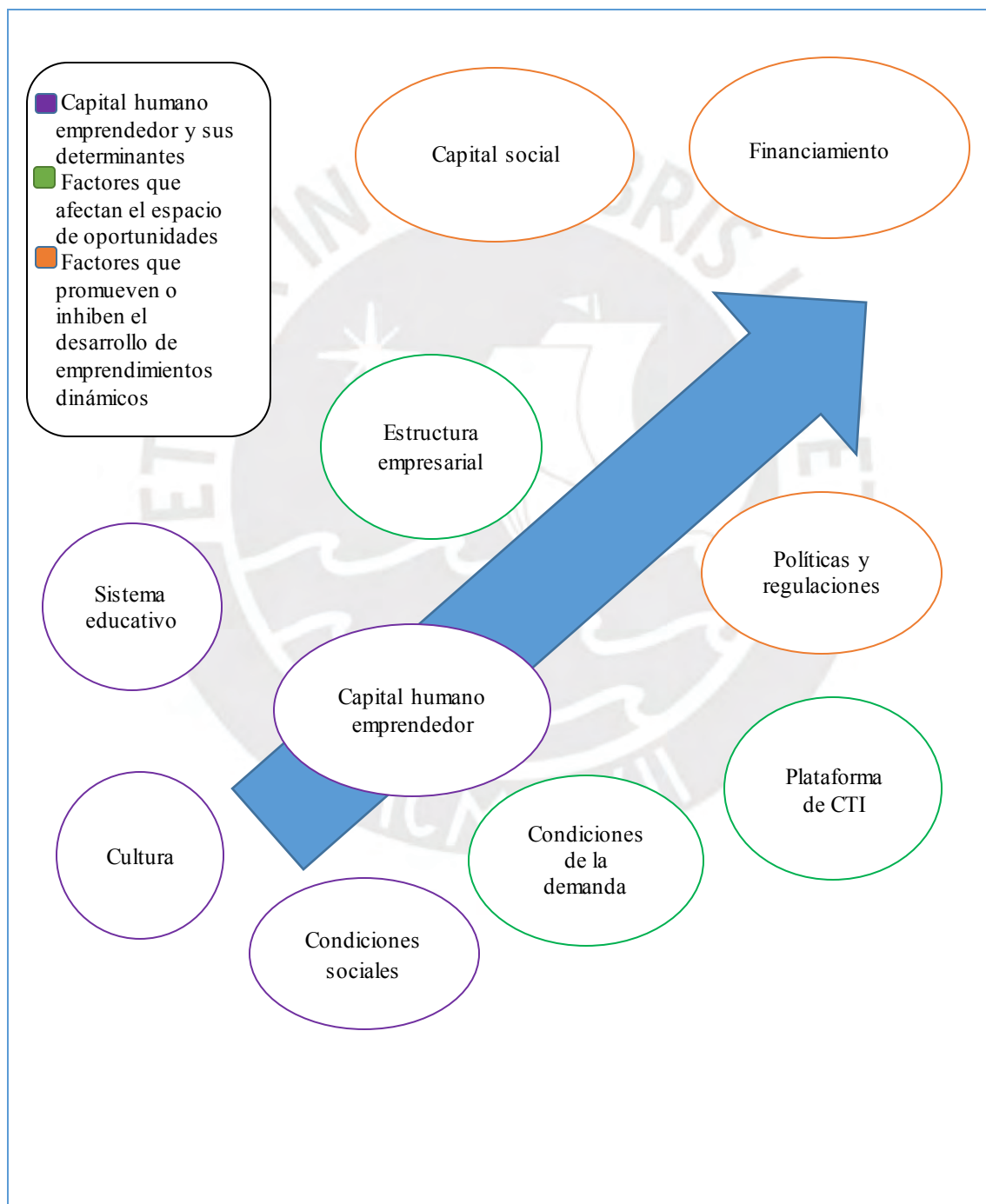
El emprendimiento dinámico es sistémico, ya que es producto de la interrelación de un conjunto de factores que son necesarios para su nacimiento y su éxito. En este sentido, el Prodem ha desarrollado el Índice de Condiciones Sistémicas para el Emprendimiento (ICSEd-Prodem) como herramienta para identificar el nivel en el que se encuentra un emprendimiento en base a sus factores y poder diseñar una agenda de propuestas para acrecentar el emprendimiento en los países (Endeavor Chile, 2017).

---

<sup>1</sup> Las cifras de venta del primer año pueden variar de país en país, de acuerdo a un estudio del BID (Empresarialidad en países emergentes, BID. Hugo Kantis y otros, 2002.), en América Latina las empresas de carácter dinámico vendían en su primer año US\$500.000 (promedio de los países estudiados).

A continuación, se presenta el proceso del emprendimiento dinámico en base a sus tres ejes teóricos, los cuales son El Capital humano emprendedor, Los Factores que afectan el espacio de oportunidades y Los Factores que promueven o inhiben el desarrollo de emprendimientos dinámicos. Acompañado de sus diez dimensiones (Ver Figura 9). Así como el emprendimiento dinámico por regiones y por países en las figuras 10 y 11 respectivamente (Kantis, Federico y Ibarra, 2017).

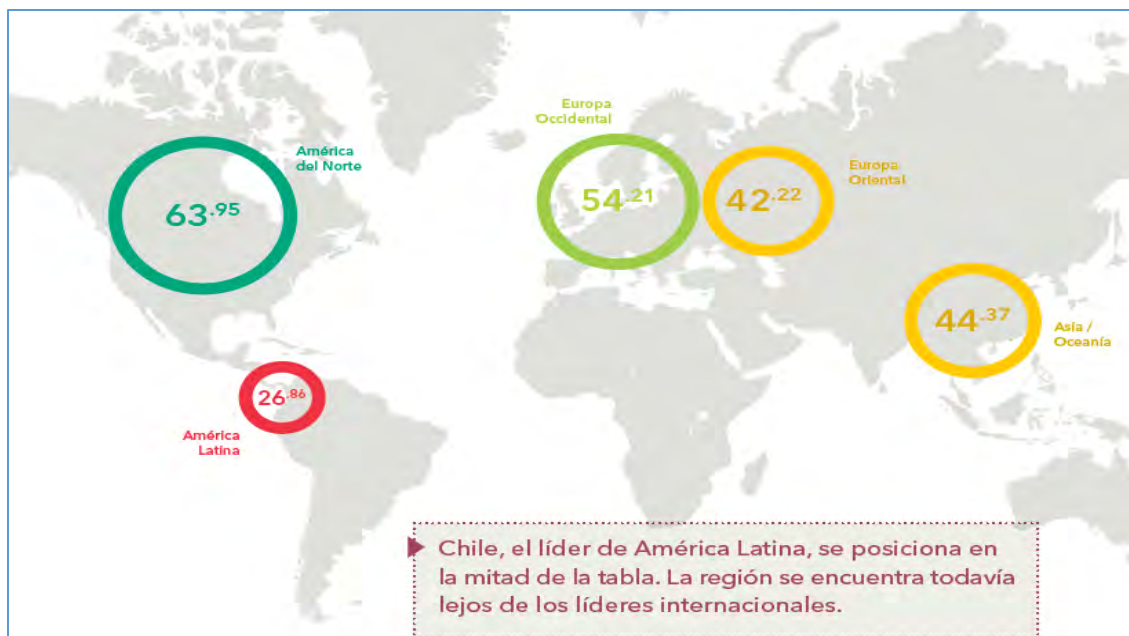
**Figura 9: Sistema de emprendimiento dinámico**



Adaptado de: Kantis, Federico, Ibarra (2017)

El último informe del Prodem del año 2017 muestra el nivel que tienen sesenta países evaluados en función del ICSEd. En la cual se puede apreciar que Chile obtiene el mejor puesto en el ranking latinoamericano. Sin embargo, se encuentra rezagado, frente a otros países (Kantis, Federico e Ibarra, 2017).

**Figura 10: Nivel condiciones sistémicas para el emprendimiento dinámico por regiones**



Fuente: Kantis, Federico e Ibarra García (2017)

**Figura 11: Nivel condiciones sistémicas para el emprendimiento dinámico por países.**

| Nivel        | Rango         | País            | Índice |
|--------------|---------------|-----------------|--------|
| ■ alto       | 1             | Singapur        | 68.21  |
|              | 2             | Estados Unidos  | 66.98  |
|              | 3             | Finlandia       | 66.19  |
|              | 4             | Países Bajos    | 65.48  |
|              | 5             | Irlanda         | 63.73  |
|              | 6             | Suecia          | 62.97  |
|              | 7             | Alemania        | 62.34  |
|              | 8             | Reino Unido     | 61.74  |
|              | 9             | Canadá          | 60.93  |
|              | 10            | Noruega         | 59.81  |
| ■ medio alto | 11            | Japón           | 58.18  |
|              | 12            | Austria         | 57.49  |
|              | 13            | Australia       | 57.21  |
|              | 14            | Suiza           | 56.32  |
|              | 15            | Francia         | 55.97  |
|              | 16            | Bélgica         | 55.57  |
|              | 17            | Israel          | 55.40  |
|              | 18            | Corea, Rep.     | 54.78  |
|              | 19            | Hong Kong       | 54.77  |
|              | 20            | Estonia         | 54.62  |
| ■ medio      | 21            | China           | 50.63  |
|              | 22            | Dinamarca       | 48.65  |
|              | 23            | Republica Checa | 47.53  |
|              | 24            | Portugal        | 46.02  |
|              | 25            | Polonia         | 45.03  |
|              | 26            | Eslovenia       | 44.94  |
|              | 27            | Letonia         | 44.43  |
|              | 28            | Tailandia       | 42.89  |
|              | 29            | Hungría         | 42.70  |
|              | 30            | Italia          | 41.13  |
| ■ medio bajo | 31            | España          | 40.75  |
|              | 32            | Turquía         | 39.72  |
|              | 33            | Chile           | 38.88  |
|              | 34            | Rusia           | 36.90  |
|              | 35            | Malasia         | 35.83  |
|              | 36            | India           | 35.13  |
|              | 37            | Eslovaquia      | 34.96  |
|              | 38            | Brasil          | 34.42  |
|              | 39            | Argentina       | 33.75  |
|              | 40            | Vietnam         | 33.50  |
| ■ bajo       | 41            | Marruecos       | 33.33  |
|              | 42            | México          | 32.99  |
|              | 43            | Costa Rica      | 32.97  |
|              | 44            | Uruguay         | 32.82  |
|              | 45            | Colombia        | 32.53  |
|              | 46            | Sudáfrica       | 30.30  |
|              | 47            | Indonesia       | 29.53  |
|              | 48            | Perú            | 29.30  |
|              | 49            | Egipto          | 28.79  |
|              | 50            | Filipinas       | 26.30  |
| 51           | Irán          | 26.28           |        |
| 52           | Croacia       | 26.04           |        |
| 53           | Grecia        | 23.24           |        |
| 54           | El Salvador   | 22.80           |        |
| 55           | R. Dominicana | 22.75           |        |
| 56           | Bolivia       | 22.42           |        |
| 57           | Ecuador       | 21.62           |        |
| 58           | Panamá        | 15.92           |        |
| 59           | Venezuela     | 15.64           |        |
| 60           | Guatemala     | 14.05           |        |

Fuente: Kantis, Federico, & Ibarra García (2017)

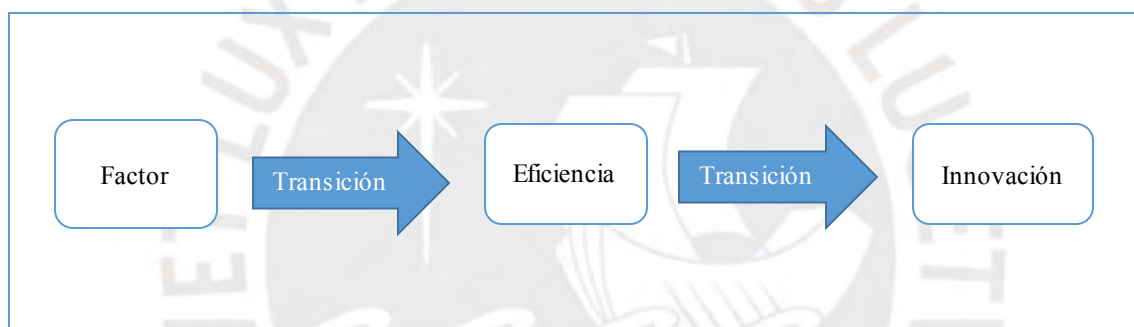
### 6.3. MIT REAP Perú

El MIT REAP es un programa que tiene como objetivo ayudar a las regiones a incentivar el crecimiento económico y el progreso social. A través de un enfoque práctico basado en la evidencia para fortalecer los ecosistemas emprendedores impulsados por la innovación (MIT REAP, 2017).

En el año 2016 se realizó en el Perú el programa MIT REAP que realizó un diagnóstico sobre el emprendimiento y la innovación sobre el ecosistema peruano (MIT REAP, 2016).

El ecosistema peruano es novato y se encuentra en un periodo de construcción en el que se desea pasar de un estado de eficiencia a uno de innovación, de acuerdo a (MIT REAP, 2016). A continuación, se presenta el Estado de desarrollo de los países de acuerdo a Índice de Competitividad Mundial (2016 citado en MIT REAP, 2016)

**Figura 12: Estado de desarrollo de los países**



Fuente: Índice de Competitividad Mundial (2016)

El MIT REAP analiza el E-CAP, que estudia las capacidades para comenzar y construir nuevos negocios en el mundo desde un inicio hasta llegar a la madurez; por otro lado, el I-CAP es la capacidad de desarrollar nuevas innovaciones desde una etapa inicial hasta la salida al mercado (Stern, 2017).

En este sentido, el MIT REAP estima que el Perú muestra indicadores importantes. Uno de ellos es la posición que ocupa entre los diez primeros países del mundo que tienen el mayor nivel de intención emprendedora de acuerdo a GEM (2015 citado en MIT REAP, 2016).

**Tabla 5: Tasa de actividad emprendedora Perú (2015)**

|                              | Valor | Ranking/60 |
|------------------------------|-------|------------|
| Intención emprendedora       | 38.6  | 8          |
| Actividad Emprendedora Total | 22.2  | 9          |

Fuente: GEM (2015)

Adicionalmente el PRODEM, sostiene que el Perú muestra buenas condiciones culturales para el emprendimiento y va en concordancia a los resultados que se obtuvieron en base a las 25

entrevistas a emprendedores de alto impacto, de acuerdo a PRODEM (2016 citado en MIT REAP, 2016).


**Tabla 6: Condiciones culturales ICSEd**

| Ranking internacional | Países   | Subíndice |
|-----------------------|--|-----------|
| 13                    | Bolivia  | 65.46     |
| 14                    | Brasil   | 65.30     |
| 15                    | Perú   | 64.21     |
| 17                    | Costa Rica   | 61.24     |
| 23                    | Colombia   | 56.31     |
| 28                    | Ecuador  | 51.42     |
| 29                    | Chile  | 50.72     |
| 32                    | Venezuela  | 49.37     |
| 36                    | El Salvador  | 43.48     |
| 37                    | Uruguay  | 42.67     |
| 38                    | Argentina  | 42.09     |
| 42                    | República Dominicana   | 38.66     |
| 46                    | Guatemala  | 35.64     |
| 50                    | Panamá   | 29.34     |
| 53                    | México   | 22.76     |
|                       | Promedio Regional  | 47.91     |
|                       | Promedio TOP 3 Dimensión<br>(Finlandia, Nueva Zelanda,<br>Irlanda) | 79.43     |

Fuente: PRODEM ICSEd (2016)

**Figura 13: Fortalezas de los emprendedores de alto impacto en Perú**

| Fortalezas de los emprendedores                         |                                       |
|---|---------------------------------------|
| 13  | Mucha ambición y actitud emprendedora |
| 5   | Talento y experiencia                 |
| 2   | Alto enfoque social                   |
| 2   | Ganas de apoyar el ecosistema         |
| 2   | Arriesgados                           |
| En base a 25 entrevista a emprendedores de alto impacto |                                       |



Fuente: MIT REAP (2016)

Sin embargo, existen cuellos de botella que perjudican las posibilidades de desarrollo en el ecosistema emprendedor peruano como en los Niveles de educación y Capital humano emprendedor, de acuerdo al PRODEM ICSEd (2016 citado en MIT REAP, 2016).

**Tabla 7: Nivel de educación y capital humano emprendedor (ICSEd)**

| Nivel de educación                                      |                      |           | Capital humano emprendedor                                     |                      |           |
|---|----------------------|-----------|--|----------------------|-----------|
| Ranking   | Países               | Subíndice | Ranking  | Países               | Subíndice |
| 25  | Argentina            | 53.44     | 8  | Colombia             | 51.04     |
| 26  | Venezuela            | 52.69     | 18   | Chile                | 42.35     |
| 37  | Costa Rica           | 46.92     | 30   | Costa Rica           | 33.20     |
| 38  | Bolivia              | 45.67     | 34   | Argentina            | 29.01     |
| 39  | Chile                | 44.57     | 36   | Bolivia              | 26.85     |
| 40  | Colombia             | 43.45     | 32   | Uruguay              | 24.37     |
| 42  | México               | 41.65     | 42   | Perú                 | 22.24     |
| 43  | Ecuador              | 38.28     | 43   | Venezuela            | 22.15     |
| 46  | Brasil               | 34.72     | 44   | Brasil               | 20.17     |
| 48  | Panamá               | 31.54     | 47   | Panamá               | 18.45     |
| 49  | Uruguay              | 29.92     | 50   | Ecuador              | 16.34     |
| 50  | Perú                 | 28.80     | 51   | México               | 14.68     |
| 52  | República Dominicana | 28.76     | 52   | República Dominicana | 11.37     |
| 54  | El Salvador          | 26.88     | 53   | Guatemala            | 10.93     |
| 55  | Guatemala            | 23.52     | 55   | El Salvador          | 2.18      |
| Promedio regional                                       |                      | 38.05     | Promedio regional  |                      | 23.02     |
| Promedio Top 3 Dimensión (Dinamarca, Finlandia y Suiza) |                      | 76.78     | Promedio Top 3 dimensión (Singapur, Hong Kong, Estados Unidos) |                      | 71.38     |

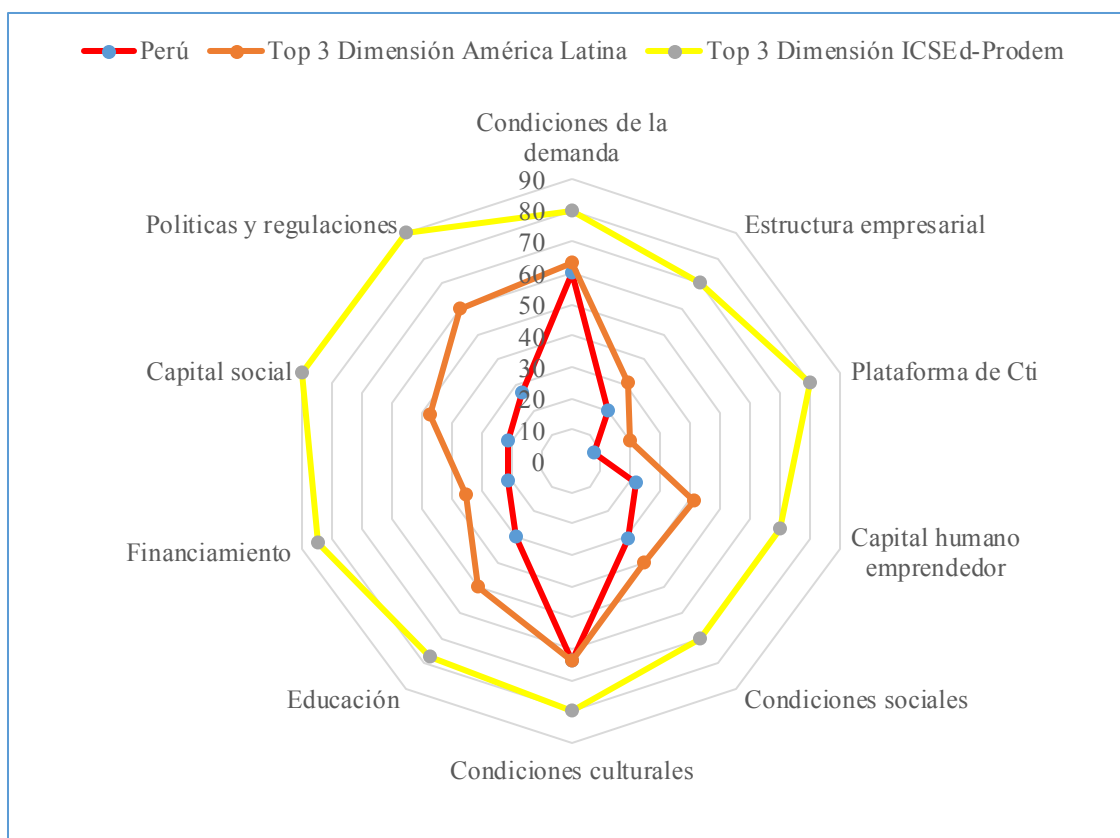
Fuente: PRODEM ICSEd (2016)

En consecuencia, en términos genéricos el Perú no tiene las condiciones sistémicas necesarias para la generación de emprendimientos dinámicos. Esto se debe en mayor proporción a una débil plataforma de Ciencia, Tecnología e Innovación (CTi) que limita la capacidad de innovación del país (MIT REAP, 2016).

En el PRODEM ICSEd (2016 citado en MIT REAP, 2016) se aprecia la comparación de Perú con sus pares de América Latina y los otros tres países top evaluados (Ver Figura 14), además de las comparaciones de factores ICSEd Perú vs América Latina (Ver Tabla 8).



**Figura 14: Comparación diez dimensiones ICSEd**



Fuente: Prodem ICSEd (2016)

**Tabla 8: Comparación factores ICSEd Perú versus América Latina**

|                            | Posición ranking América Latina | Variación ranking 2013-16 |
|----------------------------|---------------------------------|---------------------------|
| Capital humano emprendedor | 7                               | -1                        |
| Condiciones sociales       | 7                               | +1                        |
| Educación                  | 12                              | 0                         |
| Cultura                    | 3                               | 0                         |
| Condiciones de la demanda  | 4                               | 0                         |
| Plataforma de CTi          | 9                               | +3                        |
| Estructura empresarial     | 10                              | +1                        |
| Capital social             | 10                              | +2                        |
| Financiamiento             | 9                               | -7                        |
| Políticas y regulaciones   | 11                              | -3                        |

Adaptado de: Prodem ICSEd (2016)

En este sentido, existen varias causas que explican esto, pero la principal es que se tiene una amplia brecha en I+D+i<sup>2</sup>, es decir, no se tiene el nivel necesario requerido para lograr

<sup>2</sup> I+D+i: Investigación + Desarrollo + i (innovación)

realmente un impacto. En este contexto, la inversión en I+D por parte del sector público y privado, es muy baja respecto a otros países (MIT REAP, 2016).

Por tanto, identificaron tres desafíos primordiales para el desarrollo del ecosistema peruano (MIT REAP, 2016).

- Promover la cultura innovadora
- Fortalecer la plataforma para la innovación (infraestructura y capital humano)
- Mejorar las capacidades emprendedoras de las personas

A continuación, se presentan los factores considerados como retos primordiales por cada stakeholder (MIT REAP, 2016). En tal sentido se presenta como conclusión del estudio MIT REAP 2016 lo siguiente (Ver Tabla 9):

**Tabla 9: Retos para los stakeholders**

| Gobierno  | Academia   | Corporaciones                                       | Inversionistas de riesgo                     | Emprendedores  | Aceleradoras/<br>Incubadoras                  |
|---|--|---|--|--|---|
| Mejorar la articulación entre organizaciones          | Potenciar los centros de I+D y conectarlos a las facultades de negocio | Conectarse en el ecosistema emprendedor e innovador | Disminuir su alta aversión al riesgo         | Mejorar sus capacidades emprendedoras en manejo de proyectos | Potenciar su red de mentores                  |
| Mejorar el marco legal y tributario para las startups | Mejorar la currícula incluyendo temas de emprendimiento y tecnología.  | Trabajar más con startups                           | Capacitarse más en cómo funciona una startup | Contar con equipos multidisciplinarios, sobre todo en CTi.   | Mejorar la interrelación entre organizaciones |
|   |  | Aumentar el enfoque en I+D+i                        |  |  |   |

Fuente: MIT REAP (2016)

## 7. Gestión del emprendimiento universitario

Existen ciertas diferencias de lo que conocemos como educación tradicional versus educación basada en el emprendimiento. En este sentido, el autor Hansemarken en 1998 afirma que “la educación tradicional se realiza como una transformación de conocimientos y habilidades; mientras que la educación en emprendimiento se fundamenta en modelos para poder cambiar actitudes y motivaciones” (Holmgren, y otros, 2004, p. 60). En este contexto, distintos centros de estudios incorporan la educación en emprendimiento como parte fundamental de su propuesta educativa. A continuación, se presentan algunos de estos centros de estudios.

## **7.1. Universidades con programas de emprendimiento en el mundo destacados**

Existen universidades que incentivan y aplican el emprendimiento en su malla curricular. Entre las más destacadas se puede apreciar las siguientes:

### ***7.1.1. La Babson College's***

Babson introdujo el emprendimiento como un discreto programa académico aproximadamente hace 50 años atrás, formando parte integral de su cultura organizacional como institución. En este sentido, ellos aseguran que para aprender a emprender se debe hacer emprendimientos. (Brush, Greene y Strimaitis, 2014).

La Babson College cuenta con la facultad dedicada al emprendimiento más grande en el mundo. En ella se dispone de 48 miembros, 18 académicos a tiempo completo y 30 emprendedores adjuntos, los cuales se caracterizan por tener amplia experiencia en empresas (Brush, Greene y Strimaitis, 2014).

El currículo de Babson se caracteriza porque el 100% de sus estudiantes llevan cursos sobre el emprendimiento en los niveles de pregrado y postgrado. Con este plan de estudios los estudiantes aprenden a crear, reconocer y compartir oportunidades; teniendo como resultado forma alumnos en liderazgo y creación de equipos, que proporcionan valor económico y social. Adicionalmente, los estudiantes desarrollan conocimientos analizando oportunidades, ampliando modelos de negocios y formando parte de los emprendimientos. Asimismo, en la organización se imparte el enfoque creativo que se utiliza en el lanzamiento, crecimiento y expansión de los negocios. Por último, se brindan programas personalizados para diferentes clases de organizaciones, como empresas corporativas, franquicias, entre otras (Brush, Greene y Strimaitis, 2014).

#### ***a. Programas sobre emprendimiento en Babson College***

A nivel de pregrado se enseña en la Fundación de Gestión y Emprendimiento en el ámbito de los negocios a nuevos equipos de estudiantes que crean, desarrollan, gestionan y liquidan un negocio. Adicionalmente, los alumnos aprenden emprendimiento, marketing, contabilidad, sistemas de información y operaciones. Por otro lado, los cursos son diseñados alrededor de actividades en un proyecto empresarial, donde los estudiantes exploran distintas ideas, proponen y hacen crecer una iniciativa empresarial; cuando esta genere utilidades son donadas a una organización sin fines de lucro que ellos elijan (Brush, Greene y Strimaitis, 2014):

### *a.1. La concentración de estudiantes de pregrado*

Guía a los estudiantes en la identificación de oportunidades empresariales, en la evaluación financiera del proyecto y la organización de recursos, mientras participan de una experiencia emprendedora. Asimismo, incluye la formación de equipos, generación de modelos de negocios, preparación en el discurso para futuros socios y clientes, entre otros; mientras lanzan un nuevo proyecto. Por otro lado, los cursos disponibles son: emprendimiento y oportunidad (que requiere el desarrollo de tres tipos de análisis de factibilidad), finanzas para el emprendimiento; y vivir la experiencia emprendedora, incluyendo las versiones de: vivir la experiencia del negocio familiar, vivir la experiencia del emprendimiento social.

### *a.2. Nivel de Postgrado*

La Babson College en el año 1993 se comprometió hacia el emprendimiento como política fundamental de su programa de postgrado en la F.W. Olin Escuela de Negocio de Graduados. En la cual, todos los estudiantes llevan un curso obligatorio llamado Emprendimiento y Oportunidad como uno de los primeros del plan de estudios. Adicionalmente, el 70% de los MBA's llevan una de las seis asignaturas electivas de emprendimiento basadas en una variedad de contextos de negocios.

### *a.3. El Nivel de Postgrado EIT (Entrepreneurship Intensity Track)*

Es un programa de dos cursos electivos que se espera llevar después del periodo de graduación. En la cual, los alumnos participan luego de un periodo exhaustivo de ingreso al programa.

### *a.4. El Centro de Emprendimiento Arthur M. Blanck*

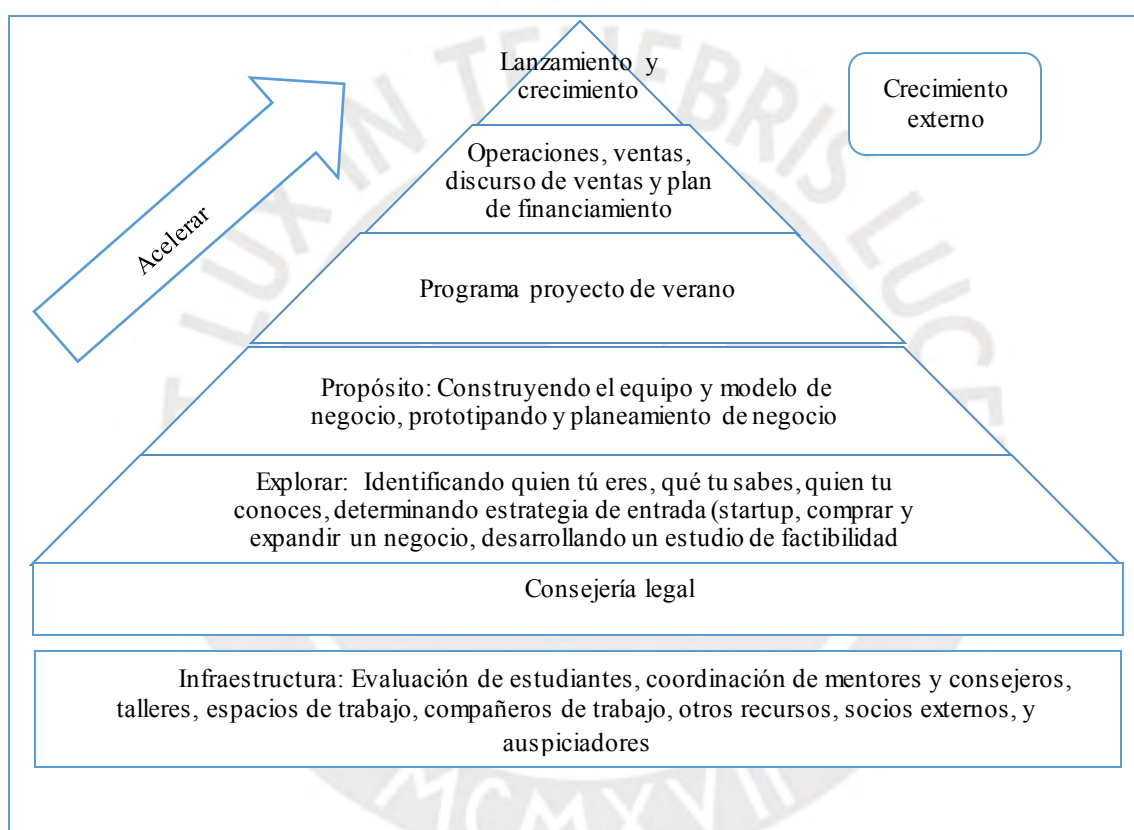
El centro de emprendimiento se basa en un currículo de programas innovadores e iniciativas de investigación colaborativa global que analiza la actividad de emprendimiento en distintos países participantes. El proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM) pertenece a este centro, entre otras iniciativas. Por otro lado, el Centro de Emprendimiento mantiene una relación cercana con el ecosistema emprendedor de Boston.

En este sentido, el GEM nace en el año 1999 a partir de un joint venture entre la Babson College y el London Business School. En un principio participaron 10 países y ahora participan aproximadamente 70. Por otro lado, La característica principal del GEM es que evalúa el comportamiento de las personas para comenzar y gestionar un emprendimiento, a diferencia de la mayoría de datos empresariales que miden a empresas nuevas y pequeñas.

### a.5. La Aceleradora de Proyectos Jhon E. and Alice L. Butler

Se encarga de apoyar los emprendimientos de los estudiantes, acompañándolos en cada fase de los proyectos de sus startups. En este sentido, comienza con la búsqueda de nuevas oportunidades hasta el diseño del lanzamiento. Adicionalmente, la aceleradora brinda servicios a todos los estudiantes y selecciona un grupo de egresados para comenzar un nuevo proyecto de emprendimiento; así como el servicio de soporte en las etapas de desarrollo de los negocios de los estudiantes, las cuales incluyen talleres, áreas de trabajo, asesoramiento, entre otros recursos (Ver Figura 15).

**Figura 15: Diseño operaciones aceleradora proyectos Jhon E. and Alice L. Butler**



Fuente: Brush, Greene, & Strimaitis (2014)

### a.6. El Programa de proyecto de verano (SVP)

Se encarga de acelerar proyectos de estudiantes en un periodo de 10 semanas. En este sentido, El SVP brinda soporte a los más destacados MBA y a los emprendedores de pregrado de Babson, Olin Engineering y Wellesley Colleges. De los cuales, se eligen 15 equipos para participar del programa cada año. Los equipos seleccionados reciben una serie de recursos para sus proyectos y termina periodo de asesoría cuando se presenta el producto a una red de inversionistas y a la comunidad local.

#### *a.7. El Centro para liderazgo emprendedor para mujeres (CWEL)*

El centro tiene como objetivo educar y empoderar el liderazgo de las mujeres emprendedoras. En este sentido, se busca desarrollar el potencial de crear ingresos económicos y valor social de las participantes. Por otro lado, En el año 2014 CWEL lanzo un programa para formular un prototipo a nivel de pregrado y postgrado llamado *Innovación de mujeres ahora* (WIN-Lab).

#### *a.8. Las prácticas de emprendimiento generacional exitosas (STEP)*

Se encarga de estudiar los procesos emprendedores de las familias a nivel global. Su objetivo es crear soluciones de gestión para las mismas. Por otro lado, el programa se fundó en el año 2005 junto con seis investigadores de Europa, cuya meta era desarrollar conocimientos sobre emprendimiento que perduren a través de generaciones familiares.

#### *a.9. El proyecto de ecosistema sobre emprendimiento de Babson (BEEP)*

Es el proyecto que trabaja con distintos países diseñando un ecosistema emprendedor que busca mejorar sus economías domésticas.

### **7.1.2. Universidad de Mondragón**

La Universidad de Mondragón nace en el año 1997 integrando la Escuela de Ingeniería y las Facultades de Empresariales y Humanidades en los años de 1960 y 1976 respectivamente. En el año 1974 varios profesores crean un centro tecnológico para el desarrollo y transferencia de tecnologías llamado IKERLAN y en 1985 la escuela gesta la creación de SAIOLAN como un centro para la formación de nuevos negocios impulsados por la Corporación Cooperativa Mondragón (Larrabe, 2011) .En tal sentido ver Figura 16.

De acuerdo a Zarate y Larios (2015) la Corporación Cooperativa Mondragón (CMM) es uno de los grupos empresariales líderes, que se encuentra constituido por cooperativas autónomas e independientes con 257 subsidiarias y cooperativas de producción, que tienen 74 060 personas, 15 centros de tecnología y oficinas corporativas en 41 países.

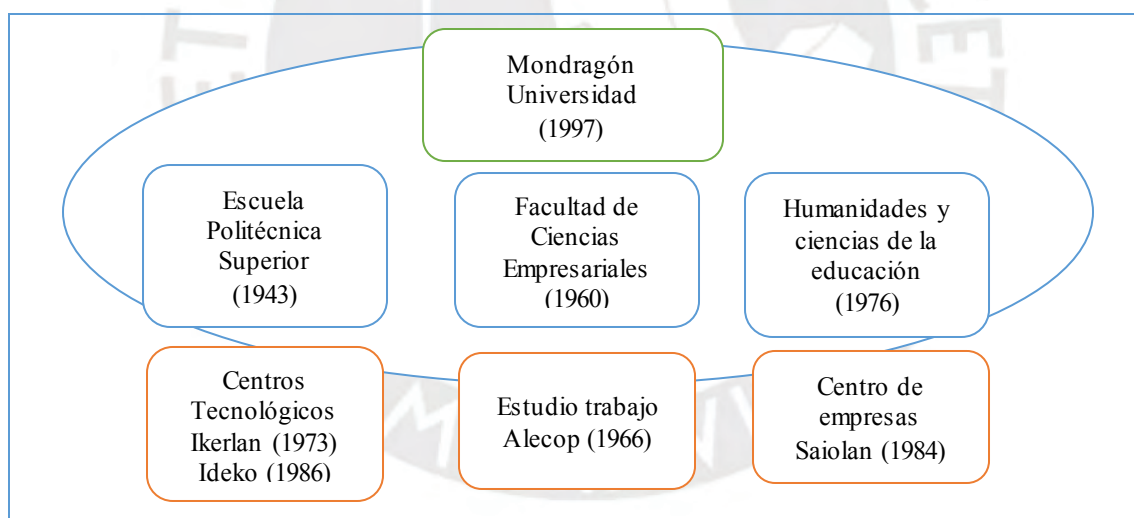
Por un lado, Saiolan fue fundada en 1981 como parte de la Escuela Politécnica de Ingeniería, es la incubadora de negocios que se encarga de la asistencia para que los nuevos proyectos empresariales puedan desarrollarse, por ello asiste y coopera con cualquier forma de negocio ya existente. Así como, desarrollos regionales, estudios tecnológicos y de patentes. Asimismo, forman empresarios en cinco áreas: Motivación, consecución de oportunidades, definición de proyectos adecuados, planificación de nuevos negocios y lanzamiento del proyecto (Zarate y Larios, 2015).

Por otro lado, Saiolan no es una cooperativa, la organización opera como una corporación y recibe fondos del Gobierno Vasco para financiar nuevos emprendimientos. La otra parte de sus ingresos son generados mediante proyectos en cursos en negocios locales y de la Unión Europea. El objetivo de la incubadora es el lanzamiento de un emprendimiento exitoso, por ello se evalúan las ideas y si logran pasar los requerimientos exigidos, los emprendedores obtienen un lugar donde pueden laborar, financiación para su proyecto y un equipo técnico que los asesora (Zarate y Larios Meoño, 2015).

Ikerlan es un centro de investigación y desarrollo de productos que trabaja en distintos campos como la eficiencia energética, operaciones y servicios. Sus trabajadores son científicos y técnicos profesionales, los alumnos de la Universidad colaboran, pero son supervisados por estos últimos (Zarate y Larios, 2015).

Además, la financiación es primordialmente por contratos y en menor medida por parte del gobierno vasco, Ministerio Ciencia y Tecnología, gobiernos municipales y la Unión Europea. Ya que la naturaleza de Ikerlan es sin fines de lucro todos los excedentes financieros son reinvertidos en nuevos proyectos de investigación y desarrollo (Zarate y Larios, 2015).

**Figura 16: Estructura Universidad de Mondragón**



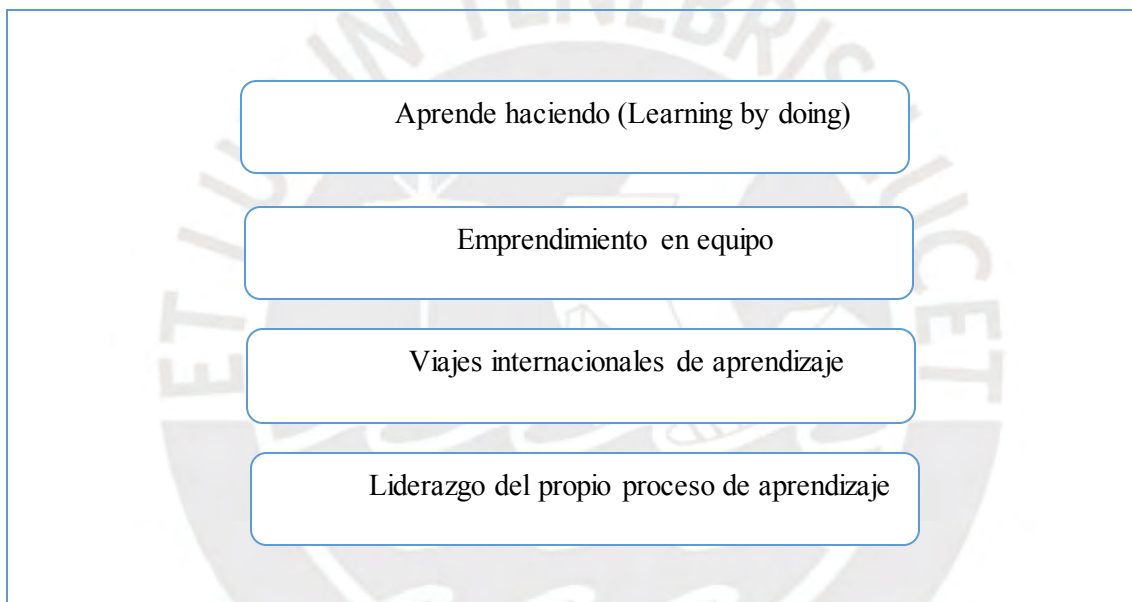
Fuente: Larrabe (2011)

#### *a. El Grado LEINN*

Es la carrera de la Universidad de Mondragón, que se caracteriza por ser el primer y único grado de emprendimiento en España. Tiene como objetivo formar alumnos que estén preparados para liderar emprendimientos y liderar equipos, así como laborar en un mundo globalizado, que se caracterice por buscar la innovación (Universidad de Mondragón, 2017).

La carrera utiliza un sistema desarrollado con éxito en Finlandia en los últimos 20 años. En este sentido, se apoya en tres principios básicos: Aprender haciendo, aprender en equipo, y viajes de aprendizaje internacionales (Ver Figura 17). Se basa en la metodología aplicada por el Team Academy del Centro de Emprendimiento de excelencia de la JAMK Universidad de Ciencias Aplicadas en Jyväskylä de Finlandia. Que opera en 18 centros internacionales y se ha vuelto un referente en la educación. El LEINN es un título oficial de grado reconocido por el Ministerio de Educación en el marco del Espacio Europeo de Educación Superior y se imparte a través del Mondragón Team Academy de la Facultad de Empresariales. Lo que los hace diferentes es que el aprendizaje se basa en los futuros emprendedores, en su equipo y la consecución de la empresa de los mismos (TeamLabs, 2017).

**Figura 17: Metodología del grado Leinn**



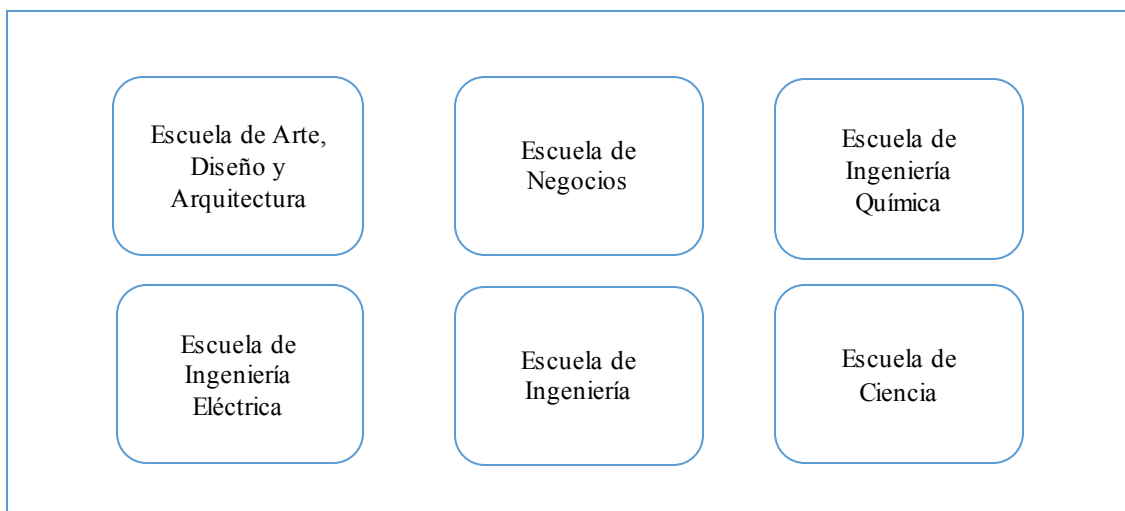
Fuente: Teamlabs (2017)



### 7.1.3. Universidad de Aalto

La universidad de Aalto se encuentra conformada por seis escuelas. Cada una de ellas tiene un comité académico y un decano (Aalto University, 2018). En tal sentido (Ver Figura 18).

**Figura 18: Divisiones de la Universidad de Aalto**



Fuente: Universidad de Aalto (2018)

A continuación, se presenta los programas, cursos y estudios relevantes sobre la universidad de Aalto (Aalto University, 2018).

#### *a. Maestría en Emprendimiento y Gestión de la Innovación*

El emprendimiento y la innovación son importantes motores de crecimiento en la sociedad. En este sentido, el programa genera valor económico, social y ecológico. Adicionalmente, brinda los conocimientos y las habilidades necesarias para la generación de nuevos negocios. Por otro lado, su duración es de dos años a tiempo completo y se imparte en inglés.

#### *Curso avanzado de Formación de Empresas*

Se centra en el desarrollo de equipos multidisciplinarios de estudiantes para lograr una empresa real. Se caracteriza por ofrecer un apoyo personalizado de mentores empresarios e inversionistas con experiencia que brindan asesorías para consolidar el modelo de negocio de los estudiantes. Las ideas finales se muestran a un grupo de jueces en un evento individual de Aalto University.

### *Curso de Iniciativa Empresarial Sostenible de Aalto*

El curso se enfoca en la iniciativa empresarial como motor hacia una sociedad socialmente más equitativa y ecológicamente más responsable. Para ello, hace énfasis en el aprendizaje basado en la cooperación con instituciones públicas, privadas y de la sociedad civil. En este sentido, los estudiantes escogen distintos perfiles de aprendizaje como investigador, consultor o empresario. Al final, los estudiantes adquieren experiencia en la comunicación de sus soluciones a empresarios, especialistas y responsables.

Otros cursos de gestión de la innovación y emprendimiento se aplican de forma online y el tiempo de clase se usa para el análisis de casos.

#### *b. Centro de Emprendimiento de la universidad de Aalto*

Es la organización que se encarga de conectar las actividades de emprendimiento de la universidad de Aalto con el ecosistema de incubadoras, aceleradoras, e inversores.

#### *c. Estudios de calidad académica sobre la Universidad de Aalto por parte del MIT (Instituto Tecnológico Massachusetts)*

En un estudio reciente del MIT sobre las doscientas (200) universidades más importantes del mundo, la universidad de Aalto fue agrupada entre las cinco estrellas en ascenso más destacadas. El estudio evaluó las formas en que las universidades fomentan la innovación, sus fortalezas en el ámbito de la investigación, la orientación de los estudiantes hacia la empresa y el emprendimiento; así como el apoyo ofrecido por el estado natal de los centros de estudio (Aalto University, 2018).

Por otro lado, el énfasis de la Universidad de Aalto en el desarrollo de la educación empresarial muestra tener éxito. Un ejemplo de ello son los trescientos estudiantes (300) de pregrado prestos para laborar en organizaciones por el Programa de Emprendimientos de Aalto (Aalto University, 2018).

## **8. Tipos de emprendimientos en las universidades**

### **8.1. Incubadoras**

Las incubadoras comenzaron a operar desde el año 1942, cuando la Student Agencies Inc., en Ithaca New York, comenzó a incubar los emprendimientos de estudiantes. Luego de ello, en el año 1946, se creó la primera incubadora fuera del entorno de la comunidad estudiantil por la American Research Development (ARD) fundada por el presidente del MIT Karl Compton y varios egresados del mismo centro de estudios (Chinsomboon, 2000).

Sin embargo, de acuerdo a Albert y Gaynor (2001 citado en Muñiz, Moralés-Gutiérrez, y Ariza-Montes, 2013) fue el empresario Carlos Mancuso quien constituyó en el año 1959 en la ciudad de Batavia, condado de Genesee (Nueva York) la primera incubadora de empresas. Teniendo como objetivo acoger empresas y ayudarlas a crecer en sus primeras etapas, para ello arrendo un recinto en el centro industrial de Batavia. Con los años, comenzaron a expandirse los centros de incubación de empresas por todo el mundo: en primer lugar, por Europa-Inglaterra y Francia- después siguieron los otros continentes.

La relación entre Silicon Valley y las universidades locales generaron continuos beneficios económicos para su región y el país. En tal sentido, una investigación de la Escuela de Negocios de Stanford señala que las nuevas compañías de Stanford desarrolladas en Silicon Valley han generado más de 65 000 millones de dólares en ingresos económicos según Feder (1999 citado en Huffman y Quigley, 2002).

## **8.2. Hackatones**

Los Hackatones son eventos donde programadores y otros profesionales involucrados en el desarrollo de software, incluyendo diseñadores gráficos, gestores de proyectos, entre otros; operan intensamente en proyectos en un determinado tiempo, que consta alrededor de 24-36 horas. Las primeras apariciones se aprecian desde el año 1990. Por otro lado, las universidades patrocinan los mismos acontecimientos de hackatones para darles oportunidad a distintos desarrolladores para que compitan, desarrollen productos y logren vínculos profesionales entre facultades y laboratorios. (Nandi y Mandernach, 2016).

De acuerdo a Spaulding & Caimi (2016) para poder tener hackatones productivos se deben seguir los siguientes pasos:

1. Incentivar la mentalidad creativa: Los hackatones requieren que los participantes salgan de sus funciones normales y habilidades. Esto implica interactuar en actividades desconocidas o con distintos colegas. En este sentido, una corta actividad puede ayudar a los participantes a despejar la mente, pensar con audacia y abrir sus pensamientos a las ideas que presenten sus colegas, como por ejemplo incentivar a los equipos a realizar una lluvia de ideas.
2. Empatizar con los clientes: Una idea prometedora comienza con una vasta comprensión de los consumidores finales; entender quiénes son, qué necesitan y por qué, son preguntas que se deben realizar en el evento. En tal sentido, Las mejores compañías aumentan las encuestas tradicionales y las herramientas habituales de segmentación con entrevistas hechas a clientes actuales y potenciales; además de entrevistas a empleados de primera

línea para poder entender mejor en conjunto a los usuarios a los que se les brinda el servicio.

3. Hacer la pregunta correcta: Los mejores hackatones comienzan con una pregunta desafío, sin mostrar una solución posible; en la cual los participantes deben tener la libertad de pensar en tantas ideas como sea posible e incluso poder repensar la pregunta desafío si ese fuera el caso.
4. Prototipar y probar las ideas competentes rápidamente: Después de que los equipos escojan una idea interesante inmediatamente deben tratar de buscar la solución. Por un lado, puede ser una figura dibujada en un trazo de papel mientras los integrantes piensan la forma de como los usuarios interactúan con ello. Por otro lado, se puede presentar un proceso o un conjunto de normas operativas que requieran un cambio de mayor envergadura. Después de ello, los equipos especializados probaran el prototipo evolucionado e incorporaran sus comentarios.
5. Nutrir y expandir las mejores ideas: Los innovadores más capacitados apoyan con sus recursos detrás de sus lanzamientos más dinámicos y los mejoran incluso después de que se termina el hackathon. Adicionalmente, continúan con el proceso de pruebas y retroalimentación, y tratan de buscar formas de convertir esas ideas en mejoras a gran escala que puedan ayudar a la organización en su expansión.

En virtud de lo anterior, los hackathon ayudan a las organizaciones a desarrollar nuevos productos y servicios. Al traer beneficios que van aún más lejos de su propósito inicial, como promover culturas de innovación, cambiar normas y reunir apoyo alrededor de iniciativas importantes (Spaulding y Caimi, 2016).

Un ejemplo de ello, es el programa de ciencias computacionales de la California State University Monterrey que condujo un hackathon llamado Las Ideas de Marzo en el año 2012 que incluyó un esfuerzo conjunto de The College for Business y The Institute for Innovation and Development (IIED). El Proyecto trato de entregar un prototipo de una aplicación móvil que pueda ayudar a resolver problemas específicos a organizaciones sin fines de lucro, instituciones de educación y pequeños negocios (Lara y Lockwood, 2016).

En el año 2014 se realizó Las Idea de Marzo en el que participo Sun Street Centers, cuya misión era prevenir la adicción al alcohol y las drogas ofreciendo servicios de prevención, información y tratamiento, para ello requerían una aplicación que les permitiera dar información a los niños y a los padres. Cuando termino el hackathon Sun Street Centers estaba muy impresionado con el prototipo, a pesar de no ser este totalmente funcional les permitió tener un marco de referencia con el cual la compañía podía trabajar (Lara y Lockwood, 2016).

### **8.3. Makers**

La definición de Makers ha cambiado en los últimos años. La razón de ello es que muchas personas se están involucrando en el desarrollo de nuevas tecnologías y herramientas. Por ejemplo, después de la Segunda Guerra Mundial en el taller de una casa existía una rueda de moler, una sierra, una perforadora y un conjunto de llaves. Cualquier persona que use estas herramientas para arreglar un carro, montar un picnic, era considerado un maker (Pettis, 2015).

Actualmente, las herramientas del fabricante cambiaron, ahora son digitales, su campo es más extenso, y probablemente se de en un entorno de cooperación. Por un lado, las motivaciones de los makers son las mismas de antes, como ser creativo, sentir la satisfacción de convertir las ideas en un objeto. Sin embargo, las sensaciones son completamente distintas, si se hacen solos o rodeados de otros creadores. La experiencia de compartir objetos, tener acceso a prototipos y herramientas de fabricación son momentos importantes para un maker (Pettis, 2015).

El making es “construir o adaptar objetos a mano, por el simple placer personal de averiguar cómo funcionan las cosas” (Honey y Kanter, 2013, p. 4). Asimismo, según Sheridan, Halverson, Litts, Brahms y Jacobs-Priebe (2014) los making son actividades que toman lugar en un espacio de makers en los que ejecutan sus conocimientos como el arte, la ciencia e ingeniería; y en donde personas de diferentes edades sin distinción exploran nuevos conceptos, habilidades técnicas y crean nuevos productos.

#### ***8.3.1. El Fab lab del MIT***

Es un centro del Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT), el cual se caracteriza por ser una extensión de investigación sobre fabricación digital y de computación. Asimismo, se considera al Fab Lab como una plataforma de prototipado para la innovación y la invención, que proporciona estímulo a los emprendimientos locales. Asimismo, se considera una plataforma para el aprendizaje y la enseñanza; un lugar para crear, aprender, enseñar e inventar (Fab Foundation, 2017).

Los beneficios de ser un Fab Lab es que proporciona a sus integrantes conectarse a una comunidad global de estudiantes, educadores, expertos en tecnología, investigadores y fabricantes, etc. Esta red está conformada por 30 países que comparten herramientas y procesos comunes que se convierten en una red global para la invención (Fab Foundation, 2017).

#### **8.4. Coworking**

El Coworking es un estilo de trabajo que involucra a personas que se caracterizan por ser trabajadores independientes y que en su mayoría no pertenecen a la misma organización. Además, los asistentes a las oficinas de coworking están interesados en compartir sinergias trabajando con otros profesionales. En este sentido, el Global Coworking Survey 2012 muestra que el 53% de los compañeros de trabajo son freelancers, y los otros son empresarios, empleados de pequeñas empresas y existe un 8% que no pertenece a estos grupos (Andrade, Ares, Suarez y Giret, 2013).

Adicionalmente, el coworking no es solo trabajar juntos en un espacio de oficina flexible y asequible, sino se sustenta en un modelo cultural normativo que pregona cinco valores: comunidad, colaboración, apertura, diversidad y sostenibilidad. Por tanto, este enfoque colaborativo es la característica principal que distingue al coworking de otras formas de trabajo (Merkel, 2015).

Por otro lado, una encuesta de Deskmarg en el año 2011 a más de 1 500 coworkers en 52 países mostro lo siguiente (Waber, Magnolfi y Lindsay, 2014):

- El 75% mostro un aumento en la productividad desde que comenzó a operar en su espacio.
- El 80% consiguió aumentar el tamaño de su red de negocios
- El 92 % consiguió aumentar el tamaño de su círculo social
- El 86% consiguió una disminución en su aislamiento con otros
- El 83% informó que confiaba en los otros coworkers desde donde operaba.

Además de ello, los autores afirman que, en el año 2013 según las investigaciones de Emergent, más de 160 000 personas estaban utilizando los servicios de coworking en Estados Unidos y Europa. Asimismo, la organización estima que habrá más de un millón de personas que estarán utilizando 12 000 espacios de coworking en el mundo en un lapso de tiempo de 5 años. Adicionalmente, otro estudio mostro que en el año 2014 el 72% de los coworkers tuvieron un aumento de ingresos (Waber, Magnolfi y Lindsay, 2014).

#### **9. La Pontificia Universidad Católica del Perú**

La Pontificia Universidad Católica del Perú se estableció en 1917 con dos facultades Letras y Jurisprudencia. El Estado la reconoció oficialmente mediante resolución el 24 de marzo de 1917 (Pontificia Universidad Católica del Perú [PUCP], 2017).

La Universidad Católica fue fundada por Jorge Dintilhac S.S.CC. y un grupo de laicos, quienes con él firmaron la Escritura de Constitución. La Universidad Católica es civilmente una persona jurídica de derecho privado inscrita como asociación civil sin fines de lucro en el Registro de Asociaciones de los Registros Públicos de Lima (PUCP, 2017).

La Pontificia Universidad Católica del Perú es además persona de derecho canónico, fundada canónicamente por el Santo Padre Pio XII (PUCP, 2017). Por otro lado, la Universidad cuenta con catorce facultades dentro del campus, las cuales son las siguientes (Ver Tabla 10):

**Tabla 10: Facultades PUCP**

| Facultades                           | Pontificia Universidad Católica del Perú        |
|--------------------------------------|---|
| Estudios Generales Ciencias          | Facultad de Ciencias Sociales                   |
| Estudios Generales Letras            | Facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación |
| Facultad de Arquitectura y Urbanismo | Facultad de Derecho                             |
| Facultad de Arte y Diseño            | Facultad de Educación                           |
| Facultad de Artes Escénicas          | Facultad de Gestión y Alta Dirección            |
| Facultad de Ciencias Contables       | Facultad de Letras y Ciencias Humanas           |
| Facultad de Ciencias e Ingeniería    | Facultad de Psicología                          |

Fuente: PUCP (2017)

### **9.1. Centro de Innovación y Desarrollo Empresarial (CIDE)**

El Centro de Innovación y Desarrollo Emprendedor (CIDE) es la entidad de la PUCP dedicada al fomento de la cultura emprendedora. Su servicio se centra en los alumnos de la universidad y personas externas de la comunidad universitaria (CIDE, 2017).

El CIDE promueve la creación y el desarrollo de empresas que aprovechan la formación y conocimientos desarrollados en la PUCP para la generación de bienes y servicios con valor agregado; además de apoyar la introducción de los mismos en los mercados nacionales e internacionales (CIDE, 2017).

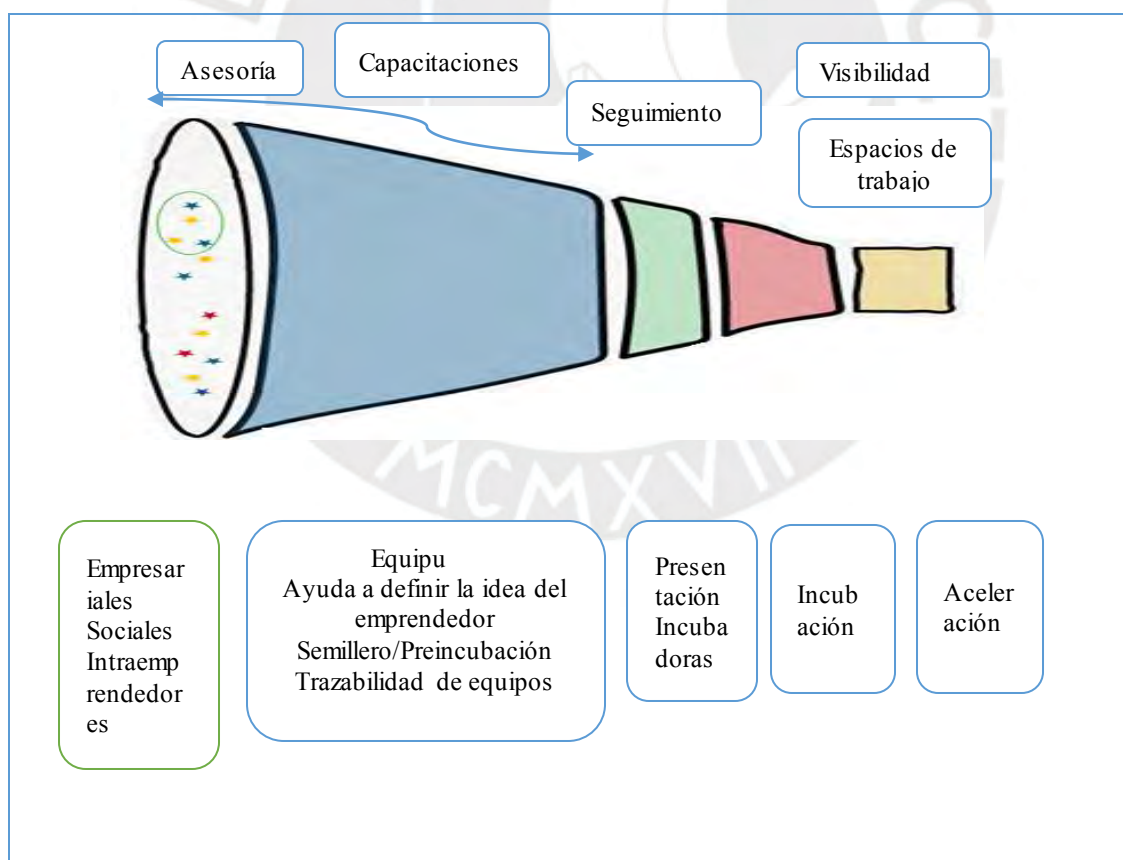
## 9.2. Equipu

Es la plataforma que conecta emprendedores de distintas regiones, la cual busca la generación de conocimiento en diversos equipos, además de acompañarlos en su etapa de crecimiento para que puedan lograr desarrollarse (Equipu, 2017). En tal sentido (Ver figura 19).

Equipu a lo largo de los años ha ido creciendo y ejecutando distintos proyectos, entre los cuales se muestran los siguientes (Equipu, 2017) :

- Se cuenta con 13 802 emprendedores
- Se logró contar con 15 000 estudiantes capacitados
- Se tiene 1 017 equipos
- Se realizó 3 799 publicaciones
- Se tiene convenio con 16 organizaciones
- Se realizó 4 275 servicios de asesoría atendidos.

**Figura 19: Metodología de trabajo de Equipu**



Fuente: Equipu (2017)



### **9.3. Laboratorio de Emprendimientos**

Es el programa de innovación conjunto entre Equipu y la Facultad de Gestión, el cual tiene como objetivo formar equipos que desarrollen soluciones y modelos de negocios escalables a necesidades del entorno (Equipu, 2017).

El concurso se desarrolla de la siguiente forma (Equipu, 2017) :

1. Semillero: En primer lugar, mediante cursos dictados en la PUCP en los cuales se desarrollen proyectos de emprendimiento; en segundo lugar, mediante talleres en metodologías ágiles y herramientas para el desarrollo de los proyectos.
2. Mentoría: se desarrollan dos workshops que tiene como objetivo afinar la validación de la necesidad y el modelo de negocio. Además, se realiza el Festival de Ideas, el cual es un espacio donde los equipos dan a conocer sus proyectos a la comunidad PUCP y público en general.
3. Incubación: los equipos que resulten ganadores acceden a la etapa de incubación, la cual se llevara a cabo por un aliado estratégico dependiendo de las necesidades del equipo, asesorías personalizadas y herramientas para el desarrollo de su emprendimiento.

### **9.4. Plan de estudios de los dos grupos ProCE dentro de la PUCP**

Los dos grupos evaluados en la presente investigación I1 y G1 presentan cursos en sus planes de estudio que incentivan el emprendimiento. En el caso del grupo I1 se aprecia cursos en su malla curricular que se relacionan con el proceso emprendedor; sin embargo, muchos de los cursos vinculados con el emprendimiento son electivos, como Desarrollo Emprendedor, Legislación empresarial, Planeamiento Estratégico, Plan de Negocios, Gestión de Recursos Humanos, Creatividad e Innovación (Facultad de Ciencias e Ingeniería, 2018).

Por otro lado, el grupo G1 muestra en su malla curricular cursos que se relacionan con el emprendimiento como cursos obligatorios dentro de su malla curricular, tales como Bases Legales para la Gestión, Marketing 1, Marketing 2, Gestión de Proyectos, Gestión Estratégica, Plan de Negocios, Gestión de personas 1 y Gestión de personas 2 y Gestión Comercial (Facultad de Gestión y Alta Dirección, 2018). Adicionalmente e importante, la nueva malla curricular incentiva competencias emprendedoras en varios cursos de la misma.

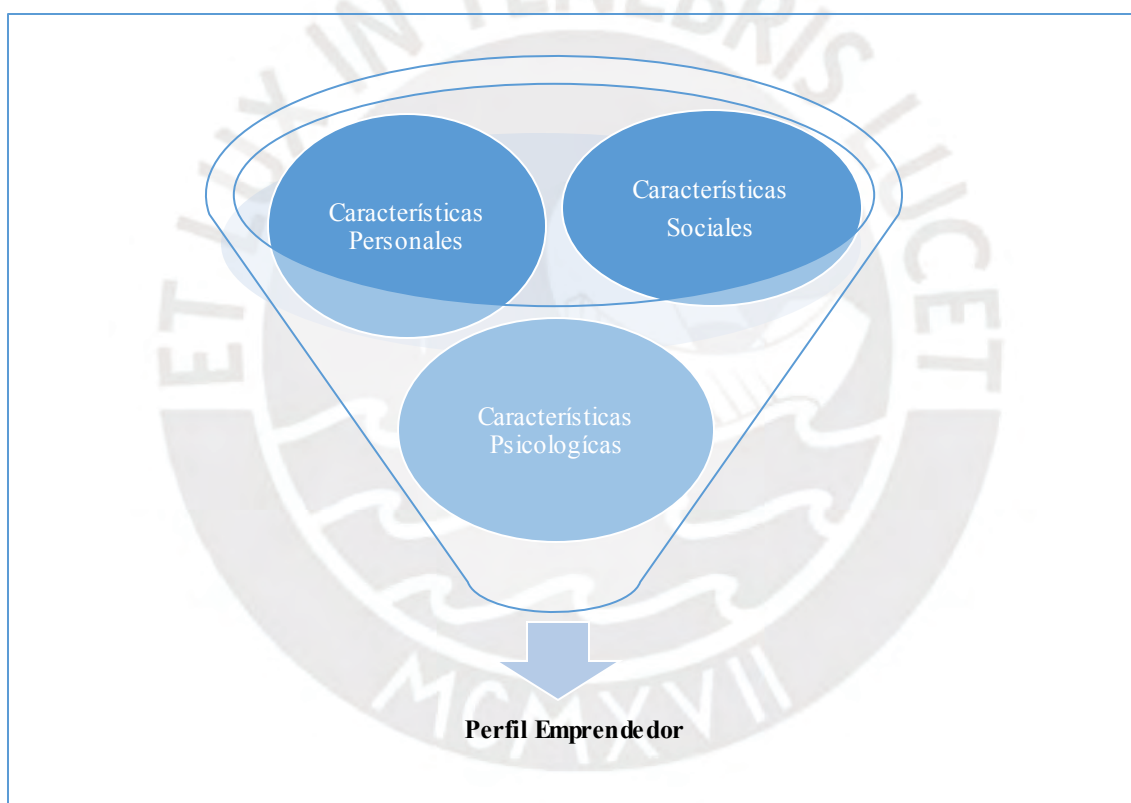
## **10. Características del perfil del emprendedor**

El estudio sobre el emprendedor es muy amplio y variado, lo cual hace que su estudio sea materia de distintos campos del conocimiento. En este sentido, no existe un significado definitivo de la acción de emprender y del emprendedor (Pfeilstetter, 2011).

En tal sentido, se trató de encontrar una definición sobre el emprendedor en base a sus características. Dentro de ella se puede apreciar las siguientes: Propensión a tomar riesgo, relación con los parientes, educación, experiencia de trabajo, necesidad por el logro, sexo, edad, entre otros (Gartner, 1989).

Adicionalmente, Gartner afirma: “Un emprendedor exitoso posee las características personales, sociales y psicológicas, ubicando dentro de cada una de ellas un conjunto de competencias que ante su eficiente desarrollo configuran un perfil orientado al emprendimiento” (2002, citado en Restrepo, Tapasco y Vidarte, 2016, p. 97). A continuación se muestra las características de un emprendedor según Gartner (2002 citado en Restrepo, Tapasco y Vidarte 2016) en la figura 20.

**Figura 20: Características de un emprendedor según Gartner**



Fuente: Gartner (2002)

En virtud de lo anterior, las características mostradas que conforman el perfil del emprendedor se encuentran dentro de los procesos de emprendimiento que tiene cada persona. En este sentido, se presentan a continuación distintos enfoques, de tal forma que se pueda comprender el impacto que tienen dentro del proceso emprendedor, y con ello, poder llegar a tener un perfil sobre los grupos estudiados.

## **10.1. Características Personales**

Una de las características que presenta el emprendedor y que muestra un acercamiento al entendimiento de su perfil son las características personales.

Las características personales hacen referencia al conjunto de cualidades que forman el carácter y la personalidad de un emprendedor, y que le permiten movilizar y mantener su gestión empresarial. Dentro de estas características se pueden encontrar la autonomía, toma de decisiones, responsabilidad y creatividad (Bonilla y García, 2014, pp. 29-30).

### ***10.1.1. La autonomía como fundamento y promotor del emprendimiento***

De acuerdo a Guariglia (1999) existen dos tipos de autonomía, una de nominada autonomía postulada y otra llamada autonomía realizada. La primera es aquella que se atribuye a cada miembro de la sociedad, siendo de carácter universal como los derechos humanos, y cada miembro está dispuesto a defenderla. Por otro lado, la autonomía realizada indica la posibilidad de lograr llevar a cabo las aspiraciones propias de todo ser hacia su felicidad, teniendo en cuenta sus capacidades.

En este sentido, una de las razones para comenzar un emprendimiento es la autonomía, la cual representa un deseo individual de libertad, control y flexibilidad en el uso del tiempo por parte del emprendedor (Carter, Gartner, Shaver y Gatewood, 2003).

Adicionalmente, la autonomía es llamada como uno de los más importantes factores para que una persona trabaje para sí misma, debido a que las personas desean emprender un negocio en lugar de trabajar para otras; además, la mayoría de los emprendedores les gusta ser responsables de sus actos, decidir sobre las estrategias de la empresa, sobre los métodos de trabajo y poder regular su propio tiempo (Van Gelderen y Jansen, 2006).

La autonomía constituye una necesidad notoria para los emprendedores; además, de proporcionar satisfacción a quienes la logran obtener, dando a los emprendedores la capacidad de labrarse un destino propio, ya que los hace responsables sobre el rumbo de sus vidas; así como la construcción de valores, comportamientos y metas propias (Sánchez, 2003).

Las competencias emprendedoras buscan la autonomía de la persona y se orientan hacia la autorrealización del sujeto, como vía para la realización de un proyecto vital centrado en la producción de bienes y servicios que satisfagan las necesidades de la comunidad (Martínez y Carmona, 2009, p. 95).

Por un lado, la autonomía es un motivador trascendental en el emprendimiento, no solo en estos tiempos, sino por un largo periodo anterior (Van Gelderen, 2016).

### ***10.1.2. Toma de decisiones y el emprendimiento***

De acuerdo a Simon (citado en Estrada Gallego, 2007) las decisiones que se toman en el ámbito de los negocios son importantes mientras puedan ser efectivas y conseguir resultados. En este sentido, el autor afirma que en la toma de decisiones se presentan tres etapas:

1. Encontrar coyunturas en las que se presenta una decisión a tomar, lo que se puede vincular con una inteligencia en el contexto castrense.
2. Inventar, desarrollar y analizar diferentes posibilidades, lo que podría calificarse una acción de diseño.
3. Elegir entre las opciones posibles simbolizando una acción de “opción/ elección” u “optativa”.

Asimismo, Simon (citado en Estrada Gallego, 2007) afirma que las decisiones corporativas no son independientes. Son ejecutadas en función a coyunturas específicas como modificar procedimientos de marketing, comunicaciones, acrecentar las ventas, disminuir gastos, permitir estímulos, entre otras.

Adicionalmente, March (1999) afirma que los emprendedores deben tener un rol primordial en la gestión de la nueva compañía, para ello deben mostrar tener capacidad en la toma de decisiones, incluso cuando la gran mayoría de operaciones sean encomendadas a otro ejecutivo.

Por otro lado, las nuevas condiciones de un entorno competitivo deben partir por permitir a los jóvenes poder tomar decisiones sobre su futuro profesional con un conjunto de oportunidades; con lo cual se debe brindar espacios dentro de los sistemas educativos para que se puedan desarrollar. En consecuencia, un emprendedor no solo debe limitarse a crear una empresa, sino tener competencia por reconocer oportunidades, distribuir riqueza y el crecimiento (Castillo, 1999).

La toma de decisiones es primordial al momento de realizar un emprendimiento, ya que “existe un conjunto de dimensiones del proceso de toma de decisiones estratégicas que subyace en casi todos los procesos emprendedores” (Entrialgo, Fernández y Vásquez, 1998, p. 60).

### ***10.1.3. Responsabilidad en el emprendimiento***

Se considera a la responsabilidad como una cualidad que implica una relación entre personas de índole social, la cual se caracteriza por tener como objetivo un fin en común (Preziosa, 2005).

En un principio la responsabilidad social se dedicaba a ser filantrópica, actualmente el concepto ha cambiado y se practica la responsabilidad social empresarial (RSE). En este sentido, las empresas deben desarrollar relaciones responsables con sus grupos de intereses para lograr su objetivo de crear valor así como poder transferirlo (Cancino y Morales, 2008).

Por otro lado, de acuerdo a García-Marzá (2007) hace un tiempo atrás exponer sobre responsabilidad ante un congreso empresarial era difícil, ya que al sector empresarial no le parecía interesante. En tal sentido, era complicado exponer un tema que implicaba, la consecución de obligaciones que no fueran las relacionadas exclusivamente al ámbito económico. En ese contexto, uno de los cambios más importantes se dio a partir del Libro Verde presentado por la Comisión Europea, el cual se titula Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. En el documento se muestra que debe existir en las empresas una incorporación voluntaria entre sus operaciones comerciales y las preocupaciones sociales y medioambientales.

En ese contexto, una de las competencias que debe tener un emprendedor para realizar un proyecto es el código ético, en la cual los emprendedores deben basarse para comprender que sus actividades van a ser regidas por normas morales que van a afectar de una u otra forma a otras personas y al ambiente. Por tanto, sus acciones deberán estar fundamentadas en el respeto (Martínez y Carmona, 2009).

La universidad después de despertar en los estudiantes el sentimiento de solidaridad, debe enfocarse en crear en ellos un sentimiento de responsabilidad social, entendido este término como el conjunto de acciones que generan un crecimiento mancomunado para tomar en cuenta los orígenes de cada uno de los integrantes de la comunidad universitaria e intentar reducir estas diferencias para propender por un mejoramiento grupal que favorezca la eliminación de condiciones adversas, para que cada uno de los integrantes – al tener saldados sus limitantes– pueda ayudar a la comunidad (Rodríguez, 2012, p. 54).

#### ***10.1.4. Creatividad como soporte del emprendimiento***

De acuerdo a Filion (1994 citado en Orrego, 2008) la creatividad es el núcleo en el que se basa el emprendimiento, además establece una visión de las metas después de identificar los medios para su consecución.

Adicionalmente, la enseñanza de la creatividad como primer paso para llegar al emprendimiento es una experiencia que tiene un rol importante en el sistema educativo escolar y en el entorno universitario. En este sentido, la formación de la creatividad no tiene por qué limitarse al ámbito económico y empresarial; así como, tener exclusivamente como objetivo un proyecto empresarial (Haya, Calvo, Serrano y Concepción, 2013).

En la actualidad, el emprendimiento es sinónimo de creatividad, el cual desempeña un papel importante en el desarrollo de emprendimientos. En este sentido, se aprecian problemas cuando se descubren emprendedores que no han constituido compañías o solo limitaron a copiar proyectos ya establecidos. Por otro lado, el emprendedor crea valor al expandir nuevos métodos o identificar nuevos nichos, los cuales entreguen beneficios a la sociedad (Malagón, 2003).

Por otro lado, en el sistema educativo actual se alienta muy poco el emprendimiento, solo se enseña en su mayoría la búsqueda del trabajo dependiente en una organización. En este sentido, no se desarrolla las habilidades creativas desde temprana edad, a pesar de que para muchos emprendedores este es considerado el factor principal para la generación de negocios (Malagón, 2003).

Adicionalmente, “La creatividad en cuanto al empleo se la asocia principalmente como una de las características que tienen las personas que buscan realizar una actividad económica por cuenta propia, sea como autónomo o como empresario” (Peñaherrera y Cobos, 2012, pág. 240).

## **10.2. Características Sociales**

Una de las características que presenta el emprendedor y que muestra un acercamiento al conocimiento de su perfil son las características sociales.

### ***10.2.1. El liderazgo***

El liderazgo es considerado la habilidad para persuadir, guiar y motivar a un grupo de personas u organización. En este sentido, mantiene una connotación positiva a diferencia del concepto de autoridad o de dirección. Asimismo, los gerentes pueden planificar, coordinar proyectos, resolver problemas; en cambio, los líderes además de ello pueden inspirar a otras personas a un objetivo en común y lograr cambios positivos en la organización (Comstock, 2016).

Por otro lado, el líder emprendedor, es aquella persona que tiene la mayor probabilidad de éxito en la puesta en marcha de su emprendimiento, fundamentándose en su visión holística, práctica e integral de la unidad de negocios fundada. Asimismo, se caracteriza por poseer una mentalidad flexible a las personas y al cambio, guiando de forma eficaz al grupo hacia el logro del proyecto (Vargas, 2010).

De acuerdo a Lowe, Sandura, Von Glinow (1999 citado en Castellanos, Chávez y Jiménez, 2003) en las universidades el emprendimiento tiene como objetivo el desarrollo del capital humano, el cual sea capaz de afrontar un entorno tecnológico, social y económicamente dinámico; a partir de sus habilidades en la pretensión del desarrollo del liderazgo de los estudiantes en tres aspectos primordiales: la habilidad para interpretar cómo se emplea el conocimiento; la absorción y consolidación de un grupo de habilidades analíticas, como la

identificación y solución de problemas, deducción y síntesis de información; y la adecuada manifestación del conocimiento.

Adicionalmente, en los emprendimientos se aprecia el liderazgo, el cual permite afrontar coyunturas adversas de diversa índole. Por ejemplo, en los casos de Morgan, Chrysler, Dell, Audi, entre otros; en los que sus fundadores ejercieron el liderazgo para que sus compañías logren destacar en el tiempo (Moreno y Espíritu, 2010).

Por otro lado, el emprendedor debe aprender a gestionar un equipo de personas, tener iniciativa para realizar proyectos, dada las responsabilidades que conllevan ser la persona que dirige la nueva organización. En consecuencia, el emprendedor debe tener como objetivo superarse, asumir tareas, delegar funciones e identificar nuevas oportunidades (Santín, 2017).

Los emprendimientos no pueden ser creados sin el liderazgo de los fundadores, quienes en un principio definen los objetivos de la organización y motivan los esfuerzos de sus empleados. Por otro lado, no todos los emprendedores van a liderar los emprendimientos de la misma forma, ellos lo hacen mediante el liderazgo transaccional y mediante el liderazgo transformacional (Ensley, Pearce y Hmieleski, 2006).

Por un lado, cuando se presenta un entorno dinámico, el cual se caracteriza por ser impredecible, cambiar rápidamente, y existe incertidumbre por las organizaciones que operan dentro de ellas; es en ese contexto que el liderazgo transformacional es más efectivo. Por otro lado, cuando existe un entorno dinámico de menor magnitud resulta más efectivo el liderazgo transaccional (Ensley, Pearce y Hmieleski, 2006).

De acuerdo a Ensley, Pearson, Pearce (2003 citado en Hmieleski y Ensley, 2007) fortalecer el liderazgo debe ser una estrategia de comportamiento eficaz, para aquellos emprendedores que desean obtener el compromiso por parte de sus equipos para competir contra otras firmas que tiene un mejor posicionamiento en el mercado y mayores recursos.

### ***10.2.2. Trabajo en Equipo***

Es la habilidad que tienen las personas para el logro de un objetivo en común, priorizando los objetivos grupales sobre los individuales (Robles y Zárraga-Rodríguez, 2015).

Actualmente, el emprendimiento no solo es sinónimo de creación de empresas, sino que desarrolla un conjunto de habilidades importante como el trabajo en equipo. El cual es requerido en distintos ámbitos como el personal, social y profesional (Paños, 2017).

El emprendedor generalmente se encuentra apoyado por un equipo de trabajo que da soporte a las acciones que él realiza al momento de ejecutar un emprendimiento. Adicionalmente,

él toma como base el esfuerzo y los conocimientos de sus allegados para lograr la concepción del proyecto (OBS Business School, 2017).

Por otro lado, en los últimos años, el éxito de una organización depende más de las competencias intelectuales que de los activos fijos. Los gerentes preparados únicamente mediante la experiencia y que operen con empleados con solo habilidades mecánicas, están siendo reemplazados por gestores formados profesionalmente que trabajan con colaboradores que muestran capacidades primordialmente mentales (Puga y Martínez, 2008).

### ***10.2.3. Solidaridad***

De acuerdo a Moëne, la solidaridad parte de la naturaleza misma del ser humano, mostrando que las personas interactúan con otros. En este sentido, desean vivir en un entorno compartido, debido a la naturaleza social del ser humano. Por tanto, el ser humano no puede desvincularse de sus semejantes o tratar de desarrollar sus competencias de forma individual (Moëne, 2010).

En este sentido, uno de los rasgos característicos de un tipo de emprendedor es la solidaridad. Específicamente aquel que busca el bien común o mantener un compromiso con sus semejantes (Bilbao y Pachano, 2002).

## **10.3. Características Psicológicas**

Los emprendedores exitosos tienen rasgos de personalidad que muestran ciertas características psicológicas que los hace tener éxito en sus emprendimientos (Dehghanzadeh, et al., 2016). En tal sentido, se presentan las características psicológicas relacionadas con el emprendedor.

### ***10.3.1. Necesidad por el logro***

El autor David McClelland afirma lo siguiente: “If the n Achievement<sup>3</sup> level is high, there will presumably be more people who behave like entrepreneurs, acting to produce more than they consume” (McClelland, 1961, pág. 65). En este sentido, el autor señala que, si la necesidad por el logro es alta, presumiblemente habrá más personas que se comporten como emprendedores, actuando para producir más de lo que consumen. Asimismo, el autor define al emprendedor como alguien que ejerce un tipo de control sobre los medios de producción y tiene la capacidad de producir más comparado con lo que él pueda consumir, con el objetivo primordial de obtener ingresos individuales (McClelland, 1961).

---

<sup>3</sup> n Achievement: Es la abreviatura que se utiliza para señalar “la necesidad por el logro” en el libro de The Achieving Society de David McClelland.



De acuerdo a David McClelland (1961 citado en Gonzáles Riesle , 1986) la necesidad por el logro es un elemento causal de realización personal, no tanto de aceptación social o prestigio. En tal sentido, las personas que muestran altas tendencias en este factor tienden a operar con mayor esfuerzo en determinadas tareas, aprender de forma rápida, a realizar una mejor labor, cuando ello significa un buen antecedente y no cuando se contemplan incentivos especiales [externos].

### ***10.3.2. Minimización de temor al riesgo***

De acuerdo a Richard Cantillón (citado en Rodríguez, 2009) el emprendedor se caracteriza por asumir riesgos en condiciones de incertidumbre. En este sentido, clasifica a los productores de la economía de mercado en “contratados”, que perciben salarios y rentas fijas; y los “emprendedores”, que obtienen beneficios variables e inciertos. Asimismo, señala que el emprendedor opera en una sociedad mercantil donde la competencia y la incertidumbre son relevantes al momento de tomar decisiones que impliquen un determinado nivel de riesgo.

El emprendedor se caracteriza por ser un tomador de riesgo, no solo por arriesgar su patrimonio; sino también por arriesgar su imagen social y los costos psicológicos que impliquen un posible fracaso en su emprendimiento (Bucardo, Saavedra y Camarena , 2015).

Uno de los emprendedores más conocidos a nivel mundial es el Británico Richard Branson, dueño de una gran fortuna producto de su gran conglomerado de empresas que lo hacen uno de los hombres más ricos del mundo (Forbes, 2017). En este sentido, el emprendedor señala lo siguiente respecto a tomar riesgos:

Aunque estoy familiarizado con ella a nivel instintivo, tomar riesgos es algo que me resulta extremadamente difícil de describir en abstracto. Existe una gran tentación de razonar las decisiones del pasado: todos los éxitos pueden ser descritos como ejemplos de toma de riesgos medidos y sistemáticos, mientras que todos los fracasos pueden ser pasados a eventos que no podrían haber sido previstos en el momento de tomar la decisión (Branson, 1986, p. 13).

De acuerdo a Richard Branson el emprendedor no es una persona que toma cualquier riesgo, sino toma riesgos moderados. Esta toma de riesgo debe ir vinculada con el compromiso personal. En este sentido, evita involucrarse en nuevos emprendimientos que impidan trabajar de la mejor forma en las organizaciones actuales en las que labora. Por tanto, cuando un emprendedor haya decidido tomar un riesgo, no debe hacerlo continuamente, sino debe estar plenamente comprometido con sus propios intereses (Branson, 1986).

## **CAPÍTULO 3: MARCO METODOLÓGICO**

En este capítulo se define la naturaleza del estudio, así como la forma en la que se seleccionó a los participantes. Adicionalmente, se mostrarán las consideraciones hechas para la recolección de la información.

### **1. Alcance del estudio**

El alcance de la investigación fue descriptivo; se trataba de describir las características sobre el emprendimiento que tienen dos grupos de estudiantes, una vinculada con los negocios y otra con ingeniería en la PUCP. Adicionalmente, se precisa que esta investigación cuantitativa y cualitativa se basa en las percepciones que tienen los alumnos sobre los factores evaluados, por ende se debe considerar las limitaciones del caso.

### **2. Tipo de diseño metodológico**

El diseño de la investigación realizada nace de la necesidad de ahondar en las principales características que presentan los dos grupos de estudiantes de la PUCP sobre el emprendimiento. Para ello, la investigación se basa en una herramienta cuantitativa que implica el acopio de datos y la medición numérica de los mismos; con el propósito de establecer pautas de comportamiento (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

Luego de ello, se realizará una investigación cualitativa que implica la recolección y análisis de datos para poder ajustar las preguntas de la investigación o descubrir nuevas incógnitas en el proceso (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

### **3. Instrumentos de la investigación**

Los instrumentos utilizados en la investigación fueron la encuesta y las entrevistas a profundidad.

#### **3.1. La encuesta**

La herramienta cuantitativa utilizada fue la encuesta. Esta fue utilizada en una tesis de maestría en la Universidad de Manizales de Colombia para optar por el título de Magister en Administración de Negocios. El objetivo fue determinar las características del perfil emprendedor de los estudiantes de dicho centro de enseñanza (Ver Anexo B). Adaptada del marco teórico que sustenta el estudio y los planteamientos de autores como Gartner (Bonilla y García, 2014).

Asimismo, se utilizó esta herramienta ya que el estudio de las seis dimensiones culturales presentado por el psicólogo especialista Geert Hofstede afirma que Colombia tiene la mayor

similitud cultural con Perú (Hofstede, 2018). Por tanto, dicho cuestionario aplicado en la Universidad de Manizales resulta conveniente para la presente investigación.

### **3.2 Entrevista a profundidad**

La herramienta que se utilizó para ahondar en los resultados de la encuesta fueron las entrevistas a profundidad realizadas a ocho estudiantes, de los cuales se escogieron cuatro de cada grupo para hacer más homogénea la información. Adicionalmente, para la recolección de la información, se utilizó una guía de entrevista estructurada (Ver Anexo C).

### **4. Población del estudio**

El estudio consistió en la encuesta a los estudiantes de noveno y décimo ciclo de dos especialidades de la PUCP, una de ellas de ingeniería y otra vinculada con los negocios. Para ello, se envió la encuesta mediante Google Forms con la ayuda de los delegados los ciclos mencionados anteriormente. En ese sentido, se envió la encuesta a los grupos oficiales de Facebook y WhatsApp de dichos ciclos durante un periodo de dos meses en los que se enviaba continuamente, haciendo énfasis en la importancia de dicho estudio. Se determinó terminar con la encuesta, cuando los alumnos no respondían al llamado de resolver el cuestionario. En tal sentido se trabajó con el grupo de alumnos que solo respondieron.

La especialidad G1 de noveno y décimo ciclo consta de un total de 309 alumnos en el ciclo 2017-1. De esta cantidad de alumnos que contestaron la encuesta fueron 73 estudiantes, a los cuales se les denominó “grupo G1”. Por otro lado, La especialidad I1 de noveno y décimo ciclo consta de un total de 442 alumnos en el ciclo 2017-1. De esta cantidad de alumnos contestaron 71 estudiantes, a los cuales se les denominó “grupo I1” para la presente investigación.

### **5. Recolección de datos**

El proceso seguido para la recolección de datos fue el siguiente:

- Se realizaron encuestas pilotos para explorar si el estudio podía ser aplicado a los estudiantes dentro de la PUCP.
- Se hizo la encuesta de forma online, dada su factibilidad para el análisis respectivo. Enviandola por redes sociales segmentadas. En los que se podía identificar a los alumnos del ultimo año de cada especialidad.
- Para el proceso de entrevistas cualitativas se determinaron 4 estudiantes por cada grupo, los cuales habían resuelto la encuesta online anteriormente. En este sentido, se trato de profundizar en sus afirmaciones para afinar la investigación y sacar conclusiones.

- Finalizada la recolección de datos, se hizo el análisis mediante el software excel para la parte cuantitativa y cualitativa. Clasificando convenientemente en esta última las frases claves que puedan llegar a generar conclusiones válidas.

## **6. Confidencialidad**

La información adquirida en el presente estudio es de total confidencialidad. Para ello, se salvaguarda la identidad de las personas que participaron en la encuesta online y las entrevistas a profundidad. En esta última, se cuenta con un modelo de consentimiento para brindar la información requerida para la tesis. Es así que se tiene ocho (8) permisos para exponer las afirmaciones que se han realizado en dichas entrevistas. Con el compromiso absoluto de salvaguardar sus identidades (se usa seudónimos) y que solo tienen como objetivo tener información académica.



## CAPITULO 4: ANÁLISIS

### 1. Modelo de análisis cuantitativo

La herramienta utilizada para el análisis cuantitativo fue el cuestionario de las características sobre el emprendimiento de los estudiantes de la Universidad de Manizales (Bonilla y García, 2014). Se utilizaron tres dimensiones sobre emprendimiento de dicho cuestionario: Las Características Personales, Características Sociales y las Características Psicológicas. Las cuales se dividen en nueve indicadores que fueron desarrollados anteriormente.

#### 1.1. Definición de los factores

La definición de los factores fueron empleados de acuerdo a las teorías de Gartner 1989; Congreso de la República de Colombia 2006; Liñan 2004, criterio de SUMA-BABSON (Bonilla y García, 2014). En este sentido, Gartner se vincula con las características personales y sociales; El Congreso de la República de Colombia se vincula con las características sociales, Liñan se vincula con las características psicológicas y SUMA BABSON se vincula con el criterio habilidad /acción orientación.

Cabe resaltar que se aplicó una pregunta en el cuestionario que fue aplicada en otro estudio que tenía como objetivo el estudio sobre el perfil emprendedor en el alumnado universitario de Córdoba (España). La pregunta en cuestión es la siguiente: ¿Consideras deseable crear o fundar una empresa propia? esta pregunta busca saber sobre la intención de los estudiantes de realizar un emprendimiento, al margen de que ellos tengan el perfil idóneo para realizar emprendimientos. Por ello, se vio conveniente clasificarla como la pregunta “A” en el cuestionario (Fuentes, Saco y Sánchez, 2011).

A continuación, se presentan el cuadro que resume las características sobre el emprendimiento y el criterio habilidad acción con sus respectivos indicadores. Además de la relación que tiene cada indicador con sus respectivas preguntas evaluadas en el cuestionario, aplicado a los alumnos de las dos especialidades antes mencionadas(Ver Tabla 11).

**Tabla 11: Características Personales, Sociales y Psicológicas**

| Variabl e | Dimension                            | Definición   | Factor                           | Preguntas        | Items       |
|-----------|--------------------------------------|--|----------------------------------|------------------|-------------|
|           | <b>Características Personales</b>    | Se refieren a las cualidades que forman el carácter y la personalidad de un emprendedor(Gartner, 1989)   | Autonomía                        | 5,6              | (1,2,3,4,5) |
|           |                                      |  | Toma de decisiones               | 7,8,9,10         | (1,2,3,4,5) |
|           |                                      |  | Responsabilidad                  | 11,12,13, 14     | (1,2,3,4,5) |
|           |                                      |  | Creatividad                      | 1,2,3,4          | (1,2,3,4,5) |
|           | <b>Características Sociales</b>      | Buscan el bien común, apoyando el desarrollo sostenible del emprendedor(Gartner, 1989)   | Liderazgo                        | 15,16,17, 18, 19 | (1,2,3,4,5) |
|           |                                      |  | Trabajo en equipo                | 20,21,22,23      | (1,2,3,4,5) |
|           |                                      |  | Solidaridad                      | 24,25,26         | (1,2,3,4,5) |
|           | <b>Características Psicológicas</b>  | Se encuentran dadas por la influencia de valores culturales y sociales (Liñan, 2004); factores socioeconomicos que recaen sobre el individuo y la formación que recibe | Necesidad de logro               | 27,28,29         | (1,2,3,4,5) |
|           |                                      |  | Minimización del temor al riesgo | 30,31,32,33, 34  | (1,2,3,4,5) |
|           | <b>Habilidad/ Acción Orientación</b> | Criterio que valora SUMA-BABSON, cuross orientados al desarrollo de habilidades  | Ventas                           | 35,36,37         | (1,2,3,4,5) |

Fuente: Bonilla y García (2014)

## 2. Modelo de análisis cualitativo

Se realizó la investigación cualitativa, teniendo como objetivo profundizar en las afirmaciones que dieron los alumnos. Usando como herramienta la entrevista a profundidad. Para ello, se escogieron cuatro alumnos por cada grupo de las dos especialidades para profundizar en las variables que se consideran pertinentes para el presente estudio como creatividad, autonomía, liderazgo, necesidad por el logro y ventas.

### 2.1. Codificación

La clasificación de los ocho (8) estudiantes fueron cuatro estudiantes (4) por cada grupo evaluado, los cuales fueron escogidos aleatoriamente. A partir de esta segmentación se ejecutó una codificación de la información por cada uno de los estudiantes. En este sentido, se registró la letra “I” como el primer grupo y “G” el segundo grupo. Adicionalmente, se utilizó la letra “E” de Entrevista, seguida del número de orden y dos iniciales por cada entrevistado, con el objetivo de

poder reconocer las citas de cada estudiante .La codificación de los estudiantes encuestados para el presente estudio (Ver Tabla 12).

**Tabla 12: Codificación de la información de los grupos analizados**

| CLASIFICACIÓN | SIGLA | NÚMERO | INICIALES |
|---------------|-------|--------|-----------|
| I1            | E     | 1      | ME        |
| I1            | E     | 2      | CC        |
| I1            | E     | 3      | CA        |
| I1            | E     | 4      | GB        |
| G1            | E     | 5      | LR        |
| G1            | E     | 6      | ES        |
| G1            | E     | 7      | FM        |
| G1            | E     | 8      | EA        |

## 2.2. Categorización

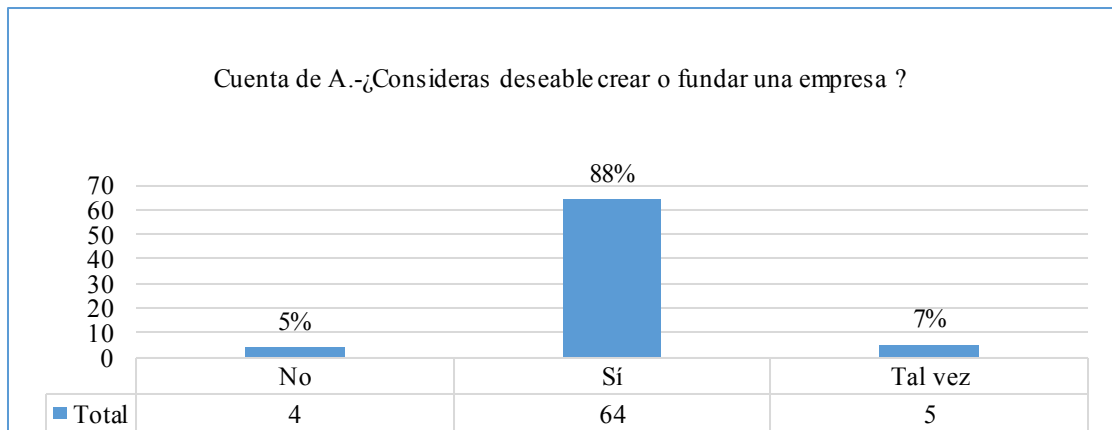
Luego de realizar la codificación de las entrevistas a los estudiantes se optó por categorizar a las mismas. Para ello, se buscó frases dentro de las afirmaciones de los estudiantes que permitan obtener palabras claves. En este sentido, se hicieron dos (2) preguntas por cada característica; excepto en el caso de la característica Ventas en donde solo se realizó solo una (1) pregunta para ahondar en las respuestas de los alumnos en la encuesta anterior.

## CAPÍTULO 5: RESULTADOS

A continuación, se presenta el análisis cuantitativo y cualitativo de la información adquirida. Como se explicó anteriormente el objetivo de la investigación es describir las características sobre el emprendimiento que muestran los estudiantes. Luego de ello, se realizará las entrevistas para ahondar en las afirmaciones de los participantes.

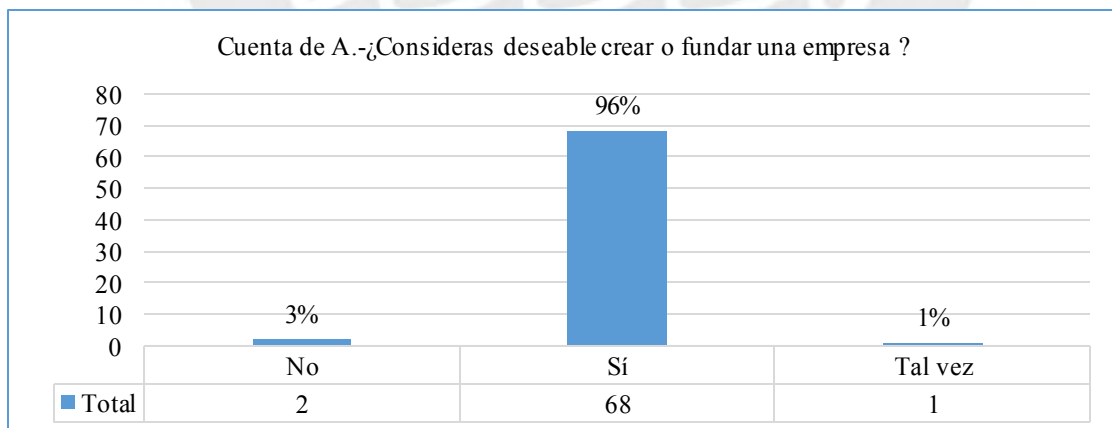
### 1. Resultados del estudio cuantitativo

**Figura 21: Deseo de fundar una empresa G1**



En la pregunta A se busca describir la intención de los alumnos para fundar una empresa, dada su relación cercana con la misma. La opción “Sí” obtuvo 88% de aceptación, la opción “No” obtuvo un 5%, y la opción “Tal vez” obtuvo un 7% de elección.

**Figura 22: Deseo de fundar una empresa I1**



Respecto a la pregunta A en la especialidad del grupo I1, un 96% manifiesta la intención de crear o fundar una empresa, lo que representa que la gran mayoría de los encuestados muestran una inclinación por la creación de un negocio.



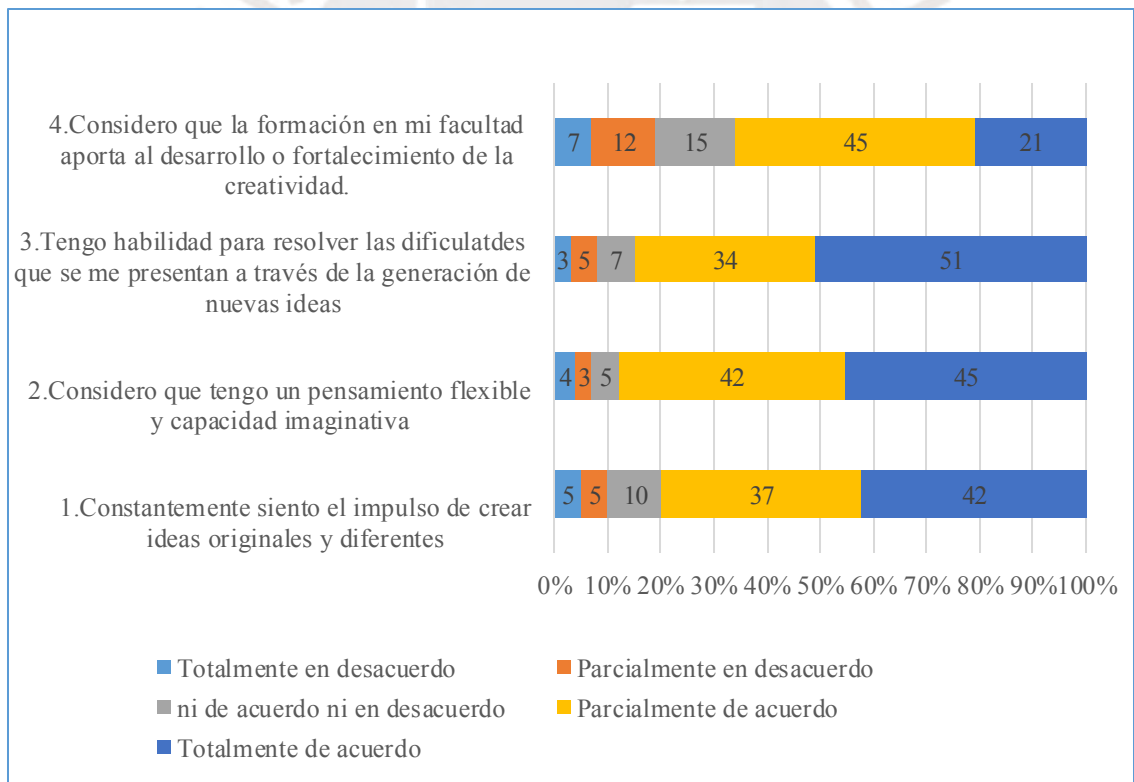
Según Fuentes, Saco y Sánchez (2011), las especialidades de Gestión e Ingeniería tienden a relacionarse y ser pro-empresas, con lo cual es de esperarse que tengan una tendencia positiva al deseo de desarrollar emprendimientos.

Para una explicación más didáctica se presentará en los resultados de la encuesta, la suma de los siguientes ítems.

**Tabla 13: Presentación de resultados encuesta**

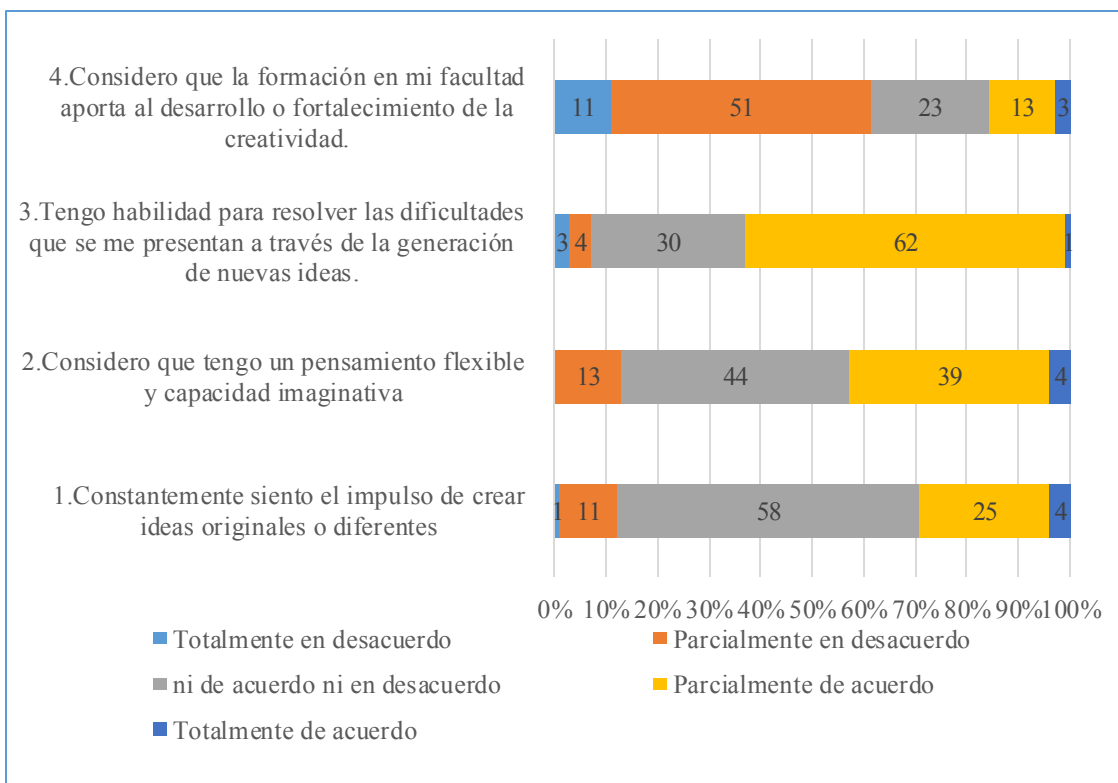
|           |                                 |  |
|-----------|---------------------------------|--|
| Bajo (%)  | Totalmente en desacuerdo        |  |
|           | Parcialmente en desacuerdo      |  |
| Medio (%) | Ni de acuerdo, ni en desacuerdo |  |
| Alto (%)  | Parcialmente de acuerdo         |  |
|           | Totalmente de acuerdo           |  |

**Figura 23: Factor Creatividad G1**



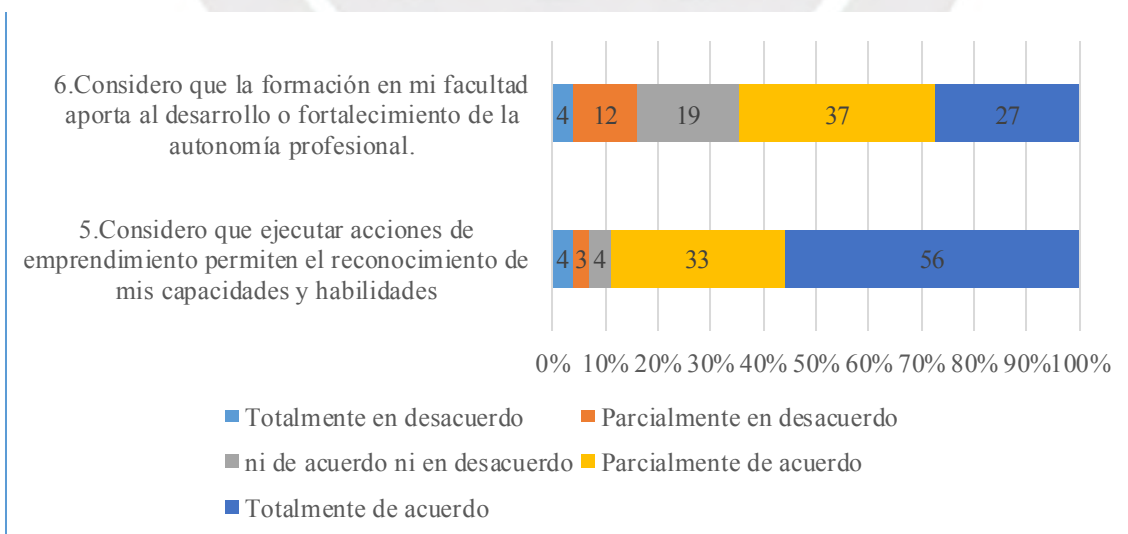
Se evidencia en los resultados un alto desarrollo del factor creatividad, en las cuatro preguntas evaluadas. Aunque, en la pregunta en la que hace referencia, si el grupo considera que la formación en su especialidad contribuyo al fortalecimiento de su creatividad, se aprecia una menor predisposición; aunque esta sigue siendo alta.

**Figura 24: Factor Creatividad I1**



Se aprecia un nivel medio de desarrollo en el factor creatividad en las preguntas uno y dos y un nivel alto de desarrollo en la pregunta tres, la cual busca saber si el grupo I1 tiene la habilidad para resolver problemas generando nuevas ideas. Por otro lado, se aprecia una baja predisposición sobre el factor creatividad en la pregunta cuatro.

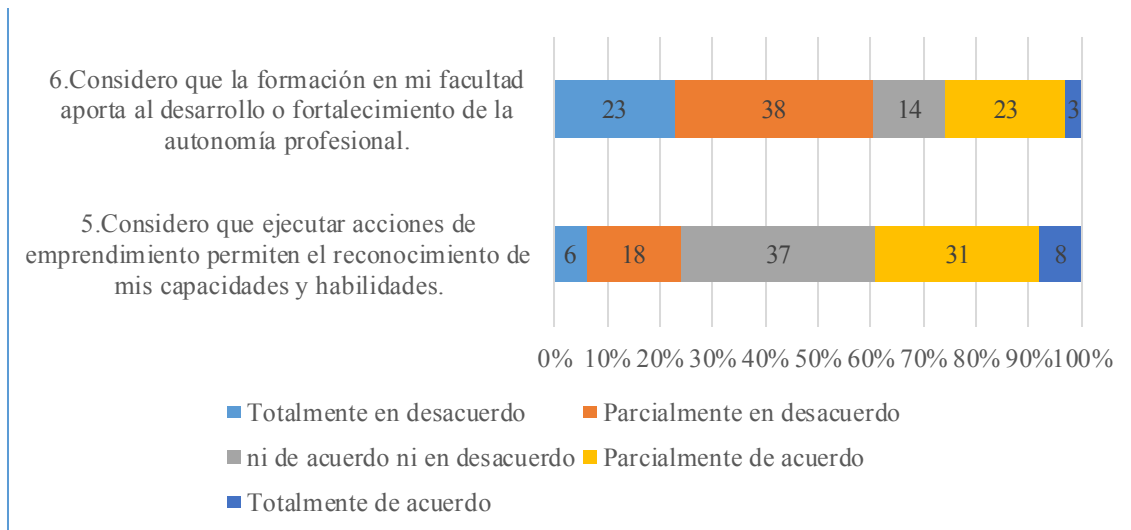
**Figura 25: Factor Autonomía G1**



El grupo G1 muestra una alta predisposición sobre el factor autonomía en las dos preguntas evaluadas. Adicionalmente, se aprecia una menor predisposición en la pregunta, en la

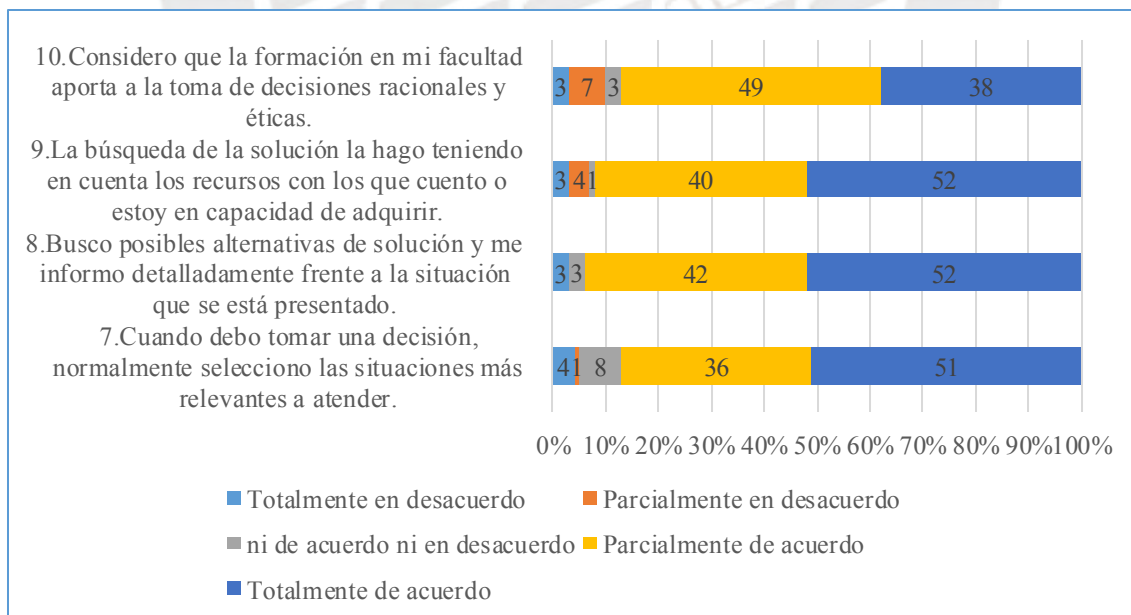
que se hace referencia acerca de si la formación en la facultad contribuyo al fortalecimiento de la autonomía profesional.

**Figura 26: Factor Autonomía I1**



El grupo I1 muestra una alta predisposición al factor autonomía, al considerar que ejecutar acciones de emprendimiento permite reconocer sus capacidades. Por otro lado, muestra una baja predisposición sobre el factor autonomía, en la pregunta sobre si la formación en su facultad aporta al desarrollo de la autonomía profesional.

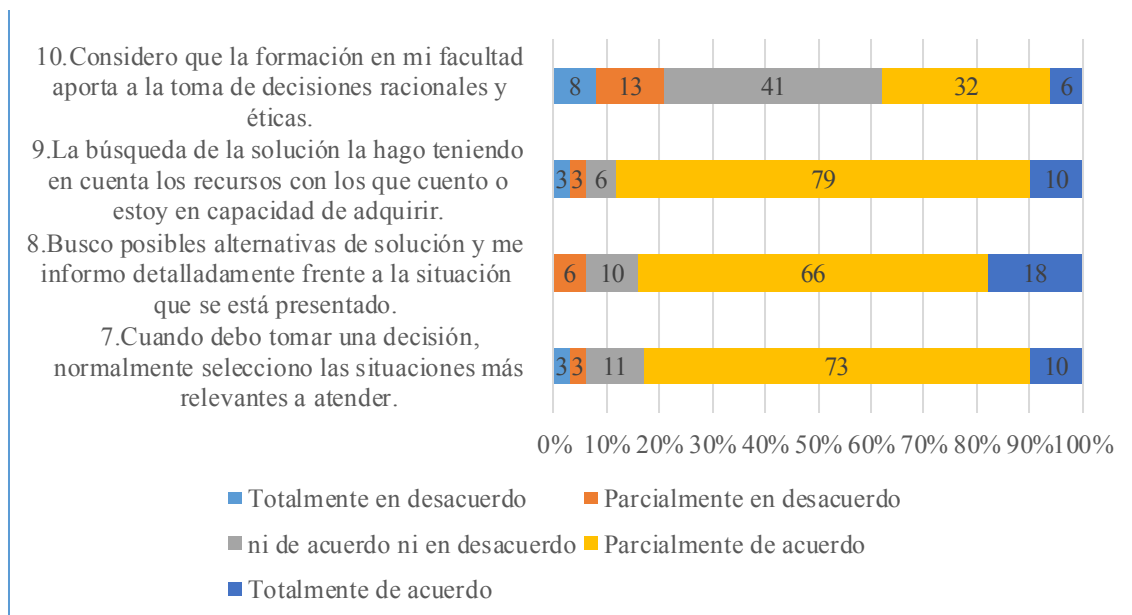
**Figura 27: Factor toma de decisiones G1**



El grupo G1 muestra una alta predisposición al factor toma de decisiones en las preguntas mostradas. Adicionalmente, muestra una alta predisposición al factor mencionado, en la pregunta

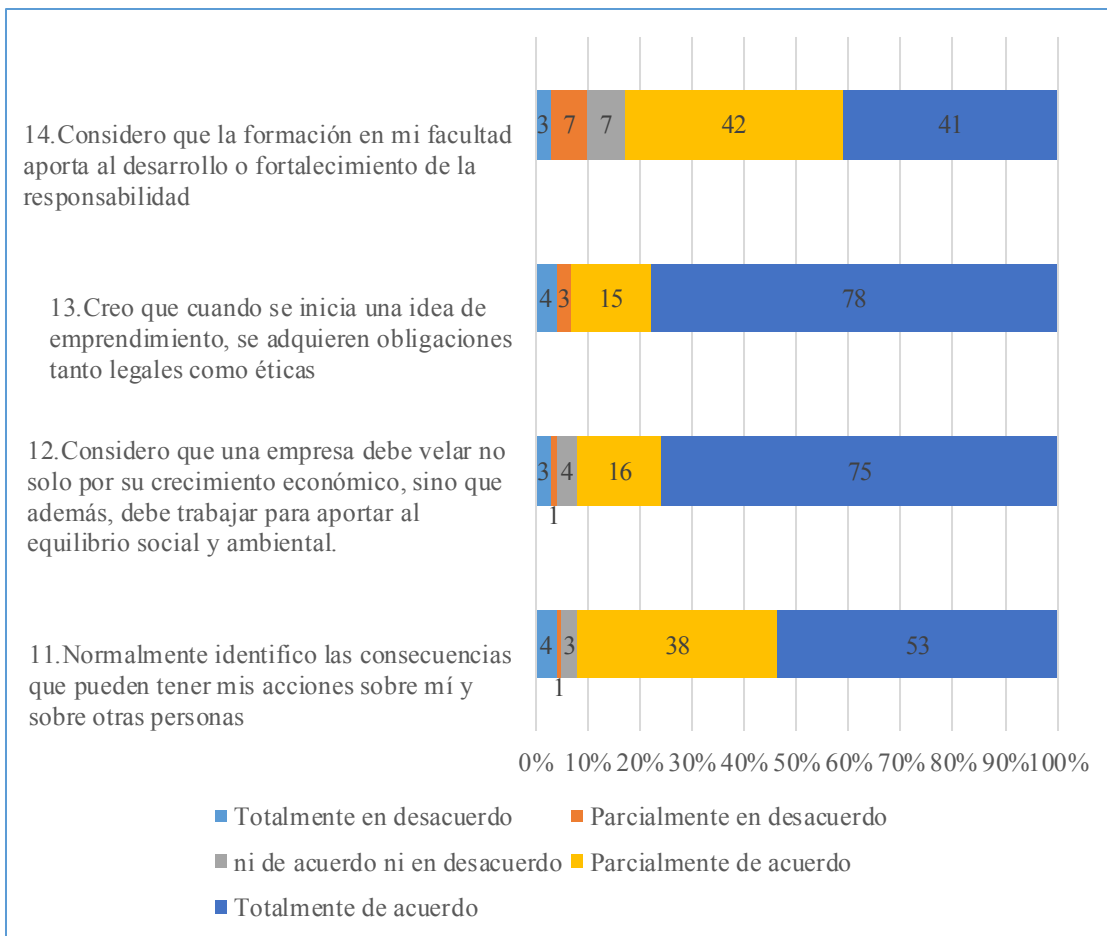
en la que se busca saber si la formación en su facultad aporta a la toma de decisiones racionales y éticas.

**Figura 28: Factor toma de decisiones I1**



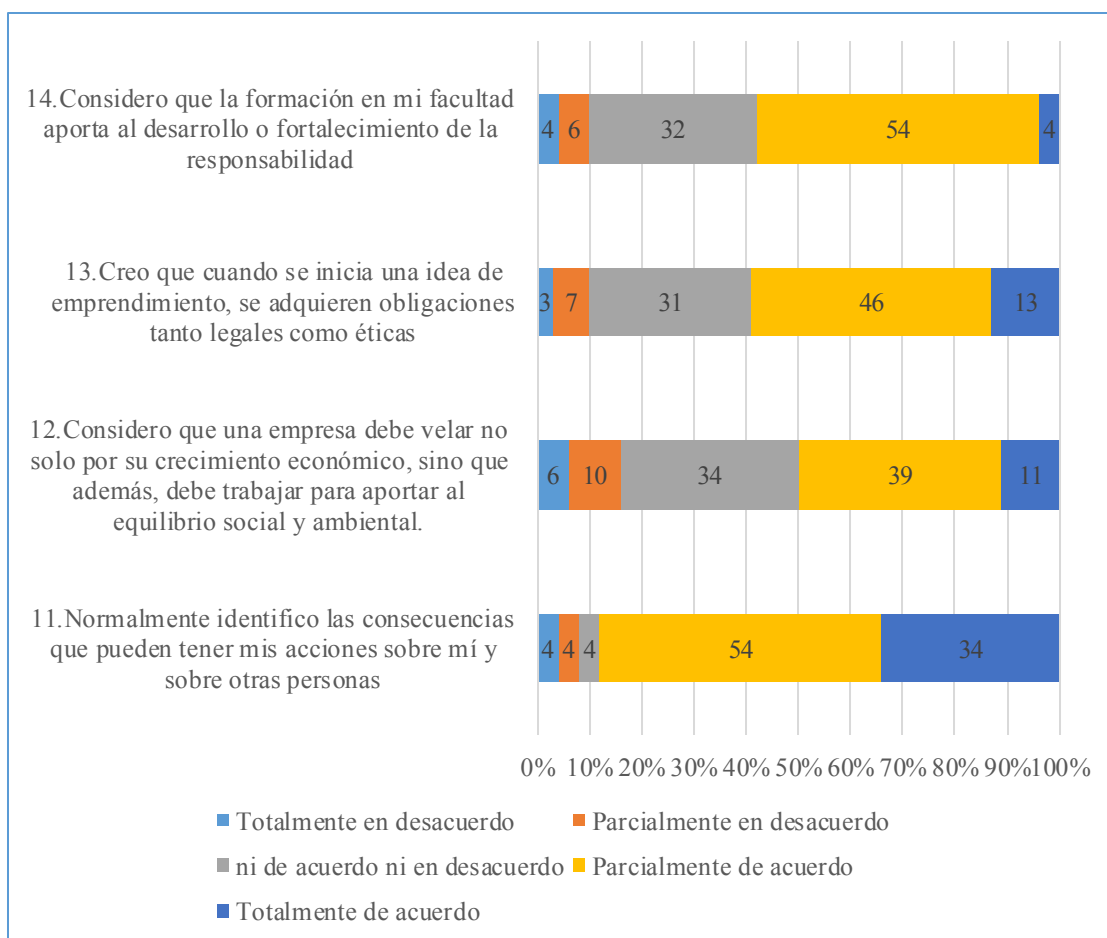
El grupo I1 muestra una alta predisposición sobre el factor toma de decisiones en las preguntas mostradas. Por otro lado, en la pregunta en la que se refiere si la formación en su facultad aporta a las decisiones racionales y éticas, se aprecia un nivel medio sobre el factor estudiado.

**Figura 29: Factor Responsabilidad G1**



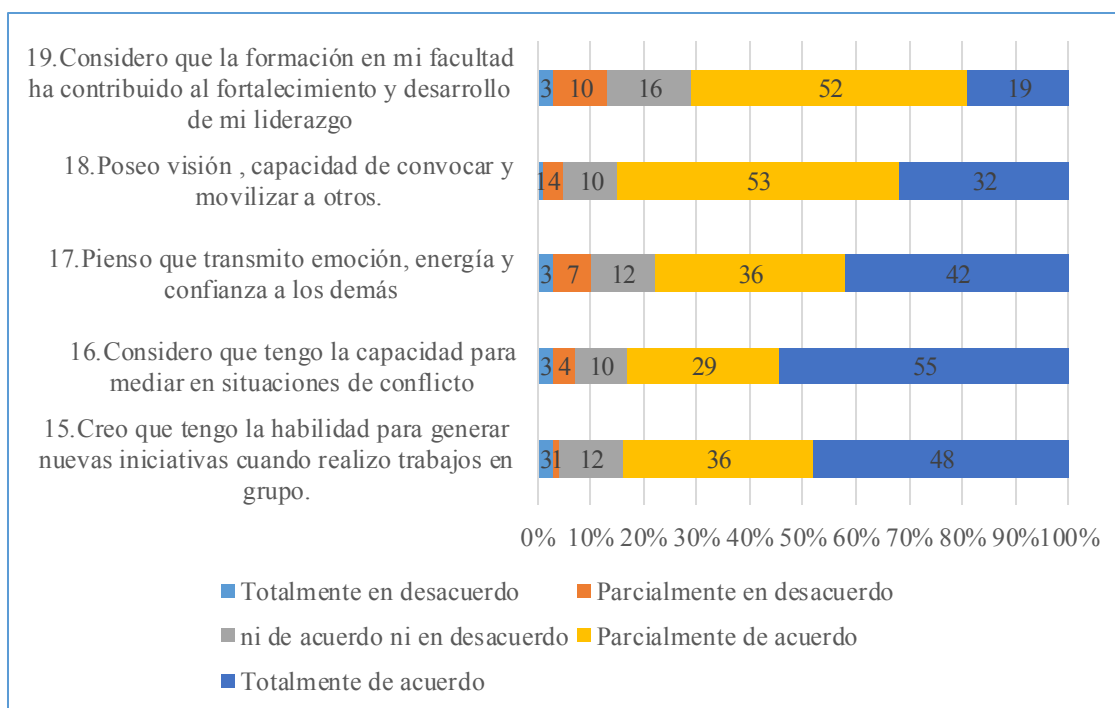
El grupo G1 muestra un alto desarrollo sobre el factor Responsabilidad en las preguntas evaluadas 11, 12 y 13. Adicionalmente, muestra un alto desarrollo en la pregunta 14 en la que se busca saber si su formación aporta al desarrollo o fortalecimiento de la responsabilidad.

**Figura 30: Factor Responsabilidad I1**



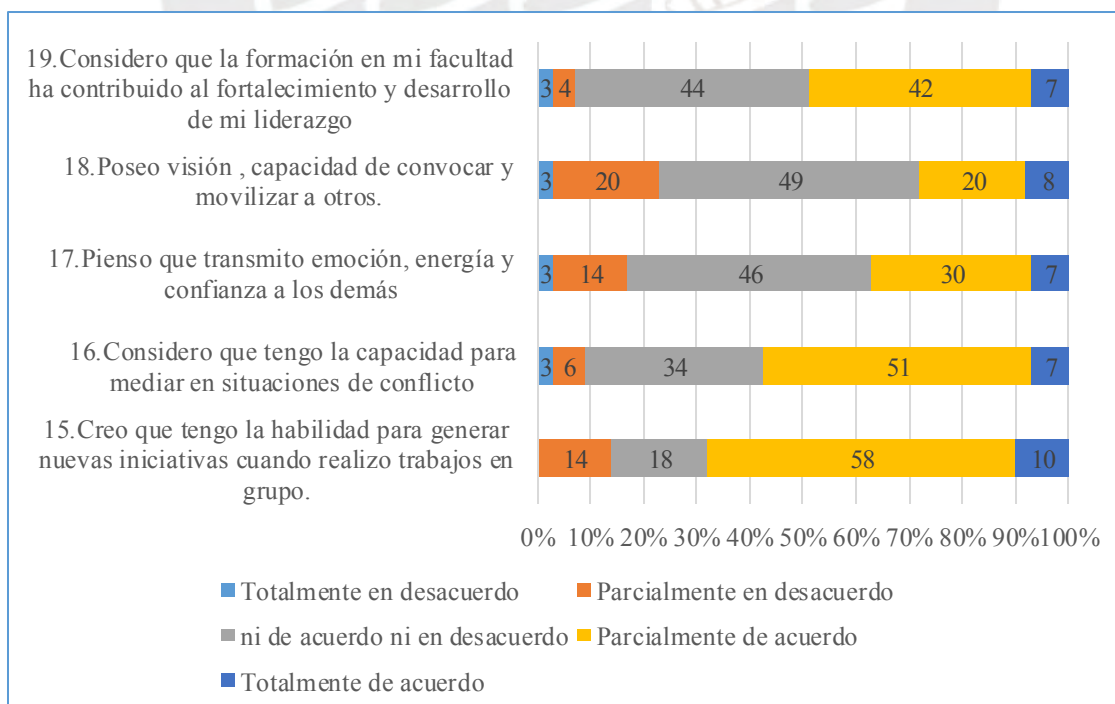
El grupo I1 muestra un alto desarrollo en el factor Responsabilidad en las preguntas 11, 12 y 13. Por otro lado, la pregunta 14 que busca saber si la formación en su facultad aporta al desarrollo o fortalecimiento del factor estudiado también muestra un alto desarrollo en un 58%.

**Figura 31: Factor Liderazgo G1**



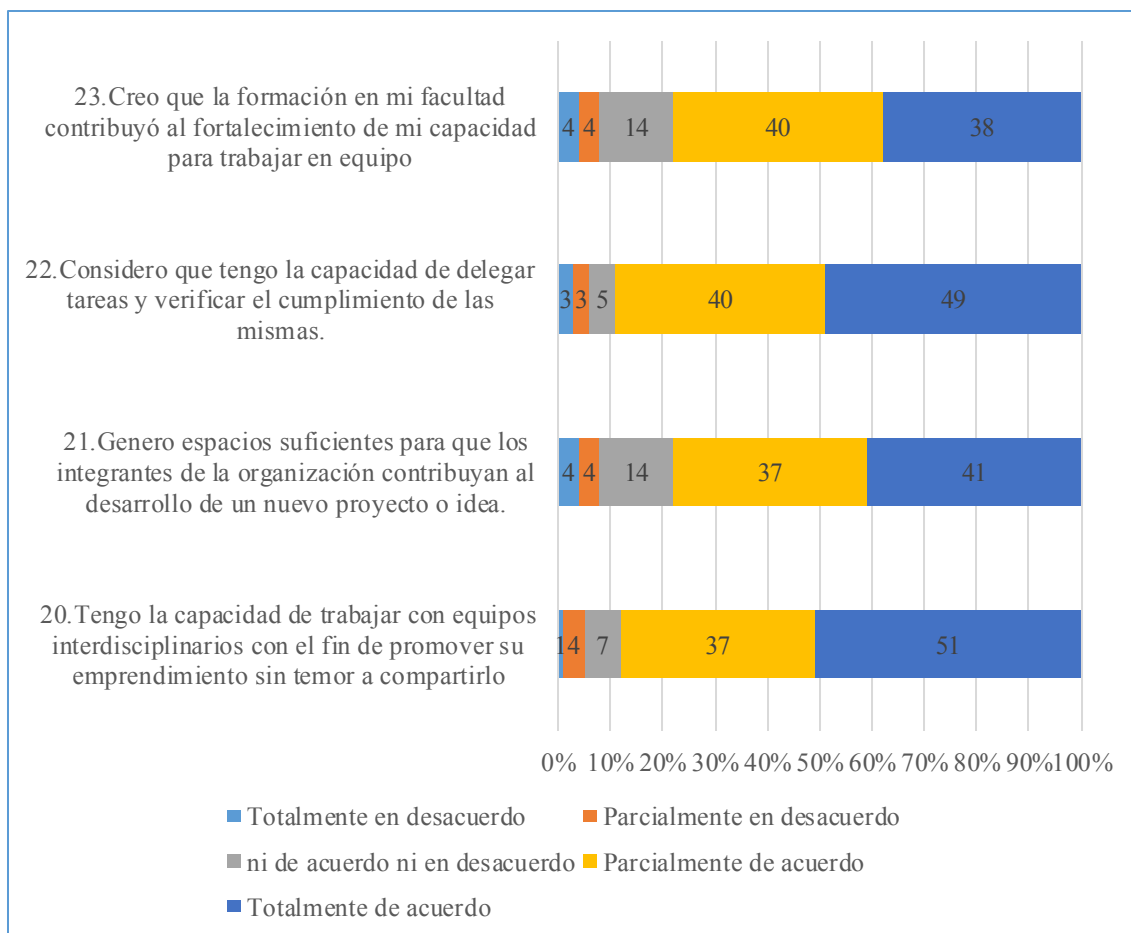
El grupo G1 muestra en las preguntas evaluadas 15, 16, 17 y 18 un alto desarrollo en el factor Liderazgo mostrando elevados porcentajes positivos en las mismas. Por otro lado, en la pregunta 19 se aprecia un alto desarrollo del factor estudiado con un porcentaje de 71%.

**Figura 32: Factor Liderazgo I1**



Respecto al factor Liderazgo el grupo II muestra dos niveles. Presenta un nivel alto en las preguntas 15 y 16. Sin embargo, muestra un nivel medio en las preguntas 17 y 18. Por otro lado, en la pregunta en la que se busca saber si la facultad contribuyó al fortalecimiento y desarrollo de su liderazgo se aprecia un nivel alto sobre el factor estudiado.

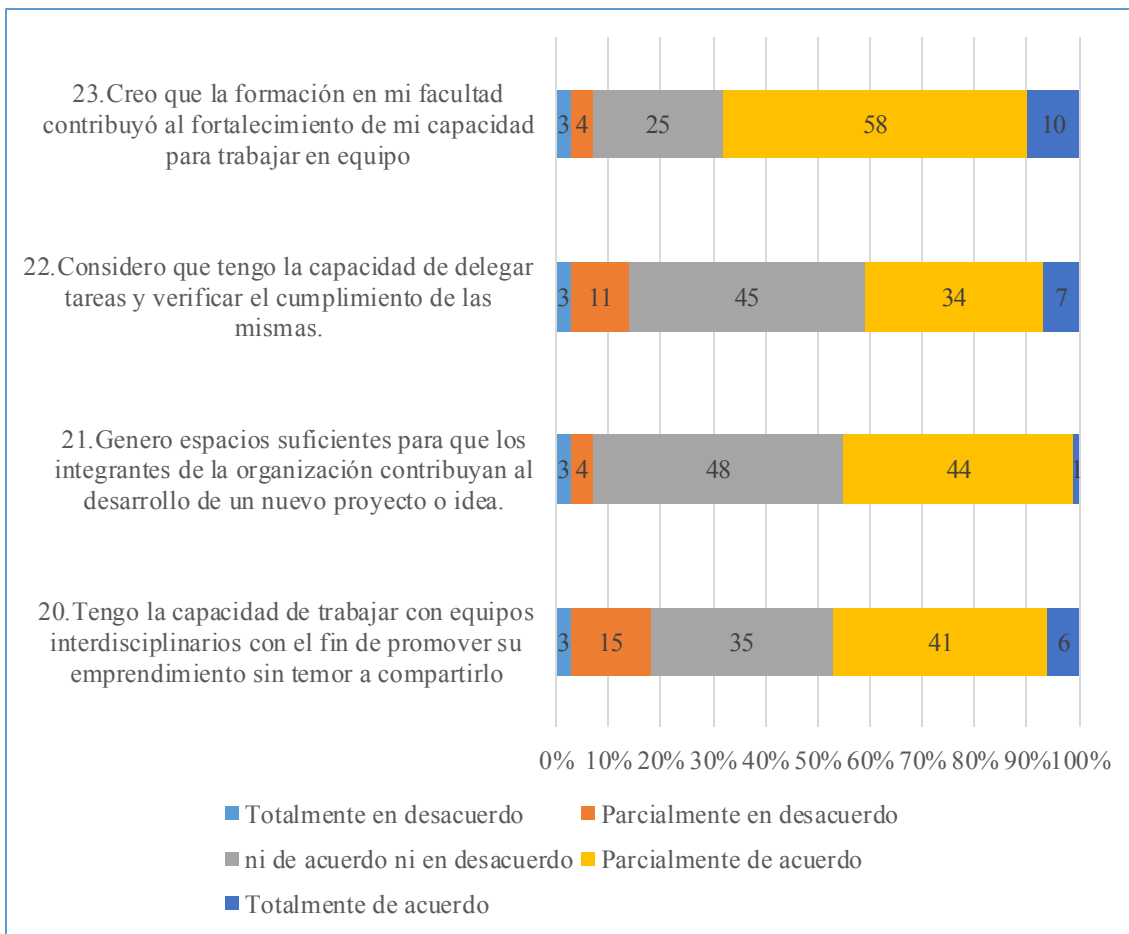
**Figura 33 Factor Trabajo en equipo G1**



El grupo G1 muestra un alto desarrollo sobre el factor Trabajo en equipo en las preguntas analizadas. Por otro lado, la pregunta que busca saber si la formación en la facultad contribuyó al fortalecimiento de la capacidad para trabajar en equipo en los estudiantes presenta un nivel alto de desarrollo sobre dicho factor.

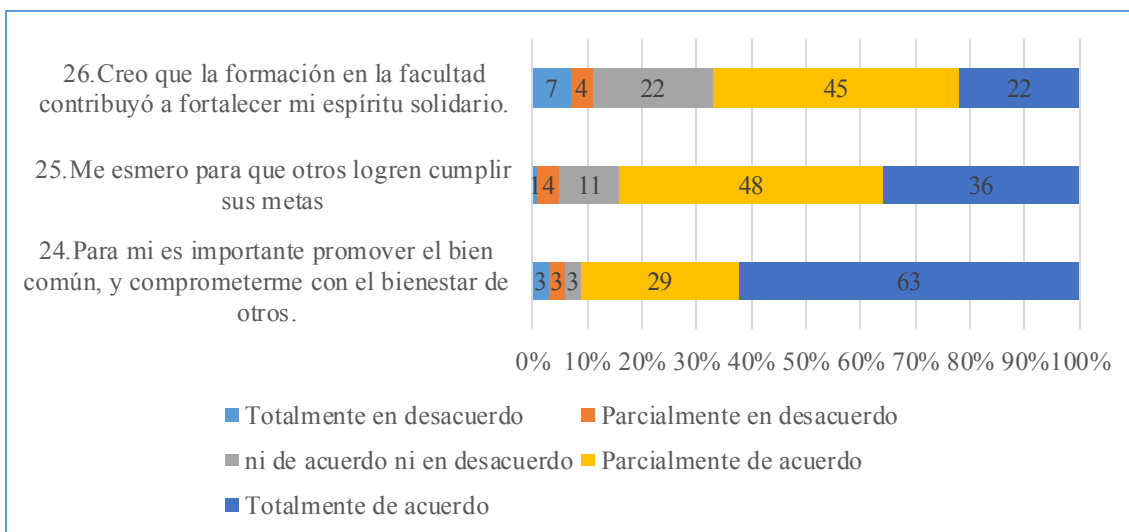


**Figura 34: Factor Trabajo en equipo I1**



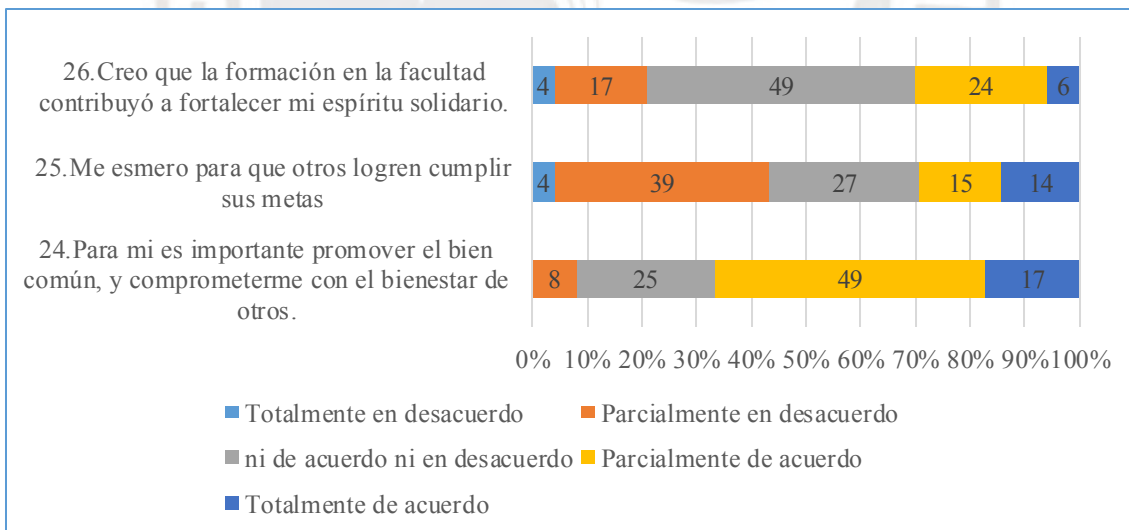
El grupo I1 muestra un nivel medio de desarrollo sobre el factor Trabajo en equipo en las preguntas 21 y 22. Sin embargo, muestra un alto desarrollo en la pregunta 20. Por otro lado, la pregunta 23 que busca saber si la facultad contribuyo al fortalecimiento para trabajar en equipo, presenta un alto desarrollo sobre el factor estudiado en un 68%.

**Figura 35: Factor Solidaridad G1**



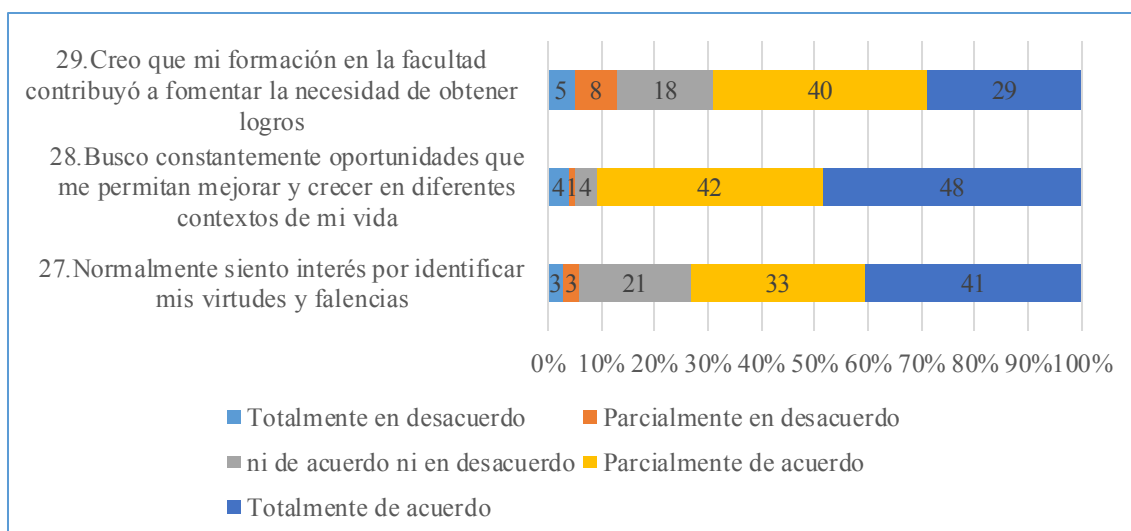
El grupo G1 presenta un alto desarrollo del factor Solidaridad en las preguntas 24 y 25 en la que se aprecia que el promover el bien común y comprometerse en el bienestar de otros, y el tener una predisposición positiva para que otros logren cumplir sus metas respectivamente. Por otro lado, el grupo presenta un alto desarrollo sobre el factor Solidaridad al considerar que la facultad contribuyó a fortalecer su espíritu solidario.

**Figura 36: Factor Solidaridad I1**



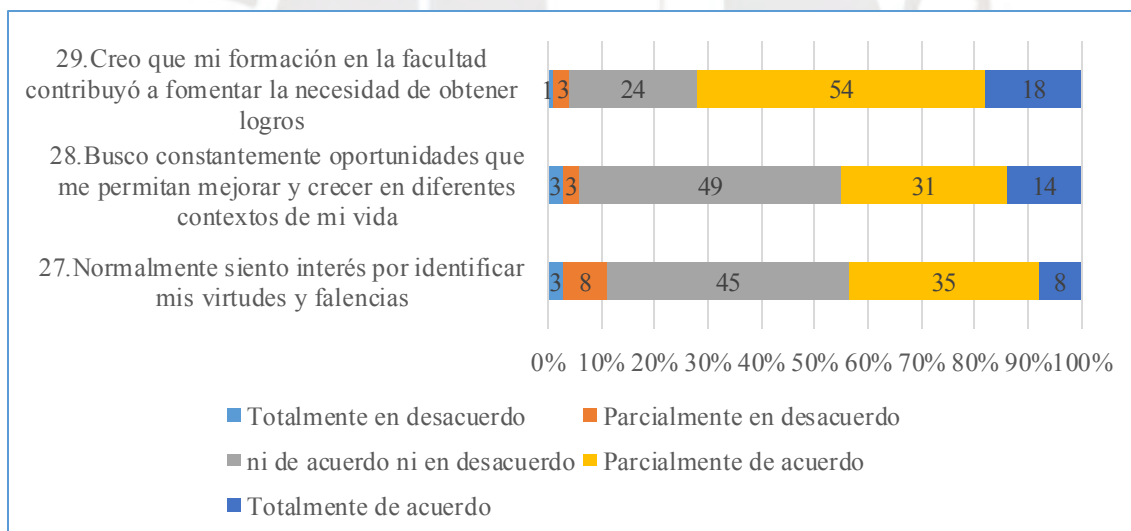
El grupo I1 muestra dos predisposiciones hacia el factor Solidaridad una positiva en la pregunta 24 y otra negativa en la pregunta 25. Por otro lado, la pregunta la que sé que busca saber si la formación en la facultad ayudo a incentivar su espíritu solidario presenta una media tasa de desarrollo respecto al factor estudiado.

**Figura 37: Factor Necesidad por el logro G1**



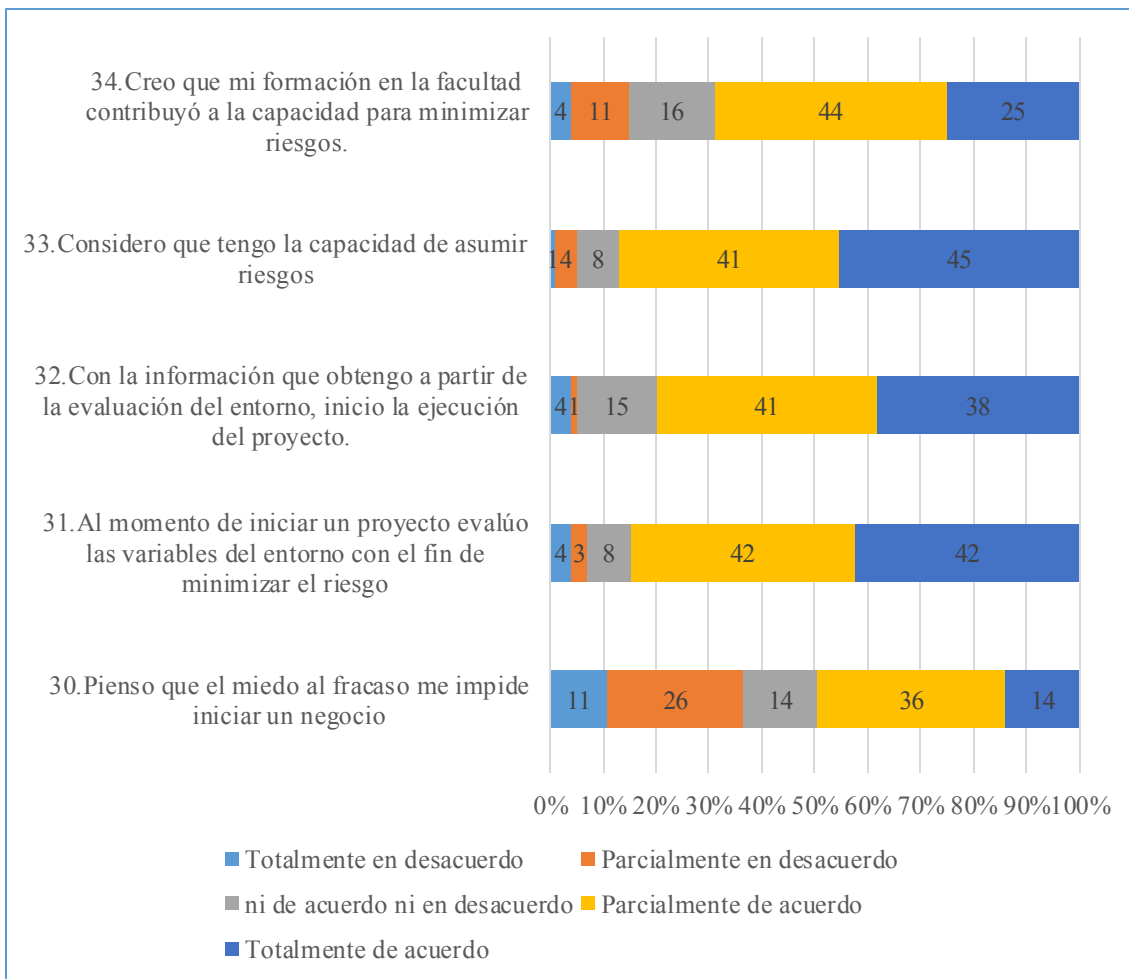
El grupo G1 presenta un alto desarrollo del factor Necesidad por el logro en las preguntas evaluadas 27 y 28. Por otro lado, la pregunta que hace referencia al impacto que tiene la facultad en el fomento de la necesidad de obtener logros prevalece una alta predisposición hacia el logro.

**Figura 38: Factor Necesidad por el logro I1**



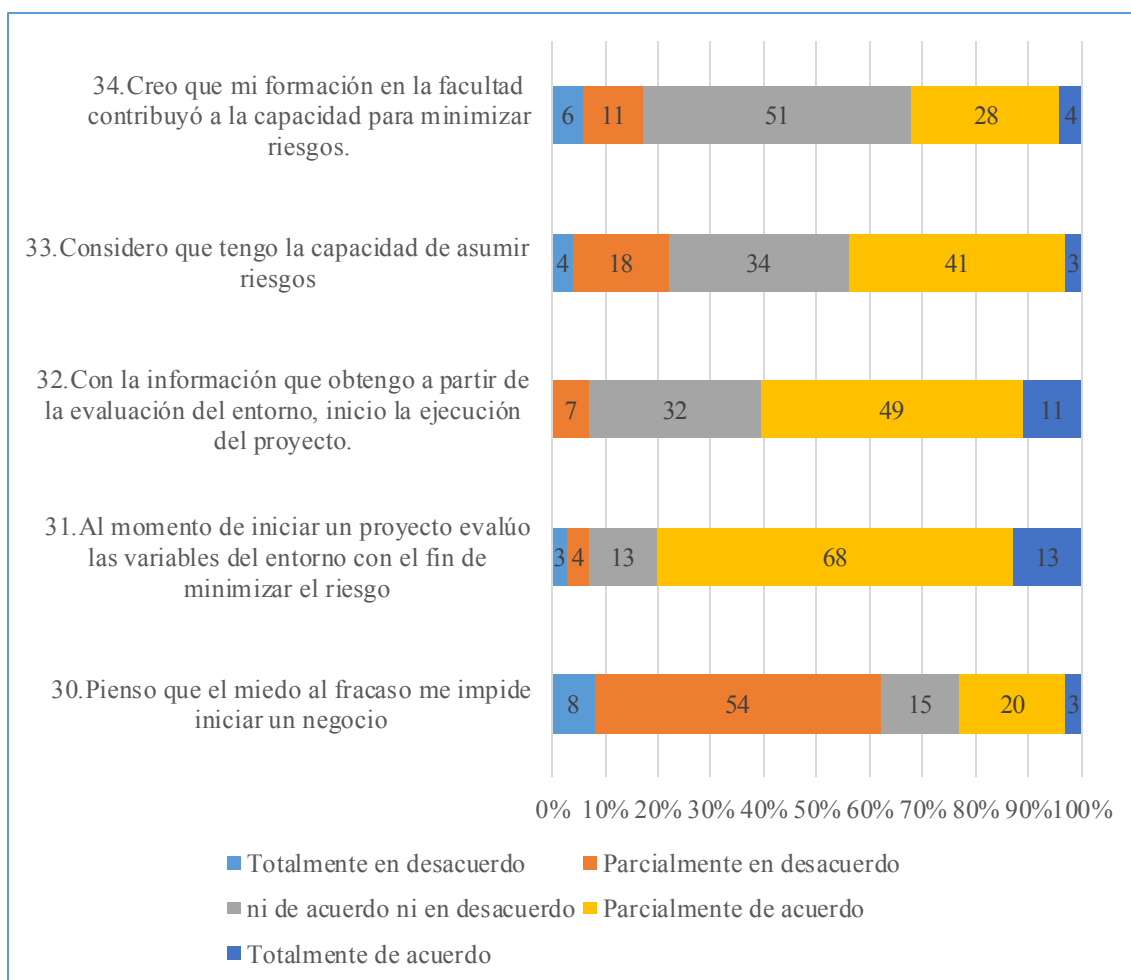
El grupo I1 prevalece un medio desarrollo hacia el factor Necesidad por el logro en las preguntas 27 y 28, aunque por muy poco margen. Por otro lado, en la pregunta 29 prevalece un alto desarrollo sobre el enunciado, sobre si la facultad contribuyo a incentivar la necesidad por obtener logros.

**Figura 39: Factor Minimización del temor al riesgo G1**



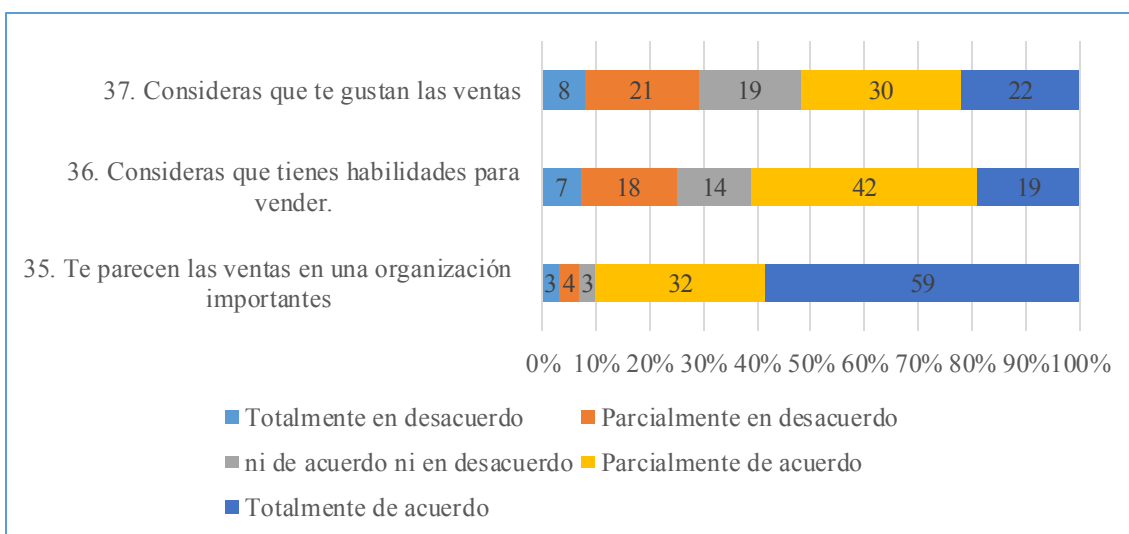
El grafico muestra en la pregunta 30 que la mayoría afirma que el miedo a fracasar en un negocio es importante al momento de emprender. Sin embargo, un 37% no considera al fracaso como obstáculo para iniciar un negocio. Por otro lado, las otras preguntas evaluadas muestran un alto desarrollo sobre el factor estudiado.

**Figura 40: Factor Minimización del temor al riesgo I1**



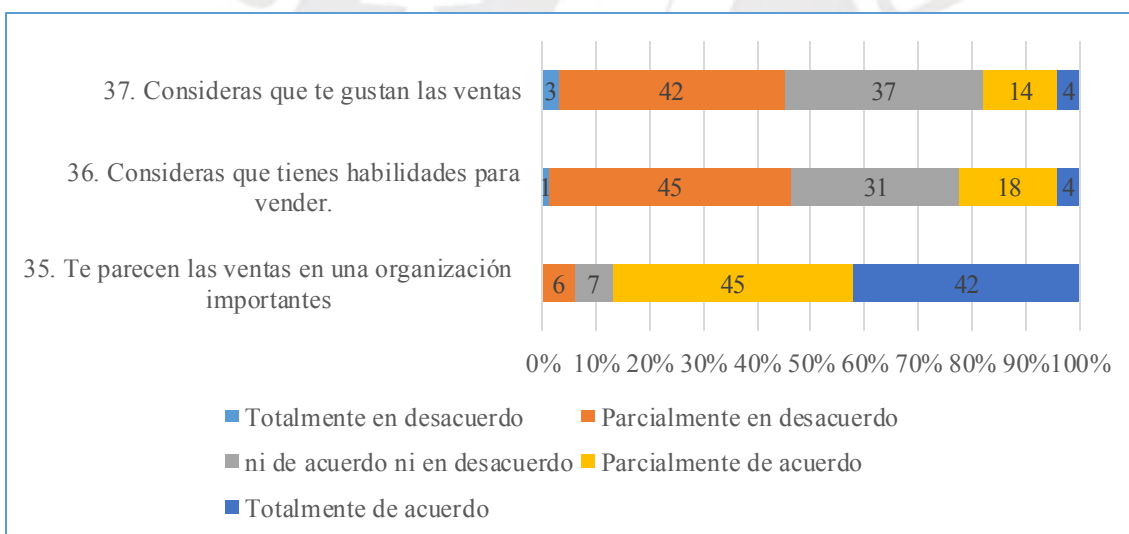
Como se aprecia en la pregunta 30 existen dos tendencias; una que considera en un 62% que el miedo al fracaso no les impide comenzar un negocio. Sin embargo, existe una parte del grupo que sí manifiesta en un nivel de 23% que el miedo al fracaso les impide emprender una organización. Por otro lado, las preguntas 31, 32, 33 muestran un alto desarrollo y en la pregunta 34 prevalece un desarrollo de nivel medio sobre si la facultad contribuyo a la capacidad de minimizar riesgos.

**Figura 41: Factor Ventas G1**



En grupo G1 presenta un nivel alto de desarrollo sobre el factor Ventas en las tres preguntas mostradas, aunque se aprecia un mayor nivel en la pregunta 35.

**Figura 42: Factor Ventas I1**



El grupo I1 presenta un alto desarrollo sobre el factor ventas en la pregunta en la que se busca saber si las ventas en una organización son importantes. Por otro lado, presenta un nivel bajo acerca de las preguntas sobre si consideran que tienen habilidades en las ventas o le gustan las mismas.

A modo de resumen, a continuación se presenta las tablas número 14 y número 15 que sintetizan los hallazgos del presente análisis para los grupos G1 e I1 respectivamente. Clasificándolos en el nivel bajo, medio y alto.

**Tabla 14: Tabla resumen del grupo G1**

|                  |                                 | Bajo | Medio | Alto |
|------------------|---------------------------------|------|-------|------|
| Personal         | Creatividad                     |      |       |      |
|                  | Autonomía                       |      |       |      |
|                  | Toma de decisiones              |      |       |      |
|                  | Responsabilidad                 |      |       |      |
| Sociales         | Liderazgo                       |      |       |      |
|                  | Trabajo en equipo               |      |       |      |
|                  | Solidaridad                     |      |       |      |
| Psicológico      | Necesidad por el logro          |      |       |      |
|                  | Minimización de temor al riesgo |      |       |      |
| Habilidad/Acción | Ventas                          |      |       |      |

Cómo se puede apreciar el grupo G1 muestra un alto desarrollo sobre las dimensiones Personal, Social, Psicológico y Habilidad/Acción.

**Tabla 15: Tabla resumen del grupo I1**

|                  |                                 | Bajo | Medio | Alto |
|------------------|---------------------------------|------|-------|------|
| Personal         | Creatividad                     |      |       |      |
|                  | Autonomía                       |      |       |      |
|                  | Toma de decisiones              |      |       |      |
|                  | Responsabilidad                 |      |       |      |
| Sociales         | Liderazgo                       |      |       |      |
|                  | Trabajo en equipo               |      |       |      |
|                  | Solidaridad                     |      |       |      |
| Psicológico      | Necesidad por el logro          |      |       |      |
|                  | Minimización de temor al riesgo |      |       |      |
| Habilidad/Acción | Ventas                          |      |       |      |

Cómo se puede apreciar el grupo I1 muestra un alto nivel de desarrollo en los factores Toma de decisiones, Responsabilidad, Liderazgo y Minimización de temor al riesgo. Adicionalmente presenta dos niveles en Autonomía (bajo y alto), en Solidaridad (los tres niveles) y en Ventas (nivel bajo).

## 2. Resultados del estudio cualitativo

Se realizó ocho entrevistas a profundidad a los estudiantes de las dos especialidades. Para ello se dividió convenientemente en dos grupos de cuatro alumnos para ser entrevistados. Todos los seleccionados son los que respondieron la encuesta aplicada anteriormente, y accedieron a profundizar en la misma mediante las entrevistas.

A continuación, se muestra los hallazgos que se encontraron en las entrevistas realizadas y su clasificación respecto a palabras o frases claves que se han encontrado en el estudio de las entrevistas a profundidad. Asimismo, cabe resaltar que se ha tomado convenientemente las características creatividad, autonomía, liderazgo, necesidad por el logro y ventas; para ser analizadas mediante las entrevistas, dada la importancia que tienen estas variables para la presente investigación.

**Tabla 16: Resultados Entrevista cualitativa**

|                |   |
|----------------|---|
| Creatividad II | 1.- Respecto a cuál es el motivo por el que se sienten capaz de crear ideas originales y diferentes. La mayoría mostro tener una percepción personal negativa sobre la creatividad. Por otro lado, hubo una persona que manifestó que el entorno familiar sí incentivo su creatividad.  |
|                | 2.- En la pregunta en la que se busca saber si la formación en la facultad aporta a la creatividad; la gran mayoría afirma que su formación no aporta a la misma. Sin embargo, cabe resaltar que hubo quien afirmo que en los trabajos grupales de los cursos sí se incentiva la creatividad.   |
| Creatividad GI | 1.-Respecto a cuál es el motivo por el que se sienten capaz de crear ideas originales y diferentes. Todos los entrevistados afirman tener una mayor predisposición personal a ser creativo, como el proponer nuevas acciones en determinadas circunstancias.  |
|                | 2.- En la pregunta en la que se busca saber por qué la formación en la facultad aporta al desarrollo de la creatividad; la mayoría manifiesta que los cursos que se enseñan como marketing, planeamiento, estrategias son los que incentivan a ser creativo en la facultad.   |
| Autonomía II   | 1.-Respecto a la pregunta de si realizar emprendimientos permite el reconocimiento de sus capacidades. Dos alumnos afirman que el emprendimiento sí reconoce sus capacidades. Adicionalmente, un alumno afirma lo mismo, Sin embargo, en este momento le resulta difícil por el riesgo y el tiempo invertido. Por otro lado, un alumno considera que existe una relación negativa entre el emprendimiento y el reconocimiento de sus habilidades. |
|                | 2.- Los entrevistados consideran que la formación en su facultad no contribuyo al fortalecimiento de su autonomía debido a que existe una baja exposición de la misma en las clases.  |
| Autonomía GI   | 1.-Respecto a la pregunta de si realizar emprendimientos permite el reconocimiento de sus capacidades. La mayoría afirma que ejecutar acciones de emprendimiento permite el reconocimiento de sus capacidades; ya que consideran que existe una relación positiva entre el emprendimiento y esta última. Afirman que la carrera de Gestión se relaciona con emprender un negocio.   |
|                | 2.- La mayoría de los entrevistados considera que la formación en su facultad sí contribuyo al fortalecimiento de su autonomía. Afirman que los conocimientos impartidos en clase ayudan a que ellos puedan emprender un negocio. Por otro lado, un entrevistado manifiesta que existe una baja exposición a la autonomía profesional en las aulas.   |



|                           |   |
|---------------------------|---|
| Liderazgo II              | <p>1.-Dos alumnos consideran que tienen habilidad para generar nuevas iniciativas en otros cuando trabajan en grupos. Adicionalmente, uno manifiesta que las actividades extracurriculares son las que han incentivado su habilidad para desarrollar nuevas iniciativas. Por otro lado, hubo quien presenta tener baja tendencia a generar nuevas iniciativas en otros.</p> <p>2.- Los alumnos consideran que la formación en su especialidad contribuyó a su liderazgo positivamente, un alumno afirma que los profesores los incentivan a ser líderes en las organizaciones en donde trabajen. Además, dos alumnos afirman que en los trabajos grupales es donde se incentiva el liderazgo y otro alumno destaca otras actividades extra-curriculares. .</p>  |
| Liderazgo GI              | <p>1.-La mayoría de entrevistados consideran que tienen la habilidad para generar nuevas iniciativas cuando trabajan en grupos, debido a una predisposición personal a delegar tareas. Por otro lado, un entrevistado muestra no tener una predisposición para generar iniciativas en otros.</p> <p>2.-Dos alumnos manifiestan que las clases de liderazgo no son efectivas, y uno de los mismos afirma que la actividad extracurricular de pertenecer a un centro federado fue lo que realmente incentivo su liderazgo. Por otro lado, otros dos entrevistados manifiestan que los trabajos grupales y la exposición de la teoría en clase son los que si incentivaron su liderazgo.</p>   |
| Necesidad por el logro II | <p>1.- En la pregunta en la que se busca saber el motivo por el cual los alumnos afirman que buscan oportunidades para mejorar y crecer en su vida; se aprecia que dos alumnos muestran tener una predisposición positiva en la búsqueda de oportunidades; Asimismo, un alumno afirma mostrar una relación positiva en tratar de realizar retos con los logros. Por último, un alumno muestra que las actividades extracurriculares en las que se involucra, están relacionadas con la búsqueda de oportunidades para mejorar.</p> <p>2.-Tres alumnos entrevistados afirman que la formación en la especialidad contribuyo a lograr objetivos. Como el estudiar en la PUCP significa el obtener un logro para ellos. Adicionalmente, un alumno manifiesta que la exigencia académica y la selectividad significan para él un logro.</p> |
| Necesidad por el logro GI | <p>1.-Todos los entrevistados muestran una predisposición positiva de búsqueda de oportunidades para mejorar y crecer en su vida. Incluso uno de ellos, muestra que realizar actividades extracurriculares está relacionada con el logro.</p> <p>2.-Los alumnos muestran que la formación en su carrera contribuyo a lograr objetivos. Tres estudiantes consideran que el avanzar en los ciclos académicos de su especialidad como un logro. Además, un estudiante manifiesta que el entorno de la universidad es propicio para lograr objetivos, como el apreciar que ciertos compañeros de estudio destacan profesionalmente en otras organizaciones.</p>   |
| Ventas II                 | <p>1.-Respecto a la pregunta en la que busca saber el motivo por el que los alumnos tenían habilidades para vender, la mayoría respondió que no tenía habilidades, ya que no había vendido antes. Sin embargo, un entrevistado afirmo que si tenía habilidades ya que había trabajado en ventas en la empresa familiar.</p>   |
| Ventas GI                 | <p>1.-Respecto a la pregunta en la que se busca saber cuál es el motivo por el que cual los alumnos tienen habilidades para las ventas; dos alumnos mencionan que tienen las competencias para vender y otro alumno que tiene experiencia. Por otro lado, un alumno afirma que no ha trabajado en ventas anteriormente, por ende, no considera que tiene sus habilidades desarrolladas.</p>   |

## CAPÍTULO 6: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 1. Conclusiones

Luego de haber realizado el presente estudio se puede enunciar que la pregunta de investigación fue contestada por los descubrimientos hallados. En este sentido, se presentan las conclusiones del enfoque cuantitativo, enfocándose primordialmente en las características Personales, Sociales, Psicológicas y Habilidad Acción; adicionalmente, se presentan las conclusiones del enfoque cualitativo, enfocado en el factor Creatividad, Autonomía, Liderazgo, Necesidad por el logro y Ventas. Por otro lado, se muestra la predisposición que tienen los dos grupos I1 y G1 a la fundación de una empresa.

El grupo G1 presenta las siguientes conclusiones en el enfoque cuantitativo:

- El grupo G1 muestra tener una alta predisposición a fundar una empresa. Esto concuerda con lo planteado por José María Veciana Vergés (2006 citado en Fuentes, Saco y Sánchez, 2011) el cual afirma que las carreras ProCE tienen un mayor potencial para realizar emprendimientos respecto a las carreras NoproCE.
- La dimensión Personal, muestran un alto nivel de desarrollo en la competencia Creativa, en la Autonomía, en la amplitud para Tomar decisiones y en una conducta Responsable como base primordial para realizar emprendimientos.
- La dimensión Social, muestra un alto nivel de desarrollo en los factores Liderazgo, Trabajo en equipo y Solidaridad.
- La dimensión Psicológica, muestra un alto nivel de desarrollo en los factores Necesidad por el logro y Minimización de temor al riesgo.
- La dimensión Habilidad/ Acción muestra un alto nivel de desarrollo en el factor Ventas.

El grupo I1 presenta las siguientes conclusiones en el enfoque cuantitativo:

- El grupo I1 muestra tener una alta predisposición a fundar una empresa. Esto concuerda con lo planteado por José María Veciana Vergés (2006 citado en Fuentes, Saco y Sánchez, 2011) el cual afirma que las carreras ProCE tienen un mayor potencial para realizar emprendimientos respecto a las carreras NoproCE.
- La dimensión Personal, muestra un alto nivel de desarrollo en el factor Toma de decisiones y el factor Responsabilidad; adicionalmente muestra un nivel medio de

desarrollo en el factor Creatividad y en Autonomía un nivel alto ( aspecto interno) y bajo (aspecto externo).

- La dimensión Social, muestra un alto nivel de desarrollo en el factor Liderazgo; en el factor Trabajo en equipo muestra un nivel alto y medio de desarrollo; y en el factor Solidaridad se presentan los tres niveles de desarrollo en sus tres preguntas.
- La Dimensión Psicológica, muestra un nivel alto de desarrollo en el factor Minimización del temor al riesgo y en el factor Necesidad por el logro un nivel medio ( aspecto interno).
- La dimensión Habilidad/ Acción en el factor Ventas muestra un nivel bajo de desarrollo.

El enfoque cualitativo realizado a ocho estudiantes de los dos grupos antes mencionados, cuatro por cada grupo, muestra los siguiente:

Por un lado, los entrevistados del grupo I1 muestran en mayoría no considerarse personas creativas en gran magnitud. Adicionalmente, la mayoría afirma que su formación no aporta a desarrollar su propia creatividad. Por otro lado, los entrevistados del grupo G1 afirman tener una predisposición personal a ser creativos y que son los cursos, brindados en su especialidad, como marketing, planeamiento, estrategias, los que incentivan la creatividad.

Los entrevistados del grupo I1 consideran, en el factor autonomía, que realizar emprendimientos sí reconoce sus capacidades; sin embargo, existe una baja exposición a la misma en las clases. Por otro lado, los entrevistados de G1 afirman que ejecutar emprendimientos sí reconoce sus capacidades, ya que la carrera se relaciona con emprender. Adicionalmente, la mayoría de entrevistados sí considera que los conocimientos impartidos en clase ayudan a emprender un negocio.

Por un lado, los entrevistados del grupo I1 afirman que los trabajos grupales y las actividades extracurriculares incentivan el liderazgo. Adicionalmente, los profesores manifiestan que deben liderar organizaciones. Por otro lado, los entrevistados del grupo G1 manifiestan que les gusta delegar tareas. Sin embargo, se afirma que las clases de liderazgo no son efectivas, uno de ellos considera que la actividad extracurricular de pertenecer a un centro federado le permitió incentivar su liderazgo y otro hace referencia de forma positiva a los trabajos grupales.

En la necesidad por el logro, los entrevistados de I1 manifiestan tener una predisposición positiva en la búsqueda de oportunidades, otro hace referencia positiva a los logros con realizar retos, así como las actividades extracurriculares son señaladas como búsqueda de oportunidades. Adicionalmente, los alumnos afirman que el hecho de estudiar en la universidad , ya de por sí es

un logro , además de aprobar los cursos. Por otro lado, los entrevistados del grupo G1 afirman que tienen una predisposición positiva para mejorar en la vida. Adicionalmente, los entrevistados afirman que el aprobar los cursos son considerados como logros y existe un entorno positivo dentro de la universidad.

Los entrevistados del grupo I1 muestran en su mayoría no haber desarrollado habilidades para vender. Por otro lado, los entrevistados del grupo G1 sí manifiestan tener habilidades para las ventas., como competencias y experiencia.

## **2. Recomendaciones**

Luego de hacer el análisis de la información y las conclusiones respectivas, se muestran a continuación las recomendaciones del presente estudio.

### **2.1. Enseñanza intracurricular**

En el grupo I1 se recomienda introducir una serie de cursos en secuencia en la malla curricular de forma obligatoria en los que se incentive el emprendimiento, debido a que los cursos que se imparten en dicha especialidad relacionados con el emprendimiento, son en su mayoría cursos electivos. En estos cursos se deben desarrollar los factores antes analizados en este estudio como Liderazgo, Toma de decisiones, Minimización del riesgo, Necesidad por el logro, entre otros. Sobre todo, aquellos que presentan un nivel medio y bajo de desarrollo sobre el emprendimiento como Creatividad, Autonomía, Solidaridad y Ventas.

Por otro lado, en el grupo G1, dado que la nueva malla curricular ya incentiva competencias emprendedoras. Se plantea que pueda crearse una nueva mención de estudio, a las ya existentes. Esta mención tendrá como objetivo final consolidar la enseñanza del emprendimiento.

Asimismo, la secuencia de cursos que se debe impartir debe tomar como modelo la enseñanza del emprendimiento de centros de estudios destacados en la materia. Tales como Babson College, Universidad de Aalto, Universidad de Mondragón, entre otras. En este sentido, las universidades americanas basan la enseñanza del emprendimiento bajo la metodología del *aprendizaje vivencial* (experiencial learning). El cual no se imparte en la especialidad del grupo I1 de forma intracurricular; lo más cercano a este tipo de enseñanza son E-quipu y Laboratorio de Emprendimientos, pero estos son actividades extracurriculares en la PUCP.

Al respecto, en la Universidad Nacional de Singapur se realizó un estudio para determinar si los programas de enseñanza sobre el emprendimiento influyen en el comportamiento emprendedor de los estudiantes. Los resultados señalan que la participación en los programas universitarios sobre emprendimiento, especialmente los programas de *aprendizaje vivencial*

generan una influencia positiva de gran magnitud en el compromiso emprendedor de los alumnos, en comparación con los programas típicos basados en la enseñanza en el salón de clase. Este estudio apoya el llamado a desarrollar programas experimentales prácticos como una forma más efectiva para que los centros de enseñanza contribuyan al comportamiento emprendedor de los estudiantes y fomenten la generación de nuevas organizaciones en el entorno universitario (Ping, Chin y Kam, 2014).

En este sentido, en la Universidad Jenderal Soedirman de Indonesia se demostró la eficacia de la enseñanza del aprendizaje vivencial (experiencial learning) al lograr mejorar las habilidades blandas (soft skills) necesarias para realizar emprendimientos en los estudiantes de dicha casa de estudios (Rifda, Dinanti y Krisnaesanti, 2016). Este hallazgo resulta importante, ya que la presente tesis se basa en la descripción de los factores que son necesarios para realizar emprendimientos; asimismo, estos factores entran en la clasificación de habilidades blandas, incluso el estudio en la Universidad Jenderal Soedirman utiliza algunos factores que son analizados en la presente tesis, como Minimización de toma de riesgos y Liderazgo.

Por tanto, la enseñanza del emprendimiento mediante una serie de cursos de experiencial learning genera dos efectos; en primer lugar, el desarrollo de los conocimientos para realizar un emprendimiento dentro o fuera del entorno universitario; en segundo lugar, el desarrollo de las habilidades blandas necesarias en un entorno profesional competitivo. Sobre esta última información, el Proyecto Hamilton señala que las habilidades blandas son importantes para el mercado laboral debido a que los trabajos actuales exigen más habilidades blandas que en el pasado, el mercado laboral premia cada vez más las competencias blandas, incluso es más probable que tengan un empleo de tiempo completo. Aquellas personas que tienen menos habilidades blandas se están quedando rezagadas respecto a los que si las tienen (Whitmore, Nunn, Bauer, Mumford, y Breitwieser, 2016).

## **2.2. Enseñanza extracurricular**

Se debe incentivar el emprendimiento mediante actividades extracurriculares, ya que se aprecia en las entrevistas que los alumnos que pertenecen a una organización que tiene un modelo de enseñanza validado muestran mayor predisposición sobre factores que incentivan el emprendimiento.

En este sentido, organizaciones como AIESEC, SEDIPRO, Los Centros Federados Estudiantiles; entre otros, se convierten en semilleros de personas que muestran predisposición sobre el emprendimiento, ya que los alumnos pertenecientes a estas van a desarrollar habilidades blandas.

Para concluir, si lo que se busca es desarrollar un ecosistema universitario emprendedor, el emprendimiento en la universidad debe trascender a nivel intracurricular y extracurricular. En este sentido, la universidad como tal, no puede ser una organización en la que solo se transmita el conocimiento, sino debe ser generadora de riqueza como órgano fundamental en el ecosistema emprendedor del país.



## REFERENCIAS

- Aalto University. (2018). *Aalto University*. Recuperado de <http://www.aalto.fi/en/>
- Alonso, M. J. y Galve, C. (2008). El emprendedor y la empresa: una revisión teórica de los determinantes de su constitución. *Acciones e investigaciones sociales*(26), 5-44. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2975142>
- Andrade, J., Ares, J., Suarez, S., & Giret, A. (2013). Implementation Challenges for Supporting Coworking Virtual Enterprises. *10th International Conference on e-Business Engineering e-Business Engineering (ICEBE)* (pp. 9-16). La Coruña: IEEE. doi:10.1109/ICEBE.2013.2
- Antonicic, B. & Hisrich, R. D. (2003). Clarifying the intrapreneurship concept. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 10(1), 7-24. Recuperado de <http://www.emeraldinsight.com/doi/full/10.1108/14626000310461187>
- Bartesaghi, A., Silveira, S. M., Lasio, M. V., Varela, R., Veiga, L., Kew, P., y Herrington, M. (2015). *GEM América Latina y el Caribe*. Recuperado de <http://www.gemconsortium.org/report>
- Bergman, H., Mueller, S., & Schrettle, T. (2014). The use of global entrepreneurship monitor data in academic research: a critical inventory and future potentials. *International Journal of Entrepreneurial Venturing*, 6(3), 1-43. Recuperado de <http://eds.b.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=1&sid=fe77d688-414f-4ae3-8581-922a31c9d937%40sessionmgr120&bdata=Jmxhbm9ZXMmc210ZT1lZHMtbG12ZSZzY29wZT1zaXRl#AN=ejs33736663&db=edo>
- Bilbao, A. y Pachano, S. (2002). *Rasgos y actitudes de los emprendedores*. Caracas: Corporación Andina de Fomento. Recuperado de [https://sites.hks.harvard.edu/cid/archive/andes/documents/workingpapers/razgosyactitudes/razgos\\_actitudes\\_venezuela\\_competitiva.pdf](https://sites.hks.harvard.edu/cid/archive/andes/documents/workingpapers/razgosyactitudes/razgos_actitudes_venezuela_competitiva.pdf)
- Bonilla, R. F. y García, J. O. (2014). *Caracterización del perfil emprendedor en graduados de la maestría en administración de negocios: Un análisis Empírico en la ciudad de Manizales*. Recuperado de <http://repositorio.autonoma.edu.co/jspui/handle/11182/495>
- Branson, R. (1986). Reflections of a risk-taker. *McKinsey Quarterly*, 13-18. Recuperado de <http://eds.a.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=0&sid=16a6db74-a9a9-4521-846a->

5089b47423f3%40sessionmgr4010&bdata=Jmxhbm9ZXMmc210ZT1lZHMtbG12ZSZ  
zY29wZT1zaXR#AN=6966894&db=bth

- Brunet, I. y Alarcón, A. (2004). Teorías sobre la figura del emprendedor. *Papers : revista de sociologia*(73), 81-103. Recuperado de <https://ddd.uab.cat/record/482>
- Brush, C. G., Greene, P. G., & Strimaitis, J. (2014). Entrepreneurship at Babson College: curricular, co-curricular and executive programs. En M. H. Morris, *Annal of entrepreneurship education and pedagogy* (pp. 314-323). Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited.
- Bucardo, M. A., Saavedra, M. L., y Camarena, M. E. (2015). Hacia una comprensión de los conceptos de emprendedores y empresarios. *Suma de Negocios*, 6(13), 98-107. Recuperado de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2215910X15000154>
- Bull, I. & Willard, G. E. (1993). Towards a theory of entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 8(3), 183-195. Recuperado de <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/0883902693900262>
- Cancino, C. y Morales, M. (2008). *Responsabilidad social empresarial*. Universidad de Chile. Santiago: Departamento Control de Gestión y Sistemas de Información. Recuperado de [http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/122747/Cancino\\_Morales\\_2008.pdf](http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/122747/Cancino_Morales_2008.pdf)
- Cardenas, P., Morales, J., Cardenas, D. M., & Ramírez, L. (2015). Papel de la educación superior en los procesos de formación en emprendimiento, *Sinapsis*, 7(7), 85-99. Recuperado de <http://www.eam.edu.co/ojs-2.4.2/index.php/prueba/article/view/126>
- Carter, N. M., Gartner, W. B., Shaver, K. G., & Gatewood, E. J. (2003). The career reasons of nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 18(1), 13-39. Recuperado de <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0883902602000782>
- Castellanos, O. F., Chávez, R. D., y Jiménez, C. N. (2003). Propuesta de formación en liderazgo y emprendimiento. *INNOVAR, revista de ciencias administrativas y sociales*.(22), 145-156. Recuperado de <http://revistas.unal.edu.co/index.php/innovar/article/view/25022/25553>
- Castillo, A. (1999). Estado del arte en la enseñanza del emprendimiento. *First Public Inc*. Recuperado de [ftp://ftp.ucauca.edu.co/Facultades/FIET/Materias/Gestion\\_tecnologica/2005/Clase%2012/Emprendimiento.pdf](ftp://ftp.ucauca.edu.co/Facultades/FIET/Materias/Gestion_tecnologica/2005/Clase%2012/Emprendimiento.pdf)



- Chinsomboon, O. M. (2000). Incubators in the new economy. ( Tesis de Maestría, Massachusetts Institute of Technology, Colorado, Estados Unidos). Recuperado de <https://dspace.mit.edu/bitstream/handle/1721.1/9258/45577317-MIT.pdf?sequence=2>
- CIDE. (2017). Centro de Innovación y Desarrollo emprendedor. Recuperado de <http://cide.pucp.edu.pe/index.php?pg=cide>
- Comisión de las Comunidades Europeas. (2003). El espíritu empresarial en Europa. Recuperado de <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52003DC0027&from=ES>
- Comstock, N. W. (2016). Critical Skills: Leadership. Recuperado de <http://eds.a.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=0&sid=f36053a2-d896-4e73-b848-627afa0a7a55%40sessionmgr4010&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1lZHMtbGl2ZSZzY29wZT1zaXRl#AN=98402056&db=ers>
- Conor, N. (2014). ¿Eres emprendedor o eres empresario? *IEEM Revista de Negocios*, 42-43. Recuperado de <http://eds.b.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=0&sid=bd33529f-a1fa-4525-b291-a75059ff6032%40sessionmgr103&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1lZHMtbGl2ZSZzY29wZT1zaXRl#AN=110462160&db=a9h>
- de Pablo, I., Santos, B., y Bueno, Y. (2017). *researchgate*. Recuperado de [https://www.researchgate.net/publication/228887248\\_LAS\\_DIMENSIONES\\_DEL\\_PERFIL\\_DEL\\_EMPRENDEDOR\\_CONTRASTE\\_EMPIRICO\\_CON\\_EMPRENDEDOR\\_ES\\_DE\\_EXITO](https://www.researchgate.net/publication/228887248_LAS_DIMENSIONES_DEL_PERFIL_DEL_EMPRENDEDOR_CONTRASTE_EMPIRICO_CON_EMPRENDEDOR_ES_DE_EXITO)
- Deeb, G. (2014). The 4 Types Of Entrepreneurs . Which Are You? *Forbes*. Recuperado de <https://www.forbes.com/sites/georgedeeb/2014/11/07/the-4-types-of-entrepreneurs-which-type-are-you/#572375103e9e>
- Dehghanzadeh, M. R., Kholasehzadeh, G., Birjandi, M., Antikchi, E., Sobhan, M., & Neamatzadeh, H. (2016). Entrepreneurship Psychological Characteristics of Nurses. *Acta Medica Iranica*, 54(9), 595-599. Recuperado de <http://eds.b.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=0&sid=c1db35cf-a4ab-4289-8096-4a3f2fa4a56d%40sessionmgr102&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1lZHMtbGl2ZSZzY29wZT1zaXRl#AN=118740592&db=a9h>
- Endeavor Chile. (2017). *Endeavor Chile*. Recuperado de <http://www.endeavor.cl/categoria-inspirate/categoria-blog/estudio-indice-de-condiciones-sistemicas-para-el-emprendimiento-dinamico/>

- Ensley, M. D., Pearce, C. L., & Hmieleski, K. M. (2006). The moderating effect of environmental dynamism on the relationship between entrepreneur leadership behavior and new venture performance. *Journal of Business Venturing*, 21(2), 243-263. Recuperado de <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0883902605000418>
- Entrialgo, M., Fernández, E., y Vásquez, C. J. (1998). Características Psicológicas y Proceso: El papel del comportamiento emprendedor en la pyme española. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 4(3), 57-72. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=187760>
- Equipu. (2017). *e-quipu*. Recuperado de <https://www.e-quipu.pe>
- Esan . (2017). Graduate School of Business. Recuperado de <https://www.esan.edu.pe/sala-de-prensa/2017/04/peru-ocupa-cuarto-lugar-en-emprendimiento-en-latinoamerica/>
- Estrada, F. (2007). Herbert A. Simon y la economía organizacional. *Cuadernos de Economía*, 26(46), 169-199. Recuperado de <http://eds.a.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=0&sid=f377bb2f-9b55-4a7e-bddd-f11d79ea57de%40sessionmgr4010&bdata=Jmxhbm9ZXMmc2l0ZT1lZHMtbG12ZSZzY29wZT1zaXRl#AN=edsdoj.9752eb6a8e344c01806c3883d429ae8f&db=edsdoj>
- Evans, D. S. & Leighton, L. S. (1989). Some Empirical Aspects of Entrepreneurship. *The American Economic Review*, 79(3), 519-535. Recuperado de <http://eds.a.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=1&sid=4e38775e-7553-4067-b43e-a0ede47f2240%40sessionmgr4006&bdata=Jmxhbm9ZXMmc2l0ZT1lZHMtbG12ZSZzY29wZT1zaXRl#AN=edsjsr.1806861&db=edsjsr>
- Fab Foundation (2017). *Fabfoundation.org*. Recuperado de <http://fabfoundation.org/index.php/what-is-a-fab-lab/index.html>
- Facultad de Ciencias e Ingeniería. (2018). *PUCP*. Recuperado de <http://facultad.pucp.edu.pe/ingenieria/carreras/ingenieria-industrial/plan-de-estudios/>
- Facultad de Gestión y Alta Dirección. (2018). *Facultad de Gestión y Alta Dirección*. Recuperado de <http://facultad.pucp.edu.pe/gestion-direccion/carrera/carrera-de-gestion/plan-de-estudios/>
- Forbes. (2017). *Forbes*. Recuperado de <https://www.forbes.com/profile/richard-branson/>
- Fuentes, F. J., Saco, F. J., y Sánchez, S. (2011). *Estudio sobre el Perfil Emprendedor en el Alumnado Universitario de Cordova*. Cordova: Servicio Publicaciones Universidad de Cordova. Recuperado de <http://helvia.uco.es/xmlui/handle/10396/14156>

- García-Marzá, D. (2007). Responsabilidad social de la empresa: una aproximación desde la ética empresarial. *Veritas: revista de filosofía y teología*, 2(17), 183-204. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2471546>
- Gartner, W. B. (1985). A Conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Creation. *Academy of Management Review*, 10(4), 697-704. Recuperado de <http://eds.b.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=0&sid=e7b35c3e-2129-4376-b392-54c6a76589fb%40sessionmgr103&bdata=Jmxhbm9ZXMmc2l0ZT1lZHMtbG12ZSZzY29wZT1zaXRl#db=bth&AN=4279094>
- Gartner, W. B. (1989). "Who Is an Entrepreneur?" Is the Wrong Question. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 47-68. Recuperado de <http://eds.b.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=2&sid=b2ef28c3-72b2-4932-8abb-44a0aa8f4cee%40sessionmgr102&bdata=Jmxhbm9ZXMmc2l0ZT1lZHMtbG12ZSZzY29wZT1zaXRl#db=bth&AN=5331834>
- Global Entrepreneurship Monitor. (2017). *GEM Consortium*. Recuperado de <http://www.gemconsortium.org/data/key-aps>
- Gnyawali, D. R., & Fogel, D. S. (1994). Environments for entrepreneurship development: Key Dimensions and Research Implications. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 18(4), 43-62. Recuperado de [https://www.researchgate.net/publication/263733348\\_Environment\\_for\\_Entrepreneurship\\_Development\\_Key\\_Dimensions\\_and\\_Research\\_Implications](https://www.researchgate.net/publication/263733348_Environment_for_Entrepreneurship_Development_Key_Dimensions_and_Research_Implications)
- González, A. (1986). La motivación de lograr en el crecimiento económico [ resumen]. Lima, Lima, Perú: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Gordon, E., Natarajan, K., & Arora, A. (2009). *Entrepreneurship Development*. Mumbai: Himalaya Publishing House. Recuperado de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibpucp-ebooks/reader.action?docID=587950>
- Guariglia, O. (1999). Identidad, autonomía y concepciones de la buena vida. *Isegoría*, 0(20), 17-29. Recuperado de <http://eds.a.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=2&sid=37dc6d74-9d2a-47b3-9922-b41957db3d18%40sessionmgr4007&bdata=Jmxhbm9ZXMmc2l0ZT1lZHMtbG12ZSZzY29wZT1zaXRl#AN=edsdoj.bc6be24374634e6f84eb8921bbace3b8&db=edsdoj>
- Hansemark, O. C. (1998). "The effects of an entrepreneurship programme on Need for Achievement and Locus of Control of reinforcement. *International Journal of*

*Entrepreneurial Behavior & Research*, 4(1), 28-50.  
doi:<http://dx.doi.org/10.1108/13552559810203957>

- Havinal, V. (2009). *Management and entrepreneurship*. New Delhi: New Age Internacional. Recuperado de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibpucp-ebooks/reader.action?docID=424102>
- Haya, I., Calvo, A., Serrano, A. M., y Concepción, M. (2013). Mejorar la formación en creatividad como antecedente del emprendimiento. Una experiencia de evaluación de la Universidad Cantabria. *Revista de Docencia Universitaria*, 11(3), 251-278. Recuperado de <http://eds.b.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=1&sid=ca0e051c-46db-460f-aa9d-e4d7480bebbf%40sessionmgr103&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1lZHMtbGl2ZSZzY29wZT1zaXRl#AN=94919757&db=fua>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación*. México D.F: McGraw-Hill.
- Herrera, H. (2009). Investigación sobre redes sociales y emprendimiento: revisión de la literatura y agenda futura. *Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 19(33), 19-33. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81819022003>
- Hidalgo, G., Kamiya, M., y Reyes, M. (2014). *Emprendimientos dinámicos en América Latina. Avances en prácticas y políticas*. Caracas: CAF. Recuperado de <http://scioteca.caf.com/handle/123456789/371>
- Hmieleski, K. M., & Ensley, M. D. (2007). A contextual examination of new venture performance: entrepreneur leadership behavior, top management team heterogeneity, and environmental dynamism. *Wiley InterScience*, 28(7), 865-889. Recuperado de <http://online.library.wiley.com/doi/10.1002/job.479/epdf>
- Hofstede, G. (2018). *hofstede-insights*. Recuperado de <https://www.hofstede-insights.com/country-comparison/colombia.peru/>
- Holmgren, C., From, J., Olofsson, A., Karlsson, K., Snyder, K., & Sundtröm, U. (2004). Entrepreneurship Education: Salvation or Damnation ? *International Journal of Entrepreneurship*, 8, 55-71. Recuperado de <https://search.proquest.com/docview/214040841?accountid=28391>
- Honey, M., & Kanter, D. (2013). *Design, Make, Play: Growing the Next Generation of Stem Innovators*. New York: Routledge. Recuperado de

[https://books.google.com.pe/books?id=6Pz186czxQIC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=6Pz186czxQIC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)

- Huffman, D., & Quigley, J. M. (2002). The role of the university in attracting high tech entrepreneurship: A Silicon Valley tale. *The Annals of Regional Science*, 36(3), 403-419. doi:<https://doi.org/10.1007/s001680200104>
- Jiménez, A., Palmero, C., y Jiménez, A. (2012). El impacto de la educación secundaria y superior en la creación de empresas en la Unión Europea. *Revista Española de Pedagogía* 70 ( 252), 201-2019. Recuperado de <http://www.jstor.org/stable/pdf/23766768.pdf>
- Johannisson, B. (1988). Business formation — a network approach. *Scandinavian Journal of Management*, 4(3-4), 83-99. Recuperado de <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/0956522188900024>
- Kantis, H., Federico, J., e Ibarra, S. (2017). *Prodem*. Recuperado de [https://prodem.ungs.edu.ar/publicaciones\\_prodem/condiciones-sistemicas-para-el-emprendimiento-dinamico-2017-america-latina-avances-y-retrocesos-en-perspectiva/](https://prodem.ungs.edu.ar/publicaciones_prodem/condiciones-sistemicas-para-el-emprendimiento-dinamico-2017-america-latina-avances-y-retrocesos-en-perspectiva/)
- Kirzner, I. M. (1973). *Competition and Entrepreneurship*. Chicago and London: The University of Chicago Press. Recuperado de <http://www.sjsu.edu/people/john.estill/courses/158-s15/Israel%20Kirzner%20-%20Competition%20And%20Entrepreneurship.pdf>
- Kitagawa, F. (2008). *Global Biotech Consulting Group*. Recuperado de <http://www.gbcbiotech.com/transferecia-tecnologia/assets/policy-reformas-new-university-industry-links-and-implications-for-regional-development-in-japan.pdf>
- Koveos, P. (2016). Global Importance of entrepreneurship. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 21(1), 1-2. Recuperado de <http://eds.a.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=2&sid=a2cdbc15-1396-4110-bbab-d6059244ea84%40sessionmgr4006&hid=4105&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc210ZT1lZH MtbG12ZSZzY29wZT1zaXRl#db=bth&AN=115348664>
- Lara, M. & Lockwood, K. (2016). Hackathons as Community-Based Learning: a Case Study. *TechTrends: Linking Research & Practice to Improve Learning*, 60(5), 486-495. doi:10.1007/s11528-016-0101-0
- Larrabe, J. L. (2011). El proyecto Mondragón, al servicio de la cualificación profesional. *Cuadernos de pedagogía*, (410), 70. Recuperado de <http://eds.b.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=7&sid=bf39d679-dbe4-40fb-bba0->

6666091ebffe%40sessionmgr102&hid=120&bdata=Jmxhbm9ZXMmc2l0ZT1lZHMtbG12ZSZzY29wZT1zaXR#db=fua&AN=59807674

- Leibenstein, H. (1968). Entrepreneurship and Development. *The American Economic Review*, 58(2), 72-83. Recuperado de [http://www.jstor.org/stable/1831799?seq=1#page\\_scan\\_tab\\_contents](http://www.jstor.org/stable/1831799?seq=1#page_scan_tab_contents)
- Lelo, F. (2015). De Emprendedor a Empresario. *Entrepreneur Mexico*, 19. Recuperado de <http://eds.a.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=0&sid=a7fa965c-420c-45bd-8431-7039c3cb0ea7%40sessionmgr4006&bdata=Jmxhbm9ZXMmc2l0ZT1lZHMtbG12ZSZzY29wZT1zaXR#AN=114789833&db=b9h>
- Low, M. B. & MacMillan, I. C. (1988). Entrepreneurship: Past Research and Future Challenges. *Journal of Management*, 14(2), 139-161. Recuperado de <http://eds.a.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=0&sid=9a7dad91-70de-4914-8a12-b07453c8c067%40sessionmgr4008&bdata=Jmxhbm9ZXMmc2l0ZT1lZHMtbG12ZSZzY29wZT1zaXR#AN=7201347&db=bth>
- Malagón, F. A. (2003). ¿Cómo orientar el espíritu emprendedor hacia la creación de empresas? *Revista Escuela de Administración de Negocios*(48), 72-81. Recuperado de <http://journal.ean.edu.co/index.php/Revista/artic le/view/251>
- March, I. (1999). Las claves del éxito en nuevas compañías innovadas según los propios emprendedores. *Dirección y organización: Revista de dirección, organización y administración de empresas*, 167-176. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=169876>
- Martinez, F. M. y Carmona, G. (2009). Aproximación al concepto de "competencias emprendedoras" Valor social e implicaciones. *Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación.*, 7(3), 82-98. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/551/55114063007.pdf>
- Marulanda, F. y Morales, S. (2016). Entorno y motivaciones para emprender. *EAN*,(81), 12-28. doi: <http://dx.doi.org/10.21158/01208160.n81.2016.1556>
- Matiz, F. J. (2009). Investigación en Emprendimiento , un reto para la construcción del conocimiento. *EAN*, (66), 169-182. Recuperado de <https://journal.universidadean.edu.co/index.php/Revista/artic le/view/480>

- McClelland, D. C. (1961). *The Achieving Society*. Princeton, New Jersey: D. Van Nostrand Company, Inc. Recuperado de <https://babel.hathitrust.org/cgi/pt?id=mdp.39015003646802;view=1up;seq=84;size=150>
- Merkel, J. (2015). Coworking in the city. *Ephemera: Theory & Politics in Organization*, 15(1), 121-139. Recuperado de <http://eds.a.ebscohost.com.ezproxybib.pucp.edu.pe:2048/eds/detail/detail?vid=3&sid=1324c16e-ea85-4c5e-ae5e-f6b90e1d9633%40sessionmgr4009&hid=4105&bdata=Jmxhbm9ZXMmc2l0ZT1lZHMtbGl2ZSZZY29wZT1zaXR#AN=101544737&db=asn>
- Minniti, M. (2005). Entrepreneurship and network externalities. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 57(1), 1-27. Recuperado de <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0167268104001751>
- Minniti, M. (2018). *Mincotur*. Recuperado: <http://www.mincotur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/383/Mar%C3%ADa%20Minniti.pdf>
- MIT REAP. (2016). *Análisis del ecosistema innovador peruano*. Manuscrito inédito.
- MIT REAP. (2017). *reap.mit.edu*. Recuperado de <http://reap.mit.edu/>
- Moëne , K. (2010). El concepto de solidaridad. *Revista Chilena de radiología*, 16(2), 51. Recuperado de [http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0717-93082010000200001](http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0717-93082010000200001)
- Moreno, H. M. y Espirítu, R. (2010). Análisis de las características del emprendimiento y liderazgo en los países de Asia y Latinoamérica. *Portes: Revista Mexicana De Estudios Sobre La Cuenca Del Pacifico*, 4(8), 101-122. Recuperado de <http://www.portesasiapacifico.com.mx/revistas/epocaiii/numero8/5.pdf>
- Muñiz, N. M., Moralés-Gutiérrez, A. C., y Ariza-Montes, J. (2013). Los centros de incubación de negocios y la gestión de redes: exploración empírica aplicando el análisis de redes sociales. *Revista Internacional de Organizaciones*(10), 199-221. Recuperado de <http://eds.b.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=1&sid=968dc6ec-83d8-40d2-9011-510e510c091d%40sessionmgr101&bdata=Jmxhbm9ZXMmc2l0ZT1lZHMtbGl2ZSZZY29wZT1zaXR#AN=94337434&db=fua>

- Nandi, A., & Mandernach, M. (2016). Hackathons as an Informal Learning Platform. *SIGCSE: Technical Symposium on Computer Science Education*, 346-351. doi:<http://dl.acm.org/citation.cfm?doid=2839509.2844590>
- North, D. C. (1993). *Instituciones, cambio institucional y desempeño económico*. Cambridge: Cambridge University Press.
- OBS Business School. (2017). [www.obs-edu.com](http://www.obs-edu.com). Recuperado de <https://www.obs-edu.com/int/blog-project-management/noticias/como-contribuye-el-trabajo-en-equipo-al-emprendimiento>
- Orrego, C. I. (2008). La Dimensión Humana del Emprendimiento. *Revista de Ciencias Estratégicas*, 16(20), 225-235. Recuperado de <http://www.redalyc.org/html/1513/151312829001/>
- Paños, J. (2017). Educación emprendedora y metodologías activas para su fomento. *Revista Electrónica Interuniversitaria De Formación del Profesorado*, 20(3), 33-48. Recuperado de <http://eds.b.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=0&sid=d1115559-e937-4c91-a68e-dce3eb9e34dd%40sessionmgr101&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1lZHMtbGl2ZSZzY29wZT1zaXRl#AN=124424514&db=fua>
- Peñaherrera, M. y Cobos, F. (2012). La creatividad y el emprendimiento en tiempos de crisis. *Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*, 10(2), 238-247. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/551/55124596016.pdf>
- Peña-Vinces, J. C., Bravo, S., Álvarez, F. A., y Pineda, D. A. (2011). Análisis de las características de las incubadoras de empresas en Colombia: un estudio de casos. *Journal of Economics*, 16(30), 13-29. Recuperado de <http://eds.a.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=0&sid=1aeb1e60-9d06-4654-b7a8-a5175c9a25bb%40sessionmgr4008&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1lZHMtbGl2ZSZzY29wZT1zaXRl#db=bth&AN=61051295>
- Perrenoud, P. (2009). Enfoque por competencias, ¿una respuesta al fracaso escolar? *Pedagogía Social. Revista Interuniversitaria* (16), 45-64. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=135012677004>
- Pettis, B. (2015). Maker Nation. *Popular Mechanics*, 192(5), 64-67. Recuperado de <http://eds.b.ebscohost.com/eds/detail/detail?sid=9b251f08-6665-425d-bed4-932897577ec5%40sessionmgr102&vid=0&hid=111&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1lZHMtbGl2ZSZzY29wZT1zaXRl#db=egs&AN=102388162>



- Pfeilstetter, R. (2011). El emprendedor. Una reflexión crítica sobre usos y significados actuales de un concepto. *Gazeta de Antropología*, 27(1), 1-11. Recuperado de [http://www.ugr.es/~pwlac/G27\\_16Richard\\_Pfeilstetter.pdf](http://www.ugr.es/~pwlac/G27_16Richard_Pfeilstetter.pdf)
- Ping Ho, Y., Chin Low, P., & Kam Wong, P. (2014). Do university entrepreneurship programs influence students's entrepreneurial behaviour? an emprirical analysis of university students in Singapore. En D. F. Kuratko, & S. Hoskinson, *Innovative Pathways for University Entrepreneurship in the 21st Century*. Bingley: Emerald Publishing Limited. Recuperado de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibpucp-ebooks/home.action>
- Pohl, N., & Heiduk, G. (2002). Silicon Valley's Innovative Milieu: A Cultural Mix of Entrepreneurs/ An Entrepreneurial Mix of Cultures? Experiences of European Firms. *Erdkunde*(3), 241-252. Recuperado de <http://eds.a.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=0&sid=363a5733-a704-44a0-a46b-e75e5c9a70e0%40sessionmgr4010&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1lZHMtbG12ZSZzY29wZT1zaXR#AN=edsjsr.25647465&db=edsjsr>
- Porter, M. (1991). *La ventaja competitiva de las naciones*. Argentina: Javier Vergara Editor S.A.
- Preziosa, M. M. (2005). La definición de la responsabilidad social empresaria como tarea filosófica. *Journal of Economics, Finance and Administrative Science*, 10(18-19), 39-59. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=360733600002>
- Priede, T., Lupiáñez, L., & López-Cózar, C. (2014). El Emprendimiento como motor del crecimiento económico. *Boletín Económico del ICE*, 61. Recuperado de [http://www.revistasice.com/cachepdf/bice\\_3048\\_55\\_\\_24385f894c3ef154d0382ebb24b0889d.pdf](http://www.revistasice.com/cachepdf/bice_3048_55__24385f894c3ef154d0382ebb24b0889d.pdf)
- PUCP. (10 de Agosto de 2017). *Pontificia Universidad Católica del Perú*. Recuperado de <http://www.pucp.edu.pe/la-universidad/>
- Puga, J., & Martínez, L. (2008). Competencias directivas en escenarios globales. *Estudios Gerenciales*, 24(109), 87-103. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=21211518004>
- Quevedo, L. M., Izar, J. M., & Romo, L. (2010). Factores endógenos y exógenos de mujeres y hombres emprendedores de España, Estados Unidos y México. *Investigación y Ciencia*, 18(46), 57-63. Recuperado de <http://oai.redalyc.org/articulo.oa?id=67413508008>
- Red Emprendia. (13 de junio de 2017). *El Informe GEM 2013 resalta el emprendimiento como una opción profesional que brinda bienestar y satisfacción*. Recuperado de

<https://www.redemprendia.org/es/actualidad/noticias/el-informe-gem-2013-resalta-el-emprendimiento-como-una-opcion-profesional-que-brinda-bienestar-y-satisfaccion>

- Restrepo, E., Tapasco, O., & Vidarte, J. (2016). Perfil emprendedor de estudiantes de la Tecnología en gestión agropecuaria, Universidad de Caldas. *Ánfora*, 23(41), 97. Recuperado de <http://eds.a.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=1&sid=8f98bd84-b38d-4e7d-aec6-c6600883495d%40sessionmgr4009&hid=4103&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc210ZT1lZHI ZHMt2ZSZzY29wZT1zaXR#db=a9h&AN=121495912>
- Reynolds, P., Bosma, N., Autio, E., Hunt, S., De Bono, N., Servais, I., Lopez-Garcia, P. & Chin, N. (2005). Global Entrepreneurship Monitor: Data collection design and implementation 1998- 2003. *Small Business Economics*, 24(3), 205-231. Recuperado de <https://link.springer.com/content/pdf/10.1007%2Fs11187-005-1980-1.pdf>
- Ricketts, M. (2008). Theorie of entrepreneurship: Historical development and critical assesment. En M. Casson, B. Yeung, A. Basu, & N. Wadson, *The Oxford Handbook de entrepreneurship* (págs. 33-58).
- Rifda, L., Dinanti, A., & Krisnaresanti, A. (2016). Experiential learning model on entrepreneurship subject for improving students' soft skills. *Dinamika Pendidikan*, 11(1), 65-73. Recuperado de <http://eds.b.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=1&sid=98d4cd55-58b8-47e5-8ccf-877e28c796c7%40sessionmgr103&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc210ZT1lZHMtOGl2ZSZzY29wZT1zaXR#db=edsdoj&AN=edsdoj.79676c6156e8497ead31dbd564a1aa8d>
- Roberts, D., & Woods, C. (2005). Changing the world on a shoestring: The concept of social entrepreneurship. *University of Auckland Business Review.*, 7(1), 45-51. Recuperado de <http://eds.b.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=3&sid=b698e19a-f0e3-4a12-aa70-857c27a144b6%40sessionmgr102&hid=111&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc210ZT1lZHMtOGl2ZSZzY29wZT1zaXR#AN=16575226&db=bth>
- Robles, L., & Zárrega-Rodríguez, M. (2015). Key Competencies for Entrepreneurship. *Procedia Economics and Finance*, 23, 828-832. Recuperado de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2212567115003895>
- Rodríguez, A. (2009). Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. *Pensamiento & Gestión*(26), 94-119. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64612291005>

- Rodríguez, V. J. (2012). Responsabilidad Social y Emprendimiento en la formación de los estudiantes de la Universidad de La Salle de Bogotá D.C. *Punto de Vista*, 3(5), 49-75. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4776956>
- Sánchez, L. (2003). *Perfil Psicológico del Autoempleado*. Madrid. Recuperado de <http://biblioteca.ucm.es/tesis/psi/ucm-t26888.pdf>
- Santín, A. (10 de Junio de 2017). *Entrepreneur*. Recuperado de <https://www.entrepreneur.com/article/265200>
- Scarborough, N. M., & Cornwall, J. R. (2016). *Essentials of entrepreneurship and small business management*. Boston: Pearson.
- Serida, J. (10 de setiembre de 2017). Obtenido de Esan Graduate School of Business: <https://www.esan.edu.pe/sala-de-prensa/2017/04/peru-ocupa-cuarto-lugar-en-emprendimiento-en-latinoamerica/>
- Serida, J., Alzamora, J., Guerrero, C., Borda, A., & Morales, O. (2015-2016). *Global Entrepreneurship Monitor Perú*. Lima: Esan Ediciones.
- Sheridan, K., Halverson, E., Litts, B., Brahms, L., & Jacobs-Priebe, L. (2014). Learning in the Making: A Comparative Case Study of Three Makerspaces. *Harvard Educational Review*, 84(4), 505-531. Recuperado de <http://resolver.ebscohost.com/openurl?sid=EBSCO:eue&genre=article&issn=00178055&ISBN=&volume=84&issue=4&date=20141201&spage=505&pages=505-531&title=Harvard%20Educational%20Review&atitle=Learning%20in%20the%20Making%3A%20A%20Comparative%20Case%20Study%20of>
- Spaulding, E., & Caimi, G. (2016). Hackathons Aren't Just for Coders. *Harvard Business Review Digital Articles*, 14(2), 2-4. Recuperado de <http://eds.a.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=3&sid=9cc9ee0d-388e-4c91-afa3-894eb6b86230%40sessionmgr4007&hid=4103&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1lZH MtbGl2ZSszY29wZT1zaXRl#AN=118685978&db=bth>
- Stern, S. (12 de setiembre de 2017). *The Innovation Policy Platform*. Recuperado de [https://innovationpolicyplatform.org/sites/default/files/rdf\\_imported\\_documents/Stern\\_IP%20Course\\_Day3\\_REAP.pdf](https://innovationpolicyplatform.org/sites/default/files/rdf_imported_documents/Stern_IP%20Course_Day3_REAP.pdf)
- Tarapuez, E., Zapata, J. A., & Agreda, E. (2008). Knight y sus aportes a la teoría del emprendedor. *Estudios Gerenciales*, 24(106), 83-98. Recuperado de <http://eds.b.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=0&sid=3a1dca51-b81b-443f-bcf5->

107b17e2587c%40sessionmgr101&bdata=Jmxhbm9ZXMmc210ZT11ZHMtbG12ZSZzY29wZT1zaXR#db=fua&AN=32894441

TeamLabs. (20 de Abril de 2017). Recuperado de Teamlabs: <http://www.teamlabs.es/es/grado-universitario-oficial-liderazgo-emprendedor-e-innovacion>

Universidad de Mondragón. (1 de Mayo de 2017). <http://www.mondragon.edu>. Recuperado de <http://www.mondragon.edu/es/estudios/grados/grado-en-liderazgo-emprendedor-e-innovacion/>

Urbano, D., Rojas, A., & Díaz, J. C. (2010). ¿Hacia dónde va la investigación en el proyecto GEM? *Revista europea de dirección y economía de la empresa*, 10(2), 15-30. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3185114>

Valencia, P., & Patlán, J. (2011). El empresario descubridor de oportunidades de mercado: Puntos centrales de la teoría de Kirzner. *TEC Empresarial*, 5(1), 31-38. Recuperado de <http://eds.a.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=0&sid=9471a930-c448-46d9-bc6c-d8b5b8e3ffe0%40sessionmgr4009&bdata=Jmxhbm9ZXMmc210ZT11ZHMtbG12ZSZzY29wZT1zaXR#AN=61220561&db=fua>

Van de Ven, A. H. (1993). The development of an infrastructure for entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 8(3), 211-230. Recuperado de <http://resolver.ebscohost.com/openurl?sid=EBSCO%3abth&genre=article&issn=08839026&ISBN=&volume=8&issue=3&date=19930501&spage=211&pages=211-230&title=Journal+of+Business+Venturing&atitle=The+Development+of+an+Infrastructure+for+Entrepreneurship.&aulast=Van>

Van Gelderen, M. (2016). Entrepreneurial Autonomy and its Dynamics. *Applied Psychology: An International Review*, 65(3), 541-567. Recuperado de <http://eds.a.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=1&sid=bdf34df8-8bb6-4860-99ad-c453bd47a90d%40sessionmgr4007&bdata=Jmxhbm9ZXMmc210ZT11ZHMtbG12ZSZzY29wZT1zaXR#AN=115968534&db=bth>

Van Gelderen, M., & Jansen, P. (2006). Autonomy as a start-up motive. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 13(1), 23-32. Recuperado de <http://eds.a.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=1&sid=68f4c573-ef32-4932-870e-77e7b720b006%40sessionmgr4007&bdata=Jmxhbm9ZXMmc210ZT11ZHMtbG12ZSZzY29wZT1zaXR#AN=21304325&db=edb>

- Vargas, M. (2010). Emprendimiento y Liderazgo. *Revista académica e institucional de la UCPR*(87), 65-72. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4897729>
- Veciana, J. (2002). *Función Directiva*. México, D.F: Alfaomega.
- Veciana, J. (1999). Creación de empresas como programa de investigación científica. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 8(3), 11-36.
- Veciana, J. (2005). *La creación de empresas un enfoque gerencial*. Barcelona. Recuperado de <http://www.caixabankresearch.com/ee-33-es>
- Waber, B., Magnolfi, J., & Lindsay, G. (2014). Workspaces That Move People. *Harvard Business Review*, 92(10), 68-77. Recuperado de <http://eds.a.ebscohost.com/eds/detail/detail?sid=e4696dc1-facd-44ca-89e0-1d39b9fde2df%40sessionmgr4008&vid=0&hid=4103&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1lZHMtbGl2ZSZzY29wZT1zaXRl#db=bth&AN=98407138>
- Westhead, P., & Wright, M. (1998). Novice, Portfolio, and Serial Founders in Rural and Urban Areas. *Entrepreneurship: Theory & Practice.*, 22(4), 63-100. Recuperado de <http://eds.b.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=0&sid=ee1c7ff7-2754-4c52-82d3-14e88434ae88%40sessionmgr102&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1lZHMtbGl2ZSZzY29wZT1zaXRl#db=bth&AN=1984454>
- Whitmore, D., Nunn, R., Bauer, L., Mumford, M., & Breitwieser, A. (2016). *Seven Facts on Noncognitive Skills*. The Hamilton Project. Recuperado de [http://www.hamiltonproject.org/assets/files/seven\\_facts\\_noncognitive\\_skills\\_education\\_labor\\_market.pdf](http://www.hamiltonproject.org/assets/files/seven_facts_noncognitive_skills_education_labor_market.pdf)
- Zarate, G., & Larios, F. (2015). The role of universities and other institutions in successful entrepreneurship. *Propósitos y Representaciones*, 3(2), 261-317. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5475203>

## ANEXO A: Matriz de consistencia

Tabla A1: Matriz de consistencia

| DEFINICIÓN DEL PROBLEMA  | OBJETIVOS   | METODOLOGÍA  |
|--|---|--|
| <b>Objetivo general</b>  |   | <b>Alcance de la investigación</b>   |
| Analizar el perfil emprendedor de un grupo de alumnos de noveno y décimo ciclo de una especialidad de negocios y otra de ingeniería                              |   | Investigación descriptiva  |
| <b>Preguntas específicas</b>   | <b>Objetivos específicos</b>  | <b>Diseño de investigación</b>   |
| 1. ¿Cuáles son las características personales de un grupo de alumnos de noveno y décimo ciclo de una especialidad de negocios y otra de ingeniería?              | 1: Identificar y describir las características personales del perfil emprendedor de un grupo de alumnos de noveno y décimo ciclo de una especialidad de negocios y otra de ingeniería.              | Estrategia de investigación cuantitativa no probabilística<br>Estrategia de investigación cualitativa  |
| 2. ¿Cuáles son las características sociales y psicológicas de un grupo de alumnos de noveno y décimo ciclo de una especialidad de negocios y otra de ingeniería? | 2: Identificar y describir las características sociales y psicológicas del perfil emprendedor de un grupo de alumnos de noveno y décimo ciclo de una especialidad de negocios y otra de ingeniería. | <b>Población</b>   |
|  |   | País: Perú/ Departamento: Lima/ Distrito: San Miguel/Zona: PUCP<br>Especialidad de Ingeniería y Grupo de ingeniería (I1)<br>Especialidad de Negocios y Grupo de negocios(G1) |
| 3. ¿Cuál es el aporte del plan de estudios de las especialidades estudiadas?   | 3: Describir el aporte del plan de estudios de las especialidades estudiadas sobre el perfil emprendedor.   | <b>Técnicas e instrumentos de recolección de datos</b>   |
|  |   | Revisión de la literatura: Investigaciones, libros, artículos, informes, tesis, otros estudios.  |
|  |   | Recolección de información: Metodología cuantitativa (cuestionario), metodología cualitativa (entrevistas).  |

## ANEXO B: Cuestionario encuestas

Encuesta sobre emprendimiento para alumnos de noveno y décimo ciclo.

### Primera parte

- 1.- Código alumno
- 2.- Ciclo estudio: Noveno o décimo
- 3.- Especialidad: G1 o I1

### Segunda parte

Marque la opción que crea conveniente (A partir de la pregunta número uno, todos tienen las mismas alternativas)

A.- ¿Consideras deseable crear o fundar una empresa?

 Sí No Tal vez

1.- Constantemente siento el impulso de crear ideas originales o diferentes

1.- Totalmente en desacuerdo

2.- Parcialmente en desacuerdo

3.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo

4.- Parcialmente de acuerdo

5.- Totalmente de acuerdo

2.- Considero que tengo un pensamiento flexible y capacidad imaginativa

3.- Tengo habilidad para resolver las dificultades que se me presentan a través de la generación de nuevas ideas.

4. Considero que la formación en mi facultad aporta al desarrollo o fortalecimiento de la creatividad.
5. Considero que ejecutar acciones de emprendimiento permiten el reconocimiento de mis capacidades y habilidades.
6. Considero que la formación en mi facultad aporta al desarrollo o fortalecimiento de la autonomía profesional.
7. Cuando debo tomar una decisión, normalmente selecciono las situaciones más relevantes a atender.
8. Busco posibles alternativas de solución y me informo detalladamente frente a la situación que se está presentado.
9. La búsqueda de la solución la hago teniendo en cuenta los recursos con los que cuento o estoy en capacidad de adquirir.
10. Considero que la formación en mi facultad aporta a la toma de decisiones racionales y éticas.
11. Normalmente identifico las consecuencias que pueden tener mis acciones sobre mí y sobre otras personas.
12. Considero que una empresa debe velar no solo por su crecimiento económico, sino que además, debe trabajar para aportar al equilibrio social y ambiental.
13. Creo que cuando se inicia una idea de emprendimiento, se adquieren obligaciones tanto legales como éticas.
14. Considero que la formación en mi facultad aporta al desarrollo o fortalecimiento de la responsabilidad.
15. Creo que tengo la habilidad para generar nuevas iniciativas cuando realizo trabajos en grupo.
16. Considero que tengo la capacidad para mediar en situaciones de conflicto.
17. Pienso que transmito emoción, energía y confianza a los demás.
18. Poseo visión, capacidad de convocar y movilizar a otros.
19. Considero que la formación en mi facultad ha contribuido al fortalecimiento y desarrollo de mi liderazgo.
20. Tengo la capacidad de trabajar con equipos interdisciplinarios con el fin de promover su emprendimiento sin temor a compartirlo.



21. Genero espacios suficientes para que los integrantes de la organización contribuyan al desarrollo de un nuevo proyecto o idea.
22. Considero que tengo la capacidad de delegar tareas y verificar el cumplimiento de las mismas.
23. Creo que la formación en mi facultad contribuyó al fortalecimiento de mi capacidad para trabajar en equipo.
24. Para mi es importante promover el bien común, y comprometerme con el bienestar de otros.
25. Me esmero para que otros logren cumplir sus metas.
26. Creo que la formación en la facultad contribuyó a fortalecer mi espíritu solidario.
27. Normalmente siento interés por identificar mis virtudes y falencias.
28. Busco constantemente oportunidades que me permitan mejorar y crecer en diferentes contextos de mi vida.
29. Creo que mi formación en la facultad contribuyó a fomentar la necesidad de obtener logros.
30. Pienso que el miedo al fracaso me impide iniciar un negocio.
31. Al momento de iniciar un proyecto evalúo las variables del entorno con el fin de minimizar el riesgo.
32. Con la información que obtengo a partir de la evaluación del entorno, inicio la ejecución del proyecto.
33. Considero que tengo la capacidad de asumir riesgos.
34. Creo que mi formación en la facultad contribuyó a la capacidad para minimizar riesgos.
35. Te parecen las ventas en una organización importantes
36. Consideras que tienes habilidades para vender.
37. Consideras que te gustan las ventas

## **ANEXO C: Preguntas entrevistas**

**Factor Creatividad:** Preguntas cuestionario (1,4)

- 1.- ¿Por qué opinas que sientes el impulso de crear ideas originales y diferentes?
- 2.- ¿Por qué consideras que la formación en tu facultad aporta al desarrollo de la creatividad?

**Factor Autonomía:** Preguntas cuestionario (5,6)

- 1.- ¿Por qué consideras que ejecutar acciones de emprendimiento permite el reconocimiento de tus capacidades y habilidades?
- 2.- ¿Por qué consideras que la formación en tu facultad contribuyo al desarrollo o fortalecimiento de tu autonomía profesional?

**Factor Liderazgo:** Preguntas cuestionario (15, 19)

- 1.- ¿Por qué consideras que tienes la habilidad para generar nuevas iniciativas cuando trabajas en grupos?
2. Por qué consideras que la formación en tu facultad ha contribuido al fortalecimiento y desarrollo de tu liderazgo.

**Factor Necesidad por el logro:** Preguntas cuestionario (28, 29)

- 1.- ¿Por qué consideras que buscas oportunidades para mejorar y crecer en tu vida?
- 2.- ¿Por qué crees que la formación en tu facultad contribuyó a fomentar la necesidad de lograr objetivos?

**Factor Ventas:** Pregunta cuestionario (36)

- 1 ¿Por qué consideras que tienes habilidades para vender?