

Universidad Católica de Santa María
Facultad de Ciencias Económico Administrativas
Escuela Profesional de Ingeniería Comercial



**Factores explicativos de la actitud emprendedora en universitarios de 4to y
5to año de la Universidad Católica de Santa María de Arequipa del periodo
2024**

Tesis presentada por la Bachiller:

Fernández Paredes, María Del Rosario

ORCID: 0009-0004-2877-3651

Muñoz Manrique, Alejandra Melanie

ORCID: 0009-0009-1939-2562

para optar el Título Profesional de Ingeniero Comercial

Asesor (a):

Mg. Villanueva Paredes, Grace Ximena

ORCID: 0000-0002-1008-6114

Arequipa - Perú

2024

UCSM-ERP

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

INGENIERIA COMERCIAL

TITULACIÓN CON TESIS

DICTAMEN APROBACIÓN DE BORRADOR

Arequipa, 19 de Agosto del 2024

Dictamen: 011109-C-EPICO-2024

Visto el borrador del expediente 011109, presentado por:

2017223352 - MUÑOZ MANRIQUE ALEJANDRA MELANIE

2017221922 - FERNANDEZ PAREDES MARIA DEL ROSARIO

Titulado:

FACTORES EXPLICATIVOS DE LA ACTITUD EMPRENDEDORA EN UNIVERSITARIOS DE 4TO Y 5TO AÑO DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA DE AREQUIPA DEL PERIODO 2024

Nuestro dictamen es:

APROBADO

Título Profesional/Título de Segunda Especialidad/Grado Académico a optar:

INGENIERO COMERCIAL

29271323 - TEJADA VELASQUEZ JOSE EFRAIN
DICTAMINADOR



29652402 - AROQUIPA APAZA ORLANDO
DICTAMINADOR



29621879 - RIVERO FERNANDEZ RENZO RIMANETH
DICTAMINADOR



Factores explicativos de la actitud emprendedora en universitarios de 4to y 5to año de la Universidad Católica de Santa María de Arequipa del periodo 2024

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Universidad Católica de Santa María	3%
	Trabajo del estudiante	
2	hdl.handle.net	3%
	Fuente de Internet	
3	Submitted to Universidad Cesar Vallejo	1%
	Trabajo del estudiante	
4	repositorio.ucsm.edu.pe	<1%
	Fuente de Internet	
5	Submitted to Universidad Autónoma de Bucaramanga, UNAB	<1%
	Trabajo del estudiante	
6	www2.ucsm.edu.pe	<1%
	Fuente de Internet	
7	repositorio.ucv.edu.pe	<1%
	Fuente de Internet	
8	www.researchgate.net	

DEDICATORIA

Para mi amado padre Ing. Alberto Fernández, Aunque ya no estés físicamente, tu amor y sabiduría han sido mi constante guía en mi vida. Esta tesis es un tributo a tu inspiración y dedicación. Te dedico cada página con todo mi corazón.

A mi querida madre Verónica Paredes, quien se esmeró toda su vida por darme su amor incondicional, su apoyo inquebrantable y su fortaleza. Mamá, gracias por enseñarme a luchar por mis sueños y por estar siempre a mi lado. Esta tesis es para ti, como agradecimiento por todo lo que has hecho por mí.

María Del Rosario Fernández Paredes

A mis queridos padres, Luis Muñoz y Margarita Manrique, con todo mi amor y gratitud, dedico esta tesis a ustedes, quienes han sido mi constante apoyo y fuente de inspiración. Gracias por creer en mí, por sus sacrificios y por enseñarme el valor del esfuerzo y la perseverancia.

Alejandra Melanie Muñoz Manrique

AGRADECIMIENTOS

Este camino que he recorrido hasta aquí ha sido posible gracias al amor, el apoyo y la presencia constante de cada uno de ustedes.

A mis adorados padres Verónica y Alberto y hermanos Luis y Verónica, quienes han sido mi soporte y mi inspiración a lo largo de los años. Sus consejos y su compañía han sido fundamentales en mi vida.

A mi abuela Esperanza Venegas, fuente inagotable de sabiduría y cariño. Tu presencia llena de amor ha iluminado mi camino desde el inicio.

A mi sobrinito Liam, espero que cuando crezcas puedas ver todo el amor que te tengo y te inspire a ser mejor.

Finalmente, a mi amiga del alma Alejandra Muñoz, con quien emprendimos un camino de sueños profesionales y aventuras juntas, sin tu esfuerzo y persistencia no habiéramos podido lograrlo te quiero mucho.

Agradecemos al Vicerrectorado de Investigación por hacer posibles los resultados de este estudio. En especial, extendemos nuestro agradecimiento a nuestra asesora, Grace Villanueva, cuya guía fue fundamental en nuestro camino académico.

María Del Rosario Fernández Paredes

A mis padres, Luis y Margarita por su apoyo incondicional y constante motivación. Gracias por ser mi pilar en los momentos difíciles y por creer en mí cuando más lo necesitaba.

¡A mi hermana por elección, Mary! Tu paciencia, dedicación y esmero fueron fundamentales para llevar a cabo este proyecto. Gracias por cada momento compartido y por ser una aliada excepcional en este viaje. Te quiero por siempre.

Finalmente, quiero expresar mi profundo agradecimiento a mi casa de estudios, la Universidad Católica de Santa María, por todos los conocimientos brindados a lo largo de mi formación.

Así mismo, extiendo mi gratitud a todas las personas del Vicerrectorado de Investigación que nos apoyaron, motivaron y guiaron en este largo camino. Su colaboración y soporte fueron fundamentales para nuestro crecimiento personal y académico, y siempre llevaré conmigo una profunda admiración y mucho cariño hacia ellos.

Con gratitud y orgullo,

Alejandra Melanie Muñoz Manrique

RESUMEN

Este estudio buscamos identificar los factores que explican la actitud emprendedora en estudiantes universitarios de cuarto y quinto año de la Universidad Católica de Santa María. Se llevó a cabo una investigación de nivel correlacional con un enfoque mixto, de tipo científico, diseño no experimental y temporalidad transversal.

Se recopiló información de una muestra de 365 estudiantes mediante la técnica de entrevistas y cuestionarios. Los cuestionarios fueron evaluados para asegurar su confiabilidad, utilizando criterios de consistencia validados por contenido y constructo, lo que los hizo adecuados para su aplicación.

Los resultados revelaron varios factores influyentes en la actitud emprendedora de los estudiantes, especialmente la motivación personal, el apoyo institucional y las experiencias previas en emprendimientos. Se encontró una correlación positiva significativa entre estos factores y la actitud emprendedora, con un mayor desarrollo observado en estudiantes que recibieron apoyo y recursos de la universidad.

Se identificaron áreas de mejora en la promoción de una cultura emprendedora, como la necesidad de aumentar las oportunidades de formación práctica y la creación de redes de apoyo entre estudiantes y emprendedores experimentados.

Palabras clave: Actitud emprendedora, Motivación personal, Apoyo institucional.

ABSTRACT

This study sought to identify the factors that explain the entrepreneurial attitude in fourth- and fifth-year university students of the Catholic University of Santa Maria. Correlational research was carried out with a mixed scientific approach, non-experimental design and cross-sectional temporality.

Information was collected from a sample of 365 students by means of interviews and questionnaires. The questionnaires were evaluated to ensure their reliability, using validated consistency criteria for content and construct, which made them suitable for application.

The results revealed several influential factors in the entrepreneurial attitude of students, especially personal motivation, institutional support and previous experiences in entrepreneurship. A significant positive correlation was found between these factors and entrepreneurial attitude, with greater development observed in students who received support and resources from the university.

Areas for improvement in the promotion of an entrepreneurial culture were identified, such as the need to increase practical training opportunities and the creation of support networks between students and experienced entrepreneurs.

Key words: *Entrepreneurial attitude, motivation, Institutional support.*

INDICE

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTOS

RESUMEN

ABSTRACT

INTRODUCCIÓN 1

CAPITULO I: PLANTEAMIENTO TEÓRICO 2

1. MARCO TEORICO 3

1.1. Determinación del problema 3

1.2. Descripción 3

1.2.1. Campo, Área y Línea 5

1.2.2. Cuadro de variables 5

1.2.3. Tipo de problema 6

1.2.4. Interrogantes Básicas 6

1.3. Justificación 7

1.3.1. Justificación teórica 7

1.3.2. Justificación metodológica 7

1.3.3. Justificación social 8

1.3.2. Justificación empresarial 9

1.4. Limitantes 9

1.5. Objetivos 10

1.5.1. Objetivo General 10

1.5.2. Objetivos Específicos 10

1.6. Antecedentes de la Investigación 11

1.6.1. Antecedentes internacionales 11

1.6.2.	Antecedentes nacionales.....	13
1.7.	Hipótesis.....	14
1.8.	Marco Teórico.....	15
1.8.1.	Dimensión 1: Factores Personales.....	16
1.8.2.	Dimensión 2: Factores de Formación.....	20
1.8.3.	Dimensión 3: Factores Socio Económicos.....	21
1.8.4.	Dimensión 4: Factores Psicológicos y Emocionales.....	24
1.8.5.	Factores Innovación y Creatividad.....	25
1.9.	Marco conceptual.....	25
CAPITULO II: PLANTEAMIENTO OPERACIONAL.....		28
2.	METODOLOGÍA.....	29
2.1.	Tipo de Investigación.....	29
2.1.1.	Nivel.....	29
2.1.2.	Enfoque.....	29
2.1.3.	Tipo.....	29
2.1.4.	Diseño.....	29
2.1.5.	Temporalidad.....	29
2.2.	Población y muestra.....	29
2.2.1.	Población.....	29
2.2.2.	Muestra.....	31
2.3.	Técnicas e instrumentos.....	31
2.3.1.	Técnica.....	31
2.3.2.	Instrumento.....	32
2.4.	Estrategias de recolección y procesamiento de datos.....	33

CAPITULO III: RESULTADOS.....	35
3. RESULTADOS.....	36
3.1 Contexto Actual.....	36
3.1.1. Promoción y Enfoque de los Cursos	36
3.1.2. Limitaciones en la Transversalidad.....	36
3.1.3. Incubadora de Empresas en la UCSM.....	37
3.2. Presentación de resultados	37
3.2.1. Datos generales Perfil del estudiante – potencial emprendedor	37
3.2.2. Niveles de las variables.....	41
3.3. Análisis inferencial.....	47
3.3.1. Prueba de normalidad y análisis correlacional	47
3.3.2. Índice de correlación entre dimensiones de Factores explicativos y Actitud emprendedora	49
3.4. Discusión de resultados	57
3.4.1. Propuesta de mejora de la actitud emprendedora	59
CONCLUSIONES.....	71
RECOMENDACIONES	73
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	75
ANEXOS	81
Anexo 1: Plan de Tesis	81
Anexo 2: Matriz de datos.....	115
Anexo 5: Estructura del Instrumento	141
Anexo 6: Validación del instrumento	152
Anexo 7: Transcripción de entrevistas.....	170

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Segmentación de la población.....	30
Tabla 2: Prueba de Alfa de Cronbach.....	33
Tabla 3: Edad de los participantes	38
Tabla 4: Formación profesional de los estudiantes	39
Tabla 5: Prueba de normalidad	47
Tabla 6: Correlación entre los Factores explicativos y Actitud emprendedora.....	50
Tabla 7: Influencia de Factores en la Actitud Emprendedora de Estudiantes Universitarios	51
Tabla 8: Correlación de Factores personales y Actitud emprendedora	52
Tabla 9: Correlación de Factores Socioeconómicos y Actitud emprendedora.....	53
Tabla 10: Correlación de Factores de Formación y Actitud emprendedora.....	55
Tabla 11: Correlación de Factores Psicológicos y emocionales y Actitud emprendedora.....	56

INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Sexo de los participantes	37
Figura 2: Año de estudios de los participantes.....	38
Figura 3: Niveles de la variable Factores explicativos	42
Figura 4: Niveles Factores personales	43
Figura 5: Factores Socioeconómicos	44
Figura 6: Factores de Formación	44
Figura 7: Factores Psicológicos y emocionales	45
Figura 8: Niveles de Actitud Emprendedora.....	46
Figura 9: Niveles Innovación y creatividad	46
Figura 10: Prueba de Normalidad para la variable Factores explicativos	48
Figura 11: Prueba de Normalidad para la variable Actitud emprendedora.....	49

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación pretende explicar los factores de la actitud emprendedora en jóvenes universitarios de cuarto y quinto año de la Universidad Católica de Santa María, para identificar las motivaciones y actitudes que impulsan a estos estudiantes hacia el emprendimiento. Esto permitió evaluar el grado de predisposición y las condiciones que favorecen la actitud emprendedora entre los universitarios santamarianos, así como definir la percepción que tienen sobre el apoyo institucional y las oportunidades de emprendimiento dentro de su entorno académico.

La Universidad Católica de Santa María, es una institución conocida a nivel sur por su compromiso con la educación integral de sus estudiantes, busca fomentar una cultura emprendedora que promueva la innovación y el desarrollo económico. En este contexto, es fundamental comprender qué factores influyen en la actitud emprendedora de los jóvenes, para así poder diseñar estrategias y programas que potencien sus habilidades y motivaciones hacia el emprendimiento.

El primer capítulo de este estudio está conformado por fundamentos teóricos, en donde se explican los antecedentes teóricos y modelos que argumentan la relación existente entre las variables de estudio. Estas teorías también son analizadas por autores en antecedentes de investigación como Guerrero, Urbano y Fayolle (2016), Fayolle y Gailly (2015), entre otros.

El segundo capítulo comprende el alcance y diseño de la investigación, así como aspectos metodológicos, también incluye la operacionalización de variables con sus respectivos indicadores y, de igual manera, hace referencia a la técnica y los instrumentos para la recolección de datos. En este estudio, se utilizó una muestra de 365 estudiantes, aplicando entrevistas y cuestionarios validados por su confiabilidad y validez.

En el tercer capítulo se presentan los resultados e interpretación de los hallazgos obtenidos por la aplicación de los instrumentos, desarrollando análisis descriptivo, un análisis inferencial y de correlación entre los factores estudiados y la actitud emprendedora de los jóvenes universitarios, también se realizó un breve antecedente de la situación actual de la problemática. Finalmente, se proveen las conclusiones y recomendaciones, así como propuestas de mejora para fortalecer la cultura emprendedora en la universidad.



CAPITULO I: PLANTEAMIENTO TEÓRICO

1. MARCO TEORICO

1.1. Determinación del problema

Factores explicativos de la actitud emprendedora en universitarios de 4to y 5to año de la Universidad Católica de Santa María de Arequipa del periodo 2023.

1.2. Descripción

En el contexto de la Universidad Católica de Santa María (UCSM) de Arequipa, la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios enfrenta diversos desafíos significativos. Según (Torres, 2020). algunos de los principales obstáculos incluyen la falta de experiencia en emprendimiento, limitaciones económicas, falta de respaldo institucional, temor al fracaso y aversión al riesgo, percepción de apoyo institucional y falta de una mentalidad de crecimiento.

Además, existe un profundo desconocimiento por parte de la comunidad universitaria sobre la Incubadora de Empresas INNICIA y otras iniciativas de emprendimiento. Esto se refleja en que solo el 10% de los equipos ganadores en las últimas ediciones de "Innicia tu vuelo" y "En Órbita" están conformados por estudiantes de la UCSM. Asimismo, los estudiantes no están tan vinculados con eventos del ecosistema emprendedor, ya que la afluencia estudiantil a estos eventos representa menos del 5% de la población estudiantil. Este bajo nivel de participación puede atribuirse a diversos factores que se detallarán a continuación.

- Experiencia en emprendimiento: La falta de experiencia previa en emprendimiento puede limitar la confianza y la habilidad de los estudiantes para iniciar y gestionar proyectos empresariales.
- Limitaciones económicas: La escasez de recursos financieros puede representar un impedimento significativo para materializar las ideas emprendedoras de los estudiantes.
- Falta de respaldo institucional: La ausencia de un respaldo claro y tangible por parte de la institución educativa puede disminuir la motivación y el apoyo necesario para emprender.

- Temor al fracaso y propensión al riesgo: El miedo al fracaso y el temor de tomar decisiones financieras donde implique riesgo son factores psicológicos que podrían frenar la iniciativa emprendedora de los estudiantes.
- Percepción de apoyo institucional: La percepción de los estudiantes sobre el apoyo que reciben de la institución puede afectar su disposición para emprender.
- Mentalidad de crecimiento: La falta de una mentalidad de crecimiento puede limitar la capacidad de los estudiantes para adaptarse y aprender de las experiencias emprendedoras.

Estos desafíos plantean interrogantes cruciales sobre cómo la universidad puede mejorar las condiciones para el desarrollo del espíritu emprendedor. La comprensión de estos obstáculos es esencial para diseñar estrategias y programas específicos que aborden estas limitaciones y fomenten un entorno más propicio para la iniciativa emprendedora.

En este contexto, en un estudio realizado por la Incubadora de empresas INNICIA en el presente año se evidencia en los resultados poco interés de la comunidad estudiantil universitaria puesto que el 81% no conoce qué es una incubadora y menos que existe una en su institución. Esto destaca la necesidad de investigar cuáles son las determinantes de la actitud emprendedora en los jóvenes universitarios de últimos años de la Universidad Católica de Santa María.

El objetivo central de la presente tesis es identificar y evaluar los factores explicativos que inciden en la actitud emprendedora de los estudiantes de 4to y 5to año en la Universidad Católica de Santa María. Estos factores abarcan aspectos personales, educativos y socioeconómicos, entre otros, con el fin de desarrollar estrategias que promuevan un cambio positivo en la mentalidad emprendedora.

En última instancia, este análisis no solo busca comprender los desafíos actuales, sino que aspira a contribuir al desarrollo económico y social de la región. Los resultados obtenidos podrían tener implicaciones significativas en la formulación de políticas y estrategias que impulsen el espíritu emprendedor desde las aulas entre los jóvenes universitarios, propiciando un impacto positivo a largo plazo.

1.2.1. Campo, Área y Línea

- Campo: Ciencia económico y administrativas
- Área: Gestión
- Línea de investigación: Innovación y emprendimiento

1.2.2. Cuadro de variables

Variable	Dimensiones	Indicadores
Variable independiente: Factores explicativos	Factores personales	Grado de experiencia en emprendimiento
		Nivel de cultura emprendedora familiar
		Grado de propensión al riesgo
	Factores Socioeconómicos	Limitaciones económicas
		Oportunidad de emprender
	Factores de Formación	Nivel de educación de emprendimiento
		Nivel de Percepción de apoyo institucional
		Nivel de auto eficiencia
		Nivel de autoconfianza
		Grado de motivación al logro
Factores psicológicos y emocionales	Nivel de Mentalidad de crecimiento	
	Capacidad de resolución de conflictos	

Variable dependiente:	Innovación y creatividad	Grado de ideas generadas
Actitud emprendedora		Nivel Cultura de innovación
		Nivel de conocimiento en programas de emprendimiento

1.2.3. Tipo de problema

La investigación tiene una naturaleza cuantitativa, enfocándose en la descripción, verificación y pronóstico de relaciones causales entre variables. (Landeau, 2007) Se utiliza el análisis estadístico para responder preguntas de investigación, recopilando y analizando datos con el fin de comprobar hipótesis y comprender patrones de comportamiento en una muestra representativa específica. El nivel de investigación es correlacional, (Hernández, 2014) centrado en medir la relación entre dos o más variables en los mismos sujetos, proporcionando información sobre el grado, la dirección y la intención de las correlaciones entre las variables estudiadas, además la investigación es de tipo científica básica y de diseño no experimental.

1.2.4. Interrogantes Básicas

1.2.4.1. Interrogante General

- ¿Cómo se relacionan los factores explicativos con la actitud emprendedora de universitarios de 4to y 5to año de la Universidad Católica de Santa María?

1.2.4.2. Interrogantes específicas

- ¿Cuál es la relación entre los factores personales en la actitud emprendedora de universitarios de 4to y 5to año de la Universidad Católica de Santa María?
- ¿Cuál es la relación entre los factores socioeconómicos en la actitud emprendedora de universitarios de 4to y 5to año de la Universidad Católica de Santa María?
- ¿Cuál es la relación entre los factores de formación en la actitud emprendedora de universitarios de 4to y 5to año de la Universidad Católica de Santa María?

- ¿Cuál es la relación entre los factores psicológicos y emocionales en la actitud emprendedora de universitarios de 4to y 5to año de la Universidad Católica de Santa María?

1.3. Justificación

1.3.1. Justificación teórica

El presente trabajo de investigación proporciona una visión integral de los enfoques teóricos relacionados con las actitudes de los jóvenes universitarios hacia el emprendimiento. Incluyendo un análisis de la teoría emprendedora, junto con la motivación, formación y perspectivas relacionadas. (Cruz, C., Olivares, S. y González, M, 2014)

La justificación teórica reside en generar una base conceptual centrada y orientada en la investigación proporcionando una base teórica para la interpretación los resultados. Adicional a ello, el trabajo de investigación contribuirá a investigaciones existentes sobre la formación emprendedora en el ámbito universitario, particularmente en el contexto específico de la UCSM durante el periodo 2023. Proporcionará insights valiosos y aplicables que pueden servir como base para futuros trabajos de investigación relacionados al tema y como referencia para instituciones educativas interesadas en fortalecer su enfoque hacia el emprendimiento.

1.3.2. Justificación metodológica

La justificación metodológica de la investigación se fundamenta en la aplicación de enfoques y técnicas de investigación que aseguren resultados fiables y relevantes (Del Cid, A., Méndez, R. y Sandoval, F., 2011) .Para sustentar esta investigación, se han considerado varios aspectos clave.

En primer lugar, se recolectarán datos empíricos sobre los factores que influyen en la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios de la Universidad Católica de Santa María. Se utilizarán encuesta y entrevista como métodos principales para asegurar que los hallazgos estén basados en evidencia empírica, en lugar de teorías abstractas (Álvarez Risco, 2020)

El análisis estadístico será fundamental para identificar correlaciones y patrones entre los factores explicativos y la actitud emprendedora, proporcionando una base objetiva para interpretar los datos recolectados (Vilalta Perdomo, 2005).Además, se utilizará un muestreo representativo

por cuotas que abarca a estudiantes de todas las carreras universitarias, garantizando que los resultados puedan generalizarse a una audiencia más amplia (Haining, 2003).

La validación y fiabilidad de los instrumentos de medición también son esenciales para la robustez metodológica del estudio. Se emplean herramientas validadas en investigaciones previas para asegurar la precisión y coherencia de los datos recopilados (Bosco, 2015). Asimismo, el análisis cualitativo permitirá una comprensión más profunda de las percepciones y experiencias de los jóvenes emprendedores, capturando aspectos que no pueden ser medidos únicamente con datos cuantitativos (Gil Flores, 1994)

1.3.3. Justificación social

La presente tesis permitirá señalar las necesidades y posibilidades específicas de los jóvenes universitarios santamarianos emprendedores de últimos años. Implicando la detección de áreas en crecimiento, formación o capacitaciones requeridas y desafíos específicos a los que se enfrentan estos jóvenes emprendedores. Los descubrimientos sirven como orientación para crear programas y políticas que aborden estas necesidades y aprovechen las oportunidades disponibles.

Los hallazgos obtenidos en la investigación podrían utilizarse para elaborar programas de apoyo y capacitaciones formativas enfocadas en los jóvenes universitarios emprendedores en la región de Arequipa. La investigación puede contribuir a estimular el ecosistema emprendedor en la región de Arequipa. Al entender los elementos que afectan la mentalidad emprendedora, es posible que se pueda reconocer medidas específicas para potenciar la actitud emprendedora tales como la generación de espacios de coworking y networking, la promoción de eventos y competencias empresariales, la facilitación de la colaboración entre emprendedores y la creación de redes de apoyo vinculadas con áreas de innovación. Estas acciones contribuirían a generar un entorno favorable para el emprendimiento en la región. (García Cabrera & García Soto, 2010).

Por tanto, la investigación no solo busca generar conocimientos teóricos, sino también ofrecer recomendaciones prácticas para mejorar las iniciativas de fomento del emprendimiento en la universidad. Los hallazgos podrían ser útiles para diseñar programas específicos, asignar recursos de manera más efectiva y adaptar las estrategias educativas para cultivar una actitud emprendedora en los jóvenes santamarianos.

1.3.4. Justificación empresarial

El presente trabajo de investigación también tiene un impacto significativo en el entorno empresarial ya que pretende Comprender las motivaciones de los estudiantes a emprender además permite a incubadoras, aceleradoras y empresas y actores del ecosistema a diseñar estrategias más efectivas para apoyar a jóvenes emprendedores en la generación de startups. Además, facilita la identificación de talento con alto potencial innovador, lo cual es clave en un mercado cada vez más competitivo.

El conocimiento generado es aplicable no solo en la UCSM, sino también en otras instituciones y contextos. Esto permite la creación de políticas y programas de responsabilidad social empresarial (RSE) más focalizados, apoyando a aquellos proyectos con mayor probabilidad de éxito. Finalmente, fomentar el emprendimiento desde la educación superior contribuye a la creación de empresas que integren sostenibilidad e innovación, abordando desafíos sociales y ambientales de manera eficaz.

1.4.Limitantes

Las limitaciones de esta investigación incluyen varios aspectos que podrían afectar los resultados y su interpretación. En primer lugar, la recolección de datos se centra exclusivamente en estudiantes de la Universidad Católica de Santa María, lo que limita la generalización de los hallazgos a otras instituciones educativas o contextos regionales. Los factores culturales, socioeconómicos y educativos específicos de esta universidad pueden influir en la actitud emprendedora de los estudiantes, lo que podría no reflejarse en otras poblaciones estudiantiles.

Otra limitante es la dependencia en métodos de recolección de datos como encuestas y entrevistas, que, aunque útiles, pueden estar sujetas a sesgos de respuesta, como la deseabilidad social o la falta de honestidad en las respuestas. Además, el análisis estadístico, aunque robusto, se basa en los datos cuantitativos recopilados, lo que podría no capturar completamente la complejidad de los factores que influyen en la actitud emprendedora. Si bien se complementa con un análisis cualitativo, la interpretación subjetiva de los datos cualitativos también puede introducir sesgos.

El muestreo representativo, aunque diseñado para ser inclusivo, podría verse afectado por la disponibilidad y disposición de los estudiantes a participar, lo que podría limitar la diversidad de la muestra. Además, la fiabilidad y validez de los instrumentos de medición, aunque validados previamente, podrían no ser completamente aplicables en este contexto específico, lo que podría afectar la precisión de los resultados.

Finalmente, el enfoque en factores específicos de la actitud emprendedora puede no considerar otros elementos externos o imprevistos que también podrían influir en el comportamiento emprendedor de los estudiantes, limitando así la comprensión integral del fenómeno.

1.5.Objetivos

1.5.1. Objetivo General

- Determinar la relación entre factores explicativos que influyen en la actitud emprendedora de universitarios de 4to y 5to año de la Universidad Católica de Santa María.

1.5.2. Objetivos Específicos

- Determina la relación entre factores personales y la actitud emprendedora de universitarios de 4to y 5to año de la Universidad Católica de Santa María.
- Determina la relación entre factores socioeconómicos y la actitud emprendedora de universitarios de 4to y 5to año de la Universidad Católica de Santa María.
- Determinar la relación entre factores educativos y la actitud emprendedora de universitarios de 4to y 5to año de la Universidad Católica de Santa María.
- Determinar la relación entre factores psicológicos y emocionales en la actitud emprendedora de universitarios de 4to y 5to año de la Universidad Católica de Santa María.

1.6. Antecedentes de la Investigación

1.6.1. Antecedentes internacionales

Actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios: El caso de la Universidad Católica del Uruguay

(Krauss, 2011), En esta investigación, se examinaron los factores de la actitud emprendedora de los estudiantes de la Universidad Católica del Uruguay (UCU) y su transformación a lo largo del tiempo. Además, se analizó el perfil emprendedor desde diversas perspectivas, centrándose especialmente en las actitudes emprendedoras, que incluyen algunos factores socioemocionales como, la autoestima, la necesidad de logro, la innovación y la aversión al riesgo entre otros.

El estudio se basó en la investigación previa, Se utilizaron como instrumentos de recolección primaria, cuestionarios extraídos de esa investigación para evaluar a los estudiantes que ingresaban a la Universidad Católica del Uruguay. Estos cuestionarios se administraron nuevamente en los primeros años en la universidad para analizar cómo evolucionaban las actitudes emprendedoras de los estudiantes. Además, para complementar la investigación también se llevó a cabo entrevistas en profundidad con los jóvenes universitarios para comprender las razones detrás de las variaciones en sus actitudes y se propusieron estrategias para fomentar el espíritu emprendedor en el entorno universitario.

El tema de la presente investigación se considera importante en el contexto internacional, ya que los jóvenes emprendedores tienen un rol importante en el crecimiento económico de los países al crear oportunidades de empleo y promover la innovación. Sin embargo, se reconoce que los efectos de fomentar la actitud emprendedora pueden no ser inmediatos, sino que pueden requerir un horizonte de tiempo más largo para verse materializados. En este sentido, se destaca la necesidad de promover una cultura de innovación que lleve a los jóvenes a emprender tanto dentro de las empresas como en la sociedad en general para afrontar los desafíos de la sociedad actual. A pesar de ser una tendencia incipiente en Uruguay, la investigación busca contribuir al entendimiento de las actitudes emprendedoras entre los estudiantes de la UCU a lo largo de tres años.

Actitud emprendedora en los estudiantes universitarios: un análisis de factores explicativos en la comunidad de Madrid.

(Olmos, 2011) La presente investigación se centra en la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios en la Comunidad de Madrid. El objetivo principal de la investigación es comprobar los objetivos de la investigación, tanto en el ámbito teórico como en los resultados empíricos obtenidos.

En cuanto al marco teórico, se destaca la creciente el perfil y el rol del empresario en el desarrollo de un país. La investigación se enfocó en elaborar un robusto marco teórico para estudiar la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios en base a otros estudios. Se realizó una revisión exhaustiva de las teorías relacionadas con la creación de nuevas empresas y el papel del empresario en estos procesos.

Se observó que el campo del emprendimiento es necesario la interacción multidisciplinaria y que no existe una teoría para explicar el comportamiento empresarial. Diferentes disciplinas han contribuido al desarrollo de múltiples teorías que intentan explicar el comportamiento del empresario y su papel en la economía.

El enfoque de la tesis se centró en el perfil de los emprendedores y su potencial para identificar el costo beneficio de una oportunidad. Para ello se incorporaron cinco teorías que abordan aspectos socioculturales, psicológicos y personales para comprender mejor la variable de actitud emprendedora

Adicionalmente se definió la variable "espíritu emprendedor" y se desarrolló un modelo de medición que incluye dimensiones como la viabilidad, la deseabilidad, entre otras que son transversales para reconocer oportunidades de crear un negocio.

En resumen, la investigación contribuye a comprender mejor las características y la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios, ofreciendo escalas de medida validadas que pueden ser útiles para estudios posteriores en este campo.

1.6.2. Antecedentes nacionales

Las competencias genéricas y su relación con la capacidad emprendedora en los alumnos de 5to año de la escuela profesional de administración de empresas UCSM - 2023

(Rivadeneira, 2023), Esta investigación realizada por estudiantes universitarios santamarianos tuvo como objetivo identificar la relación entre las competencias genéricas y la capacidad emprendedora en los estudiantes de quinto año de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la UCSM durante el 2023. La metodología adoptada en la investigación fue cuantitativa, con un diseño descriptivo-correlacional no experimental y de corte transversal, utilizando datos estadísticos para describir y establecer la relación entre las variables en un punto específico en el tiempo. La muestra fue censal, abarcando a todos los alumnos de quinto año de Administración de Empresas, y se aplicó una encuesta para recolectar los datos. Los instrumentos fueron validados mediante juicios de expertos y el coeficiente Alfa de Cronbach, calculado con el programa SPSS V26. Para la contrastación de hipótesis se utilizó el coeficiente de correlación Rho de Spearman. Los resultados mostraron una relación positiva y significativa entre las competencias genéricas y la capacidad emprendedora, con un p-valor menor a 0,05, siendo este 0,000. Todas las dimensiones de las competencias genéricas (instrumentales, sistémicas e interpersonales) demostraron una correlación significativa, con un p-valor de 0,000 en cada caso. En conclusión, un mayor nivel de competencias genéricas se asocia con una mayor capacidad emprendedora.

Evaluación de la actitud emprendedora en estudiantes del ciclo avanzado de un CEBA en Villa María del Triunfo - Lima

(Monterrey C. C., 2021), realizó una investigación para evaluar el nivel de actitud emprendedora en los estudiantes del ciclo avanzado del CEBA República del Ecuador de Villa María del Triunfo en Lima en 2020. El estudio reveló que los estudiantes tienen un nivel regular de actitud emprendedora. Esto se basa en el valor modal de 96,00, que muestra que un 36% de los estudiantes presentan esta actitud de manera regular.

Asimismo, se determinó que estos estudiantes poseen una capacidad de realización regular, respaldada por un valor modal de 70,00, con un 38% de los estudiantes demostrando esta capacidad en un nivel regular.

En cuanto a la capacidad de planificación, los resultados indican que los estudiantes tienen un nivel regular, sustentado por un valor modal de 45,00, con un 35% de ellos presentando esta capacidad de forma regular.

Por último, se identificó que la capacidad de relacionarse socialmente también es regular entre los estudiantes, con un valor modal de 29,00, indicando que un 42% de los estudiantes muestra esta capacidad en un nivel regular.

Actitud emprendedora de los egresados de la carrera de administración de empresas de la Universidad Católica Santo Toribio De Mogrovejo.

(Baldera, 2015), realizó un estudio enfocado en identificar la actitud emprendedora de los graduados de la carrera de Administración de Empresas en la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. La investigación ofreció a los egresados una guía con orientación sobre las cualidades indispensables para una persona con actitud emprendedora, tales como flexibilidad, dinamismo, creatividad, empuje, ahínco, empeño, personalidad y responsabilidad. Estas cualidades se consideran fundamentales para visualizar un futuro más prometedor.

La investigación tuvo una muestra de 20 egresados únicamente de la carrera de Administración de empresas, separando en dos grupos a la muestra, a egresados dependientes y egresados independientes, obteniendo como resultado que los egresados independientes muestran mayor actitud emprendedora en contraste con los egresados dependientes, uno de los factores que explica eso es la capacidad que tienen para empezar un negocio propio.

1.7. Hipótesis

Dado que, existen diversos factores que demuestran que pueden influir en la actitud emprendedora de universitarios de 4to y 5to año de la Universidad Católica de Santa María,

Es probable que la interacción y combinación de estos factores tengan una relación significativa con la actitud emprendedora de los mencionados estudiantes, lo que podría

contribuir a comprender mejor la predisposición y el desarrollo de habilidades emprendedoras en los estudiantes.

1.8. Marco Teórico

“Factores Explicativos de la Actitud Emprendedora en Universitarios de 4to y 5to Año de la Universidad Católica de Santa María”, se ha basado en la integración de dimensiones previamente identificadas y validadas en estudios sobre actitudes emprendedoras en contextos educativos similares. Estas dimensiones proporcionan un marco teórico robusto para analizar y comprender los factores que influyen en la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios de 4to y 5to año. A continuación, se describen los estudios y las dimensiones extraídas de ellos que sustentan esta tesis:

Factores críticos de la actitud emprendedora de los alumnos de las áreas económico-administrativas. Caso de estudio: Ciudad de México

Este estudio ha sido fundamental para identificar varios factores críticos que afectan la actitud emprendedora, tales como:

- **Educación Emprendedora:** La educación académica especializada en emprendimiento y la incorporación de programas que promuevan estas habilidades.
- **Apoyo Institucional:** La disponibilidad de recursos y apoyo dentro de la institución educativa, como incubadoras de empresas y mentores.
- **Motivación Personal:** Factores individuales como la ambición, la búsqueda de independencia y el interés en nuevas oportunidades.
- **Entorno Social:** los factores personales como el familiar y el entorno social en motivar o desmotivar la actividad emprendedora.

Actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios: El caso de la Universidad Católica del Uruguay (Krauss, 2011)

En esta investigación, se examinaron las actitudes emprendedoras de los estudiantes de la Universidad Católica del Uruguay (UCU) y su evolución a lo largo del tiempo. Las dimensiones clave incluidas son:

- **Necesidad de Logro:** La motivación para alcanzar metas y ser exitoso en el emprendimiento.
- **Autoestima:** La confianza en uno mismo para realizar alguna actividad de fomento a la actitud emprendedora.
- **Innovación:** La capacidad de crear y aplicar nuevas ideas, esta dimensión es importante dado que la consideramos para nuestra variable dependiente.
- **Control Percibido Interno:** La sensación de poseer control sobre los resultados de sus actividades emprendedoras.
- **Disposición para Asumir Riesgos:** La voluntad de enfrentar la incertidumbre y posibles fracasos.

Actitud emprendedora en los estudiantes universitarios: un análisis de factores explicativos en la comunidad de Madrid (Olmos, 2011)

Este estudio se enfocó en las cualidades y la habilidad de los emprendedores para detectar oportunidades de negocio. Las dimensiones clave incluidas son:

- **Viabilidad:** La percepción de que es posible llevar a cabo actividades emprendedoras con éxito.
- **Deseabilidad:** El atractivo personal que tienen las actividades emprendedoras.
- **Esfuerzo Personal:** La disposición para invertir tiempo y esfuerzo en actividades emprendedoras.
- **Habilidades Percibidas:** La sensación de contar con las habilidades esenciales para detectar y aprovechar oportunidades comerciales.

La metodología utilizada en esta investigación se consideró válida y puede servir de referencia para futuros estudios en este campo. A partir de la revisión bibliográfica el autor elaboró un instrumento que considera los factores más relevantes acorde a sus objetivos de estudio.

1.8.1. Dimensión 1: Factores Personales

Características sociodemográficas

El análisis de las características sociodemográficas se enfoca en aspectos específicos y verificables de las personas, como la edad, el género, el entorno en el que se han desarrollado, la posición entre hermanos, los antecedentes familiares y la experiencia laboral. Estas características

sociodemográficas son herramientas valiosas para medir las diferencias individuales. Son variables fijas que no se pueden modificar fácilmente y sus mediciones se utilizan para analizar ciertos efectos en el comportamiento de una persona. Algunos autores discrepan sobre el uso de la información demográfica para definir el perfil del emprendedor típico. (Robinson, Huefner, & Hunt, 1991), argumenta la ineficiencia al utilizar enfoque demográfico para encontrar actitudes emprendedoras debido a dos puntos.

Primero: Los enfoques demográficos presuponen que factores como el género, la raza o nacimiento tienen un impacto significativo o determinan nuestro comportamiento. Incluso cuando se plantea que ciertas cualidades demográficas influyen en determinadas vivencias, los psicólogos han defendido durante mucho tiempo que lo que realmente impacta en nuestro futuro no son tanto las experiencias vividas, sino las interpretaciones que extraemos de ellas (Rychlak, 1981). Esto significa que, en lugar de estar influenciado por un conjunto particular de rasgos sociodemográficos, el espíritu empresarial está determinado por respuestas particulares del ambiente generado.

Segundo: Un grupo de investigadores emplea las características sociodemográficas como un sustituto de los atributos personales. Según ellos, las características demográficas no influyen tanto en el emprendimiento como los rasgos de personalidad estables o los atributos personales desarrollados por quienes poseen esas características demográficas.

Actitud emprendedora

En nuestro esfuerzo por construir la variable de actitud emprendedora, hemos tomado como referencia los modelos previamente expuestos y la revisión de la literatura. Empezamos con el modelo de (Shapiro, 1982), trabajando con las dos dimensiones fundamentales de las intenciones emprendedoras: la percepción de viabilidad y la percepción de deseabilidad. A estas, hemos añadido una tercera dimensión denominada "esfuerzo personal", que incluye tanto la inversión de tiempo como de recursos financieros que el individuo está dispuesto a aportar al proyecto. Además, hemos integrado una cuarta dimensión que se refiere a la "detección de habilidades" para reconocer oportunidades de negocio.

Estas cuatro dimensiones en conjunto reflejan la orientación hacia la intención emprendedora, particularmente las actitudes hacia el emprendimiento, las cuales influyen en la decisión de iniciar un negocio y en la percepción de la dificultad o facilidad de mantener un comportamiento

específico. Un evento emprendedor implica la disposición para comenzar un negocio, definida por aspectos clave como la percepción de lo deseable y lo viable desde la perspectiva de la intención. Adicionalmente, se considera la influencia de la dedicación personal para invertir tiempo y recursos financieros, así como la posesión de habilidades para identificar diversas oportunidades de negocio en respuesta a las demandas del mercado o los cambios sociales y tecnológicos.

Las dos primeras dimensiones, deseabilidad y viabilidad, se basan en la teoría del comportamiento planificado de (Ajzen, 1991). Estas dimensiones han sido utilizadas en estudios sobre actitud emprendedora en estudiantes universitarios por autores como (Peterman & Kennedy, 2003) (Crant, 1996) o (Veciana, 1989). La tercera dimensión, esfuerzo personal, se apoya en los trabajos de (Bird, 1988), (Singh & DeNoble, 2003) o (Hisrich, 2005). La cuarta dimensión, habilidades personales, se fundamenta en la teoría de (Kirzner I. M., 1973), que enfatiza la capacidad para descubrir oportunidades de negocio. Esta teoría ha sido aplicada en investigaciones con estudiantes universitarios por (Singh & DeNoble, 2003)).

De esta manera, evaluamos el impacto de estas dimensiones clave: deseabilidad, viabilidad, esfuerzo personal y capacidad para identificar oportunidades de negocio, en la disposición de los estudiantes universitarios para emprender su propio negocio. A continuación, proporcionamos la justificación correspondiente.

Percepción de viabilidad

La percepción de viabilidad se refiere al grado en que una persona cree que tiene la capacidad de iniciar un negocio. Esta percepción mide cuán viable se considera esa posibilidad. Las percepciones de viabilidad están relacionadas con las percepciones de autoeficacia, las cuales están empíricamente o teóricamente vinculadas con la conducta de gestión y el conocimiento directivo, y tienen una relación directa con la creación de empresas (Krueger & Brazeal, 1994).

Además, la teoría del comportamiento planificado de (Ajzen, 1991) sostiene que los recursos y oportunidades disponibles para una persona influyen en la probabilidad de que esta manifieste una actitud específica. Esta actitud está vinculada con las habilidades que posee un individuo para alcanzar un objetivo viable en un momento dado. Por lo tanto, si alguien contempla la posibilidad de tener su propia empresa en el futuro, está demostrando una intención, ya que existe una conexión entre lo que la persona planea hacer y sus intenciones de concretar ese propósito.

Percepción de deseabilidad

Esta dimensión se basa en la teoría de (Ajzen, 1991), en ella se explica que una actitud direccionada a una conducta específica reflejan el nivel en que una persona evalúa su conducta favorable o desfavorablemente.

Además, esta teoría también afirma que las acciones se basan en las creencias de las personas. Por lo tanto, la apreciación de lo atractivo se describe como cuánto interés muestra un individuo en establecer un negocio. Por este motivo, las personas adoptan ciertos comportamientos que llevan a resultados favorables.

Esfuerzo personal

(Singh & DeNoble, 2003) emplearon esta dimensión en su investigación acerca de intenciones emprendedoras con jóvenes universitarios. Explican que además de renunciar a un trabajo de tiempo completo para iniciar su propio negocio también deben estar dispuestos a invertir su tiempo en investigación y planificación de su emprendimiento.

Sin embargo, (Hisrich, 2005) sustenta que el individuo con aspiraciones emprendedoras debe ser capaz de brindar sus recursos financieros en periodos de tiempo ajustados a la realidad de su proyecto de negocio.

De la misma forma, debe estar consciente de la existencia de un riesgo en la inversión para su emprendimiento, pudiendo comprometer las finanzas familiares, dependiendo de la disponibilidad de recursos. (Bird, 1988)

Detección de habilidades

(Kirzner I. M., 1973) explica acerca del espíritu emprendedor como el estado de alerta que se direcciona a nuevas posibilidades, basándose en las diferentes perspectivas personales. Además, sostiene que el valor de la persona emprendedora se genera en aprovechar de manera correcta los beneficios que se generan las oportunidades.

El espíritu emprendedor se asocia con el concepto de oportunidad, el cual está centrado principalmente en la identificación de oportunidades con el fin de crear nuevas empresas.

Lo resaltante en la investigación que considera el emprendimiento como una oportunidad, es que ha ocasionado que puedan surgir nuevas oportunidades económicas, generando la existencia de necesidades sociales antes no trabajadas.

Asimismo, hay gran variedad de condiciones que ayudan a aprovechar las oportunidades, como las restricciones a la libertad de mercado, la formación del individuo que facilita la identificación de mejores oportunidades, y los conocimientos adquiridos en el ámbito laboral o en un contexto cultural y económico.

1.8.2. Dimensión 2: Factores de Formación

La mejora de la calidad de la educación empresarial en escuelas, universidades con el fin de maximizar su verdadero valor ha surgido como un tema de investigación importante en la educación superior. Los académicos sugieren que la intención empresarial individual está vinculada al comportamiento empresarial individual, aunque no todos los estudiantes tienen dichas intenciones. Por lo tanto, se considera que la intención empresarial es un punto de partida crucial para la investigación sobre emprendimiento en estudiantes universitarios. Sin embargo, las investigaciones previas no han abordado de manera correcta qué factores específicos de la educación empresarial tienen un nivel de influencia en la intención empresarial de estos estudiantes.

La literatura al examinar detalladamente la calidad de la educación empresarial, la influencia de la autoeficacia empresarial en la intención empresarial, y la influencia de la orientación empresarial en esta relación. Estos hallazgos son fundamentales para el desarrollo de la teoría de la educación empresarial. Además, la autoeficacia como teoría aporta una perspectiva única y descubre factores clave que afectan la intención empresarial de los estudiantes universitarios, lo que puede informar la formulación de políticas relevantes para la educación empresarial en instituciones académicas

Desde la perspectiva de la calidad de la educación empresarial, este estudio analiza la calidad educativa, la orientación empresarial, la autoeficacia y la intención empresariales para clarificar su relación y promover la teoría empresarial.

(Stokes, 2010) concluyó que la educación empresarial aumenta la intención empresarial al enseñar conocimientos, formar calidad empresarial y fomentar la conciencia y capacidad empresarial. Sin embargo, no especifica cómo impacta esta educación en la intención empresarial, ni si lo hace directamente o a través de canales específicos. (Souitaris, 2007) sostiene que la educación debe ser vista como un concepto multidimensional, y su estudio con 230 estudiantes durante cinco meses sugiere que debe investigarse desde múltiples perspectivas, incluyendo la

teoría educativa y el diseño del plan de estudios. Esto resalta la importancia del aprendizaje, la inspiración empresarial y los recursos en el programa empresarial de los estudiantes universitarios.

(Zhao, 2005) llevaron a cabo un estudio que abarcó cinco escuelas de negocios en los Estados Unidos, analizando 265 programas de maestría en negocios mediante la técnica de modelado de ecuaciones estructurales. Este estudio, publicado en EURASIA J Math Sci and Tech Ed 3713, resalta la naturaleza multidimensional de la educación empresarial y su influencia significativa en la intención empresarial, considerando aspectos como el contenido curricular, la experiencia práctica y la educación para el emprendimiento (Zhao, 2005)

A partir de este análisis, se pueden inferir las siguientes hipótesis:

- La autoeficacia empresarial actúa como un mediador entre la calidad de la educación y la intención empresariales.

La literatura existente respalda estas suposiciones con evidencia empírica. Por ejemplo, investigaciones realizadas por Dyer sugieren que los programas de educación empresarial pueden aumentar la confianza de los estudiantes en sus habilidades empresariales, fomentar el espíritu emprendedor y mejorar su comprensión de la innovación y el emprendimiento. (Brazeal, 1994) argumentan que la educación empresarial puede incrementar la conciencia empresarial, el conocimiento del ámbito empresarial y la confianza en sí mismos de los estudiantes, lo que mejora su percepción sobre la viabilidad de iniciar un negocio.

Los académicos también sugieren que la educación empresarial puede potenciar las habilidades de gestión y aumentar la probabilidad de que los estudiantes emprendan iniciativas empresariales. Además, investigaciones realizadas por Souitaris respaldan la idea de que la educación emprendedora tiene un impacto positivo en la intención emprendedora.

La autoeficacia empresarial, enraizada en la teoría del aprendizaje social de Albert Bandura, se define como la percepción que tienen los individuos sobre su capacidad para emprender.

1.8.3. Dimensión 3: Factores Socio Económicos

Cuando se aborda el tema del espíritu empresarial o la motivación para iniciar algo y las acciones destinadas a generar empleo desde una perspectiva empresarial, nos referimos al concepto de emprendimiento. Esta expresión es relativamente reciente, siendo introducida en la Real

Academia Española en su vigésima tercera edición del Diccionario de la Lengua Española en 2013. Antes de ese año, los términos comúnmente utilizados eran emprendedurismo, emprendurismo o emprendeduría, dependiendo de las interpretaciones de diversos autores, aunque aún hoy se siguen utilizando en conferencias y medios de comunicación.

El término emprendedor ha ganado prominencia en las últimas dos décadas, marcadas por una serie de investigaciones. Sin embargo, su clasificación ha variado según los enfoques. En la actualidad, instituciones educativas y otros agentes sociales muestran una preocupación creciente por fomentar el espíritu emprendedor en la sociedad, especialmente entre los jóvenes, reconociendo la importancia de la educación en este aspecto.

Uno de los incentivos para que los estudiantes universitarios se interesen por el emprendimiento es la percepción del mercado laboral. Si consideran que no hay oportunidades laborales acordes con su formación y que podrían obtener mayores beneficios económicos siendo autónomos, es más probable que opten por iniciar su propio negocio.

Las universidades están respondiendo a esta necesidad incorporando cada vez más cursos relacionados con el emprendimiento en sus planes de estudio. Sin embargo, se reconoce que la educación no debe limitarse únicamente a la formación académica, sino que también debe promover habilidades y competencias necesarias para fomentar la creatividad, la adaptabilidad y la capacidad de emprender a lo largo de la vida.

En este sentido, el sistema educativo representa un rol importante en la formación de personas con mentalidad emprendedora. Aunque factores como la formación recibida y las habilidades adquiridas también influyen en la disposición de las personas a emprender, la educación formal puede contribuir significativamente a esta mentalidad emprendedora.

Las investigaciones realizadas en universidades han explorado diversos aspectos relacionados con el emprendimiento, destacando la importancia del nivel educativo en el éxito de los emprendedores. Además, se ha observado que los modelos de rol, como la influencia de los profesores, también pueden desempeñar una participación importante en el desarrollo de una actitud emprendedora en los estudiantes.

Aunque factores sociodemográficos y psicológicos tienen un grado de influencia en la intención emprendedora de las personas, se reconoce que los factores socioeconómicos también

juegan un papel crucial. En última instancia, los emprendedores evalúan la posibilidad de iniciar un negocio en función de la rentabilidad y la satisfacción personal que les pueda ofrecer en comparación con otras opciones laborales.

A continuación, se presentarán teorías relacionadas a esta dimensión:

Teoría de Papanek y Harris:

(Terán-Yepe, 2019) el emprendimiento y el crecimiento económico son catalizados por condiciones económicas favorables. Para Papanek, (Papanek, 1962) estos dos fenómenos están intrínsecamente vinculados a los incentivos económicos positivos, donde la búsqueda de ganancias económicas actúa como un motor para la iniciativa emprendedora (Mohanty, 2006). Harris complementa esta idea al afirmar que "la búsqueda de ganancias económicas es un factor crítico que impulsa la actividad emprendedora en la economía".

Teoría de Harvard School:

La perspectiva de la Harvard Business School considera que el emprendimiento surge de una combinación de fuerzas internas y externas. Según (Mohanty, 2006), esta teoría reconoce la importancia tanto de las cualidades individuales del emprendedor, como la inteligencia y la experiencia, como de los factores externos, como el entorno económico, político y social, en el desarrollo del emprendimiento en la sociedad.

Teoría del ajuste de Kirzner:

(Kirzner I. M., 1973) propone que el emprendimiento se basa en la capacidad del individuo para percibir oportunidades en el mercado. De acuerdo con (Deakins, 2009), Kirzner argumenta que los emprendedores actúan como equilibradores del mercado, identificando y explotando oportunidades de ganancias para restaurar el equilibrio. (Smith, 2014) refuerzan esta idea al afirmar que "los emprendedores son agentes activos que trabajan para corregir desequilibrios en el mercado, actuando sobre las oportunidades de beneficio que perciben".

Teoría del beneficio de Knight:

Knight (1921) destaca que los emprendedores son individuos que asumen riesgos y enfrentan la incertidumbre en busca de ganancias. Deakins y Freel (2009) respaldan esta noción al afirmar

que "las ganancias son la recompensa para los emprendedores por asumir los costos asociados con la incertidumbre".

1.8.4. Dimensión 4: Factores Psicológicos y Emocionales

Las conclusiones de (Roth & Lacoa, 2009) señalan que cada proceso emprendedor puede causar un desgaste emocional significativo, el cual debe ser manejado adecuadamente para no obstaculizar el acto de emprender. Este agotamiento potencial surge de las presiones a las que se enfrenta el individuo, como lo indican (Salazar-Carvajal, 2014), donde la incertidumbre inherente al emprendimiento puede afectar la salud y el bienestar psicológico, manifestándose en estrés, ira o ansiedad. Es crucial entender por qué algunas personas pueden enfrentar estos desafíos de manera más efectiva que otras, destacando así la importancia de la inteligencia emocional.

Este concepto se originó en las afirmaciones de (Garden, 2000), quien propuso que la inteligencia intrapersonal e interpersonal, componentes de su modelo de Inteligencias Múltiples, podrían fusionarse en un único constructo conocido como inteligencia personal. Este tipo de inteligencia implica la evaluación y comprensión de las emociones, así como la capacidad para regularlas en interacciones con otros, conceptos que fueron integrados posteriormente por (Goleman, 1995) bajo el término de inteligencia emocional.

Otro enfoque sobre la inteligencia emocional se centra en la capacidad para manejar las emociones. En este sentido, el modelo de Estilos Emocionales de (Guarino, 2010) ofrece una explicación para aquellos individuos que tienen dificultades para comprender y expresar sus emociones y las de los demás. Dos estilos emocionales relevantes son la Inhibición emocional, relacionada con el temor al fracaso y la exposición ante otros, y la Rumiación, que se asocia con la preocupación persistente por eventos pasados y el miedo al futuro. La Inhibición emocional se manifiesta en la contención o supresión de la expresión emocional, incluyendo el miedo a solicitar ayuda y la exposición ante otros. Por otro lado, la Rumiación refleja la tendencia a preocuparse por eventos pasados, junto con la falta de confianza en las personas, dificultad para superar fracasos y temor al futuro.

La inteligencia emocional ha sido asociada con un mayor bienestar psicológico (Malouff et al., 2007) y tiene un impacto en el desempeño laboral (O'Boyle, 2011), la satisfacción en el trabajo, el compromiso laboral y la participación activa en el ámbito laboral (Carmeli, 2003). (Foo, 2011) señaló que una nueva línea de investigación en emprendimiento se centra en las emociones que

afectan al emprendedor. Las emociones positivas pueden ayudar a manejar el estrés, aumentar la creatividad, identificar oportunidades y convertir experiencias pasadas en soluciones actuales (Baron, 2008), además de facilitar la toma de decisiones efectivas (Foo, 2011). Otros estudios han demostrado que las emociones tienen un impacto positivo en el emprendimiento (Baron, 2008). La comprensión de las emociones puede ser mejor explicada en relación con la inteligencia emocional. Según (Salovey & Mayer, 1990), las emociones son habilidades que implican la evaluación precisa y expresión de emociones en los individuos, así como su regulación efectiva y el uso de los sentimientos para motivar, planificar y lograr metas en la vida.

1.8.5. Factores Innovación y Creatividad

La innovación y la creatividad son elementos fundamentales para los emprendedores, permitiéndoles aprovechar cambios como oportunidades inéditas. La creatividad, definida como el proceso de generar nuevas ideas y conocimientos mediante la combinación de datos, es clave para encontrar soluciones innovadoras a problemas existentes y para contribuir al desarrollo competitivo de las organizaciones (Drucker, 2005), En el contexto organizacional, la creatividad se manifiesta en la gestión de la diversidad, donde la mezcla de creencias, estilos de vida y conocimientos facilita la generación de nuevas combinaciones de ideas (Csikszentmihalyi, 1998).

La innovación, por su parte, se refiere a la implementación de cambios tecnológicos para mejorar la producción en las organizaciones (Goldenberg et al., 2003). Tanto la innovación como la creatividad son trabajos que pueden ser gestionados y representan esfuerzos deliberados para crear cambios con potencial económico o social (Drucker, 2005) Estas transformaciones deben ser abordadas proactivamente, ya que los cambios en las estructuras económicas y productivas promueven un ciclo virtuoso de competencia, innovación y productividad. En este contexto, el desarrollo de ideas creativas e innovaciones requiere premisas y supuestos basados en la interacción de variables endógenas y exógenas, especialmente en el ámbito de las ciencias administrativas.

1.9. Marco conceptual

Emprendimiento

El emprendimiento hace referencia al conjunto de los siguientes procesos: identificación, elaboración y obtención de una idea, proyecto o negocio con el fin de crear valor económico, social

o cultural. Esto incluye tomar riesgos y buscar oportunidades de innovación y crecimiento. (Casson, 2007).

Innovación

La innovación es la creación de ideas nuevas, procesos, servicios y/o productos que ayuden y se conviertan en mejoras significativas en una empresa, industria o sociedad en general. Implica emplear de forma creativa el conocimiento y la tecnología para la resolución de problemas o satisfacer necesidades de manera original. (Acs & Audretsch, 1998).

Creatividad

Se entiende como creatividad a la habilidad de originar ideas nuevas y únicas, o de percibir las cosas de distintas perspectivas.

Es un proceso que se realiza de forma mental implicando la imaginación, la originalidad y la capacidad de pensar de manera poco convencional. (Dinello et al., 2001).

Cultura emprendedora

Se define como cultura emprendedora al grupo de principios, actitudes y creencias que estimulan y apoyan al espíritu emprendedor de los individuos que conforman una sociedad o empresa. Además, se caracteriza por la fomentación de asumir riesgos, innovar y buscar nuevas oportunidades. (Alemany et al., 2011).

Capacidad emprendedora

La capacidad emprendedora se define como las habilidades, conocimientos y atributos personales que los individuos tienen para comenzar a dirigir exitosamente un proyecto emprendedor. Además, involucra la habilidad de reconocer oportunidades, afrontar riesgos y tomar decisiones correctas. (Flores, 2000).

Incubadora

Es una organización o programa que ofrece apoyo, recursos y asesoramiento a emprendedores y startups (nuevas empresas) durante las primeras fases de su desarrollo. La meta de las incubadoras es respaldar el crecimiento de asegurar el éxito de las empresas emergentes. (Barrow, 2019).

Liderazgo

El liderazgo involucra la capacidad de ejercer influencia, dirigir y estimular a un conjunto de individuos con el fin de alcanzar metas y propósitos compartidos. Se denomina líder al que brinda orientación, toma decisiones, y fomenta trabajo en equipo y la eficacia dentro de una organización. (Yukl, 2008)

Auto eficiencia

La auto eficiencia se define como la confianza en la capacidad personal para lograr de manera exitosa los objetivos y metas específicas, hace referencia a la cualidad que tienen las personas en conseguir el éxito a través de sus acciones y esfuerzos. (Lefrancois, 2000).

Autoconfianza

La autoconfianza es creer en sí mismo y en sus habilidades personales. Involucra confiar en su propia capacidad para resolver conflictos y tomar las mejores decisiones. (Rogero, R. & León, O. , 2003).

Factores explicativos

Son componentes o variables empleadas para entender y explicar un evento o situación. En distintos escenarios, estos factores pueden actuar como causas, variables independientes o elementos esenciales que contribuyan a un análisis más exhaustivo. (R, 1991).

Actitud

La actitud se define como la disposición emocional y mental de un individuo hacia algo, como una idea, objeto, persona o situación. Se varía entre positiva, negativa o neutral y afecta el comportamiento y las elecciones de la persona. (Sabater, 1989).

Motivación

La motivación es la fuerza interna que estimula a una persona a tomar acciones y lograr metas. Puede manifestarse de forma intrínseca (desde dentro) o extrínseca (provocada por factores externos) y está vinculada con la satisfacción de necesidades individuales, el logro de metas o la búsqueda de recompensas. (Huertas, 1997).



CAPITULO II: PLANTEAMIENTO OPERACIONAL

2. METODOLOGÍA

2.1. Tipo de Investigación

2.1.1. Nivel

El nivel utilizado en la investigación es correlacional debido a que se realizaron estudios de correlación entre la variable factores explicativos y actitud emprendedora, así como entre las dimensiones de ambas variables ya que se pretende identificar y medir la relación entre las variables sin manipularlas directamente.

2.1.2. Enfoque

El enfoque de la presente investigación es de índole cualitativo, utilizando la escala de Likert para medir percepciones y actitudes de los participantes, permitiendo una comprensión más profunda de los factores que influyen en la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios de la Universidad Católica de Santa María. Este estudio es concluyente y permite confirmar si las hipótesis planteadas son correctas.

2.1.3. Tipo

Es una investigación científica de tipo básica ya que su objetivo es profundizar en el conocimiento de las variables de estudio. (Neill & Suarez, 2018)

2.1.4. Diseño

El diseño de esta investigación es no experimental, dado que no se manipulan las variables.

2.1.5. Temporalidad

La investigación tiene una temporalidad transversal, ya que los datos se recopilarán en un período específico. Esto permitirá describir ambas variables del estudio y determinar si existe una correlación entre ellas. (Cid et al., 2007)

2.2. Población y muestra

2.2.1. Población

El universo está constituido por estudiantes de 4to y 5to año de todas las carreras presenciales de la Universidad Católica de Santa María que ascienden a 6944 personas, por lo cual se determina que es un universo finito porque no excede las 100000 unidades de estudio.

Tabla 1
Segmentación de la población

Escuela Profesional	Matriculados 4to		Matriculados 5to	
ADMINISTRACION DE EMPRESAS	152	5%	169	5%
ARQUITECTURA	113	4%	187	5%
CIENCIA POLITICA Y GOBIERNO	32	1%	45	1%
COMUNICACION SOCIAL	74	2%	100	3%
CONTABILIDAD	67	2%	63	2%
DERECHO	273	8%	327	9%
EDUCACION INICIAL	19	1%	23	1%
EDUCACION PRIMARIA	9	0%	5	0%
EDUCACION SECUNDARIA	2	0%	8	0%
ENFERMERIA	179	6%	227	6%
FARMACIA Y BIOQUIMICA	109	3%	110	3%
INGENIERIA AGRONOMICA Y AGRICOLA	21	1%	32	1%
INGENIERIA AMBIENTAL	116	4%	129	3%
INGENIERIA BIOTECNOLOGICA	49	2%	72	2%
INGENIERIA CIVIL	143	4%	228	6%
INGENIERIA COMERCIAL	109	3%	177	5%
INGENIERIA DE INDUSTRIA ALIMENTARIA	28	1%	29	1%
INGENIERIA DE MINAS	99	3%	82	2%
INGENIERIA DE SISTEMAS	92	3%	89	2%
INGENIERIA ELECTRONICA	22	1%	33	1%
INGENIERIA INDUSTRIAL	243	8%	262	7%
INGENIERIA MECANICA	78	2%	74	2%
INGENIERIA MECANICA-ELECTRICA	20	1%	38	1%
INGENIERIA MECATRONICA	54	2%	79	2%
MEDICINA HUMANA	263	8%	372	10%
MEDICINA VETERINARIA Y ZOOTECNIA	126	4%	107	3%
OBSTETRICIA Y PUERICULTURA	126	4%	0	0%
ODONTOLOGIA	161	5%	224	6%
PSICOLOGIA	247	8%	248	7%
PUBLICIDAD Y MULTIMEDIA	126	4%	127	3%
TECNOLOGÍA MÉDICA EN TERAPIA FÍSICA Y REHABILITACIÓN	0	0%	0	0%
TEOLOGIA	8	0%	11	0%
TRABAJO SOCIAL	28	1%	30	1%
TURISMO Y HOTELERIA	24	1%	25	1%
	3212	100%	3732	

2.2.2. Muestra

El muestreo se aplicó en una población estadística finita, con un grado de certeza del 95% y con un margen de error del 5%.

$$N = Z^2 * p * q * N$$

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

- Z=Nivel de Confianza 95%
- N=Universo 6944
- p=Probabilidad de ocurrencia del evento 0.5
- q=Probabilidad de no ocurrencia 0.5
- e=Error de estimación 0.05
- n=Tamaño de la muestra

Reemplazando:

$$N = \frac{(1.96) * 2 * 0.5 * 0.5 * 6944}{(6944 - 1) * (0.05)^2 * (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 365$$

Criterios de inclusión:

- Alumnos con matrícula activa de cuarto y quinto año.

Criterios de Exclusión:

- Alumnos que no asistieron a clases los días en que se recolectaron los datos y a los que se les envió la encuesta de manera virtual pero que no respondieron.

2.3. Técnicas e instrumentos

2.3.1. Técnica

Hernández Sampieri (2014) señala que la encuesta es una técnica cuantitativa empleada para recopilar datos mediante un conjunto de preguntas enfocadas en una o varias variables a evaluar,

pudiendo tener un carácter descriptivo o explicativo. Por ello, la encuesta es el método más idóneo para esta investigación. Adicionalmente, se realizarán entrevistas para corroborar los resultados

2.3.2. Instrumento

En esta investigación se utilizó el método de escalamiento de Likert de 5 puntos, que se caracteriza por presentar un conjunto de afirmaciones a los participantes, quienes deben expresar su reacción seleccionando una de las cinco categorías disponibles en la escala. Cada categoría tiene un valor numérico asignado, y la puntuación total del participante se obtiene sumando los valores de todas las afirmaciones. Este enfoque permite medir la actitud hacia el objeto de estudio evaluando el nivel de acuerdo con cada afirmación, la frecuencia de ciertas actividades y la dificultad percibida al realizarlas. (Paitán et al., 2018)

Para evaluar la confiabilidad del instrumento utilizado, se aplicó el coeficiente Alfa de Cronbach. Este coeficiente es una medida de la consistencia interna de la escala, asegurando que cada participante responda a una única versión del cuestionario. Esto facilita una medición única y precisa, permitiendo calcular el coeficiente de confiabilidad de manera efectiva en contraste con otras pruebas el Alfa de Cronbach ofrece robustez, proporciona información de como los ítems se relacionan entre sí, el alfa de Cronbach es aplicable para un constructo donde se utiliza la escala de Likert lo que asegura que se está midiendo de manera coherente el constructo aplicado en el presente estudio.

A. Confiabilidad

Prueba de Alfa de Cronbach

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	36	100,0
	Excluido	0	,0
	Total	36	100,0
a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.			

Tabla 2*Prueba de Alfa de Cronbach*

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,924	36

En la fila de datos, el valor del Alfa de Cronbach es .924, lo cual indica un alto nivel de consistencia interna, para el conjunto de ítems evaluados (Maldonado, 2015). La columna "N de elementos" muestra un total de 36 ítems.

2.4. Estrategias de recolección y procesamiento de datos

En el contexto del estudio sobre "Factores Explicativos de la Actitud Emprendedora en Estudiantes Universitarios de 4to y 5to Año de la Universidad Católica de Santa María", se implementaron estrategias metodológicas específicas para la recolección y análisis de datos. Se desarrolló un cuestionario estructurado con preguntas diseñadas para captar variables, dimensiones e indicadores relevantes a la actitud emprendedora, actuando como variable dependiente, y a los factores explicativos, actuando como variables independientes. La aplicación del cuestionario se llevó a cabo mediante la plataforma Google Forms, facilitando la recolección electrónica de datos que fueron almacenados de manera segura para su posterior análisis.

Utilizando el software SPSS v25, se realizó un análisis exhaustivo que incluyó tanto técnicas descriptivas como inferenciales (Cohen & Rojas, 2019). Se realizaron tablas cruzadas para explorar las relaciones entre las variables y la variable de control edad. Posteriormente, se calcularon los promedios de los ítems para cada dimensión y variable, permitiendo así un análisis de correlación para evaluar las asociaciones entre los factores explicativos y la actitud emprendedora de los estudiantes.

Para asegurar la confiabilidad de los instrumentos utilizados, se aplicaron medidas de consistencia interna como el Alpha de Cronbach. Además, se realizó la validación de contenido y constructo realizada por expertos,

Estas estrategias metodológicas aseguraron un enfoque riguroso y sistemático en el estudio de la actitud emprendedora, proporcionando validez y confiabilidad a los resultados obtenidos, y ofreciendo una comprensión más profunda de los factores que impulsan o inhiben el espíritu emprendedor en el contexto universitario Santamariano.

Adicionalmente se realizó un muestreo por cuotas que considero una representación equilibrada (Vera Chang et al., 2018), de estudiantes de diferentes carreras profesionales y años académicos 4to y 5to año. Este método permitió obtener una muestra representativa de la población estudiantil en función a la proporción de estudiantes matriculados por carrera profesional.





CAPITULO III: RESULTADOS

3. RESULTADOS

3.1 Contexto Actual

Algunas consideraciones y antecedentes para la generación de resultados en el presente estudio son que, en base a la investigación, en la Universidad Católica de Santa María (UCSM), los cursos centrados en emprendimiento e innovación son mayormente promovidos por las escuelas profesionales de Ciencias Jurídicas y Empresariales. Estos cursos están diseñados para proporcionar a los estudiantes habilidades específicas en gestión empresarial y estrategias de innovación, sin embargo, es necesario que además tengan un enfoque explícito en la generación de startups. Además, no son parte de los estudios generales para todas las escuelas profesionales.

3.1.1. Promoción y Enfoque de los Cursos

Los cursos de emprendimiento e innovación promovidos por las escuelas profesionales de Ciencias Jurídicas y Empresariales tienen como objetivo principal introducir a los estudiantes a conceptos clave relacionados con la creación y administración de negocios. Estos incluyen temas como modelos de negocio, estrategias de mercado, finanzas empresariales, y gestión de recursos humanos. La formación se enfoca en capacitar a los alumnos para identificar oportunidades empresariales y gestionar proyectos innovadores dentro del contexto empresarial actual.

3.1.2. Limitaciones en la Transversalidad

Aunque estos cursos son fundamentales para el desarrollo de habilidades empresariales entre los estudiantes de carreras económico-administrativas, no están diseñados como una oferta transversal para todas las escuelas profesionales de la UCSM. Esto significa que estudiantes de otras disciplinas como ingeniería, ciencias de la salud, ciencias sociales, entre otras, podrían tener un acceso limitado a este tipo de formación especializada en emprendimiento e innovación.

La participación eventos extracurriculares vinculados al área empresarial se centra en estudiantes matriculados en las escuelas profesionales de la facultad de Ciencia Económico Administrativas. Estos alumnos tienen la oportunidad de complementar su formación académica con conocimientos prácticos que son esenciales para el desarrollo de carreras en el sector empresarial y para explorar oportunidades de innovación dentro de sus respectivos campos.

3.1.3. Incubadora de Empresas en la UCSM

Además de los cursos, la UCSM cuenta con una incubadora de empresas que ofrece programas de apoyo y recursos para fomentar el emprendimiento entre estudiantes y egresados. Sin embargo, existe una falta de conocimiento significativa dentro de la comunidad santamariana sobre la existencia de esta incubadora y los programas que ofrece. Esto ha resultado en una falta de vinculación entre la Incubadora y las escuelas profesionales y en una oportunidad perdida para muchos estudiantes y emprendedores potenciales.

3.2. Presentación de resultados

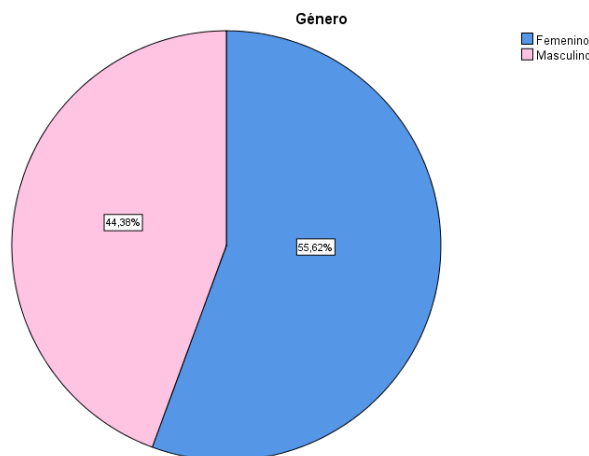
3.2.1. Datos generales Perfil del estudiante – potencial emprendedor

3.2.1.1. Sexo de los participantes

En el gráfico 1 se presenta información sobre la distribución de género de una muestra de 365 individuos, divididos en sexo femenino y masculino. De los 365 individuos, 203 son femeninos, lo que representa el 55,62% de la muestra total. Por otro lado, 162 individuos son masculinos, constituyendo el 44,38% de la muestra.

Figura 1

Sexo de los participantes



Fuente: Matriz de datos

3.2.1.2. Edad de los participantes

La Tabla 3 presenta la distribución por edades de una muestra de 365 individuos, clasificados en cuatro rangos de edad. La mayoría de los individuos, 340 de ellos, pertenecen al grupo de edad de 18 a 25 años, lo cual constituye el 93,15% de la muestra total. El siguiente grupo más numeroso es el de

26 a 33 años, con 23 individuos, representando el 6,30% de la muestra. El rango de 34 a 40 años incluye a 2 individuos, equivalentes al 0,55%.

Tabla 3

Edad de los participantes

Edad	Frecuencia	Porcentaje
18 a 25 años	340	93,15
26 a 33 años	23	6,30
34 a 40 años	2	0,55
Total	365	100,0

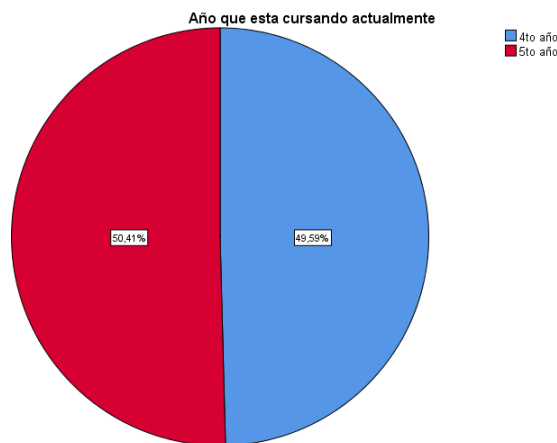
Fuente: Matriz de datos

3.2.1.3. Año de estudios de los participantes

El gráfico 2 muestra la distribución de los años de estudios de una muestra de 365 participantes, específicamente entre estudiantes de 4to y 5to año. De los 365 participantes, 181 están en su 4to año de estudios, lo que representa el 49,59% del total de la muestra. Por otro lado, 184 participantes están en su 5to año, constituyendo el 50,41% de la muestra. La tabla resume los datos de manera efectiva, mostrando que la mayoría de los estudiantes en la muestra están en su 4to año de estudios.

Figura 2

Año de estudios de los participantes



Fuente: Matriz de datos

3.2.1.4. Formación profesional de los estudiantes

La tabla 4 proporciona una descripción detallada de la formación profesional de 365 estudiantes, distribuidos en una variedad de campos académicos. Los datos muestran que el mayor grupo de estudiantes está matriculado en Medicina Humana, con 35 estudiantes, lo que representa el 9,6% de la muestra total. Otros programas con una cantidad significativa de estudiantes incluyen Ingeniería Industrial (7,4%), Ingeniería Mecánica (5,38%), y Psicología (5,00%).

Los campos de Ingeniería están ampliamente representados, destacando Ingeniería Biotecnológica con el 5,46%, seguido por Ingeniería de Sistemas (4,85%) y varias otras especialidades de Ingeniería que varían entre el 0,8% y el 7,4% de los estudiantes. Áreas como Contabilidad, Derecho, y Administración de Empresas también tienen presencias notables, con porcentajes que son el 1,9% y el 8,5% y 4,9% respectivamente. En contraste, programas como Turismo y Hotelería y Trabajo Social tienen los menores porcentajes, con solo el 0,5% y el 1,1% respectivamente.

Tabla 4:
Formación profesional de los estudiantes

Escuelas Profesionales	Frecuencia	Porcentaje
Administración de Empresas	18	4,9
Arquitectura	15	4,1
Ciencia Política y Gobierno	4	1,1
Comunicación Social	9	2,5
Contabilidad	7	1,9
Derecho	31	8,5
Educación Inicial	3	,8
Enfermería	21	5,8
Farmacia y Bioquímica	11	3,0

Ingeniería Agronómica y Agrícola	3	,8
Ingeniería Ambiental	13	3,6
Ingeniería Biotecnológica	7	1,9
Ingeniería Civil	19	5,2
Ingeniería Comercial	15	4,1
Ingeniería de Industrias alimentarias	3	,8
Ingeniería de Minas	10	2,7
Ingeniería de Sistemas	9	2,5
Ingeniería Electrónica	3	,8
Ingeniería Industrial	27	7,4
Ingeniería Mecánica	8	2,2
Ingeniería Mecánica-Eléctrica	3	,8
Ingeniería Mecatrónica	7	1,9
Medicina Humana	35	9,6
Medicina Veterinaria y Zootecnia	12	3,3

Obstetricia y Puericultura	7	1,9
Odontología	20	5,5
Psicología	26	7,1
Publicidad y Multimedia	13	3,6
Trabajo Social	4	1,1
Turismo y Hotelería	2	,5
Total	365	100,0

Fuente: Matriz de datos

3.2.2. Niveles de las variables

Para entender los niveles Bajo, Medio y Alto en función de una escala de Likert de 5 puntos, primero recordemos cómo funciona dicha escala. Una escala de Likert de 5 puntos generalmente se utiliza para medir actitudes o percepciones y se estructura de la siguiente manera:

1. Muy en desacuerdo
2. En desacuerdo
3. Neutral
4. De acuerdo
5. Muy de acuerdo

Para simplificar y categorizar los datos, estos niveles pueden agruparse de la siguiente manera:

- Bajo: Corresponde a las respuestas en los puntos 1 y 2 de la escala de Likert ("Muy en desacuerdo" y "En desacuerdo").
- Medio: Corresponde a la respuesta en el punto 3 de la escala de Likert ("Neutral").
- Alto: Corresponde a las respuestas en los puntos 4 y 5 de la escala de Likert ("De acuerdo" y "Muy de acuerdo").

Por lo tanto, en la tabla de niveles de la variable "Factores explicativos":

- **Bajo (1 y 2):** Indica que los participantes tienen una percepción negativa o baja en relación con los factores explicativos.
- **Medio (3):** Indica que los participantes tienen una percepción neutral en relación con los factores explicativos.
- **Alto (4 y 5):** Indica que los participantes tienen una percepción positiva o alta en relación con los factores

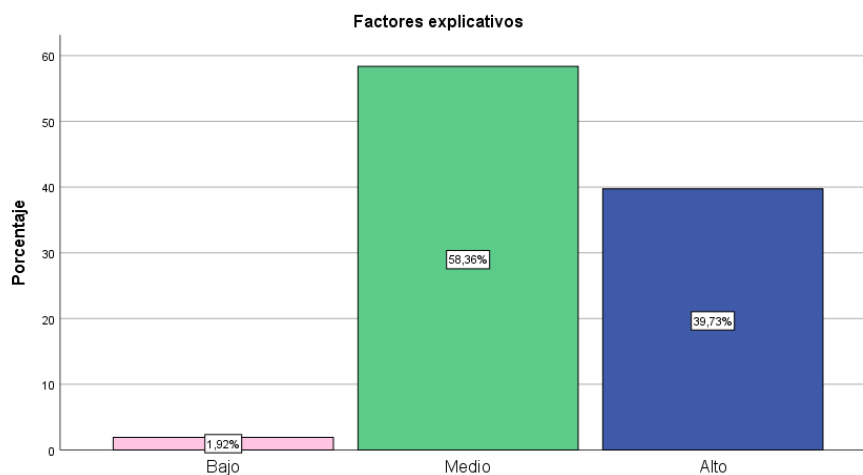
En ese sentido se evidenciará gráficamente a continuación la clasificación por niveles por cada uno de los factores.

3.2.2.1. Niveles de las dimensiones Factores explicativos

Los resultados del gráfico 3, indican que la percepción de los factores explicativos entre los participantes se distribuye mayormente entre niveles medios y altos, con un 58.36% en nivel medio y un 39.73% en nivel alto. Solamente un pequeño porcentaje (1.92%) percibe estos factores en un nivel bajo.

Figura 3

Niveles de la variable Factores explicativos



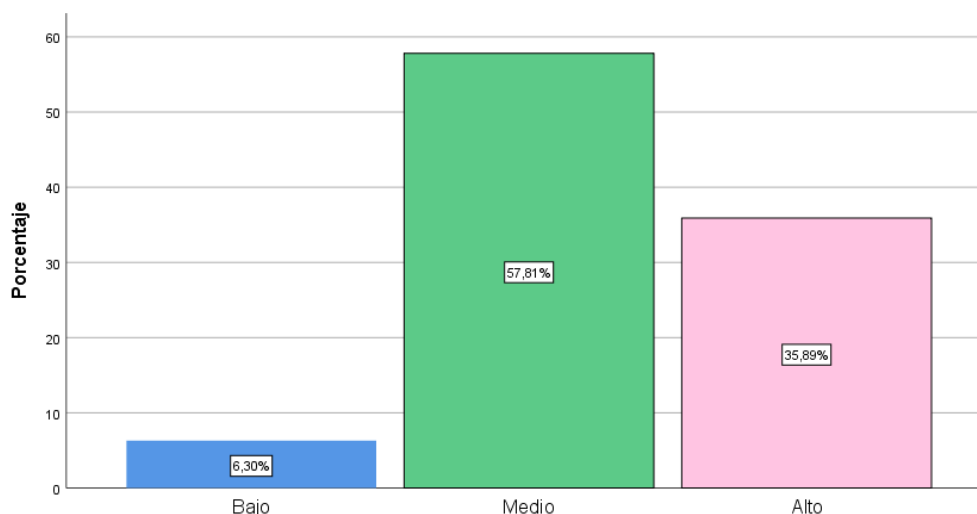
Fuente: Matriz de datos

3.2.2.2. Niveles de las dimensiones Factores personales

La mayoría de los encuestados (57,8%) tiene una percepción neutral respecto a los factores explicativos. Sin embargo, un porcentaje considerable (35,9%) tiene una percepción positiva, mientras que solo un pequeño porcentaje (6,3%) tiene una percepción negativa. Esto sugiere que, aunque hay una tendencia hacia la neutralidad, hay una inclinación significativa hacia una percepción positiva de los factores personales entre los encuestados.

Figura 4

Niveles Factores personales

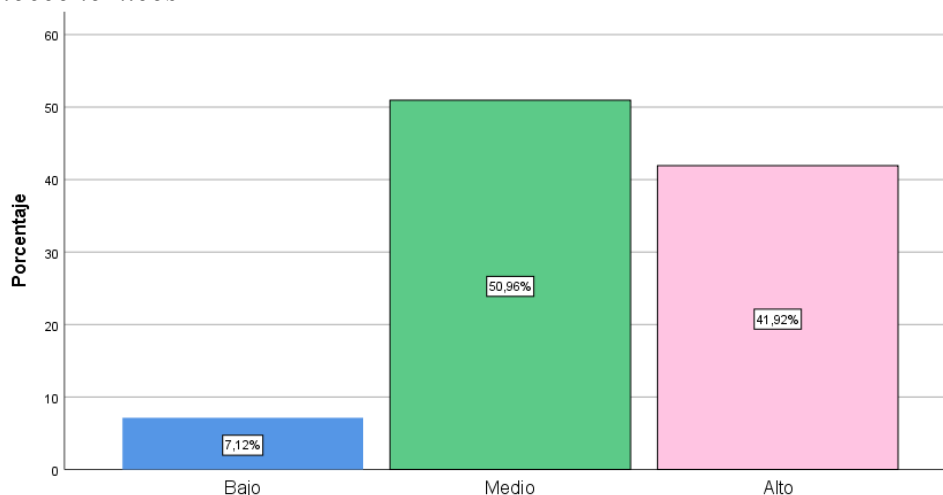


Fuente: Matriz de datos

3.2.2.3. Niveles de las dimensiones Socioeconómicos

La mayoría de los encuestados (51,0%) tiene una percepción neutral respecto a los factores explicativos. Sin embargo, un porcentaje considerable (41,9%) tiene una percepción positiva, mientras que solo un pequeño porcentaje (7,1%) tiene una percepción negativa. Esto sugiere que, aunque hay una tendencia hacia la neutralidad, hay una inclinación significativa hacia una percepción positiva de los factores socioeconómicos entre los encuestados.

Figura 5
Factores Socioeconómicos

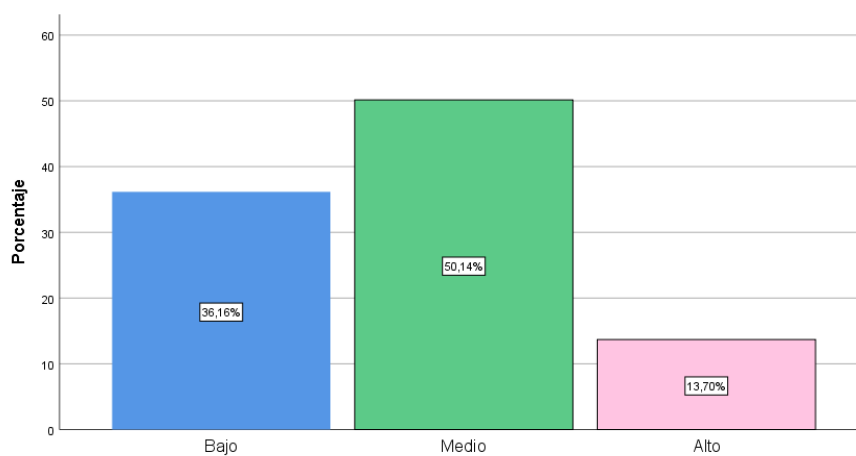


Fuente: Matriz de datos

3.2.2.4. Niveles de las dimensiones de Factores de Formación

La mayoría de los encuestados (50,1%) tiene una percepción neutral respecto a los factores explicativos. Sin embargo, un porcentaje considerable (36,2%) tiene una percepción negativa, mientras que un menor porcentaje (13,7%) tiene una percepción positiva. Esto sugiere que, aunque hay una tendencia hacia la neutralidad, hay una inclinación significativa hacia una percepción negativa de los factores explicativos entre los encuestados.

Figura 6
Factores de Formación

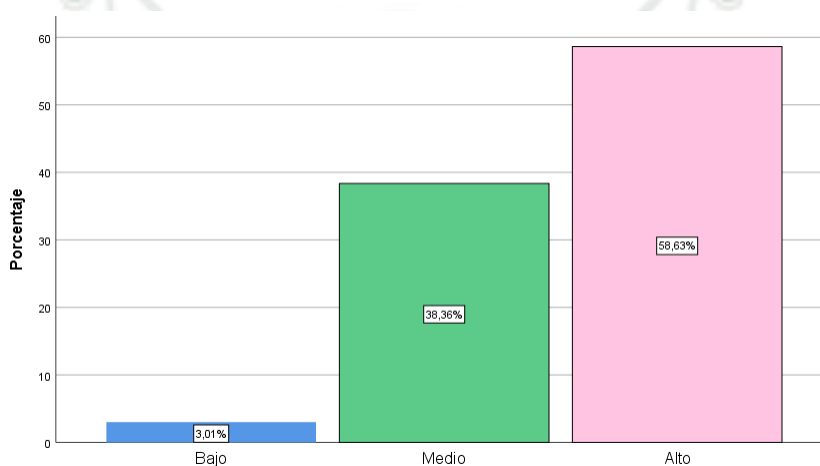


Fuente: Matriz de datos

3.2.2.5. Niveles de las dimensiones de Factores Psicológicos y emocionales

La mayoría de los encuestados (58,6%) tiene una percepción alta o positiva respecto a los factores psicológicos y emocionales, lo que indica que estos factores son generalmente bien valorados entre los encuestados. Un porcentaje considerable (38,4%) tiene una percepción neutral, mientras que solo un pequeño porcentaje (3,0%) tiene una percepción negativa. Esto sugiere una tendencia predominante hacia una percepción positiva de los factores psicológicos y emocionales entre los encuestados.

Figura 7
Factores Psicológicos y emocionales

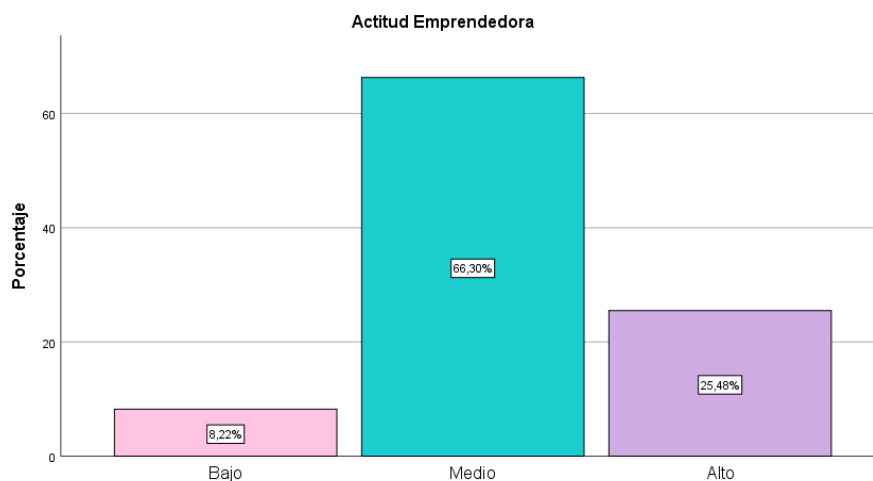


Fuente: Matriz de datos

3.2.2.6. Niveles de las dimensiones de Actitud Emprendedora

La mayoría de los encuestados (66,30%) tiene una actitud emprendedora neutral, lo que indica que no tienen una opinión fuerte ni en desacuerdo ni de acuerdo con las actitudes relacionadas con el emprendimiento. Sin embargo, un cuarto de los encuestados (25,48%) tiene una actitud emprendedora alta, mostrando una inclinación positiva hacia el emprendimiento. Solo un pequeño porcentaje (8,22%) tiene una actitud emprendedora baja, sugiriendo que una minoría está en desacuerdo con las afirmaciones o preguntas relacionadas con el emprendimiento.

Figura 8
Niveles de Actitud Emprendedora

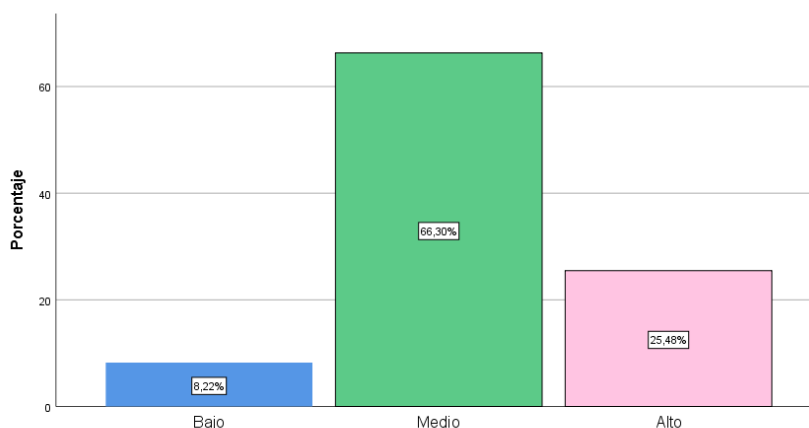


Fuente: Matriz de datos

3.2.2.7. Niveles de las dimensiones de la Innovación y creatividad

La mayoría de los encuestados (66,3%) tiene una percepción neutral respecto a los niveles de innovación y creatividad. Sin embargo, un cuarto de los encuestados (25,5%) tiene una percepción alta, mostrando una inclinación positiva hacia la innovación y creatividad. Solo un pequeño porcentaje (8,2%) tiene una percepción baja, sugiriendo que una minoría está en desacuerdo con las afirmaciones o preguntas relacionadas con la innovación y creatividad. Esto sugiere que, aunque hay una tendencia predominante hacia la neutralidad, hay una proporción significativa de encuestados que valoran positivamente la innovación y creatividad.

Figura 9
Niveles Innovación y creatividad



Fuente: Matriz de datos

3.3. Análisis inferencial

3.3.1. Prueba de normalidad y análisis correlacional

La prueba de Kolmogorov-Smirnov (K-S) se elige para evaluar la normalidad de nuestros datos debido a varias razones clave que detallaremos a continuación:

1. **Capacidad para Grandes Muestras:** Es efectiva para grandes conjuntos de datos, manteniendo su poder estadístico independientemente del tamaño de la muestra (I. M. Chakravarti, 1967).
2. **Sensibilidad a Varias Formas de Desviación:** Detecta diferentes tipos de desviaciones de la normalidad, incluyendo asimetrías y curtosis, proporcionando una evaluación completa (Massey, 1951).
3. **Naturaleza No Paramétrica:** Su carácter no paramétrico la hace versátil para diversos tipos de datos, sin requerir que los datos se ajusten a una distribución específica.
4. **Facilidad de Implementación:** Es fácil de implementar y está disponible en la mayoría de los paquetes estadísticos, lo que facilita una rápida aplicación y obtención de resultados confiables. (Massey, 1951).
5. **Comparación con Otras Pruebas:** Aunque existen otras pruebas de normalidad, la prueba K-S es menos restrictiva y más intuitiva en su interpretación, además de ser robusta y flexible en su aplicación.

Estas características hacen de la prueba de Kolmogorov-Smirnov una herramienta ideal para nuestro análisis de datos, asegurando una evaluación robusta y eficiente de la normalidad.

Tabla 5
Prueba de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Factores Explicativos	,049	365	,034
Actitud Emprendedora	,084	365	,000

Fuente: Matriz de datos

H_0 : Los datos tienen una distribución normal

H_a : Los datos no tienen una distribución normal

Regla de decisión

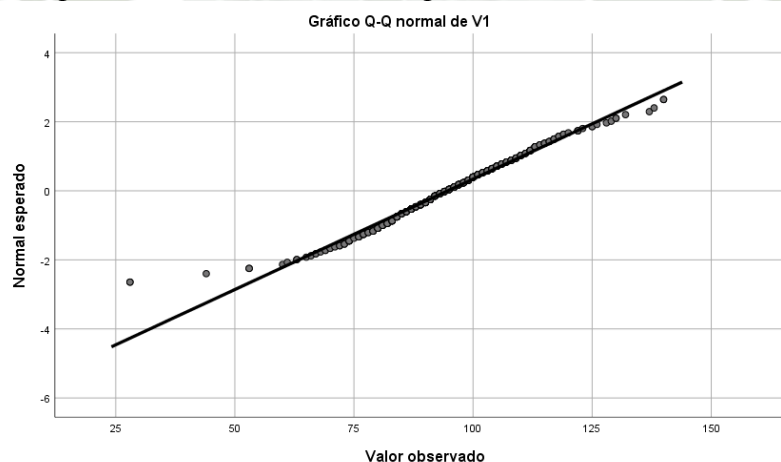
Si $p < 0,05$ rechazamos H_0 y aceptamos H_a

Si $p \geq 0,05$ aceptamos H_0 y rechazamos la H_a

Un valor de p (significancia) de 0.034 indica que no hay evidencia suficiente para rechazar la hipótesis alternativa de que la distribución de la variable "Factores explicativos" difiere significativamente de una distribución no normal. En otras palabras, es probable que esta variable siga una distribución no normal. Al igual que con la variable anterior, un valor de p de 0.000 sugiere que la distribución de la variable "Actitud emprendedora" no difiere significativamente de una distribución no normal. Esto implica que, según la prueba de Kolmogorov-Smirnov, la "Actitud emprendedora" también no se distribuye normalmente. Los datos tienen una distribución no normal, por lo tanto, se realizó una prueba de estadística no paramétrica empleando la prueba de Rho de Spearman.

Gráfico 10

Prueba de Normalidad para la variable Factores explicativos



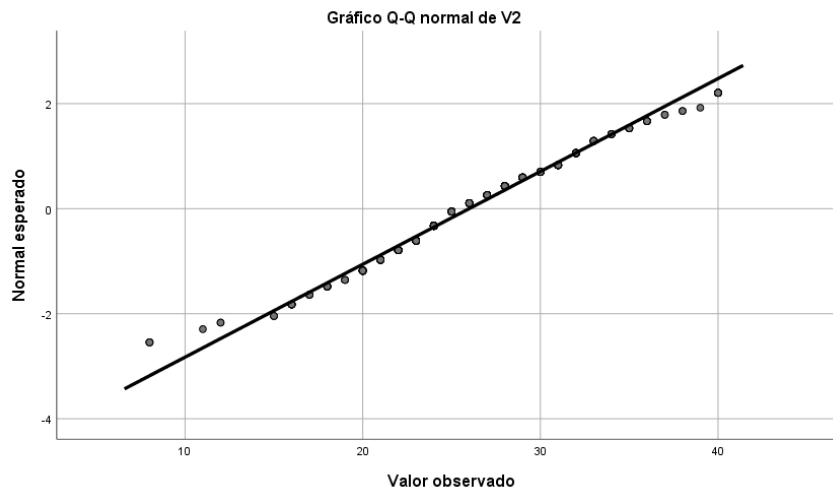
Fuente: Matriz de datos

En el gráfico 10, los valores en los extremos inferiores y superiores se desvían significativamente de la línea recta, lo que indica que los datos tienen colas más pesadas de lo esperado en una distribución normal. Esto sugiere un exceso de curtosis, indicando que hay más valores extremos de lo que se encontraría en una distribución normal. La evidencia de no normalidad en los datos, especialmente debido a las colas pesadas y la posible presencia de valores extremos,

sugiere que técnicas estadísticas que asumen normalidad podrían no ser adecuadas para estos datos. Por tanto, podría ser útil considerar métodos estadísticos que no asumen una distribución normal o transformaciones de los datos que puedan aproximarse a una distribución normal.

Gráfico 11

Prueba de Normalidad para la variable Actitud emprendedora



Fuente: Matriz de datos

En el gráfico 11, los valores en los extremos inferiores y superiores hay algunas desviaciones leves, especialmente en los extremos inferiores y superiores, estas no son sustancialmente significativas, indicando que hay más valores extremos de lo que se encontraría en una distribución no normal. La evidencia de no normalidad en los datos, especialmente debido a las colas pesadas y la posible presencia de valores extremos, sugiere que técnicas estadísticas que asumen normalidad podrían no ser adecuadas para estos datos. Por tanto, podría ser útil considerar métodos estadísticos que no asumen una distribución normal o transformaciones de los datos que puedan aproximarse a una distribución normal.

3.3.2. Índice de correlación entre dimensiones de Factores explicativos y Actitud emprendedora

El uso de la correlación está justificado porque nos permite medir la fuerza y la dirección de la relación lineal entre los "Factores explicativos" y la "Actitud emprendedora". Ya que con la presente investigación pretendemos entender si y cómo estos factores están asociados con la actitud emprendedora, lo que nos permitirá identificar patrones significativos y potencialmente predecir cambios en la actitud emprendedora basándonos en cambios en los factores explicativos. (Cohen J. C., 2003).

Además es importante destacar el uso de la Correlación Spearman ya que no se cumplen los supuestos de normalidad, Esta prueba no paramétrica es ideal debido a que las pruebas de normalidad nos indican que no son normales la distribución de datos de cada factor, la correlación de Spearman además evaluar la relación monótonica entre dos variables, esto es útil ya que no requiere que la relación sea lineal pero si una tendencia general, una característica importante es que la correlación de Spearman es menos sensible a los valores atípicos en comparación con otras pruebas como la de Pearson.

Prueba de Hipótesis correlación

Ho $p \geq 0,05$ (no existe correlación)

Ha: $p < 0,05$ (Existe correlación)

Regla de decisión

Si $p < 0,05$ rechazamos Ho y aceptamos Ha

Si $p \geq 0,05$ aceptamos Ho y rechazamos la Ha

Tabla 6

Correlación entre los Factores explicativos y Actitud emprendedora

Correlaciones			Factores explicativos	Actitud emprendedora
Rho de Spearman	Factores explicativos	Coefficiente de correlación	1,000	,633**
		Sig. (bilateral)		,000
		N	365	365
	Actitud emprendedora	Coefficiente de correlación	,633**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	
		N	365	365

**P<0.01

Fuente: Matriz de datos

En la tabla 6 se presentaron los valores de correlación, como $p < 0,05$, por lo tanto, existió una relación significativa entre los Factores explicativos y Actitud emprendedora. Esta relación fue

directa, es decir, a mayores Factores explicativos, mayor Actitud emprendedora. La relación fue regular positiva de 0.633.

Para fortalecer este resultado se realizaron entrevistas a autoridades Santamarianas que se detallarán a continuación.

Tabla 7

Influencia de Factores en la Actitud Emprendedora de Estudiantes Universitarios

Nombres	Título	Puesto	Visión sobre Influencia en Actitud Emprendedora
Dra. Karina Rosas Paredes	Doctora	Directora de Innovación y Desarrollo	Educación personalizada y mentores inspiradores son claves para fomentar el emprendimiento.
Lic. Nadia Gamero Begazo	Licenciada	Asistente de la oficina de gestión de Investigación	El acceso a recursos tecnológicos y programas de innovación incrementan el interés emprendedor.
Ing. Midwar Ancco Mamani	Ingeniero	Asistente de proyectos de la Oficina de Innovación y Desarrollo-Investigador	La integración de la tecnología en el currículum motiva a los estudiantes a emprender.
Dr. Ángel Ugarte Concha	Doctor	Jefe de departamento – de Ciencias económico-administrativas	Un entorno académico que fomente la creatividad y la resiliencia es crucial para el emprendimiento.
Dr. Abraham Arturo Pacheco Oviedo	Doctor	Director de la Oficina de Calidad Universitaria	La investigación aplicada y las alianzas con empresas promueven una mentalidad emprendedora.
Dr. Gonzalo Dávila del Carpio	Doctor	Director de la oficina de Investigación	La interdisciplinariedad entre los integrantes de cada equipo, junto con el trabajo en conjunto son fundamentales para desarrollar emprendedores.
Dr. Máximo Rondón	Doctor	Vicerrector de Investigación de la UCSM	Políticas institucionales que apoyen la innovación y el emprendimiento son esenciales para el crecimiento y desarrollo.

A partir de las encuestas que se realizaron se obtuvo La correlación de 0.633 ($p < 0.05$) encontrada en el estudio es un reflejo de estas perspectivas, indicando que un entorno educativo sólido y experiencias significativas pueden impulsar notablemente la disposición emprendedora.

Dimensiones

Prueba de Hipótesis correlación

Ho: $p < 0,05$ (no existe correlación)

Ha: $p \geq 0,05$ (Existe correlación)

Regla de decisión

Si $p < 0,05$ rechazamos Ho y aceptamos Ha

Si $p \geq 0,05$ aceptamos Ho y rechazamos la Ha

Factores personales y Actitud emprendedora

Tabla 8

Correlación de Factores personales y Actitud emprendedora

Correlaciones				
			Factores personales	Actitud emprendedora
Rho de Spearman	Factores personales	Coefficiente de correlación	1,000	,455**
		Sig. (bilateral)		,000
		N	365	,365
	Actitud emprendedora	Coefficiente de correlación	,455**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	
		N	365	365

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral)

Fuente: Matriz de datos

Observamos que en la tabla 8 se presentaron los valores de correlación, como $p < 0,05$, por lo tanto, existió una relación significativa entre los Factores Personales y Actitud emprendedora. Esta relación fue directa, es decir, a mayores Factores Personales, mayor Actitud emprendedora. La relación fue

regular positiva de 0.455, entre factores personales y actitud emprendedora esto indica que la autoestima, resiliencia y habilidades interpersonales son esenciales. El Dr. Abraham Arturo Pacheco Oviedo menciona la aversión al riesgo, y el Dr. Gonzalo Dávila del Carpio y el Dr. Máximo Rondón destacan la creatividad, confianza y resiliencia como factores clave a su vez los demás especialistas resaltan, la cultura y las herramientas de creatividad como determinantes del emprendimiento, la motivación y el espíritu como factores emocionales cruciales, mientras que el Dr. Ángel Ugarte Concha señala la necesidad de más innovación en Latinoamérica.

Prueba de Hipótesis correlación

Ho: $p = 0$ (no existe correlación)

Ha: $p \neq 0$ (Existe correlación)

Regla de decisión

Si $p < 0,05$ rechazamos Ho y aceptamos Ha

Si $p >= 0,05$ aceptamos Ho y rechazamos la Ha

Tabla 9

Correlación de Factores Socioeconómicos y Actitud emprendedora

Correlaciones				
			Factores Socioeconómicos y Actitud	Actitud emprendedora
Rho de Spearman	Factores Socioeconómicos	Coeficiente de correlación	1,000	,234**
		Sig. (bilateral)		,000
		N	365	365
	Actitud emprendedora	Coeficiente de correlación	,234**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	
		N	365	365

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral)

Fuente: Matriz de datos

Podemos ver que en la tabla 9 se presentaron los valores de correlación, como $p < 0,05$, por lo tanto, existió una relación significativa entre los Factores Socioeconómicos y Actitud emprendedora. Esta relación fue directa, es decir, a mayores Factores Socioeconómicos, mayor Actitud emprendedora. La relación fue regular positiva de 0.234.

En las entrevistas La Dra. Rosas destaca que los estudiantes de niveles socioeconómicos más bajos están impulsados a emprender para cambiar su economía y ayudar a sus familias. Mg. Huerta señala que, aunque hay un empuje al emprendimiento por necesidad, también existe una alta mortalidad de MIPYMES en Perú. La Lic. Gamero coincide en que la necesidad impulsa a los estudiantes a solventar sus necesidades económicas, motivándolos a ser emprendedores. Los demás especialistas mencionan que los factores socioeconómicos pueden incentivar a los estudiantes con dificultades económicas a desarrollar una actitud emprendedora, pero pueden desincentivar a quienes no tienen problemas económicos. El Dr. Ugarte agrega que, aunque los factores socioeconómicos pueden ser limitantes, hoy en día existen muchas empresas e instituciones que ofrecen financiamiento, eliminando esta barrera para el emprendimiento. En conjunto, estos puntos de vista refuerzan la correlación positiva moderada, indicando que el contexto socioeconómico contribuye en la disposición emprendedora de los estudiantes, aunque de manera moderada.

Prueba de Hipótesis correlación

Ho: $p = 0$ (no existe correlación)

Ha: $p \neq 0$ (Existe correlación)

Regla de decisión

Si $p < 0,05$ rechazamos Ho y aceptamos Ha

Si $p \geq 0,05$ aceptamos Ho y rechazamos la Ha

Tabla 10

Correlación de Factores de Formación y Actitud emprendedora

Correlaciones				
			Factores de Formación	Actitud emprendedora
Rho de Spearman	Factores de Formación	Coefficiente de correlación	1,000	,582**
		Sig. (bilateral)		,000
		N	365	365
	Actitud emprendedora	Coefficiente de correlación	,582**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	
		N	365	365

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral)

Fuente: Matriz de datos

Observamos que en la tabla 10, los valores de correlación mostraron que $p < 0.05$, indicando una relación significativa entre los Factores de Formación y la Actitud Emprendedora, con una correlación positiva moderada de 0.582. Esto sugiere que, a mayores Factores de Formación, mayor es la Actitud Emprendedora.

Durante las entrevistas los especialistas enfatizan que la formación académica proporciona a los estudiantes las herramientas necesarias para emprender con éxito, que las escuelas de negocios deben conectar a los estudiantes con una red de empresas para prácticas y visitas, influyendo significativamente en su disposición emprendedora y que el entorno universitario debe proporcionar espacios, mecanismos de financiamiento y asesoramiento técnico para fomentar la creatividad e innovación entre los estudiantes. Mg. Huerta añade que las escuelas de negocios deben conectar a los estudiantes con una red de empresas para prácticas y visitas, lo cual influye significativamente en su disposición emprendedora. El Ing. Ancco subraya la importancia de cursos de emprendimiento escalonados para ofrecer a los estudiantes una visión completa de la vida profesional. El Dr. Ugarte menciona que la formación académica depende del perfil de carrera y el tipo de educación recibida,

con algunas carreras promoviendo más la dependencia de empleos mientras que otras fomentan la creación de negocios propios. La correlación significativa y positiva de 0.582 ($p < 0.05$) entre la formación académica y la actitud emprendedora indica que una educación sólida puede ser un factor clave para desarrollar habilidades y mentalidad emprendedora en los estudiantes universitarios.

Prueba de Hipótesis correlación

Ho: $p = 0$ (no existe correlación)

Ha: $p \neq 0$ (Existe correlación)

Regla de decisión

Si $p < 0,05$ rechazamos Ho y aceptamos Ha

Si $p \geq 0,05$ aceptamos Ho y rechazamos la Ha

Tabla 11

Correlación de Factores Psicológicos y emocionales y Actitud emprendedora

Correlaciones				
		Factores Psicológicos y emocionales		Actitud emprendedora
Rho de Spearman	Factores Psicológicos y emocionales	Coefficiente de correlación	1,000	,449**
		Sig. (bilateral)		,000
		N	365	365
	Actitud emprendedora	Coefficiente de correlación	,449**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	
		N	365	365

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral)

Fuente: Matriz de datos

En la tabla 11 se presentaron los valores de correlación, como $p < 0,05$, por lo tanto, existió una relación significativa entre los Factores Psicológicos y emocionales y Actitud emprendedora. Esta relación fue directa, es decir, a mayores Factores Psicológicos y emocionales, mayor Actitud emprendedora. La relación fue regular positiva de 0.449.

Durante las entrevistas, los participantes destacaron la importancia de la autoestima, la resiliencia y las habilidades interpersonales en el desarrollo de una mentalidad emprendedora. Subrayaron que la gestión emocional y la percepción de control personal son fundamentales para enfrentar los desafíos del emprendimiento. Los entrevistados coincidieron en que los estudiantes que poseen una alta motivación, confianza en sí mismos y capacidad para manejar el estrés tienen una mayor disposición a emprender. Estos factores psicológicos y emocionales se consideran esenciales para fomentar una actitud emprendedora sólida y efectiva entre los estudiantes universitarios.

3.4. Discusión de resultados

Los resultados revelaron que tanto factores explicativos como variable y los factores personales, socioeconómicos, de formación, y psicológicos y emocionales como dimensiones, tienen una relación directa y positiva con la actitud emprendedora, por lo que se entiende que, a mayor presencia de estos factores, mayor es la inclinación hacia el emprendimiento.

Krauss (2011), en su análisis de las actitudes emprendedoras entre los estudiantes de la Universidad Católica del Uruguay, destacó la importancia de la autoestima y la innovación, dos componentes que encontramos significativos en nuestros resultados relacionados con los factores psicológicos y de formación. Esta concordancia sugirió que la educación dirigida a mejorar habilidades personales, como la creatividad y la confianza en uno mismo, es esencial para fomentar un espíritu emprendedor efectivo. En un contexto similar, los resultados de Olmos (2011) sobre la actitud emprendedora en la Comunidad de Madrid, enfatizaron la importancia de la percepción de factibilidad y las habilidades necesarias para descubrir y aprovechar oportunidades de negocio, aspectos que también se revelaron fundamentales en nuestra investigación. Este énfasis en la viabilidad y las habilidades percibidas subraya la necesidad de programas educativos que no solo enseñen teoría empresarial, sino que también preparen a los estudiantes para confrontar los desafíos prácticos del emprendimiento. Además, los hallazgos de ambos estudios resaltan la interrelación entre el entorno educativo y el crecimiento de una mentalidad emprendedora, sugiriendo que las instituciones educativas desempeñan un rol crucial en modelar las futuras generaciones de

emprendedores al proporcionar las herramientas y el apoyo necesario para transformar ideas innovadoras en empresas exitosas.

Por otro lado, Rivadeneyra (2023) abordó el nexo entre competencias genéricas y la capacidad emprendedora en los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, un estudio que complementa nuestros hallazgos sobre la influencia de los factores de formación. La correlación significativa encontrada en nuestro estudio entre los factores de formación y la actitud emprendedora, con un coeficiente de 0.582, respalda firmemente la idea de que una educación enfocada en competencias relevantes, como el liderazgo, la gestión de proyectos, y la comunicación efectiva, puede fomentar una actitud emprendedora robusta. Rivadeneyra (2023) destacó la importancia de integrar el desarrollo de competencias transversales que no solo se limitan a conocimientos técnicos, sino que también abarcan habilidades interpersonales y de autogestión, crucial para el éxito emprendedor. Esta visión es especialmente relevante en un entorno económico globalizado donde los emprendedores deben ser capaces de adaptarse a rápidas transformaciones del mercado y gestionar equipos diversos. Además, el enfoque de Rivadeneyra en promover y fortalecer la capacidad emprendedora como una opción de carrera viable plantea la necesidad de implementar de programas educativos que incluyan mentoría y apoyo continuo para los aspirantes a emprendedores, preparándolos no solo para iniciar negocios, sino también para sostenerlos y escalarlos con éxito. Esta integración de competencias genéricas en el currículo universitario podría ser un modelo para otras instituciones que buscan cultivar una cultura emprendedora fuerte y duradera.

Además, Monterrey (2021) y Baldera (2015) también han subrayado la importancia de los factores personales en el desarrollo de una actitud emprendedora, coincidiendo con nuestra identificación de una correlación significativa de 0.455 entre estos factores y la actitud emprendedora. Esto indica que, además de la formación académica, aspectos como la personalidad y la autoestima son esenciales para cultivar emprendedores que puedan afrontar retos del mercado actual. Estos estudios revelan que características como la resiliencia, la proactividad y la capacidad para gestionar el riesgo son fundamentales para el éxito emprendedor. Baldera (2015) destacó que la formación de una personalidad emprendedora debe empezar desde las etapas educativas tempranas, promoviendo un enfoque que va más allá del conocimiento técnico y abarca el fomento de habilidades blandas y la inteligencia emocional. Monterrey (2021), por su parte, señaló que el entorno educativo debe ofrecer

experiencias prácticas que permitan a los estudiantes enfrentar situaciones reales del mercado, lo cual potencia su desarrollo personal y refuerza su capacidad para innovar y adaptarse a cambios. Esta necesidad de un enfoque holístico en la educación subraya la importancia de integrar tanto la enseñanza de habilidades técnicas como el desarrollo de capacidades personales y emocionales para formar emprendedores integrales y adaptativos.

La integración de estos factores en un modelo comprensivo que fomente la actitud emprendedora es vital. A medida que se reconoce la multidimensionalidad del emprendimiento, los programas educativos deben adaptarse para integrar estas dimensiones, promoviendo no solo el conocimiento técnico sino también el desarrollo personal y emocional. En este sentido, se recomienda que las instituciones educativas consideren los hallazgos de este estudio para diseñar e implementar programas que aborden estas áreas críticas, apoyando así el desarrollo integral de futuros emprendedores.

3.4.1. Propuesta de mejora de la actitud emprendedora en universitarios de la UCSM.

A partir de la investigación realizada, se propone fortalecer y optimizar los programas actuales de la incubadora de empresas INNICIA, basándose en los hallazgos del presente estudio. Dado que la incubadora ya cuenta con programas de emprendimiento como "INNICIA Tu Vuelo" y "En Órbita", así como una red de mentores y contactos y espacios para eventos y talleres, este plan se enfocará en mejorar y expandir las iniciativas existentes para maximizar su impacto

Diagnóstico FODA

Fortalezas	Debilidades
F1. Programas activos ("INNICIA Tu Vuelo", "En Órbita", "Ideaton William Morris", "Innovation Challenge", "StartUp Perú" entre otros.) O2	D1. Falta de experiencia en emprendimiento entre los estudiantes.
F2. Amplia red de mentores académicos, empresarios, aliados estratégicos.	D2. Baja percepción de apoyo institucional.
F3. Espacios para capacitaciones y talleres.	D3. Falta de iniciativas de respaldo psicológico y emocional.

F4. Potencial para colaboración interdisciplinaria entre estudiantes	D4. Temor al fracaso y aversión al riesgo por parte de los estudiantes.
F5. Incubadora acreditada a nivel nacional mediante fondo adjudicado de ProInnovate.	
F5. Incubadora acreditada a nivel nacional mediante fondo adjudicado de ProInnovate.	D5. Desconocimiento sobre la incubadora INNICIA y otras iniciativas de emprendimiento.
	D6. Baja participación en programas y talleres del ecosistema estudiantil emprendedor.
	D7. Falta de aprovechamiento de los convenios existentes de la universidad, especialmente aquellos vinculados con incubadoras de otras universidades o centros de innovación.
Oportunidades	Amenazas
O1. Expansión de colaboraciones y alianzas estratégicas con el sector privado e internacional en materia de emprendimiento e innovación	A1. Competencia en el ecosistema emprendedor arequipeño, de otras incubadoras, universidades y aceleradoras.
O2. Potencial de realizar eventos de Innovación y creatividad (uso laboratorios, fablab, hackatones)	A2. Desconocimiento y apatía de los estudiantes hacia la incubadora y eventos de emprendimiento.
O3. Acceso a financiamiento (fondos de capital semilla, becas)	A3. Resistencia al cambio por parte de la comunidad universitaria.
O4. Posibilidad de generar eventos de Networking y colaboración (plataforma digital, eventos)	A4. Sostenibilidad a largo plazo de los programas y recursos.
O5. Empoderamiento a las facultades de la universidad para el desarrollo de cursos de estudios generales promoviendo el emprendimiento e innovación.	
O6. Desarrollo de estrategias basadas en investigación e innovación	

En base al diagnóstico recopilado de la actitud emprendedora en la comunidad Santamariana y a los resultados, podemos plantear los siguientes objetivos para el presente plan de implementación.

Objetivos

1. **Fomentar la creatividad y la innovación** en los universitarios.
2. **Mejorar el acceso a recursos y financiamiento** para estudiantes de diversos estratos socioeconómicos.
3. **Fortalecer la formación académica** con un enfoque en emprendimiento e innovación.
4. **Proveer apoyo emocional y psicológico** para controlar el temor al fracaso y la ansiedad.
5. **Optimizar el uso de la red de mentores y contactos** para apoyar a los emprendedores en sus proyectos.
6. **Vinculación entre escuelas profesionales y áreas de innovación** para crear un entorno propicio para la colaboración interdisciplinaria y el networking entre estudiantes.

Estrategias

Estrategias FO (Fortalezas-Oportunidades)	Estrategias FA (Fortalezas-Amenazas)
<p>1. Expandir la red de Colaboraciones y Alianzas Estratégicas con el Sector Privado e Internacional (O1): Utilizar la red de mentores y aliados estratégicos (F2) para desarrollar nuevas colaboraciones con empresas y organizaciones internacionales.</p>	<p>1. Uso de Laboratorios y Espacios para Capacitaciones (F3): Uso de los espacios para el desarrollo de talleres de formación especializada respondiendo a la competencia de otras incubadoras y/o aceleradoras (A1).</p>
<p>2. Elaboración y desarrollo de Eventos de Innovación y Emprendimiento (O2): Hacer uso de los espacios disponibles para capacitaciones y talleres (F3) para realizar hackatones, programas de innovación y uso de laboratorios (F1). Fomentar eventos de emprendimiento en colaboración con las nuevas alianzas estratégicas.</p>	<p>2. Desarrollo de Eventos de Networking (O4): Organizar eventos de networking utilizando la red de mentores y aliados estratégicos (F2) para contrarrestar la resistencia al cambio de los estudiantes (A3).</p>

<p>3. Acceso a Financiamiento (O3): Aprovechar la acreditación nacional de la incubadora (F5) para facilitar el acceso a fondos de capital semilla y becas. Y, a su vez elaborar programas de capacitación para ayudar a los estudiantes a acceder a estos recursos.</p>	<p>3. Superar la Baja Percepción de Apoyo Institucional (D2): Fortalecer la comunicación acerca del respaldo institucional y los beneficios de los programas de emprendimiento hacia los estudiantes, para liderar en el ecosistema emprendedor frente a la competencia (A1).</p>
<p>4. Empoderamiento a las facultades de la Universidad para promover la creación de un curso de estudios generales relacionado a innovación y emprendimiento (O5): Destinando los espacios académicos (F3) con un programa transversal enfocado en temas de emprendedurismo. De la mano con mentores (F2) para proporcionar asesoría emocional adicional y asesoramiento en negocios y startups.</p>	<p>4. Sobreponerse a la Baja Participación en Programas y Talleres por parte de los alumnos b(D6): Implementar estrategias para incentivar y reconocer la participación d ellos estudiantes en eventos y talleres, haciendo frente a la apatía estudiantil (A2).</p>
<p>Estrategias DO (Debilidades-Oportunidades)</p>	<p>Estrategias DA (Debilidades-Amenazas)</p>
<p>1. Iniciativas de Capacitación y Talleres para Superar la Falta de Experiencia (D1): Implementar talleres prácticos y programas de formación en emprendimiento que aprovechen los espacios disponibles (F3) y se alineen con las oportunidades de eventos de innovación (O2).</p>	<p>1. Superar la Baja Percepción de Apoyo Institucional (D2): Reforzar la comunicación sobre el respaldo institucional y los beneficios de los programas de emprendimiento para combatir la competencia en el ecosistema emprendedor (A1).</p>
<p>2. Desarrollo de Estrategias Basadas en Investigación (O6): Utilizar los hallazgos de la investigación para diseñar programas específicos que aborden la falta de conocimiento sobre la incubadora y otras</p>	<p>2. Afrontar la Baja Participación en Programas y Talleres (D6): Implementar estrategias de incentivación y reconocimiento para aumentar la participación en eventos y</p>

<p>iniciativas (D5). Promover estos programas a través de eventos y talleres.</p>	<p>talleres, enfrentando la poca participación estudiantil (A2).</p>
<p>3. Facilitar el Acceso a Financiamiento (O3): Crear un programa de apoyo que ayude a los estudiantes a superar las limitaciones económicas (D2) y aprovechar los fondos de capital semilla y becas disponibles (O3).</p>	<p>3. Mitigar la Falta de Aprovechamiento de Convenios Existentes (D7): Revisar y actualizar los convenios existentes a nivel nacional e internacional para asegurar su efectividad y fomentar su uso, contrarrestando la resistencia al cambio (A3).</p>
<p>4. Implementación de Programas de Apoyo Emocional y Psicológico (D3): Desarrollar e implementar programas de apoyo emocional y psicológico que se alineen con las oportunidades de empoderar áreas universitarias (O5).</p>	<p>4. Garantizar la Sostenibilidad a Largo Plazo de los Programas (A4): Desarrollar un plan de sostenibilidad que incluya la evaluación continua y ajustes de los programas de emprendimiento, abordando la falta de iniciativas de respaldo psicológico (D3) y la baja participación (D6).</p>

Implementación

1. Implementación de Estrategias FO (Fortalezas-Oportunidades):

FO1: Expandir la red de Colaboraciones y Alianzas Estratégicas con el Sector Privado e Internacional (O1):

- **Actividad 1.1:** Identificar y contactar empresas y organizaciones internacionales.
- **Actividad 1.2:** Reuniones de negociación y firma de acuerdos de colaboración.
- **Actividad 1.3:** Integrar nuevos aliados en la red de mentores y colaboradores.

FO2: Elaboración y desarrollo de Eventos de Innovación y Emprendimiento (O2):

- **Actividad 2.1:** Planificar hackatones y programas de innovación.
- **Actividad 2.2:** Coordinar con las nuevas alianzas estratégicas para la coorganización.
- **Actividad 2.3:** Publicitar y ejecutar los eventos.

FO3: Acceso a Financiamiento (O3):

- **Actividad 3.1:** Desarrollar programas de capacitación en acceso a fondos y becas.
- **Actividad 3.2:** Coordinar con las instituciones financieras para facilitar el acceso.
- **Actividad 3.3:** Lanzar y promover el programa de financiamiento.

FO4: Empoderamiento a las facultades de la Universidad para promover la creación de un curso de estudios generales relacionado a innovación y emprendimiento (O5):

- **Actividad 4.1:** Diseñar un curso de estudios generales enfocado a innovación y emprendimiento.
- **Actividad 4.2:** Capacitar a mentores y docente para proporcionar asesoría en negocios y generación de startups.
- **Actividad 4.3:** Implementar talleres y programas que se vinculen con la Incubadora de empresas y áreas de innovación.

2. Implementación de Estrategias FA (Fortalezas-Amenazas):

FA1: Uso de Laboratorios y Espacios para Capacitaciones (F3):

- **Actividad 5.1:** Identificar y acondicionar espacios para talleres.
- **Actividad 5.2:** Desarrollar un calendario de capacitaciones especializadas.
- **Actividad 5.3:** Ejecutar los talleres respondiendo a la competencia.

FA2: Desarrollo de Eventos de Networking (O4):

- **Actividad 6.1:** Planificar y organizar eventos de networking.
- **Actividad 6.2:** Invitar a mentores y aliados estratégicos a participar.
- **Actividad 6.3:** Promover la participación de los estudiantes en los eventos.

FA3: Superar la Baja Percepción de Apoyo Institucional (D2):

- **Actividad 7.1:** Fortalecer la comunicación sobre el respaldo institucional.
- **Actividad 7.2:** Organizar campañas de información sobre los beneficios.
- **Actividad 7.3:** Evaluar el impacto de estas campañas en la percepción estudiantil.

FA4: Sobreponerse a la Baja Participación en Programas y Talleres (D6):

- **Actividad 8.1:** Crear incentivos para la participación en talleres y eventos.
- **Actividad 8.2:** Implementar un sistema de reconocimiento para estudiantes activos.
- **Actividad 8.3:** Monitorear y ajustar la estrategia en función de la participación.

3. Implementación de Estrategias DO (Debilidades-Oportunidades):

DO1: Iniciativas de Capacitación y Talleres para Superar la Falta de Experiencia (D1):

- **Actividad 9.1:** Diseñar talleres prácticos y programas de formación en emprendimiento entre escuelas.
- **Actividad 9.2:** Utilizar los espacios disponibles para la ejecución de talleres.
- **Actividad 9.3:** Promover los talleres entre los estudiantes.

DO2: Desarrollo de Estrategias Basadas en Investigación (O6):

- **Actividad 10.1:** Realizar investigaciones sobre las necesidades de los estudiantes incluyendo otros factores.
- **Actividad 10.2:** Diseñar programas que aborden las debilidades identificadas.
- **Actividad 10.3:** Promocionar estos programas a través de eventos y talleres.

DO3: Facilitar el Acceso a Financiamiento (O3):

- **Actividad 11.1:** Crear un programa de apoyo financiero.
- **Actividad 11.2:** Realizar talleres para orientar a los estudiantes sobre el acceso a fondos.
- **Actividad 11.3:** Monitorear y evaluar la efectividad del programa.

DO4: Implementación de Programas de Apoyo Emocional y Psicológico (D3):

- **Actividad 12.1:** Desarrollar programas de apoyo emocional.
- **Actividad 12.2:** Implementar estos programas en las facultades.
- **Actividad 12.3:** Evaluar el impacto de los programas en los estudiantes.

4. Implementación de Estrategias DA (Debilidades-Amenazas):

DA1: Superar la Baja Percepción de Apoyo Institucional (D2):

- **Actividad 13.1:** Reforzar la comunicación sobre el respaldo institucional.
- **Actividad 13.2:** Realizar campañas de promoción interna.
- **Actividad 13.3:** Monitorear la percepción estudiantil y ajustar estrategias.

DA2: Afrontar la Baja Participación en Programas y Talleres (D6):

- **Actividad 14.1:** Implementar incentivos y reconocimiento.
- **Actividad 14.2:** Ejecutar campañas de sensibilización y motivación.
- **Actividad 14.3:** Evaluar y ajustar la estrategia en función de la participación.

DA3: Mitigar la Falta de Aprovechamiento de Convenios Existentes (D7):

- **Actividad 15.1:** Revisar y actualizar convenios actuales.
- **Actividad 15.2:** Fomentar el uso de los convenios mediante talleres informativos.
- **Actividad 15.3:** Monitorear y evaluar la efectividad del uso de convenios.

DA4: Garantizar la Sostenibilidad a Largo Plazo de los Programas (A4):

- **Actividad 16.1:** Desarrollar un plan de sostenibilidad para programas.
- **Actividad 16.2:** Implementar un sistema de evaluación continua.
- **Actividad 16.3:** Ajustar programas en función de las evaluaciones y necesidades.

• GANTT

Actividad / Mes	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4
1.1 Identificar y contactar empresas y organizaciones				
1.2 Reuniones de negociación y firma de acuerdos				
1.3 Integrar nuevos aliados en la red de mentores				
2.1 Planificar hackatones y programas de innovación				
2.2 Coordinar con las nuevas alianzas estratégicas				
2.3 Publicitar y ejecutar los eventos				
3.1 Desarrollar programas de capacitación en acceso a fondos				
3.2 Coordinar con instituciones financieras				
3.3 Lanzar y promover el programa de financiamiento				

4.1: Diseñar un curso de estudios generales enfocado a innovación y emprendimiento.				
4.2: Capacitar a mentores y docente para proporcionar asesoría en negocios y generación de startups.				
4.3: Implementar talleres y programas que se vinculen con la Incubadora de empresas y áreas de innovación.				
5.1 Identificar y acondicionar espacios para talleres				
5.2 Desarrollar un calendario de capacitaciones				
5.3 Ejecutar los talleres				
6.1 Planificar y organizar eventos de networking				
6.2 Invitar a mentores y aliados estratégicos				
6.3 Promover la participación de estudiantes				
7.1 Fortalecer la comunicación				
7.2 Organizar campañas de información				
7.3 Evaluar el impacto en la percepción estudiantil				
8.1 Crear incentivos para la participación				

8.2 Implementar sistema de reconocimiento				
8.3 Monitorear y ajustar la estrategia				
9.1 Diseñar talleres prácticos				
9.2 Utilizar los espacios disponibles				
9.3 Promover los talleres				
10.1 Realizar investigaciones				
10.2 Diseñar programas específicos				
10.3 Promocionar programas a través de eventos				
11.1 Crear un programa de apoyo financiero				
11.2 Talleres para acceso a fondos				
11.3 Monitorear la efectividad del programa				
12.1 Desarrollar programas de apoyo emocional				
12.2 Implementar programas en las facultades				
12.3 Evaluar el impacto de los programas				

13.1 Reforzar la comunicación sobre el respaldo institucional				
13.2 Realizar campañas de promoción interna				
13.3 Monitorear percepción estudiantil y ajustar estrategias				
14.1 Implementar incentivos y reconocimiento				
14.2 Ejecutar campañas de sensibilización y motivación				
14.3 Evaluar y ajustar la estrategia				
15.1 Revisar y actualizar convenios actuales				
15.2 Fomentar el uso de convenios mediante talleres informativos				
15.3 Monitorear y evaluar la efectividad del uso de convenios				
16.1 Desarrollar un plan de sostenibilidad para programas				
16.2 Implementar un sistema de evaluación continua				
16.3 Ajustar programas en función de las evaluaciones				

CONCLUSIONES

PRIMERA Se encontró una relación significativa y directa entre los factores explicativos y la actitud emprendedora en los universitarios de la Universidad Católica de Santa María, con un coeficiente de correlación de 0.633 ($p < 0.05$). Esto indica que variables como el entorno educativo y las experiencias previas tienen un impacto considerable en el desarrollo de la actitud emprendedora entre los estudiantes.

SEGUNDA La correlación entre los factores personales y la actitud emprendedora demostró ser significativa y positiva, con un coeficiente de 0.455 ($p < 0.05$). Esto sugiere que aspectos como la autoestima, la resiliencia y las habilidades interpersonales son cruciales para fomentar una disposición emprendedora en los estudiantes.

TERCERA Se estableció una correlación positiva moderada entre los factores socioeconómicos y la actitud emprendedora, con un coeficiente de correlación de 0.234 ($p < 0.05$). Esto refleja que el contexto socioeconómico de los estudiantes, incluyendo su acceso a recursos y su entorno económico, influye moderadamente en su inclinación hacia el emprendimiento.

CUARTA Los factores de formación mostraron una fuerte correlación con la actitud emprendedora, con un coeficiente de 0.582 ($p < 0.05$). Esto destaca la relevancia de una educación centrada hacia el emprendimiento, incluyendo programas específicos y métodos de enseñanza diseñados para fomentar el pensamiento crítico y la innovación.

QUINTA Se identificó una correlación significativa entre los factores psicológicos y emocionales y la actitud emprendedora, con un coeficiente de 0.449 ($p < 0.05$). Los hallazgos sugieren que la gestión emocional, la motivación y la percepción de control personal son aspectos fundamentales que contribuyen a una predisposición hacia el emprendimiento en el ámbito universitario.

SEXTA Se identificó que la creación del curso de estudios generales de innovación y emprendimiento podría ser fundamental para fortalecer la formación integral, potenciando las habilidades como el pensamiento crítico, la creatividad y la capacidad de trabajar en entornos colaborativos.

SEPTIMO La inclusión de programas de apoyo emocional y psicológico son un factor determinante para generar impacto positivo y significativo en el rendimiento y participación estudiantil promoviendo las habilidades blandas como un factor clave del éxito académico y desarrollo integral de los estudiantes.



RECOMENDACIONES

PRIMERA Se recomienda que la Universidad Católica de Santa María refuerce y amplíe los programas que vinculan la experiencia educativa con el entorno empresarial real. Esto podría incluir el fortalecimiento de incubadoras de negocios, programas de mentoría con emprendedores exitosos y cursos que integren estudios de caso reales y proyectos prácticos. Al hacerlo, los estudiantes podrán aplicar lo aprendido en situaciones del mundo real, fortaleciendo su actitud emprendedora.

SEGUNDA La universidad debería implementar talleres y seminarios centrados en el desarrollo de habilidades blandas como el fortalecimiento la resiliencia y la comunicación efectiva. Programas de coaching personal y desarrollo de liderazgo también serían beneficiosos, ayudando a los estudiantes a construir una base sólida de confianza en sí mismos que es esencial para el emprendimiento.

TERCERA Sería provechoso establecer becas y fondos de apoyo económico para estudiantes de entornos socioeconómicos desfavorecidos que aspiren a ser emprendedores. Además, la creación de redes de contacto y eventos de networking puede proporcionar a estos estudiantes acceso a recursos críticos y oportunidades de colaboración que pueden no estar disponibles en su entorno inmediato.

CUARTA Se sugiere la integración de un currículo que combine de manera explícita el aprendizaje teórico con la práctica emprendedora. Esto podría incluir asignaturas que ofrezcan créditos por iniciar proyectos empresariales o por participar en competencias de plan de negocios. Además, alentar la participación de profesores que sean a la vez académicos y emprendedores podría enriquecer significativamente el contenido de los cursos.

QUINTA Se sugiere implementar programas de bienestar estudiantil que incluyan entrenamiento en gestión emocional y estrategias de manejo del estrés. Esto es crucial para potenciar las habilidades de los estudiantes para enfrentar los desafíos emocionales del emprendimiento. Un enfoque en la salud mental y el bienestar puede potenciar la motivación y la eficacia personal, pilares para una actitud emprendedora exitosa.

SEXTA En el mundo actual, marcado por rápidos avances tecnológicos y cambios constantes en el mercado laboral, es esencial equipar a los estudiantes con habilidades que les permitan no solo adaptarse sino también liderar y crear nuevas oportunidades. Por ello, se recomienda la implementación de un curso de Estudios Generales enfocado en Innovación y Emprendimiento en todas las escuelas.



REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Acs, Z., & Audretsch, D. (1998). *Innovation in Large and Small Firms: An Empirical*. Obtenido de <https://mitpress.mit.edu/9780262011136/innovation-and-small-firms/>
- Ajzen, I. (1991). Theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision*, 50(2), 179-211.
- Aleman, I., Alvarez, C., & Planellas, M. (2011). *Libro blanco de la iniciativa emprendedora en España*. Girona: Esade- Fundación Príncipe de Girona.
- Álvarez Risco, A. (2020). *Justificación de la investigación*. Lima: Universidad de Lima, Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas, Carrera de Negocios Internacionales.
- Andrade, A. U., & Vallejo, C. L. (2017). Analisis estadístico. *Analista*, pág. 84.
- Baldera, D. O. (2015). *ACTITUD EMPRENDEDORA DE LOS EGRESADOS DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO*. Chiclayo, Perú. Obtenido de https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/159/1/TL_Mejia_Baldera_DeyviOmar.pdf
- Balladares, A. F. (2022). EFECTOS DE VARIABLES REALES Y FINANCIERAS EN LACURVA DE RENDIMIENTO DE LOS BONOS SOBERANOS EN SOLES. *QUIPUKAMAYOC*, 10.
- Baron, R. A. (2008). *The Role of Affect in the Entrepreneurial Process*. Obtenido de <https://www.jstor.org/stable/20159400>
- Barrow, C. (2019). *Incubators: a realist's guide to the world's new business accelerators*. UK: John Wiley & Sons.
- Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention. *Academy of Management Review*, 13(3), 442–453.
- Bosco, U. D. (2015). *Diseño y validación de instrumentos de medición*. El Salvador: Editorial Universidad Don Bosco.
- Brazeal, K. y. (1994). Modelo de Credibilidad Emprendedora en Estudiantes. *Dialnet*.
- Cancela, R. (2010). *Metodología de la investigación educativa: nvestigación ex post facto*. Madrid: Universidad Autonomade Madrid.
- Carmeli, A. (2003). *The relationship between emotional intelligence and work attitudes, behavior and outcomes: An examination among senior managers*. Obtenido de <https://doi.org/10.1108/02683940310511881>

- Casson, M. (2007). Social Enterprise and Entrepreneurship. *International Small Business Journal*, 25 (1), 5-26.
- Cid, A. d., Méndez, R., & Sandoval, F. (2007). *Investigación , Fundamentos y Metodología*. Ciudad Juárez: Pearson Educación de México. Obtenido de <https://josedominguezblog.wordpress.com/wp-content/uploads/2015/06/investigacion-fundamentos-y-metodologia.pdf>
- Cohen, J. C. (2003). *"Applied Multiple Regression/Correlation Analysis for the Behavioral Sciences*.
- Cohen, N., & Rojas, G. G. (2019). *Metodología de la Investigación ¿Para qué?* Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Teseo.
- Crant, J. M. (1996). The proactive personality scale as a predictor of entrepreneurial intentions. *Journal of Small Business Management*,, p42, 8p.
- Cruz, C., Olivares, S. y González, M. (2014). *Metodología de la investigación*. Mexico : Grupo Editorial Patria.
- Csikszentmihalyi, M. (1998). *Creatividad. El flujo y la psicología del descubrimiento y la invención*. . Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/547/54700403.pdf>
- Deakins, D. a. (2009). *Entrepreneurship and Small Firms*. New York: McGraw Hill.
- Del Cid, A., Méndez, R. y Sandoval, F. (2011). *Investigación. Fundamentos y metodología (2ta ed.)*. Mexico: Pearson Educación.
- Dinello, R., Jiménez, C., & Motta, J. (2001). *Lúdica y creatividad*. Bogota: Cooperativa Editorial Magisterio.
- Drucker, P. F. (2005). *Gestionarse a sí mismo*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1706188>
- Española, R. A. (2014). *Real Academia Española*. Obtenido de <https://dle.rae.es/variable#Gqrv2OP>
- Flores, F. (2000). *Abrir nuevos mundos. Iniciativa empresarial, acción democrática*. Santiago de Chile: Taurus.
- Foo, M.–D. (2011). *Emotions and Entrepreneurial Opportunity Evaluation*. Obtenido de <https://journals.sagepub.com/doi/10.1111/j.1540-6520.2009.00357.x>
- Fortún, M. (6 de Julio de 2019). *Economipedia.com*. Obtenido de Economipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/ecuacion.html>
- García Cabrera, A. M., & García Soto, A. M. (2010). recursos, Ecosistema emprendedor para las empresas de base tecnológica: visión basada en los. *Tec Empresarial*, v. 4 (1), p. 8-21.

- Garden. (2000). *Intelligence reframed: Multiple intelligences for the 21st Century*. New York. Obtenido de <https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=1210136>
- Gasca, A. M. (2017). *Operaciones con vectores y matrices*.
- Gil Flores, J. (1994). *Análisis de datos Cualitativos. Aplicaciones a la*. Barcelona: Editorial PPU.
- Goldenberg; Levay; Horowitz; David, J. (2003). *Cómo dar en el clavo de la innovación*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1431462>
- Goleman, D. (1995). *La práctica de la inteligencia emocional*. España. Obtenido de <https://www.editorialkairos.com/catalogo/p/la-practica-de-la-inteligencia-emocional>
- Guarino, L. (2010). *Adaptación y validación de la versión hispana del Cuestionario de Estilo Emocional*. Obtenido de <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/gestedu/article/view/25490/25774>
- Haining, P. (2003). *Spatial Data Analysis: Theory and Practice*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hernández, R. (2014). *Metodología de la Investigación*. Mexico: INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Hisrich, R. D. (2005). Intrapreneurship in Australian Firms. *Journal of Management & Organization*, pp. 17 - 27.
- Huertas, J. A. (1997). *Motivación: Querer aprender*. Argentina: Motivación: Querer aprender.
- I. M. Chakravarti. (1967). *Handbook of methods of applied statistics*. John Wiley & Sons, New York.
- Kirzner, I. M. (1973). *Competition and Entrepreneurship*. Chicago: University of Chicago Press.
- Kirzner, I. M. (1973). *Competition and Entrepreneurship*. New York University (NYU) - Department of Economics.
- Kirzner, I. M. (1973). *Competition and Entrepreneurship*. Chicago: University of Chicago Press.
- Krauss, C. (2011). *Actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios: El caso de la Universidad Católica del Uruguay*. Uruguay, Uruguay. Obtenido de [file:///C:/Users/maria/Downloads/Dialnet-ActitudesEmprendedorasDeLosEstudiantesUniversitari-3797740%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/maria/Downloads/Dialnet-ActitudesEmprendedorasDeLosEstudiantesUniversitari-3797740%20(1).pdf)
- Krueger, N., & Brazeal, D. (1994). Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 18(3), 91–104.
- Landeau, R. (2007). *Elaboración de trabajos de investigación*. Caracas: Editorial Alfa.
- Lefrancois, G. (2000). *El ciclo de la vida*. Mexico: Editorial International Thomson.

- López, J. F. (18 de Noviembre de 2017). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/varianza.html>
- Maldonado, J. A. (2015). *Metodología de la Investigación (Fundamentos)*. Honduras: Universidad Nacional Autónoma de Honduras .
- Malouff, J., Hall, L., Haggerty, D., Cooper, J., & Schutte, N. (2007). *Development and Validation of a Measure of Emotional Intelligence*. Obtenido de <http://www2.statathens.aueb.gr/~jpan/Schutte-1998.pdf>
- Massey, F. J. (1951). *The Kolmogorov-Smirnov test for goodness of fit*. Oregon.
- Mohanty. (2006). *Fundamentals of Entrepreneurship*. Prentice Hall of India.
- Monterrey, C. C. (2021). *Evaluación de la actitud emprendedora en estudiantes del ciclo avanzado de un CEBA en Villa María del Triunfo - Lima*. HUANCAVELICA, Perú. Obtenido de <https://apirepositorio.unh.edu.pe/server/api/core/bitstreams/32aecabb-6b10-4c0e-8736-0f120fd0c006/content>
- Monterrey, C. C. (2021). *Evaluación de la actitud emprendedora en estudiantes del ciclo avanzado de un CEBA en Villa María del Triunfo - Lima*. Huancavelica, Perú. Obtenido de <https://apirepositorio.unh.edu.pe/server/api/core/bitstreams/32aecabb-6b10-4c0e-8736-0f120fd0c006/content>
- Neill, D. A., & Suarez, L. C. (2018). *Procesos y Fundamentos de la Investigación Científica*. Machala: Editorial UTMACH. Obtenido de <https://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12498/1/Procesos-y-FundamentosDeLainvestigacionCientifica.pdf>
- Novales, A. (2016). *Series Temporales , Estacionariedad , raices unitarias* . Madrid: Departamento de Economía Cuantitativa.
- O'Boyle, E. H. (2011). *The relation between emotional intelligence and job performance: A meta-analysis*. Obtenido de <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1002/job.714>
- Olmos, R. E. (2011). *ACTITUD EMPRENDEDORA EN LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS: UN ANÁLISIS DE FACTORES EXPLICATIVOS EN LA COMUNIDAD DE MADRID*. Madrid, España.
- Paitán, H. Ñ., Valdivia, D. M., Vilela, J. J., & Delgado, H. E. (2018). *Metodología de la Investigación Cuantitativa - Cualitativa y Redacción de la tesis*. Bogotá: Ediciones de la U. Obtenido de http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/MetodologiaInvestigacionNaupas.pdf
- Papanek, G. (1962). The Development of Entrepreneurship. *American Economic Review*, .
- Pereda, J. (2009). ESTIMACIÓN DE LA CURVA DE RENDIMIENTO PARA EL PERÚ Y SU USO PARA EL ANÁLISIS MONETARIO. *NOTAS DE ESTUDIOS DEL BCRP*, 26.

- Peterman, N. E., & Kennedy, J. (2003). Enterprise Education: Influencing Students' Perceptions of Entrepreneurship. *Sage Journals*, Volume 28, Issue 2.
- R, R. (1991). How much industry matter? *Strategic Management Journal*, Vol 12, pp. 167-185.
- Ramos-Forero, J. E., & Melo-Becerra, L. A. (2015). *Política monetaria y estabilidad financiera en economías pequeñas y abiertas; Zárata-Solano, Hector Manuel*. Banco de la Republica de Colombia.
- Rivadeneira, F. A. (2023). *LAS COMPETENCIAS GENÉRICAS Y SU RELACIÓN CON LA CAPACIDAD EMPRENDEDORA EN LOS ALUMNOS DE 5TO AÑO DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS UCSM 2023*. Arequipa, Perú.
- Robinson, P. B., Huefner, J. C., & Hunt, H. K. (1991). Entrepreneurial Research on Student Subjects Does Not Generalize to Real World Entrepreneurs. *Journal of Small Business Management*, Tomo 29, N.º 2, .
- Rodó, P. (13 de Marzo de 2019). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/logaritmos-en-econometria.html#:~:text=La%20principal%20utilidad%20de%20los,de%20pendiente%20de%20la%20regresi%C3%B3n>.
- Rogero, R. & León, O. . (2003). Estrés en decisiones cotidianas. *Psicothema*, 15(4), 533-538.
- Rojas, M. A. (2014). *Diferencial del rendimiento de los bonos soberanos como medida del riesgo país: ¿Es significativo, relevante y consistente con la literatura?* Bogotá, Colombia: Universidad de los Andes.
- Roth, E., & Lacoa, D. (Marzo de 2009). Análisis Psicológico de la Conducta Emprendedora en Estudiantes Universitarios: Medición, Relaciones y Predicción. Obtenido de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2077-21612009000100005
- Rychlak, J. (1981). Teoría del aprendizaje lógico: proposiciones, corolarios y evidencia de investigación. *Revista de Personalidad y Psicología Social*, 40 (4), 731-749.
- Sabater, J. M. (1989). Sobre el concepto de actitud. *Universidad de Murcia* , 7.
- Salazar-Carvajal, P. F. (Mayo de 2014). El efecto de la conservación de recursos sobre la intención emprendedora en el contexto de crisis económica: el rol moderador de la autoeficacia y la creatividad. Obtenido de https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0212-97282014000200018
- Salovey, P., & Mayer, J. (1990). *Emotional Intelligence*. Obtenido de <https://journals.sagepub.com/doi/10.2190/DUGG-P24E-52WK-6CDG>
- Shapero, A. &. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. *Encyclopaedia of Entrepreneurship* , pp. 72-90.
- Singh, G., & DeNoble, A. (2003). Early Retirees As the Next Generation of Entrepreneurs. *Sage Journals*, Volume 27, Issue 3.

- Smith, W. &. (2014). Entrepreneurship, Economic Growth and Entrepreneurship Theories. *Mediterranean Journal of Social Sciences*.
- Souitaris, V. (2007). Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources. *Journal of Business venturing*, 566-591.
- Stokes, D. &. (2010). Entrepreneurship and marketing education: time for the road less travelled? . *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, , 95-108.
- Terán-Yepez, E. F. (2019). Teorías de emprendimiento: revisión crítica de la literatura y sugerencias para futuras investigaciones. *Espacios*.
- Torres, G. (Julio de 2020). Actitud emprendedora en estudiantes universitarios de administración: Caso México. *Actitud emprendedora en estudiantes universitarios de administración: Caso Pachuca, México*. Pachuca, México. Obtenido de http://www.web.facpya.uanl.mx/vinculategica/Vinculategica6_1/9%20GUZMAN_TORRES_HERNANDEZ.pdf
- Veciana, J. (1989). Características del empresario en España. *Papeles de economía española*, 39/40.
- Vera Chang, J., Castaño Oliva, R., & Torres Navarrete, Y. (2018). *Fundamentos de metodología de la Investigación científica*. Guayaquil: Universidad Técnica Estatal de Quevedo. Obtenido de <http://142.93.18.15:8080/jspui/bitstream/123456789/274/3/libro.pdf>
- Vilalta Perdomo, C. J. (2005). Cómo enseñar autocorrelación espacial. *Economía, Sociedad y Territorio*, pp. 323-333.
- Villavicencio, J. (2016). *Introducción a Series de Tiempo*.
- Yukl, G. (2008). *Liderazgo en las organizaciones*. España: Pearson Educación.
- Zhao, H. S. (2005). The Mediating Role of Self-Efficacy in the Development of Entrepreneurial Intentions. *Journal of Applied Psychology*, 1265-1272.

ANEXOS

Anexo 1: Plan de Tesis

Universidad Católica de Santa María

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Escuela Profesional de Ingeniería Comercial



**“FACTORES EXPLICATIVOS DE LA ACTITUD EMPRENDEDORA EN UNIVERSITARIOS DE 4TO Y 5TO
AÑO DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA DE AREQUIPA DEL PERIODO 2024”**

Proyecto de tesis presentado por las Bachilleres

FERNÁNDEZ PAREDES, MARÍA DEL ROSARIO

MUÑOZ MANRIQUE, ALEJANDRA MELANIE

Para optar el título profesional de

INGENIERA COMERCIAL

AREQUIPA – PERÚ

2023

1. PLANTEAMIENTO TEÓRICO

1.1. Problema

Factores explicativos de la actitud emprendedora en universitarios de 4to y 5to año de la Universidad Católica de Santa María de Arequipa del periodo 2023.

1.2. Descripción

Los desafíos relacionados con la mentalidad emprendedora en estudiantes universitarios de la Universidad Católica de Santa María de Arequipa, del periodo 2023 pueden variar en naturaleza.

Según (Torres, 2020) , algunos de los potenciales obstáculos que podrían enfrentar incluyen:

Algunos de los potenciales obstáculos identificados son:

- **Experiencia en emprendimiento:** La falta de experiencia previa en emprendimiento puede limitar la confianza y la habilidad de los estudiantes para iniciar y gestionar proyectos empresariales.
- **Limitaciones económicas:** La escasez de recursos financieros puede representar un impedimento significativo para materializar las ideas emprendedoras de los estudiantes.
- **Falta de respaldo institucional:** La ausencia de un respaldo claro y tangible por parte de la institución educativa puede disminuir la motivación y el apoyo necesario para emprender.
- **Temor al fracaso y propensión al riesgo:** El miedo al fracaso y la aversión al riesgo son factores psicológicos que podrían frenar la iniciativa emprendedora de los estudiantes.
- **Percepción de apoyo institucional:** La percepción de los estudiantes sobre el apoyo que reciben de la institución puede afectar su disposición para emprender.
- **Mentalidad de crecimiento:** La falta de una mentalidad de crecimiento puede limitar la capacidad de los estudiantes para adaptarse y aprender de las experiencias emprendedoras.

Estos desafíos plantean interrogantes cruciales sobre cómo la universidad puede mejorar las condiciones para el desarrollo del espíritu emprendedor. La comprensión de estos obstáculos es esencial para diseñar estrategias y programas específicos que aborden estas limitaciones y fomenten un entorno más propicio para la iniciativa emprendedora.

En este contexto, En un estudio de la Incubadora de empresas INNICIA en el presente año se evidencia en los resultados poco interés de la comunidad estudiantil universitaria puesto que el 81% no conoce qué es una incubadora y menos que existe una en su institución. Esto destaca la necesidad de investigar cuales son las determinantes de la actitud emprendedora en los jóvenes universitarios de últimos años de la Universidad Católica de Santa María.

El objetivo central de esta investigación es identificar y evaluar los factores explicativos que inciden en la actitud emprendedora de los estudiantes de 4to y 5to año en la Universidad Católica de Santa María. Estos factores abarcan aspectos personales, educativos y socioeconómicos, entre otros, con el fin de desarrollar estrategias que promuevan un cambio positivo en la mentalidad emprendedora.

En última instancia, este análisis no solo busca comprender los desafíos actuales, sino que aspira a contribuir al desarrollo económico y social de la región. Los resultados obtenidos podrían tener implicaciones significativas en la formulación de políticas y estrategias que impulsen el espíritu emprendedor entre los jóvenes universitarios, propiciando un impacto positivo a largo plazo.

1.3. Campo, área y línea de investigación

- **Campo:** Economía
- **Área:** Innovación y emprendimiento
- **Línea de investigación:** Emprededurismo

1.4. Tipo de problema

La investigación es de naturaleza cuantitativa, enfocándose en la descripción, verificación y pronóstico de relaciones causales entre variables. (Landeau, 2007) Se utiliza el análisis estadístico para responder preguntas de investigación, recopilando y analizando datos con el fin de probar hipótesis y comprender patrones de comportamiento en una muestra representativa específica. El nivel de investigación es correlacional, (Hernández, 2014) centrado en medir la relación entre dos o más variables en los mismos sujetos,

proporcionando información sobre el grado, la dirección y la intención de las correlaciones entre las variables estudiadas.

1.5. Variables

1.5.1. Análisis de variables

- **Variables Independientes**
Factores explicativos
- **Variable Dependiente**
Actitud emprendedora

1.5.2. Operacionalización de variables

Variable	Dimensiones	Indicadores
Variable independiente: Factores explicativos	Factores personales	Grado de experiencia en emprendimiento
		Nivel de cultura emprendedora familiar
		Grado de propensión al riesgo
	Factores Socioeconómicos	Limitaciones económicas
		Oportunidad de emprender
	Factores de Formación	Nivel de educación de emprendimiento
		Nivel de Percepción de apoyo institucional
	Factores psicológicos y emocionales	Nivel de auto eficiencia
Nivel de autoconfianza		

		Grado de motivación al logro
		Nivel de Mentalidad de crecimiento
		Capacidad de resolución de conflictos
Variable dependiente: Actitud emprendedora	Innovación y creatividad	Grado de ideas generadas
		Nivel Cultura de innovación
		Nivel de conocimiento en programas de emprendimiento



1.5.3. Matriz de consistencia

TÍTULO:	FACTORES EXPLICATIVOS DE LA ACTITUD EMPRENDEDORA EN UNIVERSITARIOS DE 4TO Y 5TO AÑO DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA							
Problema principal	Formulación del problema		Objetivos		Hipótesis	Variables	Dimensiones e Indicadores	Metodología de la Investigación
	Interrogante Principal	Interrogantes Específicas	Objetivo Principal	Objetivos Específicos	Hipótesis Principal			
Análisis de los factores explicativos de la actitud emprendedora en universitarios de 4to y 5to año de la Universidad Católica de Santa María	¿Cómo se relacionan los factores explicativos con la actitud emprendedora de universitarios de 4to y 5to año de la Universidad Católica de Santa María?	¿Cuál es la relación entre los factores personales en la actitud emprendedora de universitarios de 4to y 5to año de la Universidad Católica de Santa María? ¿Cuál es la relación entre los factores socioeconómicos en la actitud emprendedora de universitarios de 4to y 5to año de la Universidad Católica de Santa María?	Determinar la relación entre factores explicativos que influyen en la actitud emprendedora de universitarios de 4to y 5to año de la Universidad Católica de Santa María	Determina la relación entre factores personales y la actitud emprendedora de universitarios de 4to y 5to año de la Universidad Católica de Santa María Determina la relación entre factores socioeconómicos y la actitud emprendedora de universitarios de 4to y 5to año de la Universidad Católica de Santa María	Dado que se ha observado que existen diversos factores explicativos que influyen en la actitud emprendedora de los universitarios de 4to y 5to año de la Universidad Católica de Santa María, es probable que la interacción y combinación de estos factores tengan una relación significativa y	Variables Independientes : Factores explicativos	<p>Factores personales:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grado de experiencia en emprendimiento - Nivel de cultura emprendedora familiar - Grado de propensión al riesgo <p>Factores Socioeconómicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Limitaciones económicas - Oportunidad de emprender <p>Factores de formación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nivel de educación de emprendimiento - Nivel de Percepción de apoyo institucional <p>Factores Psicológicos y emocionales:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nivel de auto eficiencia - Nivel de autoconfianza - Grado de motivación al logro - Nivel de Mentalidad de crecimiento - Capacidad de resolución de conflictos 	<p>Tipo de investigación: Cualitativa</p> <p>Variable: Cualitativa ordinal</p> <p>Enfoque: Cuantitativo</p> <p>Nivel: Descriptivo correlacional</p> <p>Diseño: No experimental</p> <p>Técnicas: Encuesta y Entrevista</p> <p>Instrumentos: Cuestionario</p> <p>Frecuencias y porcentajes.</p>

	<p>¿Cuál es la relación entre los factores educativos en la actitud emprendedora de universitarios de 4to y 5to año de la Universidad Católica de Santa María?</p>	<p>Determinar la relación entre factores educativos y la actitud emprendedora de universitarios de 4to y 5to año de la Universidad Católica de Santa María</p>	<p>predictiva con la actitud emprendedora de los mencionados estudiantes, lo que podría contribuir a comprender mejor la predisposición y el desarrollo de habilidades emprendedoras en los estudiantes.</p>	<p>Innovación y creatividad: - Nivel Cultura de innovación - Grado de ideas generadas - Nivel de conocimiento en programas de emprendimiento</p>	<p>Distribución normal.</p>
	<p>¿Cuál es la relación entre los factores psicológicos y emocionales en la actitud emprendedora de universitarios de 4to y 5to año de la Universidad Católica de Santa María?</p>	<p>Determinar la relación entre factores psicológicos y emocionales en la actitud emprendedora de universitarios de 4to y 5to año de la Universidad Católica de Santa María</p>		<p>Variable dependiente: Actitud emprendedora</p>	

1.6. Interrogantes Básicas

1.6.1. Interrogante General

- ¿Cómo se relacionan los factores explicativos con la actitud emprendedora de universitarios de 4to y 5to año de la Universidad Católica de Santa María?

1.6.2. Interrogantes específicas

- ¿Cuál es la relación entre los factores personales en la actitud emprendedora de universitarios de 4to y 5to año de la Universidad Católica de Santa María?
- ¿Cuál es la relación entre los factores socioeconómicos en la actitud emprendedora de universitarios de 4to y 5to año de la Universidad Católica de Santa María?
- ¿Cuál es la relación entre los factores de formación en la actitud emprendedora de universitarios de 4to y 5to año de la Universidad Católica de Santa María?
- ¿Cuál es la relación entre los factores psicológicos y emocionales en la actitud emprendedora de universitarios de 4to y 5to año de la Universidad Católica de Santa María?

1.7. Justificación

Justificación teórica

La investigación proporciona una visión integral de los enfoques teóricos relacionados con las actitudes de los jóvenes universitarios hacia el emprendimiento. Incluyendo un análisis de la teoría emprendedora, junto con la motivación, formación y perspectivas relacionadas.

(Cruz, C., Olivares, S. y González, M, 2014)

La justificación teórica reside en generar una base conceptual centrada y orientada en la investigación proporcionando una base teórica para la interpretación los resultados.

Adicional a ello, el trabajo de investigación contribuirá al cuerpo de conocimientos existente sobre la formación emprendedora en el ámbito universitario, particularmente en el contexto específico de la UCSM durante el periodo 2023. Proporcionará insights valiosos y aplicables que pueden servir como base para futuras investigaciones y como referencia para instituciones educativas interesadas en fortalecer su enfoque hacia el emprendimiento.

Justificación metodológica

La justificación metodológica de investigar los factores explicativos de la actitud emprendedora en jóvenes universitarios de la región de Arequipa se fundamenta en la búsqueda de aplicar oportunos enfoques y técnicas de investigación alcanzando resultados fiables y relevantes. (Del Cid, A., Méndez, R. y Sandoval, F., 2011)

Para sustentar esta investigación desde la perspectiva metodológica se presentan los siguientes fundamentos

Recolección de datos empíricos: La investigación logrará recopilar datos empíricos acerca de los factores influyentes sobre la actitud emprendedora en jóvenes universitarios de la región de Arequipa. Para conseguir la información de los involucrados o en caso de necesitar fuentes secundarias se emplearán métodos de recolección de datos generales tales como encuestas, entrevistas o análisis documental. Cabe resaltar que la justificación

metodológica reside en que los hallazgos deben basarse en evidencia empírica en lugar de simples teorías. (Álvarez Risco, 2020)

Análisis estadístico: El estudio abarca la utilización de técnicas de análisis estadístico para analizar la relación entre los diferentes factores explicativos y la actitud emprendedora en los jóvenes universitarios. El análisis estadístico establece una base firme para descubrir patrones, tendencias y asociaciones importantes en la información recolectada, generando así, una comprensión completa de los factores que influyen en la actitud emprendedora y respalda la objetividad de los resultados obtenidos. (Vilalta Perdomo, 2005)

Muestreo representativo: La justificación metodológica también se basa en la importancia de seleccionar una muestra representativa de jóvenes universitarios de la región de Arequipa. El muestreo representativo garantiza que los hallazgos de la investigación sean óptimos para aplicar a una audiencia más extensa, empleando métodos correctos de selección de muestra y teniendo en cuenta aspectos como el tamaño de la muestra y la variedad de los involucrados garantizando así que los resultados sean representativos. (Haining, 2003)

Validación y fiabilidad de los instrumentos de medición: La investigación metodológicamente firme involucra el uso de herramientas de medición que hayan sido validadas para evaluar los aspectos explicativos y la actitud emprendedora. Esto significa ajustar o generar escalas y cuestionarios que capten de forma exacta las variables más importantes y que hayan sido validadas en estudios anteriores. La confirmación de la

validez y fiabilidad de estos instrumentos asegura que los datos recopilados sean exactos y coherentes. (Bosco, 2015)

Análisis cualitativo: Supone analizar las respuestas ofrecidas por los entrevistados o los datos cualitativos adquiridos de fuentes escritas. El análisis cualitativo posibilita una comprensión más exhaustiva de los elementos explicativos al capturar las vivencias, percepciones y experiencias jóvenes universitarios emprendedores. (Gil Flores, 1994)

En resumen, la justificación metodológica de investigar los factores explicativos de la actitud emprendedora en jóvenes universitarios de la región de Arequipa radica en la importancia de usar métodos rigurosos de recolección de datos, análisis estadístico, muestreo

Justificación práctica

La investigación permitirá señalar las necesidades y posibilidades específicas de los jóvenes universitarios emprendedores en la región de Arequipa. Implicando la detección de áreas en crecimiento, formación o capacitaciones requeridas y desafíos específicos a los que se enfrentan estos jóvenes emprendedores. Los descubrimientos sirven como orientación para crear programas y políticas que aborden estas necesidades y aprovechen las oportunidades disponibles.

Los hallazgos obtenidos en la investigación podrían utilizarse para elaborar programas de apoyo y capacitaciones formativas enfocadas en los jóvenes universitarios emprendedores en la región de Arequipa. La investigación puede contribuir a estimular el ecosistema emprendedor en la región de Arequipa. Al entender los elementos que afectan la mentalidad

empresadora, es posible que se pueda reconocer medidas específicas para potenciar el entorno emprendedor tales como la creación de espacios de coworking, la promoción de eventos y competencias empresariales, la facilitación de la colaboración entre emprendedores y la creación de redes de apoyo. Estas acciones contribuirían a generar un entorno favorable para el emprendimiento en la región. (García Cabrera & García Soto, 2010)

Por tanto, la investigación no solo busca generar conocimientos teóricos, sino también ofrecer recomendaciones prácticas para mejorar las iniciativas de fomento del emprendimiento en la universidad. Los hallazgos podrían ser útiles para diseñar programas específicos, asignar recursos de manera más efectiva y adaptar las estrategias educativas para cultivar una actitud emprendedora en los estudiantes.

1.8.Objetivos

1.8.1. Objetivo General

- Determinar la relación entre factores explicativos influyen en la actitud emprendedora de universitarios de 4to y 5to año de la Universidad Católica de Santa María.

1.8.2. Objetivos específicos

- Determina la relación entre factores personales y la actitud emprendedora de universitarios de 4to y 5to año de la Universidad Católica de Santa María.
- Determina la relación entre factores socioeconómicos y la actitud emprendedora de universitarios de 4to y 5to año de la Universidad Católica de Santa María.

- Determinar la relación entre factores educativos y la actitud emprendedora de universitarios de 4to y 5to año de la Universidad Católica de Santa María.
- Determinar la relación entre factores psicológicos y emocionales en la actitud emprendedora de universitarios de 4to y 5to año de la Universidad Católica de Santa María.

1.9. Marco Teórico

1.9.1. Esquema Estructural

CAPITULO I: Fundamentos teóricos

CAPITULO II: Aspectos metodológicos

CAPITULO III: Resultados

1.9.2. Marco conceptual

Emprendimiento

El emprendimiento hace referencia al conjunto de los siguientes procesos: identificación, elaboración y obtención de una idea, proyecto o negocio con el fin de crear valor económico, social o cultural. Esto incluye tomar riesgos y buscar oportunidades de innovación y crecimiento. (Casson, 2007)

Innovación

La innovación es el desarrollo de ideas nuevas, procesos, productos o servicios que ayuden y se conviertan en mejoras significativas en una empresa, industria o sociedad en general. Implica emplear de forma creativa el conocimiento y la tecnología para la resolución de problemas o satisfacer necesidades de manera original. (Acs & Audretsch, 1998).

Creatividad

Se entiende como creatividad a la habilidad de originar ideas nuevas y únicas, o de percibir las cosas de distintas perspectivas.

Es un proceso que se realiza de forma mental implicando la imaginación, la originalidad y la capacidad de pensar de manera poco convencional. (Dinello, Jiménez, & Motta, 2001)

Cultura emprendedora

Se define como cultura emprendedora al grupo de principios, actitudes y creencias que estimulan y apoyan al espíritu emprendedor de los individuos que conforman una sociedad o empresa. Además, se caracteriza por la fomentación de asumir riesgos, innovar y buscar nuevas oportunidades. (Alemany, Alvarez, & Planellas, 2011)

Capacidad emprendedora

La capacidad emprendedora se define como las habilidades, conocimientos y atributos personales que los individuos tienen para comenzar a dirigir exitosamente un proyecto emprendedor. Además, involucra la habilidad de reconocer oportunidades, afrontar riesgos y tomar decisiones correctas. (Flores, 2000)

Incubadora

Es una organización o programa que ofrece apoyo, recursos y asesoramiento a emprendedores y startups (nuevas empresas) durante las primeras fases de su desarrollo.

La meta de las incubadoras es respaldar el crecimiento de asegurar el éxito de las empresas emergentes. (Barrow, 2019)

Liderazgo

El liderazgo involucra la capacidad de ejercer influencia, dirigir y estimular a un conjunto de individuos con el fin de alcanzar metas y propósitos compartidos. Se denomina líder al que brinda orientación, toma decisiones, y fomenta trabajo en equipo y la eficacia dentro de una organización. (Yukl, 2008)

Auto eficiencia

La auto eficiencia se define como la confianza en la capacidad personal para lograr de manera exitosa los objetivos y metas específicas, hace referencia a la confianza que tienen las personas en conseguir el éxito a través de sus acciones y esfuerzos. (Lefrancois, 2000)

Autoconfianza

La autoconfianza es creer en sí mismo y en sus habilidades personales. Involucra confiar en su propia capacidad para resolver conflictos y tomar las mejores decisiones. (Rogero, R. & León, O. , 2003)

Factores explicativos

Son componentes o variables empleadas para entender y explicar un evento o situación. En distintos escenarios, estos factores pueden actuar como causas, variables independientes o elementos esenciales que contribuyan a un análisis más exhaustivo. (R, 1991)

Actitud

La actitud se define como la disposición emocional y mental de un individuo hacia algo, como una idea, objeto, persona o situación. Se varía entre positiva, negativa o neutral y afecta el comportamiento y las elecciones de la persona. (Sabater, 1989).

1.9.3. Marco Teórico

Características sociodemográficas

El análisis de las características sociodemográficas se refiere a los aspectos concretos y comprobables de las personas involucradas, como la edad, el género, el ámbito en el que se han desarrollado, la posición que ocupan entre hermanos los antecedentes en la familia y la experiencia de trabajo. Todas estas características sociodemográficas son herramientas útiles para medir las diferencias individuales.

Se tratan de variables fijas que no se pueden cambiar fácilmente y sus mediciones se utilizan para probar ciertos efectos en el comportamiento de una persona. Existen algunos autores que no están de acuerdo con el uso de la información demográfica a fin de dar con el perfil del típico emprendedor, por ejemplo (Robinson, Huefner, & Hunt, 1991), argumenta la ineficiencia al utilizar enfoque demográfico para encontrar actitudes emprendedoras debido a dos puntos.

Primero: Los enfoques demográficos presuponen que factores como el género, la raza o nacimiento tienen un impacto significativo o determinan nuestro comportamiento. Incluso cuando se plantea que ciertas cualidades demográficas influyen en determinadas vivencias, los psicólogos han defendido durante mucho tiempo que lo que realmente impacta en nuestro futuro no son tanto las experiencias vividas, sino las interpretaciones que extraemos de ellas (Rychlak, 1981). Esto significa que, en lugar de estar influenciado por un conjunto particular de rasgos sociodemográficos, el espíritu empresarial está determinado por respuestas particulares del ambiente generado.

Segundo: Un grupo de investigadores usan las características sociodemográficas como sustituto de atributos personales. Para ellos, las características demográficas no son las que afectan el entrepreneurship tanto como los atributos estables de personalidad o rasgos de personales desarrollados por alguien que tiene esas características demográficas.

Edad

Se plantea que los jóvenes al no tener responsabilidades familiares y contar con la vitalidad y energía propia de su juventud, tienden a mostrar una inclinación hacia emprender. También se ha señalado que las personas de edad avanzada pueden experimentar limitaciones en sus capacidades, pudiendo ser menos aptos para idear cosas nuevas y adaptarse a distintos comportamientos. Además, se ha observado que tienen un fuerte apego psicológico a la estabilidad, lo que reduce su propensión a emprender. Llegan a un punto en sus vidas en el que la seguridad se convierte en una prioridad, evitando así acciones arriesgadas.

(Veciana, 1989), menciona en sus investigaciones relacionadas a la edad, que las personas que toman la decisión de convertirse en empresarios usualmente tienen una edad cercana a los 40 años. Generalmente, se trata de individuos que han tenido la ocasión de desarrollar cierta experiencia y autoconfianza, pero que aún no han alcanzado un rol de responsabilidad en una gran empresa.

Actitud emprendedora

Tratado de construir nuestra variable espíritu emprendedor en relación con los modelos expuestos anteriormente y a la revisión de la literatura. Por ello hemos partido inicialmente del modelo de (Shapero, 1982), trabajando las dos dimensiones básicas de las intenciones emprendedoras, percepción de viabilidad y percepción de deseabilidad. Añadimos una

tercera dimensión que llamamos “esfuerzo personal”, esta dimensión abarca tanto la inversión de tiempo como de recursos financieros que el individuo está dispuesto a entregar en el proyecto.; y hemos considerado una cuarta dimensión, que hace referencia a la “detección de habilidades” para reconocer oportunidades de negocio.

El conjunto de estas cuatro dimensiones refleja la orientación hacia la intención, particularmente las actitudes hacia el emprendimiento, que influyen en la elección de iniciar un negocio y la percepción de si resulta complicado o sencillo mantener un comportamiento específico. Un evento emprendedor implica la disposición a iniciar un negocio, definida por aspectos clave como la percepción de lo deseable y viable, desde la perspectiva de la intención. Además, se considera la influencia de la dedicación personal para invertir tiempo y recursos financieros, así como poseer habilidades para identificar diversas oportunidades de negocio en respuesta a las demandas del mercado o los cambios sociales y tecnológicos.

Percepción de viabilidad

La percepción de viabilidad se refiere al nivel en el cual una persona cree tener la capacidad de iniciar un negocio. Representa la medida en que se percibe dicha posibilidad como viable. Estas percepciones de viabilidad están conectadas con las percepciones de autoeficacia, que están empírica o teóricamente asociadas con fenómenos vinculados a la conducta de gestión y al conocimiento directivo, y tienen una relación directa con el establecimiento de empresas. (Krueger & Brazeal, 1994)

Asimismo, la teoría del comportamiento planificado de (Ajzen, 1991), indica que los recursos y oportunidades disponibles para una persona impactan en la probabilidad de que

esta demuestre una actitud específica. Esta actitud está relacionada con las habilidades que posee un individuo para lograr un objetivo viable en un momento dado. Así, si alguien contempla la posibilidad de tener su propia empresa en el futuro, está mostrando una intención, dado que existe una conexión entre lo que la persona planea hacer y sus intenciones de concretar ese propósito.

Percepción de deseabilidad

Esta dimensión se basa en la teoría del comportamiento planificado de (Ajzen, 1991), en ella se explica que una actitud direccionada a una conducta específica reflejan el grado en que una persona evalúa su conducta favorable o desfavorablemente.

Además, esta teoría también afirma que las acciones se basan en las creencias de las personas. Por lo tanto, la apreciación de lo atractivo se describe como cuánto interés muestra un individuo en establecer un negocio. Por este motivo, las personas adoptan ciertos comportamientos que llevan a resultados favorables.

Esfuerzo personal

(Singh & DeNoble, 2003) emplearon esta dimensión en su trabajo acerca de intenciones emprendedoras con jóvenes universitarios. Explican que además de renunciar a un trabajo de tiempo completo para iniciar su propio negocio también deben estar dispuestos a invertir su tiempo en investigación y planificación de su emprendimiento.

Sin embargo, (Hisrich, 2005) sustenta que el individuo con aspiraciones emprendedoras debe ser capaz de brindar sus recursos financieros en periodos de tiempo ajustados a la realidad de su proyecto de negocio.

De la misma forma, debe estar consciente de la existencia de un riesgo en la inversión para su emprendimiento, pudiendo comprometer las finanzas familiares, dependiendo de la disponibilidad de recursos. (Bird, 1988)

1.9.4. Diseño de la investigación

En el presente trabajo de investigación se utiliza el tipo de investigación cualitativa, con una variable cualitativa ordinal y con enfoque cuantitativo, el cual es un método que recolecta datos e información cuantificable con el objetivo de utilizarla en cualquier análisis estadístico de la muestra de población. También utilizaremos el diseño no experimental con nivel descriptivo correlacional, e incluyendo técnicas como encuestas y/o cuestionarios y entrevistas.

1.10. Antecedentes nacionales

Las competencias genéricas y su relación con la capacidad emprendedora en los alumnos de 5to año de la escuela profesional de administración de empresas UCSM - 2023

(Rivadeneira, 2023), llevó a cabo una investigación que examinó la conexión entre las competencias genéricas y la capacidad emprendedora en los estudiantes de quinto año de la Escuela Profesional de Administración de Empresas UCSM en 2023. Esto se hizo considerando que estos alumnos ya habían recibido una educación universitaria durante aproximadamente cinco años. Además, el estudio tenía como objetivo fomentar y fortalecer la capacidad emprendedora de los estudiantes, convirtiendo el emprendimiento en una opción viable para su futuro.

Evaluación de la actitud emprendedora en estudiantes del ciclo avanzado de un CEBA en Villa María del Triunfo - Lima

(Monterrey C. C., 2021), realizó una investigación para evaluar el nivel de actitud emprendedora en los estudiantes del ciclo avanzado del CEBA República del Ecuador de Villa María del Triunfo en Lima en 2020. El estudio reveló que los estudiantes de diversos institutos superiores tecnológicos de Huancayo presentaban una categoría alta (94,9%) y normal (5,1%) en cuanto a sus actitudes hacia el emprendimiento empresarial.

1.11. Antecedentes internacionales

Actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios: El caso de la Universidad Católica del Uruguay

(Krauss, 2011), En esta investigación, se examinaron las actitudes emprendedoras de los estudiantes de la Universidad Católica del Uruguay (UCU) y su evolución a lo largo del tiempo. Se abordó la figura del emprendedor desde diversas perspectivas, centrándose especialmente en las actitudes emprendedoras, que incluyen la necesidad de logro, la autoestima, la innovación, el control percibido interno y la disposición para asumir riesgos.

El tema de esta investigación se considera importante en el contexto internacional, ya que los emprendedores desempeñan un papel crucial en el desarrollo económico de los países al crear oportunidades de empleo y promover la innovación. Sin embargo, se reconoce que los efectos de fomentar el espíritu emprendedor pueden no ser inmediatos, sino que pueden requerir un horizonte de tiempo más largo para verse materializados. En este sentido, se destaca la necesidad de promover una cultura emprendedora tanto dentro de las empresas como en la sociedad en general para afrontar los desafíos de la globalización y la

competencia. A pesar de ser una tendencia incipiente en Uruguay, la investigación busca contribuir al entendimiento de la evolución de las actitudes emprendedoras entre los estudiantes de la UCU a lo largo de tres años.

Actitud emprendedora en los estudiantes universitarios: un análisis de factores explicativos en la comunidad de Madrid.

(Olmos, 2011) La presente investigación trabajo de investigación centrado en la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios. El objetivo principal es resaltar el grado de cumplimiento de los objetivos de la investigación, tanto en el ámbito teórico como en los resultados empíricos obtenidos.

El enfoque de la investigación se centró en las características de los emprendedores y su capacidad para identificar oportunidades de negocio. Se incorporaron cinco teorías que abordan aspectos socioculturales, psicológicos y personales para comprender mejor la actitud emprendedora de los estudiantes.

En resumen, la investigación contribuye a comprender mejor las características y la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios, ofreciendo escalas de medida validadas que pueden ser útiles para estudios posteriores en este campo.

1.12. hipótesis

Dado: que, existen factores explicativos; es probable: que, estos tengan una relación con la actitud emprendedora de los universitarios de 4to y 5to año de la Universidad Católica de Santa María.

2. PLANTEAMIENTO OPERACIONAL

2.1. Técnicas e instrumentos

Para la presente investigación se aplicará la técnica de la encuesta para recopilar los datos y entrevistas a encargados de innovación y emprendimiento, por lo cual proporcionaría una comprensión completa y contextualizada del entorno institucional. Esto supone la aplicación de instrumentos de medición de las dos variables de estudio: factores explicativos y actitud emprendedora.

Los instrumentos son: está constituido por un total de 19 interrogantes en escala de Likert 1 (Nunca), 2 (Casi nunca), 3 (A veces), 4 (Casi siempre) y 5 (Siempre), siendo los ítems distribuidos en las tres dimensiones: Factores personales, factores educativos y factores Psicológicos y emocionales.

Cuestionario de la actitud emprendedora consta de 1 dimensión (Innovación y creatividad). Los ítems han sido evaluados bajo la escala de tipo Likert con 5 alternativas de respuesta que son: 1 (Totalmente en desacuerdo), 2 (En desacuerdo), 3 (Ni de acuerdo ni en desacuerdo), 4 (De acuerdo), 5 (Totalmente de acuerdo).

Adicionalmente se realizará una entrevista a representantes de la Oficina de Innovación y desarrollo de la Universidad Católica de Santa María donde se encuentra la Incubadora de empresas INNICIA con el fin de obtener información primaria sobre su percepción de la institución en relación de la actitud emprendedora en jóvenes universitarios de la Universidad Católica de Santa María.

El Procesamiento de la data se realizará en el software R Studio en el cual detallaremos, el coeficiente de correlación de Pearson para medir la relación estadística entre las variables

continuas y analizaremos Coeficiente de determinación para estimar un modelo de regresión lineal con las variables que expliquen el modelo econométrico

Por otro lado, se realizará un análisis de los antecedentes de la presente tesis en relación con la actitud emprendedora en la Universidad Católica de Santa María.

2.2. Estructuras de los instrumentos

2.3. Campo de verificación

2.3.1. Ámbito

El estudio se realizará en la Universidad Católica de Santa María, la misma que se encuentra localizada en la Urbanización San José s/n en el distrito de Yanahuara, provincia y departamento de Arequipa.

2.3.2. Temporalidad

El trabajo de investigación realizará el análisis del presente año 2024

2.3.3. Unidades de estudio

La investigación utiliza información de fuente primaria de los estudiantes de 4to y 5to año de la Universidad Católica de Santa María por lo cual de detalla a continuación.

Población

La unidad de análisis para este estudio estará representada por los alumnos de 4to y 5to año de la Universidad Católica de Santa María, los que son un aproximado de 6944 estudiantes.

Muestra

El muestreo se aplicó en una población estadística finita, con un grado de certeza del 95% y con un margen de error del 5%.

$$N = Z^2 * p * q * N$$

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

- Z=Nivel de Confianza 95%
- N=Universo 6944
- p=Probabilidad de ocurrencia del evento 0.5
- q=Probabilidad de no ocurrencia 0.5
- e=Error de estimación 0.05
- n=Tamaño de la muestra

Reemplazando:

$$N = \frac{(1.96) * 2 * 0.5 * 0.5 * 6944}{(6944 - 1) * (0.05)^2 + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 365$$

Criterios de inclusión:

- Alumnos con matrícula activa de cuarto y quinto año.

Criterios de Exclusión:

· Alumnos que no asistieron a clases los días en que se recolectaron los datos y a los que se les envió la encuesta de manera virtual pero que no respondieron.

2.4. Recursos necesarios

2.4.1. Recursos humanos

Investigadores:

- María Del Rosario Fernández Paredes
- Alejandra Melanie Muñoz Manrique

2.4.2. Recursos materiales

Materiales de escritorio

- Bolígrafos.
- Resaltadores
- Notas Adhesivas
- Libreta de apuntes.

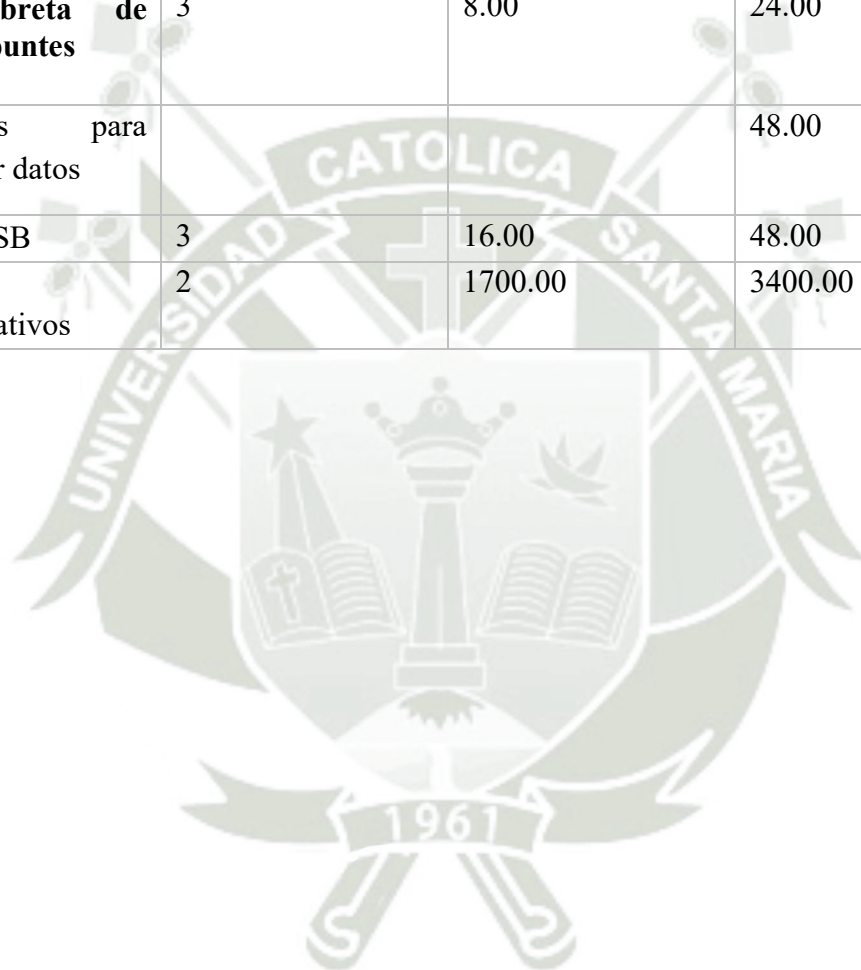
Materiales para almacenar datos

- Memoria USB

2.4.3. Recursos Financieros

El presupuesto del trabajo de investigación es de S/. 3488.50 (Tres mil cuatrocientos ochenta y ocho y 50 centavos 00/100 nuevos soles). Este trabajo de investigación será financiado con recursos propios de las tesis.

Ítem	Cantidad	Costo Unitario	Costo total
Materiales de escritorio			40.50
• Bolígrafos	3	1.00	3.00
• Resaltadores	3	2.50	4.50
• Notas adhesivas	3	3.00	9.00
• Libreta de apuntes	3	8.00	24.00
Materiales para almacenar datos			48.00
• USB	3	16.00	48.00
Trámites administrativos	2	1700.00	3400.00



3. Cronograma de la investigación

Actividad	SETIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE			
	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
1. Elección de tema de tesis	■															
2. Elaboración del plan de tesis		■	■													
3. Aprobación del plan de tesis				■	■	■										
4. Levantamiento de observaciones							■									
5. Determinar los antecedentes relevantes								■	■							
6. Redacción del borrador									■	■	■					
7. Realizar la estructura capitular tentativa del borrador										■	■					
8. Realizar el análisis de datos											■					
9. Elaboración de Conclusiones y Recomendaciones											■					
10. Elaboración de referencias bibliográficas y Anexos											■					
11. Revisión general de formato											■					
12. Presentación del borrador de tesis												■				
13. Levantamiento de observaciones													■			
14. Realizar la presentación visual														■		
15. Aprobación del borrador de tesis														■		
16. Sustentación															■	

4. Bibliografía Básica

- Acs , Z., & Audretsch, D. (1998). *Innovation in Large and Small Firms: An Empirical*.
Obtenido de <https://mitpress.mit.edu/9780262011136/innovation-and-small-firms/>
- Ajzen, I. (1991). Theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision*, 50(2), 179-211.
- Aleman, I., Alvarez, C., & Planellas, M. (2011). *Libro blanco de la iniciativa emprendedora en España*. Girona: Esade- Fundación Príncipe de Girona.
- Álvarez Risco, A. (2020). *Justificación de la investigación*. . Lima: Universidad de Lima, Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas, Carrera de Negocios Internacionales.
- Andrade, A. U., & Vallejo, C. L. (2017). Analisis estadístico. *Analista*, pág. 84.
- Baldera, D. O. (2015). *ACTITUD EMPRENDEDORA DE LOS EGRESADOS DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO*. Chiclayo, Perú. Obtenido de https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/159/1/TL_Mejia_Baldera_DeyviOmar.pdf
- Balladares, A. F. (2022). EFECTOS DE VARIABLES REALES Y FINANCIERAS EN LACURVA DE RENDIMIENTO DE LOS BONOS SOBERANOS EN SOLES. *QUIPUKAMAYOC*, 10.
- Baron, R. A. (2008). *The Role of Affect in the Entrepreneurial Process*. Obtenido de <https://www.jstor.org/stable/20159400>
- Barrow, C. (2019). *Incubators: a realist's guide to the world's new business accelerators*. UK: John Wiley & Sons.
- Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention. *Academy of Management Review*, 13(3), 442–453.
- Bosco, U. D. (2015). *Diseño y validación de instrumentos de medición*. El Salvador: Editorial Universidad Don Bosco.
- Brazeal, K. y. (1994). Modelo de Credibilidad Emprendedora en Estudiantes. *Dialnet*.
- Cancela, R. (2010). *Metodología de la investigación educativa: nvestigación ex post facto*. Madrid: Universidad Autonomade Madrid.
- Carmeli, A. (2003). *The relationship between emotional intelligence and work attitudes, behavior and outcomes: An examination among senior managers*. Obtenido de <https://doi.org/10.1108/02683940310511881>
- Casson, M. (2007). Social Enterprise and Entrepreneurship. *International Small Business Journal*, 25 (1), 5-26.

- Cid, A. d., Méndez, R., & Sandoval, F. (2007). *Investigación , Fundamentos y Metodología*. Ciudad Juárez: Pearson Educación de México. Obtenido de <https://josedominguezblog.wordpress.com/wp-content/uploads/2015/06/investigacion-fundamentos-y-metodologia.pdf>
- Cohen, J. C. (2003). *"Applied Multiple Regression/Correlation Analysis for the Behavioral Sciences*.
- Cohen, N., & Rojas, G. G. (2019). *Metodología de la Investigación ¿Para qué?* Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Teseo.
- Crant, J. M. (1996). The proactive personality scale as a predictor of entrepreneurial intentions. *Journal of Small Business Management*,, p42, 8p.
- Cruz, C., Olivares, S. y González, M. (2014). *Metodología de la investigación*. Mexico : Grupo Editorial Patria.
- Csikszentmihalyi, M. (1998). *Creatividad. El flujo y la psicología del descubrimiento y la invención*. . Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/547/54700403.pdf>
- Deakins, D. a. (2009). *Entrepreneurship and Small Firms*. New York: McGraw Hill.
- Del Cid, A., Méndez, R. y Sandoval, F. (2011). *Investigación. Fundamentos y metodología (2ta ed.)*. Mexico: Pearson Educación.
- Dinello, R., Jiménez, C., & Motta, J. (2001). *Lúdica y creatividad*. Bogota: Cooperativa Editorial Magisterio.
- Drucker, P. F. (2005). *Gestionarse a sí mismo*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1706188>
- Española, R. A. (2014). *Real Academia Española*. Obtenido de <https://dle.rae.es/variable#Gqrv2OP>
- Flores, F. (2000). *Abrir nuevos mundos. Iniciativa empresarial, acción democrática*. Santiago de Chile: Taurus.
- Foo, M.–D. (2011). *Emotions and Entrepreneurial Opportunity Evaluation*. Obtenido de <https://journals.sagepub.com/doi/10.1111/j.1540-6520.2009.00357.x>
- Fortún, M. (6 de Julio de 2019). *Economipedia.com*. Obtenido de Economipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/ecuacion.html>
- García Cabrera, A. M., & García Soto, A. M. (2010). recursos, Ecosistema emprendedor para las empresas de base tecnológica: visión basada en los. *Tec Empresarial*, v. 4 (1), p. 8-21.
- Garden. (2000). *Intelligence reframed: Multiple intelligences for the 21st Century*. New York. Obtenido de <https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=1210136>
- Gasca, A. M. (2017). *Operaciones con vectores y matrices*.
- Gil Flores, J. (1994). *Análisis de datos Cualitativos. Aplicaciones a la*. Barcelona: Editorial PPU.

- Goldenberg; Levav; Horowitz; David, J. (2003). *Cómo dar en el clavo de la innovación*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1431462>
- Goleman, D. (1995). *La práctica de la inteligencia emocional*. España. Obtenido de <https://www.editorialkairos.com/catalogo/p/la-practica-de-la-inteligencia-emocional>
- Guarino, L. (2010). *Adaptación y validación de la versión hispana del Cuestionario de Estilo Emocional*. Obtenido de <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/gstedu/article/view/25490/25774>
- Haining, P. (2003). *Spatial Data Analysis: Theory and Practice*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hernández, R. (2014). *Metodología de la Investigación*. Mexico: INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Hisrich, R. D. (2005). Intrapreneurship in Australian Firms. *Journal of Management & Organization*, pp. 17 - 27.
- Huertas, J. A. (1997). *Motivación: Querer aprender*. Argentina: Motivación: Querer aprender.
- I. M. Chakravarti. (1967). *Handbook of methods of applied statistics*. John Wiley & Sons, New York.
- Kirzner, I. M. (1973). *Competition and Entrepreneurship*. Chicago: University of Chicago Press.
- Kirzner, I. M. (1973). *Competition and Entrepreneurship*. New York University (NYU) - Department of Economics.
- Kirzner, I. M. (1973). *Competition and Entrepreneurship*. Chicago: University of Chicago Press.
- Krauss, C. (2011). *Actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios: El caso de la Universidad Católica del Uruguay*. Uruguay, Uruguay. Obtenido de [file:///C:/Users/maria/Downloads/Dialnet-ActitudesEmprendedorasDeLosEstudiantesUniversitari-3797740%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/maria/Downloads/Dialnet-ActitudesEmprendedorasDeLosEstudiantesUniversitari-3797740%20(1).pdf)
- Krueger, N., & Brazeal, D. (1994). Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 18(3), 91–104.
- Landeau, R. (2007). *Elaboración de trabajos de investigación*. Caracas: Editorial Alfa.
- Lefrancois, G. (2000). *El ciclo de la vida*. Mexico: Editorial International Thomson.
- López, J. F. (18 de Noviembre de 2017). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/varianza.html>
- Maldonado, J. A. (2015). *Metodología de la Investigación (Fundamentos)*. Honduras: Universidad Nacional Autónoma de Honduras .
- Malouff, J., Hall, L., Haggerty, D., Cooper, J., & Schutte, N. (2007). *Development and Validation of a Measure of Emotional Intelligence*. Obtenido de <http://www2.statathens.aueb.gr/~jpan/Schutte-1998.pdf>

- Massey, F. J. (1951). *The Kolmogorov-Smirnov test for goodness of fit*. Oregon.
- Mohanty. (2006). *Fundamentals of Entrepreneurship*. Prentice Hall of India.
- Monterrey, C. C. (2021). *Evaluación de la actitud emprendedora en estudiantes del ciclo avanzado de un CEBA en Villa María del Triunfo - Lima*. HUANCVELICA, Perú. Obtenido de <https://apirepositorio.unh.edu.pe/server/api/core/bitstreams/32aecabb-6b10-4c0e-8736-0f120fd0c006/content>
- Monterrey, C. C. (2021). *Evaluación de la actitud emprendedora en estudiantes del ciclo avanzado de un CEBA en Villa María del Triunfo - Lima*. Huancavelica, Perú. Obtenido de <https://apirepositorio.unh.edu.pe/server/api/core/bitstreams/32aecabb-6b10-4c0e-8736-0f120fd0c006/content>
- Neill, D. A., & Suarez, L. C. (2018). *Procesos y Fundamentos de la Investigación Científica*. Machala: Editorial UTMACH. Obtenido de <https://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12498/1/Procesos-y-FundamentosDeLainvestiacionCientifica.pdf>
- Novales, A. (2016). *Series Temporales , Estacionariedad , raices unitarias* . Madrid: Departamento de Economía Cuantitativa.
- O'Boyle, E. H. (2011). *The relation between emotional intelligence and job performance: A meta-analysis*. Obtenido de <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1002/job.714>
- Olmos, R. E. (2011). *ACTITUD EMPRENDEDORA EN LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS: UN ANÁLISIS DE FACTORES EXPLICATIVOS EN LA COMUNIDAD DE MADRID*. Madrid, España.
- Paitán, H. Ñ., Valdivia, D. M., Vilela, J. J., & Delgado, H. E. (2018). *Metodología de la Investigación Cuantitativa - Cualitativa y Redacción de la tesis*. Bogota: Ediciones de la U. Obtenido de http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/MetodologiaInvestigacionNaupas.pdf
- Papanek, G. (1962). The Development of Entrepreneurship. *American Economic Review*,.
- Pereda, J. (2009). ESTIMACIÓN DE LA CURVA DE RENDIMIENTO PARA EL PERÚ Y SU USO PARA EL ANÁLISIS MONETARIO. *NOTAS DE ESTUDIOS DEL BCRP*, 26.
- Peterman, N. E., & Kennedy, J. (2003). Enterprise Education: Influencing Students' Perceptions of Entrepreneurship. *Sage Journals*, Volume 28, Issue 2.
- R, R. (1991). How much industry matter? *Strategic Management Journal*, Vol 12, pp. 167-185.
- Ramos-Forero, J. E., & Melo-Becerra, L. A. (2015). *Política monetaria y estabilidad financiera en economías pequeñas y abiertas; Zárate-Solano, Hector Manuel*. Banco de la Republica de Colombia.
- Rivadeneira, F. A. (2023). *LAS COMPETENCIAS GENÉRICAS Y SU RELACIÓN CON LA CAPACIDAD EMPRENDEDORA EN LOS ALUMNOS DE 5TO AÑO DELA*

- Robinson, P. B., Huefner, J. C., & Hunt, H. K. (1991). Entrepreneurial Research on Student Subjects Does Not Generalize to Real World Entrepreneurs. *Journal of Small Business Management*, Tomo 29, N.º 2, .
- Rodó, P. (13 de Marzo de 2019). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/logaritmos-en-econometria.html#:~:text=La%20principal%20utilidad%20de%20los,de%20pendiente%20de%20la%20regresi%C3%B3n>.
- Rogero, R. & León, O. . (2003). Estrés en decisiones cotidianas. *Psicothema*, 15(4), 533-538.
- Rojas, M. A. (2014). *Diferencial del rendimiento de los bonos soberanos como medida del riesgo país: ¿Es significativo, relevante y consistente con la literatura?* Bogotá, Colombia: Universidad de los Andes.
- Roth, E., & Lacoa, D. (Marzo de 2009). Análisis Psicológico de la Conducta Emprendedora en Estudiantes Universitarios: Medición, Relaciones y Predicción. Obtenido de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2077-21612009000100005
- Rychlak, J. (1981). Teoría del aprendizaje lógico: proposiciones, corolarios y evidencia de investigación. *Revista de Personalidad y Psicología Social*, 40 (4), 731–749.
- Sabater, J. M. (1989). Sobre el concepto de actitud. *Universidad de Murcia* , 7.
- Salazar-Carvajal, P. F. (Mayo de 2014). El efecto de la conservación de recursos sobre la intención emprendedora en el contexto de crisis económica: el rol moderador de la autoeficacia y la creatividad. Obtenido de https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0212-97282014000200018
- Salovey, P., & Mayer, J. (1990). *Emotional Intelligence*. Obtenido de <https://journals.sagepub.com/doi/10.2190/DUGG-P24E-52WK-6CDG>
- Shapero, A. &. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. *Encyclopaedia of Entrepreneurship* , pp. 72-90.
- Singh, G., & DeNoble, A. (2003). Early Retirees As the Next Generation of Entrepreneurs. *Sage Journals*, Volume 27, Issue 3.
- Smith, W. &. (2014). Entrepreneurship, Economic Growth and Entrepreneurship Theories. *Mediterranean Journal of Social Sciences*.
- Souitaris, V. (2007). Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources. *Journal of Business venturing*, 566-591.
- Stokes, D. &. (2010). Entrepreneurship and marketing education: time for the road less travelled? . *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, , 95-108.

- Terán-Yepe, E. F. (2019). Teorías de emprendimiento: revisión crítica de la literatura y sugerencias para futuras investigaciones. *Espacios*.
- Torres, G. (Julio de 2020). Actitud emprendedora en estudiantes universitarios de administración: Caso México. *Actitud emprendedora en estudiantes universitarios de administración: Caso Pachuca, México*. Pachuca, México. Obtenido de http://www.web.facpya.uanl.mx/vinculategica/Vinculategica6_1/9%20GUZMAN_TORRES_HERNANDEZ.pdf
- Veciana, J. (1989). Características del empresario en España. *Papeles de economía española*, 39/40.
- Vera Chang, J., Castaño Oliva, R., & Torres Navarrete, Y. (2018). *Fundamentos de metodología de la Investigación científica*. Guayaquil: Universidad Técnica Estatal de Quevedo. Obtenido de <http://142.93.18.15:8080/jspui/bitstream/123456789/274/3/libro.pdf>
- Vilalta Perdomo, C. J. (2005). Cómo enseñar autocorrelación espacial. *Economía, Sociedad y Territorio*, pp. 323-333.
- Villavicencio, J. (2016). *Introducción a Series de Tiempo*.
- Yukl, G. (2008). *Liderazgo en las organizaciones*. España: Pearson Educación.
- Zhao, H. S. (2005). The Mediating Role of Self-Efficacy in the Development of Entrepreneurial Intentions. *Journal of Applied Psychology*, 1265-1272.

Anexo 2: Matriz de datos

Leyenda

Dimensión	Indicadores	REACTIVOS	Leyenda
Factores personales	Grado de experiencia en emprendimiento	Tengo experiencia en el desarrollo de estrategias y planes de negocios.	FP1
		Tengo experiencia en la toma de decisiones estratégicas relacionadas con el cumplimiento de objetivos personales	FP2
	Nivel de cultura emprendedora familiar	Mi familia tiene estabilidad laboral	FP3
		Mi familia o algún miembro de mi familia tiene su empresa propia	FP4
	Grado de propensión al riesgo	Me considero una persona dispuesta a asumir riesgos	FP5
		Me siento atraído/a por desafíos que impliquen cierto grado de riesgo, incluso si pueden tener consecuencias negativas	FP6
		Me siento cómodo/a al enfrentar situaciones desconocidas o inciertas en mi vida	FP7
Factores Socioeconómicos	Limitaciones económicas	Considero que la necesidad económica influye en mi deseo de tener una propia empresa	FS1
		Considero que la economía de un posible emprendimiento propio es una fuente de preocupación constante para mi	FS2
	Oportunidad de emprendedor	Considero que la falta de oportunidades laborales influye en mi decisión por emprender	FS3
		Considero que las condiciones económicas y sociales actuales son propicias para emprender	FS4
Factores de Formación	Nivel de educación de emprendimiento	He recibido formación adicional en el ámbito del emprendimiento	FF1
		Me involucro positivamente en actividades relacionadas con el emprendimiento fuera del ámbito académico	FF2
		He aplicado lo aprendido acerca de emprendimiento en situaciones prácticas	FF3
	Nivel de Percepción de apoyo institucional	He recibido apoyo por parte de mi universidad para emprender	FF4
		Mi universidad me ha proporcionado diferentes recursos para formar un emprendimiento	FF5
		Considero que mi universidad me ha proporcionado orientación y asesoramiento en temas de emprendimiento	FF6
Factores Psicológicos	Nivel de Autosuficiencia	Afronto de manera positiva el miedo al fracaso en los objetivos que me propongo en mi vida	FP1

y emocionales		Percibo la presión y el estrés en el camino para lograr mis metas.	FP2
	Nivel de autoconfianza	Mi nivel de autoconfianza al tomar decisiones clave en mi vida es alto.	FP3
		Me siento seguro/a al presentar proyectos a otras personas.	FP4
	Grado de motivación al logro	Estoy altamente motivado/a para alcanzar mis metas y objetivos personales.	FP5
		Me esfuerzo significativamente para superar obstáculos y desafíos en la búsqueda de mis metas.	FP6
	Nivel de Mentalidad de crecimiento	Creo que mis habilidades y capacidades pueden mejorar con esfuerzo y práctica.	FP7
		Considero importante la idea de mejorar constantemente y alcanzar mi máximo potencial.	FP8
	Capacidad de resolución de conflictos	Soy efectivo/a para escuchar a todas las partes involucradas en un conflicto antes de tomar medidas.	FP9
		Me siento seguro/a al enfrentar y resolver conflictos en mi vida.	FP10
		Estoy dispuesto/a a comprometerme y ceder en ciertos aspectos para llegar a una solución en un conflicto.	FP11
	Innovación y creatividad	Grado de ideas generadas	Me considero creativo/a en la generación de ideas.
Estoy dispuesto/a a explorar diferentes perspectivas y enfoques para abordar problemas o situaciones.			IC2
Me considero innovador/a en la generación de ideas con impacto positivo.			IC3
Nivel Cultura de innovación		Percibo que las ideas innovadoras son reconocidas y premiadas con frecuencia en mi Universidad.	IC4
		Colaboro y comparto conocimientos con los miembros de mi promoción universitaria.	IC5
		Las ideas innovadoras son reconocidas y premiadas con frecuencia en mi universidad.	IC6
Nivel de conocimiento en programas de emprendimiento		Tengo conocimiento sobre los programas de emprendimiento disponibles en mi Universidad.	IC7
		Estoy familiarizado/a con los beneficios que ofrecen los programas de emprendimiento para estudiantes.	IC8

Matriz de datos

ID	FP1	FP2	FP3	FP4	FP5	FP6	FP7	FSE1	FSE2	FSE3	FSE4	FF1	FF2	FF3	FF4	FF5	FF6	FPE1	FPE2	FPE3	FPE4	FPE5	FPE6	FPE7	FPE8	FPE9	FP E10	FP E11	IC1	IC2	IC3	IC4	IC5	IC6	IC7	IC8					
1	3	2	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	2	1	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1		
2	2	4	5	4	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	1	1	1	4	4	3	3	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	2	3	3	4			
3	1	4	4	2	3	1	3	4	3	4	4	3	3	4	4	2	4	4	3	2	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	2	3	4	4	4	4	4				
4	3	4	2	3	5	3	2	5	2	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	2			
5	3	4	4	4	4	2	3	4	2	4	4	4	3	4	2	2	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	2	2	2		
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4		
7	1	1	5	2	5	4	3	2	2	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	5	3	4	4
8	3	3	4	2	5	5	3	4	4	4	2	4	2	2	2	3	4	4	2	4	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	2	3	3	
9	2	5	5	5	5	4	3	4	4	4	4	4	3	4	1	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	3	4	
10	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	5	5	4	5	5	4	4			
11	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
12	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	5	3	3	4	3	3	5	4	3	4	4	3	5	3	5	5	5	4	4			
13	3	4	5	2	4	5	5	4	5	3	5	4	3	3	3	4	2	4	2	4	2	5	3	5	4	5	5	5	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	2		
14	3	4	4	2	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	3	2	4	4	5	4	4	1	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4		
15	2	3	5	5	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3		
16	2	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
17	3	3	4	4	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	2	
18	3	4	5	1	4	4	4	5	5	3	4	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	
19	4	4	3	4	4	4	3	3	3	2	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3		
20	5	4	5	1	5	5	3	5	5	5	3	5	4	5	3	3	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	3	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4		

2	4	4	5	3	5	4	4	4	3	3	2	3	4	5	3	3	3	5	4	4	4	5	4	4	5	3	4	3	4	4	3	2	2					
2	4	4	3	2	5	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	5	4	4	3	5	4	5	5	4	4	4					
2	2	4	3	2	3	2	2	4	3	5	5	4	2	4	3	4	4	2	5	3	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	1	2				
2	2	4	4	5	4	4	3	5	5	4	4	2	2	4	1	1	1	4	4	4	4	5	4	3	4	4	5	5	3	4	3	2	4	2	1	1		
2	2	5	4	3	4	3	3	3	2	3	3	2	1	5	4	3	3	3	3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4		
2	1	2	3	5	3	3	4	5	1	5	5	3	5	4	1	1	1	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	1	1		
2	3	4	4	2	5	5	5	3	3	4	4	2	2	3	2	2	2	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	2	3		
2	4	4	5	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3
2	4	4	5	5	5	5	4	5	5	3	3	1	3	3	4	4	5	5	3	3	3	5	5	5	5	4	4	3	3	5	3	3	5	3	3	3	3	
3	2	3	4	5	2	1	2	4	5	1	3	2	3	2	1	1	2	4	3	2	1	3	4	5	4	5	2	5	5	4	4	2	3	3	3	1		
3	3	4	4	3	4	3	3	3	2	2	3	2	2	1	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	
3	1	1	4	3	3	3	3	3	5	5	3	3	1	3	4	4	4	3	5	3	3	4	4	4	5	5	3	4	4	5	3	3	3	4	5	4		
3	4	4	4	3	4	4	4	3	2	3	3	5	3	3	4	4	5	4	3	4	4	5	5	5	5	4	4	3	4	4	4	3	5	5	5	5		
3	4	4	5	5	4	4	4	3	3	3	3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5		
3	3	3	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
3	3	3	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	1	3	3	3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	3	5	4	3	5	4	3	5	5
3	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	1	1	1	5	5	5	5	1	5	5	5	1	5	1	1	5	1	3	1	3	5	5	5	5	5	5	
3	3	3	4	5	4	3	3	4	5	5	5	3	4	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3
3	3	3	4	5	4	4	3	4	3	3	4	4	2	3	3	2	2	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	2	2	3	2	1	
4	2	2	4	3	3	3	2	4	5	5	5	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	3	2	3	2	4	1	2	4	3	1	1	1	
4	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	5	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4

63	5	4	3	2	4	4	4	5	4	3	3	4	4	5	3	5	5	5	4	4	2	3	3	3	3	3	5	4	4	5	5	4	4	5						
64	4	4	3	5	5	4	4	4	2	1	2	4	3	3	2	2	2	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	3	3	3	1	2						
65	1	3	5	3	5	3	3	3	3	2	3	2	2	3	1	2	1	3	4	3	3	3	4	5	5	4	4	4	4	4	4	2	4	1	2	1				
66	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3				
67	1	4	4	2	4	3	3	5	1	1	3	1	1	1	1	1	1	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	1	4	1	1		
68	1	3	4	3	5	3	3	2	3	3	3	1	1	2	1	1	1	4	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	1	3	1	1	1			
69	3	4	4	1	2	3	2	4	2	4	3	4	1	1	3	3	3	2	4	3	3	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	3	3	1	1				
70	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3			
71	4	5	4	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	4	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	3	3				
72	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4		
73	1	2	5	3	3	3	3	4	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	2	3	4	3	4	3
74	4	4	5	3	3	2	4	5	5	5	2	4	4	3	1	1	1	4	5	4	2	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	1	2	1		
75	3	3	3	3	3	3	3	5	3	4	3	5	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
76	2	3	3	4	2	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	2	3	3	3	4	4	3	4	2	3	3	2	4	4	3	2	4	4	3	2	2
77	3	4	3	2	4	2	4	3	2	3	4	4	2	4	3	4	3	3	2	2	3	2	2	3	1	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	4		
78	3	3	3	5	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	2	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	
79	3	3	4	5	4	3	5	4	3	4	4	2	3	3	3	3	4	2	4	2	2	5	4	4	5	4	2	3	4	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	
80	3	3	5	5	3	4	4	5	5	3	4	2	1	1	1	1	1	4	4	3	3	5	5	5	5	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
81	3	3	4	5	2	2	1	4	3	3	2	4	3	2	1	1	2	2	4	1	3	4	3	4	4	4	2	1	4	2	3	2	3	2	3	3	4	1	1	
82	2	5	5	5	4	4	3	5	3	5	3	2	1	2	1	1	1	3	4	2	2	4	3	4	4	4	2	3	3	4	3	4	4	4	4	1	1	1	1	
83	3	4	5	1	5	3	3	4	4	3	3	1	3	3	2	2	2	4	4	3	3	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	2	3	2	1	1	1	1	

84	4	4	5	5	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	2	2	3	3	5	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	1	2		
85	3	3	5	2	4	4	3	3	3	1	4	3	2	2	1	1	1	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	2	3	3	1	1	
86	3	3	4	4	5	4	5	5	3	4	4	2	3	4	1	1	1	3	5	4	4	3	5	4	4	4	4	4	3	3	3	1	1	2	1	1	
87	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	3	5	4	1	1	1	4	5	3	3	5	5	5	5	3	5	3	4	4	4	4	4	4	4		
88	1	3	5	1	5	3	5	5	4	5	5	2	1	4	1	1	4	5	5	3	1	3	4	5	5	5	4	5	4	3	5	1	4	4	3	1	
89	1	1	1	5	1	1	1	2	4	1	4	5	3	5	1	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	1	1	1
90	2	5	5	2	3	4	5	4	2	5	3	1	1	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	
91	4	5	5	5	4	5	4	4	4	1	5	3	3	3	1	1	1	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	
92	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	1	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	4	
93	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3
94	3	3	5	5	4	4	3	5	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	3	3	3		
95	3	4	3	1	3	4	3	3	5	4	4	3	4	4	3	2	2	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	3	3
96	2	2	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	4	4	3	3	2	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	2	4	2	2
97	5	5	5	5	5	5	5	5	1	1	5	5	5	5	1	1	1	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	1	2	1	1	1
98	1	5	3	5	5	5	5	5	1	1	2	5	5	5	1	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
99	1	5	5	5	5	5	5	5	1	5	2	5	5	5	1	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
100	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	1	1	1	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	1	4	4	3	2	
101	1	3	3	4	4	3	2	4	3	3	4	2	3	2	1	1	1	3	4	3	2	3	4	4	5	4	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	
102	3	5	4	2	5	4	3	5	4	3	1	1	3	3	1	1	1	1	3	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	

103	3	3	3	3	3	3	3	5	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4			
104	4	4	5	5	5	5	5	5	3	3	3	4	4	4	1	1	1	5	4	3	3	4	4	5	5	5	3	4	3	4	3	4	3	3	1	1		
105	3	4	5	3	4	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4			
106	3	2	5	1	2	2	5	4	4	4	1	2	4	2	1	1	1	2	5	1	1	2	2	3	2	4	2	4	1	3	2	2	1	1	1	1		
107	3	5	5	1	5	4	3	3	1	4	4	1	1	1	1	1	2	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	3	3
108	3	4	4	2	5	4	3	5	5	3	3	4	2	2	1	1	1	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	3	4	1	2	
109	3	3	4	1	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	3	3	3	3	3		
110	4	4	4	5	5	1	5	5	5	3	3	2	5	5	1	1	1	5	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3		
111	3	4	5	4	4	4	5	4	4	3	4	3	4	4	1	3	4	5	4	5	3	3	5	5	5	4	5	5	3	4	4	3	3	4	3	4		
112	2	3	4	1	5	4	2	2	2	2	2	1	1	1	3	3	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	2	2	1	1		
113	1	4	5	1	5	5	5	3	3	4	3	3	3	3	5	3	3	3	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		
114	1	2	4	5	4	4	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3		
115	1	4	4	5	3	2	3	5	2	2	3	1	4	3	2	2	1	2	4	3	4	5	4	4	4	5	5	5	5	3	3	2	2	3	1	1		
116	2	3	5	5	3	3	3	4	3	4	4	2	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3		

117	2	3	5	1	4	2	2	4	2	2	4	1	1	1	1	1	1	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	2	4	1	1				
118	2	4	5	1	4	3	3	3	2	4	3	1	3	2	2	2	2	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	2	3	2	2				
119	1	3	5	5	3	3	3	2	2	3	3	3	1	1	1	1	1	3	5	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	1	2	1	1	1					
120	3	4	4	5	4	3	2	4	3	3	1	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	2	3	2	2				
121	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4				
122	4	4	4	2	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3			
123	3	2	5	4	5	5	5	5	5	5	5	3	4	3	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4		
124	4	3	3	5	5	4	3	4	5	4	4	3	4	3	1	1	1	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	1	1
125	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	2	3	1	1	1	3	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1		
126	4	4	3	4	3	3	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4		
127	3	3	4	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3		
128	3	4	5	1	4	4	3	5	5	5	5	2	3	4	1	1	2	2	5	4	3	3	3	5	5	4	3	3	4	4	4	4	3	2	2	2	1		
129	4	5	4	1	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	1	1	2	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	2	3	3		
130	3	3	3	1	1	2	3	4	5	5	5	3	3	2	3	5	4	3	3	4	3	3	3	5	5	3	3	3	4	3	4	2	1	2	4	3			

1 3 1	3	3	4	3	5	5	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3			
1 3 2	4	4	3	5	4	2	3	5	4	2	4	5	5	5	1	1	2	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	2	4	2	1	1	
1 3 3	3	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	2	2	3	3	3	4	4	4	3	4	4	5	4	3	4	4	4	4	2	4	3	4			
1 3 4	1	4	5	1	3	3	3	4	2	3	3	4	1	1	3	2	3	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	1	5	1	2	4	3	1	1	
1 3 5	2	4	5	1	5	3	3	4	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	4	
1 3 6	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	2	2	2	3	4	3	2	3	3	5	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	
1 3 7	5	5	5	5	5	5	4	4	3	1	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
1 3 8	1	2	5	3	3	2	2	4	4	3	3	3	2	2	1	4	2	2	4	3	2	4	3	2	4	2	3	2	1	2	2	4	3	3	4	4	
1 3 9	3	4	4	1	4	4	4	4	3	5	5	3	3	3	1	1	1	3	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	1	4	3	4	4
1 4 0	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	4	4	2	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
1 4 1	4	4	3	1	4	3	4	4	4	2	2	3	2	2	1	1	3	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	5	4	5	4	3	3	4	3	2	
1 4 2	4	4	5	5	4	3	3	4	2	1	4	5	5	3	1	3	1	3	3	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	3	4	1	1
1 4 3	2	4	5	2	5	5	5	5	3	3	3	1	1	1	1	1	1	4	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	1	1	1	1	1	
1 4 4	2	3	4	1	4	3	2	5	3	3	3	2	2	3	2	2	1	3	4	3	3	5	5	5	5	3	3	4	3	4	3	4	5	4	1	2	

145	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5					
146	3	5	5	4	4	4	2	2	1	1	4	2	2	2	1	1	1	1	4	2	2	4	4	4	5	4	4	4	4	4	2	2	1	1	1	1				
147	3	5	5	3	2	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4				
148	3	2	5	5	4	3	3	3	2	2	3	3	2	2	1	1	2	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	1	1			
149	1	3	3	2	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3			
150	3	4	4	5	4	3	3	4	3	4	3	2	2	2	2	2	2	3	4	3	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	5	4	4	1	1				
151	3	3	3	1	2	2	2	3	3	3	3	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3			
152	2	3	4	3	4	3	3	4	3	5	5	2	2	2	1	1	1	3	4	3	4	4	4	5	5	3	5	4	5	5	5	5	2	1	2	1	1			
153	3	3	4	3	2	2	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	4	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3			
154	2	3	4	1	4	4	3	2	2	1	3	1	1	1	1	1	1	3	3	2	1	2	3	4	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	1	1			
155	1	3	2	1	5	1	1	5	1	3	5	1	4	4	1	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	3	2	1	1
156	2	2	4	4	4	4	3	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	4	3	2	2	2	3	5	5	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	2	2		
157	4	3	5	5	4	4	4	5	4	3	4	5	4	4	1	1	1	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	3	4	3	4	3	2		
158	2	3	3	1	2	1	1	4	4	4	4	1	2	1	1	1	1	3	2	3	2	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	1	2		

173	2	2	2	1	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	2	3	4	4	3	3	3	5	3	3	2	2	4	3	2	3	2	3	2	3	
174	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	
175	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	4	3	2	2	
176	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
177	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3
178	3	3	5	3	4	4	4	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
179	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
180	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
181	2	3	5	5	4	3	3	5	5	4	3	3	2	2	3	3	5	4	4	3	3	3	3	5	5	5	4	5	4	5	4	3	4	5	1	3	
182	2	3	5	1	4	4	4	5	4	5	5	2	1	1	1	1	1	3	3	3	1	4	3	3	5	4	2	3	2	3	3	3	3	4	4	2	3
183	2	4	3	5	4	3	3	4	4	3	3	2	4	3	1	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4
184	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
185	2	2	4	5	3	2	1	3	3	3	3	2	2	3	1	1	1	2	5	2	2	3	3	4	5	4	3	4	3	4	5	1	1	2	1	1	
186	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

187	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4			
188	4	4	4	4	4	3	4	3	2	2	3	2	4	3	1	1	1	3	5	3	3	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	2	4	2	1	1		
189	3	4	5	3	3	3	4	5	3	3	5	2	2	3	3	2	3	4	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	3	4	3	5	3	4	3	2		
190	2	4	4	1	4	3	3	3	2	2	4	3	2	3	3	4	2	3	3	5	3	4	5	5	5	5	4	4	3	3	3	3	3	5	2	2		
191	4	3	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
192	4	3	5	4	3	2	4	5	4	3	4	4	4	4	2	3	3	4	4	5	2	2	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	2	4	2	2		
193	5	5	5	5	4	4	3	5	2	1	3	5	5	5	1	3	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	5	3	1	2		
194	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4		
195	3	5	5	5	5	5	5	1	1	1	1	3	5	3	1	1	3	4	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	2	3	1	
196	3	2	4	5	5	5	5	4	3	3	3	3	4	3	1	1	1	4	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	2	4	1	1	
197	2	3	4	4	2	3	2	4	2	4	3	4	2	3	4	4	4	3	2	3	3	4	4	3	2	3	4	3	4	3	2	2	3	2	4	2		
198	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	2	3	3	1	1	1	3	3	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	2	1	1
199	3	3	3	1	4	3	3	4	1	1	3	3	3	3	1	1	1	4	4	3	3	5	4	5	5	3	4	3	2	3	3	3	3	3	1	2	1	
200	4	4	4	5	2	3	3	4	4	4	4	4	3	2	1	1	1	3	3	3	2	4	4	3	4	3	3	3	5	4	4	2	4	2	1	1		

201	3	2	3	2	4	4	4	5	1	4	2	4	3	3	2	4	2	3	2	5	2	2	4	4	3	1	4	1	4	4	3	4	4	5	3	4	
202	3	3	5	5	5	4	4	4	4	3	3	5	5	4	2	3	1	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
203	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
204	2	4	5	5	5	5	5	3	1	2	3	3	4	4	3	3	2	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	
205	3	3	4	5	4	4	4	5	5	5	5	3	2	3	3	2	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	
206	1	1	3	3	2	2	3	4	4	3	3	1	2	1	1	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	
207	2	3	3	2	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	2	2	4	4	4	3	4	4	5	5	5	3	5	4	4	4	4	3	4	3	2	2
208	3	3	5	4	5	5	5	3	3	4	4	4	4	4	1	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	2	2	2	1	1
209	3	3	5	2	5	4	4	4	4	5	5	2	4	4	3	2	2	5	3	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	2	3	4
210	4	5	5	5	3	3	4	5	5	2	5	4	4	4	1	1	1	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	5	3	1	1
211	3	4	5	5	5	4	3	3	2	4	4	4	3	5	2	1	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	3	4	3	3	2
212	1	3	5	1	3	2	3	4	2	2	3	1	1	1	1	1	1	3	4	3	2	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	2	3	2	1	1	
213	5	5	4	5	4	5	4	5	5	3	5	4	4	4	2	2	2	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	2	3	3	2	3	
214	1	2	4	3	2	3	4	4	5	4	5	4	5	4	3	4	2	4	3	2	4	3	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	3	3	3	4

2 2 9	1	3	5	5	4	3	3	4	5	3	2	2	2	2	1	1	1	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	2	3	4	3			
2 3 0	3	5	5	5	4	3	2	4	5	4	3	1	3	3	1	1	1	3	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	2	3	3	3	
2 3 1	3	4	4	3	5	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	3	4
2 3 2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2 3 3	3	3	3	2	3	4	3	3	4	2	3	4	3	4	2	1	1	3	2	3	2	3	2	4	2	3	2	5	2	3	2	3	3	4	3	4
2 3 4	1	1	3	5	2	1	1	5	3	4	4	1	3	2	1	1	3	1	5	2	1	2	2	3	5	3	2	4	1	3	1	5	2	3	3	2
2 3 5	1	4	5	3	3	3	2	4	3	5	2	1	1	2	2	3	3	4	4	3	2	4	4	5	4	5	3	4	2	4	3	4	3	5	4	1
2 3 6	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2 3 7	2	4	4	5	5	3	4	3	2	2	3	2	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	5	5	4	3	5	4	3	3	3	3	2	2
2 3 8	2	3	5	1	2	2	2	2	2	2	4	3	2	2	3	1	4	2	2	3	2	3	4	4	4	4	3	4	5	4	3	4	2	4	1	2
2 3 9	2	4	4	1	3	2	3	4	4	3	2	3	2	2	2	3	3	3	4	3	3	2	4	4	4	3	2	4	2	2	2	3	3	4	2	3
2 4 0	2	4	4	2	3	1	2	2	4	1	1	1	1	1	1	1	1	3	4	3	1	4	4	5	5	5	4	4	3	4	4	3	3	4	2	3
2 4 1	3	2	4	5	1	1	1	2	3	4	4	4	1	2	4	2	4	1	5	1	1	2	2	4	4	2	2	3	2	2	2	2	3	4	2	3
2 4 2	1	3	5	5	3	3	2	5	3	3	2	2	1	2	1	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2	3	1	2	3	3	1	1

2 4 3	3	4	5	4	4	3	2	4	3	4	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	5	3	3	3	4	4	3	3			
2 4 4	4	4	5	3	3	3	2	2	4	2	2	1	2	4	1	2	1	4	4	4	2	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	2	2	3	1	1			
2 4 5	3	4	5	1	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4			
2 4 6	1	1	1	1	1	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	2	3	4		
2 4 7	1	5	5	5	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	3	4		
2 4 8	3	3	4	2	4	4	4	4	2	4	2	2	2	2	1	1	1	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	2	2	2	2	2		
2 4 9	3	4	4	1	4	3	3	4	3	2	3	2	2	3	2	2	2	3	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	2	2			
2 5 0	4	4	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	3	5	5	5
2 5 1	2	2	1	1	4	2	2	4	2	4	4	3	3	2	1	1	1	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	2		
2 5 2	2	3	4	2	2	3	4	4	5	4	4	3	3	3	2	2	2	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2		
2 5 3	3	3	5	5	3	2	3	3	3	2	4	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	4	4	3	4	5	3	5	4	3	3	4	3	3	2	2		
2 5 4	2	3	4	3	3	4	3	4	5	4	4	2	2	2	2	3	3	4	1	1	3	3	3	3	3	4	4	5	4	4	2	4	1	3	2	3			
2 5 5	2	4	5	1	4	4	4	5	4	4	5	3	2	2	1	1	1	4	2	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	3	3	2	3	1	1			
2 5 6	3	4	5	4	4	4	4	4	4	2	4	2	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	

257	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	2	3	5	5	5	5	5	5	5	5		
258	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3		
259	3	4	4	4	4	5	3	5	5	5	5	2	1	1	1	1	1	3	2	3	3	2	3	3	2	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3		
260	4	4	3	1	5	5	5	4	3	4	2	4	3	4	4	2	4	4	2	4	4	3	4	3	4	3	4	3	5	5	3	4	3	4	3	4		
261	2	3	4	1	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	1	1	1	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	2	4	3	2	2	3	2	2		
262	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5	3	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		
263	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
264	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
265	4	5	5	1	5	3	4	5	5	3	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	
266	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4		
267	5	4	4	1	5	1	3	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	
268	4	4	4	1	4	4	4	2	2	2	2	4	2	2	2	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	3	3
269	4	3	4	2	4	3	4	5	5	3	4	1	1	3	1	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	
270	2	3	4	3	4	3	3	4	2	2	3	3	3	3	3	2	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	1	3		

271	4	5	5	1	3	4	3	5	2	1	4	5	1	5	1	1	1	4	5	4	4	3	4	5	5	3	4	4	5	5	5	2	1	1	1	1		
272	5	4	4	1	4	3	3	4	3	3	5	5	5	5	4	4	4	5	5	3	3	5	5	5	5	4	3	4	5	5	5	5	3	3	5	4		
273	1	1	5	3	5	3	3	3	3	3	3	1	1	3	1	1	1	3	3	3	3	4	4	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3		
274	2	2	2	3	1	3	3	4	5	3	5	5	4	2	3	3	2	4	5	5	1	2	2	3	5	5	5	2	4	3	4	4	4	2	4	3	2	
275	2	2	3	5	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	1	1	2	3	4	2	3	4	3	2	4	2	3	2	3	2	4	2	4	3	2	3	
276	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
277	4	5	4	1	5	5	5	5	3	5	3	5	5	5	5	5	5	3	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	3	1	1
278	5	4	4	3	4	3	5	3	1	1	2	3	4	4	1	1	1	4	2	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	5	4	3	3	2	2	1	1	
279	3	2	5	1	5	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	
280	2	4	4	1	3	2	3	3	2	4	3	1	2	2	1	1	1	3	3	3	3	4	4	5	5	4	3	4	3	3	3	3	3	3	1	1	1	
281	3	4	4	4	4	3	3	5	3	4	4	2	3	2	2	1	2	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	5	4	4	4	4	4	4	3	3	
282	1	3	4	2	4	3	2	3	4	3	3	2	1	2	1	1	3	2	4	2	3	4	5	5	5	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	2	2	
283	3	4	5	5	3	2	3	4	1	4	3	2	2	4	1	1	1	3	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	2	1		
284	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	

285	5	4	5	5	3	3	2	5	5	5	5	3	4	4	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	3	4	4	3
286	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
287	2	4	3	5	3	4	3	3	4	3	3	1	1	1	1	1	1	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3
288	3	4	3	4	4	3	3	4	2	2	2	1	3	3	1	1	1	3	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	3	2	2	1	1		
289	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4		
290	1	1	3	1	1	1	2	4	4	5	4	4	5	2	3	3	5	3	3	3	3	2	3	1	5	2	4	3	2	5	5	3	2	5	1			
291	3	3	2	1	3	3	3	4	4	5	5	1	2	1	1	1	1	3	4	2	2	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	1	1	
292	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	2	3	2	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	2	4	4		
293	3	3	4	5	5	4	4	3	5	2	2	3	4	4	1	1	2	3	3	3	3	4	3	5	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	
294	4	4	4	1	4	4	4	5	4	2	3	2	4	4	1	1	1	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	1	4	1	1	1	
295	4	4	5	4	4	4	4	2	2	2	2	4	4	3	4	4	4	4	3	3	2	4	4	5	5	5	2	4	4	4	4	4	3	4	3	5	4	
296	4	4	5	5	5	4	3	4	2	3	2	2	1	3	1	1	1	2	5	3	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	2	1	1	1	1		
297	4	4	5	4	4	3	2	4	4	3	5	4	2	4	1	1	1	4	4	2	2	4	4	5	4	4	3	4	4	4	5	2	1	2	1	1		
298	1	2	2	5	4	3	2	5	5	5	5	2	1	2	1	1	1	2	5	4	2	4	2	5	4	4	3	3	4	4	3	3	1	3	1	1		

299	4	4	3	4	4	3	4	4	4	5	3	4	4	4	3	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	3				
300	2	4	3	1	4	3	2	5	4	5	2	3	2	2	2	1	1	2	5	3	2	3	2	5	5	3	2	2	3	4	2	4	2	1	1	1		
301	3	3	3	5	1	4	3	3	4	5	4	4	2	2	3	1	2	4	3	4	4	4	4	5	5	5	4	3	4	4	5	4	3	4	3	2	2	
302	1	3	3	2	2	4	1	2	3	2	4	3	2	4	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	4	3	2	2	3	3	2	2	4	4	3		
303	3	3	3	4	1	3	2	3	2	4	4	3	4	3	3	1	1	2	3	4	3	3	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	2
304	3	2	3	4	2	1	2	5	5	2	4	1	1	2	1	1	1	3	4	4	2	2	3	4	2	4	5	3	5	4	5	2	3	1	1	4		
305	2	2	4	2	4	4	3	4	3	3	4	2	2	2	2	2	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	
306	4	3	4	5	3	4	4	5	2	2	3	4	4	4	2	3	3	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	3	3	2		
307	2	3	4	1	3	3	2	5	5	5	3	2	1	1	1	1	1	3	5	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	1	4	1	1	1		
308	1	3	4	1	4	4	1	3	3	4	4	4	1	1	1	1	1	1	5	3	3	3	3	5	5	5	5	3	4	4	4	1	1	1	1	1		
309	2	4	5	5	4	4	4	4	4	3	4	2	2	2	1	1	1	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2
310	2	3	5	5	2	3	2	5	3	3	2	3	4	4	2	2	2	3	5	2	2	4	3	4	3	2	3	4	5	4	4	2	5	1	3	3		
311	3	4	4	1	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	2	2	3	3	2	3	4	4	3	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3		
312	4	4	3	3	3	2	2	5	1	5	3	4	3	2	1	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3

3 1 3	2	2	4	5	2	4	2	4	4	5	1	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2		
3 1 4	1	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	2	4	1	1	1	4	4	5	4	4	4	5	5	4	3	3	4	3	3	1	3	3	1	1		
3 1 5	1	3	3	5	4	3	1	4	3	4	3	3	2	4	2	1	1	5	5	3	4	4	3	5	5	4	4	4	5	3	5	4	5	4	4	4		
3 1 6	2	3	5	1	3	2	2	2	4	3	2	2	1	2	1	1	2	1	4	1	1	2	3	4	2	2	3	4	3	3	2	2	1	2	2	3		
3 1 7	3	4	3	1	4	4	2	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
3 1 8	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	
3 1 9	1	2	5	4	4	4	4	3	3	4	1	4	4	3	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	2	2	3	3	3	3	3		
3 2 0	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
3 2 1	2	4	4	4	4	4	4	3	2	2	4	2	2	2	2	2	2	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	2	2
3 2 2	2	4	5	1	3	3	3	4	4	4	3	1	2	1	2	2	1	3	3	2	2	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	2	2		
3 2 3	1	2	5	5	3	3	3	4	5	4	4	4	3	2	1	2	1	4	5	3	4	4	3	5	4	4	3	4	3	3	5	3	3	3	4	4		
3 2 4	1	5	3	3	5	5	5	5	4	5	4	2	3	3	3	3	3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	3	3	4	3	3	3		
3 2 5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3		
3 2 6	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3		

3 2 7	1	2	3	5	3	3	4	5	5	5	3	3	1	2	1	1	1	4	4	4	2	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	2	4	
3 2 8	3	4	5	1	5	5	1	4	5	5	5	2	1	1	3	3	3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	
3 2 9	3	4	5	4	4	3	3	5	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	2	3	3		
3 3 0	3	4	4	4	4	3	3	4	2	4	3	2	2	3	2	2	2	4	2	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2	3	
3 3 1	2	4	3	1	5	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
3 3 2	2	3	5	5	2	3	2	5	5	5	5	3	1	3	2	1	2	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3	3	4	2	2	2	2	4	2	2	
3 3 3	2	4	5	5	4	2	3	3	1	3	2	2	2	2	1	1	1	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	3	4	3	2	2	
3 3 4	3	3	3	3	4	2	3	3	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	3	3	2	3	3	4	5	5	5	5	5	5	5	3	1	2	2	1	1
3 3 5	5	5	5	5	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	1	1	1	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	5	3	4	2	2	1	1	1		
3 3 6	3	2	4	5	1	3	3	1	3	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	2	4	4	5	5	5	3	5	3	5	3	3	4	4	2	1		
3 3 7	1	3	1	5	3	3	2	5	4	2	4	2	2	2	2	1	2	3	4	4	3	3	4	5	4	5	3	5	4	4	3	3	3	4	1	1	
3 3 8	1	1	5	1	3	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	2	1	1	
3 3 9	1	2	3	4	3	4	4	4	4	4	4	2	2	2	1	1	1	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	2	4	2	3	3	2	1	1	1	
3 4 0	3	4	4	5	4	3	3	4	3	4	4	2	2	2	1	1	1	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	2	2	2	1	1	

341	3	5	4	4	5	2	4	4	2	4	3	4	4	3	2	2	1	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	2	3	4	4
342	2	4	3	4	5	4	3	2	2	2	3	4	4	4	1	1	2	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	2	2	2	2	2	1	
343	5	5	5	5	5	5	5	5	2	1	4	5	3	3	3	2	2	5	1	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	
344	1	2	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	1	1	1	1	5	1	2	2	2	3	4	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	1	1	
345	1	1	4	3	1	1	2	2	1	2	3	1	1	1	2	2	1	1	4	1	1	1	2	4	4	2	1	3	3	2	1	1	1	1	1	1	1	
346	2	2	4	3	3	3	3	5	5	4	4	3	3	3	3	3	3	5	5	5	3	5	5	4	4	4	4	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3	
347	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
348	1	3	3	2	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
349	3	3	3	5	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	
350	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	
351	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3
352	3	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	5	5	5	3	4	4	3	3	5	4	3	5	4	3	5	3	4	3	5	3	3	4	3	5		
353	2	3	5	3	3	5	3	4	3	3	3	3	3	2	2	1	2	3	3	3	2	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	2	2	1	1		
354	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	2	3	3	3	4	3	5	3	2	3	4	4	5	2	3	4	3	4	4	3	2	3	1	2		

355	3	3	5	3	3	4	5	2	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	5	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3			
356	3	3	4	4	2	4	3	2	5	4	4	4	3	3	3	2	3	2	4	3	3	3	4	4	4	5	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3		
357	3	4	4	4	5	5	1	4	5	1	5	5	5	4	5	1	1	1	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	3	4	3
358	3	3	4	5	4	5	5	4	5	2	5	5	3	4	3	1	2	3	5	5	3	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3
359	3	3	3	4	2	4	4	3	5	4	4	3	3	2	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	2	4	3	3	2	2	3	2	2	4		
360	3	3	4	5	1	4	3	2	3	2	3	3	2	3	2	1	1	1	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
361	3	4	4	1	1	4	1	4	4	4	4	3	3	4	1	1	2	1	3	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	2	4	3	1	1		
362	3	4	3	4	3	5	4	3	5	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	3	3	4	2	2		
363	3	3	4	4	3	4	3	3	5	5	5	5	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3		
364	3	4	3	5	3	5	4	3	5	4	3	4	3	5	4	3	3	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	3	3	4	2	2		
365	3	3	4	4	3	4	3	3	5	5	4	5	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3		

Factores explicativos de la actitud emprendedora en estudiantes de 4to y 5to año de la Universidad Católica de Santa María

Esta investigación tiene como objetivo principal **explorar** las **motivaciones, percepciones y experiencias** que influyen en la actitud emprendedora de los universitarios, abarcando **todas las carreras presenciales de la Universidad Católica de Santa María**. Tu participación es crucial para obtener información valiosa que contribuirá a comprender mejor el panorama emprendedor en nuestra comunidad universitaria.

La **encuesta** está **abierta a estudiantes** con matrícula vigente de **4to y 5to año** en todas las carreras de la Universidad, sin importar la especialización. A través de tus respuestas, nos ayudarás a identificar patrones, tendencias y factores clave que pueden afectar la disposición emprendedora de los estudiantes.

Agradecemos sinceramente tu participación en este estudio. Tu colaboración no solo beneficiará el avance de la investigación académica, sino que también contribuirá al desarrollo de estrategias y políticas que fomenten el espíritu emprendedor entre los universitarios.

*** Indica que la pregunta es obligatoria**

1. ¿Eres estudiante de la Universidad Católica de Santa María? *

Marca solo un óvalo.

Sí *Ir a la pregunta 2*

No

AÑO ACADÉMICO

2. Seleccione que año está cursando actualmente *

Marca solo un óvalo.

4to año *Ir a la pregunta 3*

5to año *Ir a la pregunta 3*

Otro año

CARRERA PROFESIONAL

3. Carrera profesional *

Marca solo un óvalo.

- Enfermería
- Farmacia y Bioquímica
- Ingeniería Biotecnológica
- Medicina Humana
- Obstetricia y Puericultura
- Odontología
- Arquitectura
- Ingeniería Ambiental
- Ingeniería Civil
- Ingeniería de Minas
- Ingeniería de Sistemas
- Ingeniería Industrial
- Ingeniería Mecánica
- Ingeniería Mecánica-Eléctrica
- Ingeniería Mecatrónica
- Ingeniería Agronómica y Agrícola
- Ingeniería de Industrias alimentarias
- Medicina Veterinaria y Zootecnia
- Administración de Empresas
- Ingeniería Comercial
- Contabilidad
- Derecho
- Ciencia Política y Gobierno
- Comunicación Social
- Educación Inicial
- Psicología

DATOS PERSONALES

4. Género *

Marca solo un óvalo.

Femenino

Masculino

5. Edad *

FACTORES PERSONALES

6. Tengo experiencia en el desarrollo de estrategias y planes de negocios. *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Totalmente en acuerdo

Totalmente de acuerdo

7. Tengo experiencia en la toma de decisiones estratégicas relacionadas con el **cumplimiento de objetivos personales** *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Totalmente en acuerdo

Totalmente de acuerdo

8. Mi familia tiene estabilidad laboral *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Totalmente en acuerdo

Totalmente de acuerdo

9. Mi familia o algún miembro de mi familia tiene su empresa propia *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Totalmente en acuerdo Totalmente de acuerdo

10. Me considero una persona dispuesta a asumir riesgos *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Totalmente en acuerdo Totalmente de acuerdo

11. Me siento atraído/a por desafíos que impliquen cierto grado de riesgo, incluso **si pueden tener consecuencias negativas** *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Totalmente en acuerdo Totalmente de acuerdo

12. Me siento cómodo/a al enfrentar situaciones desconocidas o inciertas en mi **vida** *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Totalmente en acuerdo Totalmente de acuerdo

FACTORES SOCIOECONÓMICOS

13. Considero que la necesidad económica influye en mi deseo de tener una **propia empresa** *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Totalmente en acuerdo Totalmente de acuerdo

14. Considero que la economía de un posible emprendimiento propio, es una **fuente de preocupación constante para mi** *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Totalmente en acuerdo Totalmente de acuerdo

15. Considero que la falta de oportunidades laborales influye en mi decisión por **emprender** *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Totalmente en acuerdo Totalmente de acuerdo

16. Considero que las condiciones económicas y sociales actuales son propicias **para emprender** *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Totalmente en acuerdo Totalmente de acuerdo

FACTORES DE FORMACIÓN

17. He recibido formación adicional en el ámbito del emprendimiento *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Totalmente en acuerdo Totalmente de acuerdo

18. Me involucro positivamente en actividades relacionadas con el **emprendimiento fuera del ámbito académico**

*

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Totalmente en acuerdo Totalmente de acuerdo

19. He aplicado lo aprendido acerca de emprendimiento en situaciones prácticas *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Totalmente en acuerdo Totalmente de acuerdo

20. He recibido apoyo por parte de mi universidad para emprender *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Totalmente en acuerdo Totalmente de acuerdo

- 21.

Mi universidad me ha proporcionado diferentes recursos para formar un emprendimiento

*

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Totalmente en acuerdo Totalmente de acuerdo

22. Considero que mi universidad me ha proporcionado orientación y asesoramiento en temas de emprendimiento *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Totalmente en acuerdo Totalmente de acuerdo

FACTORES PSICOLÓGICOS Y EMOCIONALES

23. Afronto de manera positiva el miedo al fracaso en los objetivos que me propongo en mi vida *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Totalmente en acuerdo Totalmente de acuerdo

24. Percibo la presión y el estrés en el camino para lograr mis metas. *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Totalmente en acuerdo Totalmente de acuerdo

25. Mi nivel de autoconfianza al tomar decisiones clave en mi vida es alto. *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Totalmente en acuerdo Totalmente de acuerdo

26. Me siento seguro/a al presentar proyectos a otras personas. *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Totalmente en acuerdo Totalmente de acuerdo

27. Estoy altamente motivado/a para alcanzar mis metas y objetivos personales. *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Totalmente en acuerdo Totalmente de acuerdo

28. Me esfuerzo significativamente para superar obstáculos y desafíos en la búsqueda de mis metas. *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Totalmente en acuerdo Totalmente de acuerdo

29. Creo que mis habilidades y capacidades pueden mejorar con esfuerzo y práctica. *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Totalmente en acuerdo Totalmente de acuerdo

30. Considero importante la idea de mejorar constantemente y alcanzar mi máximo potencial. *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Totalmente en acuerdo Totalmente de acuerdo

31. Soy efectivo/a para escuchar a todas las partes involucradas en un conflicto antes de tomar medidas. *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Totalmente en acuerdo Totalmente de acuerdo

32. Me siento seguro/a al enfrentar y resolver conflictos en mi vida. *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Totalmente en acuerdo Totalmente de acuerdo

33. Estoy dispuesto/a a comprometerme y ceder en ciertos aspectos para llegar a una solución en un conflicto. *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Totalmente en acuerdo Totalmente de acuerdo

INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD

34. Me considero creativo/a en la generación de ideas. *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Totalmente en acuerdo Totalmente de acuerdo

35. Estoy dispuesto/a a explorar diferentes perspectivas y enfoques para abordar problemas o situaciones. *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Totalmente en acuerdo Totalmente de acuerdo

36. Me considero innovador/a en la generación de ideas con impacto positivo. *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Totalmente en acuerdo Totalmente de acuerdo

37. Percibo que las ideas innovadoras son reconocidas y premiadas con frecuencia en mi * Universidad.

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Totalmente en acuerdo Totalmente de acuerdo

38. Colaboro y comparto conocimientos con los miembros de mi promoción universitaria. *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Totalmente en acuerdo Totalmente de acuerdo

39. Las ideas innovadoras son reconocidas y premiadas con frecuencia en mi universidad. *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Totalmente en acuerdo Totalmente de acuerdo

40. Tengo conocimiento sobre los programas de emprendimiento disponibles en mi Universidad. *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Totalmente en acuerdo Totalmente de acuerdo

41. Estoy familiarizado/a con los beneficios que ofrecen los programas de emprendimiento para estudiantes. *

1 2 3 4 5

Totalmente en acuerdo Totalmente de acuerdo

***MUCHAS GRACIAS POR LLENAR ESTE FORMULARIO, TUS
RESPUESTAS SERVIRÁN PARA NUESTRA INVESTIGACIÓN***

Anexo 6: Validación del instrumento

Dr. José Esquicha Tejada:

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS- ENTREVISTA

1. Datos generales


1.1 Apellidos y Nombres (experto)	Esquicha Tejada, José David
1.2 Cargo e institución donde labora	Docente U.C.S.A, Investigador Remedy, Cordoba
1.3 Nombre del instrumento motivo de evaluación	
1.4 Investigadoras	- Fernández Paredes Maria Del Rosario - Muñoz Manrique, Alejandra Melanie

2. Tabla de evaluación General

INDICADORES	CRITERIOS
Claridad y Redacción	Esta formulado con lenguaje apropiado a la especialidad
Suficiencia	Comprende los aspectos de cantidad para recolectar información
Coherencia	Existe coherencia entre índices, indicadores y dimensiones
Relevancia	La pregunta es esencial o importante es decir debe ser incluido

3. Opinión de aplicabilidad

- Considero que el instrumento de entrevista es adecuado y si se puede aplicar


FIRMA

FORMULARIO PARA VALIDEZ DE CONSTRUCTO

ID	Reactivos entrevista	Claridad			Suficiencia			Coherencia			Relevancia		
		1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
1	En su opinión, ¿cómo los factores socioeconómicos influyen la disposición emprendedora de los estudiantes universitarios?			X			X			X			X
2	Desde su perspectiva, ¿cómo afecta la formación académica al desarrollo de la disposición emprendedora en los estudiantes universitarios?			X			X	X					X
3	¿Cómo relaciona la disposición emprendedora con la capacidad de innovación y creatividad, desde su punto de vista?			X			X			X			X
4	¿Hay algún aspecto que, basado en su experiencia, no se esté abordando y que debería ser considerado en la investigación actual?			X			X			X			X
5	Según su punto de vista, ¿cuáles son los principales desafíos que enfrentan los estudiantes de 4to y 5to año al embarcarse en iniciativas emprendedoras?		X				X			X			X
6	¿Cómo puede el entorno universitario fomentar la creatividad e innovación entre los estudiantes para fortalecer su disposición emprendedora?			X	X					X	X		
7	¿Ha observado programas o iniciativas específicas que sean exitosas en estimular el espíritu emprendedor en estudiantes universitarios?			X	X					X	X		
8	¿De qué manera los factores emocionales pueden actuar como impulsores u obstáculos para el espíritu emprendedor en el ámbito universitario, según su experiencia?			X			X			X			X
9	Desde la oficina en la que trabajas, ¿Cómo se puede promover el emprendimiento, o cómo promueven el emprendimiento de jóvenes universitarios?			X			X			X			X

(Aprueba = 3, No aprueba ni desaprueba =2, Desaprueba =1)



VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO- CUESTIONARIO

1. Datos generales

1.1 Apellidos y Nombres (experto)	Esquiche Tejeda, José David
1.2 Cargo e institución donde labora	Docente ULSM, Investigador Ronda y, Coord Asica
1.3 Nombre del instrumento motivo de evaluación	
1.4 Investigadoras	- Fernández Paredes Maria Del Rosario - Muñoz Manrique, Alejandra Melanie

2. Tabla de evaluación General

INDICADORES	CRITERIOS
Claridad y Redacción	Esta formulado con lenguaje apropiado a la especialidad
Organización	Existe una organización lógica para recolectar información.
Suficiencia	Comprende los aspectos de cantidad para recolectar información
Coherencia	Existe coherencia entre índices, indicadores y dimensiones
Metodología	El instrumento responde al propósito del diagnóstico o investigación

3. Opinión de aplicabilidad

- Considero que el instrumento de cuestionario es adecuado y se puede aplicar



FIRMA

FORMULARIO PARA VALIDEZ DE CONSTRUCTO

Dimensión	Indicadores	REACTIVOS	Claridad			Organización			Suficiencia			Coherencia			Metodología		
			1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
Factores personales	Grado de experiencia en emprendimiento	Tengo experiencia en el desarrollo de estrategias y planes de negocios.		X			X		X			X				X	
		Tengo experiencia en la toma de decisiones estratégicas relacionadas con el cumplimiento de objetivos personales	X				X		X			X				X	
	Nivel de cultura emprendedora familiar	Mi familia tiene estabilidad laboral		X			X		X		X				X		
		Mi familia o algún miembro de mi familia tiene su empresa propia		X		X			X		X				X		
	Grado de propensión al riesgo	Me considero una persona dispuesta a asumir riesgos		X			X		X		X				X		
		Me siento atraído/a por desafíos que impliquen cierto grado de riesgo, incluso si pueden tener consecuencias negativas	X				X		X		X				X		
Me siento cómodo/a al enfrentar situaciones desconocidas o inciertas en mi vida			X			X		X		X				X			
Factores Socioeconómicos	Limitaciones económicas	Considero que la necesidad económica influye en mi deseo de tener una propia empresa	X			X		X		X				X			
		Considero que la economía de un posible emprendimiento propio es una fuente de preocupación constante para mí		X			X		X		X			X			
	Oportunidad de emprendedor	Considero que la falta de oportunidades laborales influye en mi decisión por emprender		X			X		X		X			X			
		Considero que las condiciones económicas y sociales actuales son propicias para emprender		X			X		X		X			X			
Factores de	Nivel de educación de emprendimiento	He recibido formación adicional en el ámbito del emprendimiento		X			X		X			X		X			

Formación		Me involucro positivamente en actividades relacionadas con el emprendimiento fuera del ámbito académico		X		X		X	X				X	
		He aplicado lo aprendido acerca de emprendimiento en situaciones prácticas		X		X		X		X			X	
	Nivel de Percepción de apoyo institucional		He recibido apoyo por parte de mi universidad para emprender	X		X		X		X			X	
			MI universidad me ha proporcionado diferentes recursos para formar un emprendimiento		X		X		X		X			X
			Considero que mi universidad me ha proporcionado orientación y asesoramiento en temas de emprendimiento		X		X	X		X				X
Factores Psicológicos y emocionales	Nivel de Autosuficiencia		Afronto de manera positiva el miedo al fracaso en los objetivos que me propongo en mi vida		X		X		X		X		X	
			Percibo la presión y el estrés en el camino para lograr mis metas.	X			X	X		X			X	
	Nivel de autoconfianza		Mi nivel de autoconfianza al tomar decisiones clave en mi vida es alto.		X		X		X		X		X	
			Me siento seguro/a al presentar proyectos a otras personas.		X		X		X		X			X
	Grado de motivación al logro		Estoy altamente motivado/a para alcanzar mis metas y objetivos personales.		X		X		X		X		X	
			Me esfuerzo significativamente para superar obstáculos y desafíos en la búsqueda de mis metas.		X		X		X		X			X
	Nivel de Mentalidad de crecimiento		Creo que mis habilidades y capacidades pueden mejorar con esfuerzo y práctica.	X			X		X		X			X
			Considero importante la idea de mejorar constantemente y alcanzar mi máximo potencial.		X		X		X		X			X
	Capacidad de resolución de conflictos		Soy efectivo/a para escuchar a todas las partes involucradas en un conflicto antes de tomar medidas.		X		X		X		X			X
			Me siento seguro/a al enfrentar y resolver conflictos en mi vida.	X		X		X		X			X	
		Estoy dispuesto/a comprometerme y ceder en ciertos aspectos para llegar a una solución en un conflicto.		X		X		X		X			X	

Innovación y creatividad	Grado de ideas generadas	Me considero creativo/a en la generación de ideas.		X		X		X		X		X
		Estoy dispuesto/a explorar diferentes perspectivas y enfoques para abordar problemas o situaciones.		X		X		X		X		X
		Me considero innovador/a en la generación de ideas con impacto positivo.	X		X		X		X		X	
	Nivel Cultura de innovación	Percibo que las ideas innovadoras son reconocidas y premiadas con frecuencia en mi Universidad.		X		X		X		X		X
		Colaboro y comparto conocimientos con los miembros de mi promoción universitaria.		X		X		X		X		X
		Las ideas innovadoras son reconocidas y premiadas con frecuencia en mi universidad.		X		X		X		X		X
	Nivel de conocimiento en programas de emprendimiento	Tengo conocimiento sobre los programas de emprendimiento disponibles en mi Universidad.	X		X		X		X		X	
		Estoy familiarizado/a con los beneficios que ofrecen los programas de emprendimiento para estudiantes.		X		X		X		X		X

(Aprueba = 3, No aprueba ni desaprueba =2, Desaprueba =1)

Coefficiente de valoración Porcentual

Resolución

1. Aprobado _____ (R> 80%)

2. Desaprobado _____ (R<80%)

Mg. Paulo Ramírez Lazo:

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS- ENTREVISTA

1. Datos generales

1.1 Apellidos y Nombres (experto)	RAMÍREZ LAZO, PAULO CESAR
1.2 Cargo e institución donde labora	ASISTENTE DE INNOVACION UCSM
1.3 Nombre del instrumento motivo de evaluación	
1.4 Investigadoras	- Fernández Paredes Maria Del Rosario - Muñoz Manrique, Alejandra Melanie

2. Tabla de evaluación General

INDICADORES	CRITERIOS
Claridad y Redacción	Esta formulado con lenguaje apropiado a la especialidad
Suficiencia	Comprende los aspectos de cantidad para recolectar información
Coherencia	Existe coherencia entre índices, indicadores y dimensiones
Relevancia	La pregunta es esencial o importante es decir debe ser incluido

3. Opinión de aplicabilidad


FIRMA

FORMULARIO PARA VALIDEZ DE CONSTRUCTO

ID	Reactivos entrevista	Claridad			Suficiencia			Coherencia			Relevancia		
		1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
1	En su opinión, ¿cómo los factores socioeconómicos influyen la disposición emprendedora de los estudiantes universitarios?			X			X			X			X
2	Desde su perspectiva, ¿cómo afecta la formación académica al desarrollo de la disposición emprendedora en los estudiantes universitarios?			X			X	X					X
3	¿Cómo relaciona la disposición emprendedora con la capacidad de innovación y creatividad, desde su punto de vista?			X	X					X			X
4	¿Hay algún aspecto que, basado en su experiencia, no se esté abordando y que debería ser considerado en la investigación actual?			X			X			X			X
5	Según su punto de vista, ¿cuáles son los principales desafíos que enfrentan los estudiantes de 4to y 5to año al embarcarse en iniciativas emprendedoras?		X				X			X			X
6	¿Cómo puede el entorno universitario fomentar la creatividad e innovación entre los estudiantes para fortalecer su disposición emprendedora?			X			X			X	X		
7	¿Ha observado programas o iniciativas específicas que sean exitosas en estimular el espíritu emprendedor en estudiantes universitarios?			X	X					X			X
8	¿De qué manera los factores emocionales pueden actuar como impulsores u obstáculos para el espíritu emprendedor en el ámbito universitario, según su experiencia?		X				X			X			X
9	Desde la oficina en la que trabajas, ¿Cómo se puede promover el emprendimiento, o cómo promueven el emprendimiento de jóvenes universitarios?			X			X			X			X

(Aprueba = 3, No aprueba ni desaprueba =2, Desaprueba =1)



VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO- CUESTIONARIO

1. Datos generales

1.1 Apellidos y Nombres (experto)	RAMÍREZ LEO, PAULO CEFAR
1.2 Cargo e institución donde labora	Asistente de Juvenes vir
1.3 Nombre del instrumento motivo de evaluación	
1.4 Investigadoras	- Fernández Paredes Maria Del Rosario - Muñoz Manrique, Alejandra Melanie

2. Tabla de evaluación General

INDICADORES	CRITERIOS
Claridad y Redacción	Esta formulado con lenguaje apropiado a la especialidad
Organización	Existe una organización lógica para recolectar información.
Suficiencia	Comprende los aspectos de cantidad para recolectar información
Coherencia	Existe coherencia entre índices, indicadores y dimensiones
Metodología	El instrumento responde al propósito del diagnóstico o investigación

3. Opinión de aplicabilidad



FIRMA

FORMULARIO PARA VALIDEZ DE CONSTRUCTO

Dimensión	Indicadores	REACTIVOS	Claridad			Organización			Suficiencia			Coherencia			Metodología		
			1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
Factores personales	Grado de experiencia en emprendimiento	Tengo experiencia en el desarrollo de estrategias y planes de negocios.			X			X			X			X			X
		Tengo experiencia en la toma de decisiones estratégicas relacionadas con el cumplimiento de objetivos personales		X			X		X		X		X		X		X
	Nivel de cultura emprendedora familiar	Mi familia tiene estabilidad laboral			X		X		X		X		X		X		X
		Mi familia o algún miembro de mi familia tiene su empresa propia			X		X		X		X		X		X		X
	Grado de propensión al riesgo	Me considero una persona dispuesta a asumir riesgos			X		X		X		X		X		X		X
		Me siento atraído/a por desafíos que impliquen cierto grado de riesgo, incluso si pueden tener consecuencias negativas		X			X		X		X		X		X		X
Me siento cómodo/a al enfrentar situaciones desconocidas o inciertas en mi vida				X		X		X		X		X		X		X	
Factores Socioeconómicos	Limitaciones económicas	Considero que la necesidad económica influye en mi deseo de tener una propia empresa			X		X		X		X		X		X		X
		Considero que la economía de un posible emprendimiento propio es una fuente de preocupación constante para mi			X		X		X		X		X		X		X
	Oportunidad de emprendedor	Considero que la falta de oportunidades laborales influye en mi decisión por emprender		X			X		X		X		X		X		X
		Considero que las condiciones económicas y sociales actuales son propicias para emprender			X		X		X		X		X		X		X
Factores de	Nivel de educación de emprendimiento	He recibido formación adicional en el ámbito del emprendimiento			X		X		X		X		X		X		X

Formación		Me involucro positivamente en actividades relacionadas con el emprendimiento fuera del ámbito académico		X		X	X		X		X	
		He aplicado lo aprendido acerca de emprendimiento en situaciones prácticas		X		X	X		X		X	
	Nivel de Percepción de apoyo institucional	He recibido apoyo por parte de mi universidad para emprender		X		X	X	X		X		X
		Mi universidad me ha proporcionado diferentes recursos para formar un emprendimiento	X		X		X		X		X	
		Considero que mi universidad me ha proporcionado orientación y asesoramiento en temas de emprendimiento		X		X	X		X		X	
Factores Psicológicos y emocionales	Nivel de Autosuficiencia	Afronto de manera positiva el miedo al fracaso en los objetivos que me propongo en mi vida		X		X	X		X		X	
		Percibo la presión y el estrés en el camino para lograr mis metas.	X		X		X		X		X	
	Nivel de autoconfianza	Mi nivel de autoconfianza al tomar decisiones clave en mi vida es alto.		X		X		X		X		X
		Me siento seguro/a al presentar proyectos a otras personas.		X		X	X		X		X	
	Grado de motivación al logro	Estoy altamente motivado/a para alcanzar mis metas y objetivos personales.	X		X		X		X		X	
		Me esfuerzo significativamente para superar obstáculos y desafíos en la búsqueda de mis metas.		X		X		X		X		X
	Nivel de Mentalidad de crecimiento	Creo que mis habilidades y capacidades pueden mejorar con esfuerzo y práctica.		X		X		X	X		X	
		Considero importante la idea de mejorar constantemente y alcanzar mi máximo potencial.		X		X		X		X		X
	Capacidad de resolución de conflictos.	Soy efectivo/a para escuchar a todas las partes involucradas en un conflicto antes de tomar medidas.		X		X		X	X		X	
		Me siento seguro/a al enfrentar y resolver conflictos en mi vida.		X		X	X		X		X	
		Estoy dispuesto/a comprometerme y ceder en ciertos aspectos para llegar a una solución en un conflicto.		X		X		X		X		X

Innovación y creatividad	Grado de ideas generadas	Me considero creativo/a en la generación de ideas.		X		X		X		X		X
		Estoy dispuesto/a explorar diferentes perspectivas y enfoques para abordar problemas o situaciones.		X		X		X		X		X
		Me considero innovador/a en la generación de ideas con impacto positivo.		X		X		X		X		X
	Nivel Cultura de innovación	Percibo que las ideas innovadoras son reconocidas y premiadas con frecuencia en mi Universidad.	X		X		X		X		X	
		Colaboro y comparto conocimientos con los miembros de mi promoción universitaria.		X		X		X		X		X
		Las ideas innovadoras son reconocidas y premiadas con frecuencia en mi universidad.		X		X		X		X		X
	Nivel de conocimiento en programas de emprendimiento	Tengo conocimiento sobre los programas de emprendimiento disponibles en mi Universidad.		X		X		X		X		X
		Estoy familiarizado/a con los beneficios que ofrecen los programas de emprendimiento para estudiantes.		X		X		X		X		X

(Aprueba = 3, No aprueba ni desaprueba =2, Desaprueba =1)

Coefficiente de valoración Porcentual

Resolución

1. Aprobado _____ (R> 80%)

2. Desaprobado _____ (R<80%)

Ing. Alana Sánchez Orihuela:

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS- ENTREVISTA

1. Datos generales

1.1 Apellidos y Nombres (experto)	Sánchez Orihuela Alana
1.2 Cargo e institución donde labora	Coord. del Proyecto Ventus - Poinavati UCSM
1.3 Nombre del instrumento motivo de evaluación	Entrevista
1.4 Investigadoras	- Fernández Paredes Maria Del Rosario - Muñoz Manrique, Alejandra Melanie

2. Tabla de evaluación General

INDICADORES	CRITERIOS
Claridad y Redacción	Esta formulado con lenguaje apropiado a la especialidad
Suficiencia	Comprende los aspectos de cantidad para recolectar información
Coherencia	Existe coherencia entre índices, indicadores y dimensiones
Relevancia	La pregunta es esencial o importante es decir debe ser incluido

3. Opinión de aplicabilidad

El contenido del instrumento es el adecuado para obtener la información directa de las personas entrevistadas.


DINEMSA S.R.L.
Ing. Alana Sánchez Orihuela
Sub Gerente
FIRMA PAT 41754930
CIP: 107146

FORMULARIO PARA VALIDEZ DE CONSTRUCTO

ID	Reactivos entrevista	Claridad			Suficiencia			Coherencia			Relevancia		
		1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
1	En su opinión, ¿cómo los factores socioeconómicos influyen la disposición emprendedora de los estudiantes universitarios?			X			X			X			X
2	Desde su perspectiva, ¿cómo afecta la formación académica al desarrollo de la disposición emprendedora en los estudiantes universitarios?			X			X	X					X
3	¿Cómo relaciona la disposición emprendedora con la capacidad de innovación y creatividad, desde su punto de vista?			X			X		X				X
4	¿Hay algún aspecto que, basado en su experiencia, no se esté abordando y que debería ser considerado en la investigación actual?			X			X	X					X
5	Según su punto de vista, ¿cuáles son los principales desafíos que enfrentan los estudiantes de 4to y 5to año al embarcarse en iniciativas emprendedoras?			X		X			X				X
6	¿Cómo puede el entorno universitario fomentar la creatividad e innovación entre los estudiantes para fortalecer su disposición emprendedora?			X			X		X				X
7	¿Ha observado programas o iniciativas específicas que sean exitosas en estimular el espíritu emprendedor en estudiantes universitarios?			X			X		X		X		
8	¿De qué manera los factores emocionales pueden actuar como impulsores u obstáculos para el espíritu emprendedor en el ámbito universitario, según su experiencia?			X			X		X				X
9	Desde la oficina en la que trabajas, ¿Cómo se puede promover el emprendimiento, o cómo promueven el emprendimiento de jóvenes universitarios?			X		X			X				X

(Aprueba = 3, No aprueba ni desaprueba =2, Desaprueba =1)



VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO- CUESTIONARIO

1. Datos generales

1.1 Apellidos y Nombres (experto)	Sánchez Ornela Alana
1.2 Cargo e institución donde labora	Coord. del Proyecto Venture - Proimavite UCSM
1.3 Nombre del instrumento motivo de evaluación	Cuestionario
1.4 Investigadoras	- Fernández Paredes Maria Del Rosario - Muñoz Manrique, Alejandra Melanie

2. Tabla de evaluación General

INDICADORES	CRITERIOS
Claridad y Redacción	Esta formulado con lenguaje apropiado a la especialidad
Organización	Existe una organización lógica para recolectar información.
Suficiencia	Comprende los aspectos de cantidad para recolectar información
Coherencia	Existe coherencia entre índices, indicadores y dimensiones
Metodología	El instrumento responde al propósito del diagnóstico o investigación

3. Opinión de aplicabilidad

El instrumento es el adecuada para el objeto de estudio, se recomienda su aplicación en la comunidad universitaria


 SIEMESA S.R.L.
 Ing. Alana Sánchez Ornela
 FIRMA Sub Gerente
 DNI 41754930
 CIP: 107146

FORMULARIO PARA VAUDEZ DE CONSTRUCTO

Dimensi ón	Indicadores	REACTIVOS	Clarid ad			Organiz ación			Suficie ncia			Cohere ncia			Metodo logía		
			1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
Factores personal es	Grado de experiencia en emprendimiento	Tengo experiencia en el desarrollo de estrategias y planes de negocios.		X		X			X		X					X	
		Tengo experiencia en la toma de decisiones estratégicas relacionadas con el cumplimiento de objetivos personales		X		X			X		X					X	
	Nivel de cultura emprendedora familiar	MI familia tiene estabilidad laboral	X			X			X	X						X	
		MI familia o algún miembro de mi familia tiene su empresa propia		X		X			X	X						X	
	Grado de propensión al riesgo	Me considero una persona dispuesta a asumir riesgos		X		X			X	X						X	
		Me siento atraído/a por desafíos que impliquen cierto grado de riesgo, incluso si pueden tener consecuencias negativas		X		X			X	X						X	
Me siento cómodo/a al enfrentar situaciones desconocidas o inciertas en mi vida			X		X			X	X						X		
Factores Socioeco nómicos	Limitaciones económicas	Considero que la necesidad económica influye en mi deseo de tener una propia empresa		X		X			X	X					X		
		Considero que la economía de un posible emprendimiento propio es una fuente de preocupación constante para mi		X		X			X	X					X		
	Oportunidad de emprendedor	Considero que la falta de oportunidades laborales influye en mi decisión por emprender		X		X			X	X					X		
		Considero que las condiciones económicas y sociales actuales son propicias para emprender		X		X			X	X					X		
Factores de	Nivel de educación de emprendimiento	He recibido formación adicional en el ámbito del emprendimiento		X		X			X	X				X			

Innovación y creatividad	Grado de ideas generadas	Me considero creativo/a en la generación de ideas.		X		X		X		X		X
		Estoy dispuesto/a explorar diferentes perspectivas y enfoques para abordar problemas o situaciones.		X		X		X		X		X
		Me considero innovador/a en la generación de ideas con impacto positivo.		X		X		X		X		X
	Nivel Cultura de innovación	Percibo que las ideas innovadoras son reconocidas y premiadas con frecuencia en mi Universidad.		X		X		X		X		X
		Colaboro y comparto conocimientos con los miembros de mi promoción universitaria.		X		X		X		X		X
		Las ideas innovadoras son reconocidas y premiadas con frecuencia en mi universidad.		X		X		X		X		X
	Nivel de conocimiento en programas de emprendimiento	Tengo conocimiento sobre los programas de emprendimiento disponibles en mi Universidad.		X		X		X		X		X
		Estoy familiarizado/a con los beneficios que ofrecen los programas de emprendimiento para estudiantes.		X		X		X		X		X

(Aprueba = 3, No aprueba ni desaprueba =2, Desaprueba =1)

Coficiente de valoración Porcentual

Resolución

1. Aprobado _____ (R> 80%)

2. Desaprobado _____ (R<80%)

Anexo 7: Transcripción de entrevistas

Entrevista Dra. Karina Rosas Paredes

Investigador: Buenas tardes, estimada Dra. Karina. Gracias por participar en esta entrevista sobre el emprendimiento en jóvenes universitarios siendo parte de nuestra investigación en la Universidad Católica de Santa María.

a. Consentimiento Informado

Investigador: Antes de comenzar, nos gustaría obtener su consentimiento para grabar esta entrevista o tomar notas detalladas. La información que proporcione se utilizará únicamente para fines de investigación. ¿Está de acuerdo con esto?

Respuesta: Sí

b. Presentación del Investigador

Investigador: Para comenzar, ¿Le importaría contarnos un poco sobre usted y su experiencia en la Universidad Católica de Santa María?

Mi nombre Karina Rosas, actualmente soy directora de innovación y desarrollo del Vicerrectorado de Investigación en la Universidad Católica de Santa María. También fui directora de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas. Cuento con 20 años de experiencia en docencia universitaria y soy Investigadora a cargo de proyectos de investigación de fondos internos y externos nacionales.

Ahora abordaremos las preguntas de fondo las cuales son:

1. En su opinión, ¿Cómo los factores socioeconómicos influyen la disposición emprendedora de los estudiantes universitarios?

El factor socioeconómico es muy importante para que los estudiantes motiven a los niveles socioeconómico C y D, para que formen un negocio propio y así se ayuden en el pago de sus pensiones y puedan ayudar a sus familias, creo que sí es un factor importante, sin dejar de lado las buenas intenciones e ideas de los estudiantes con mayor poder económico.

2. Desde su perspectiva, ¿Cómo afecta la formación académica al desarrollo de la disposición emprendedora en los estudiantes universitarios?

La formación académica es un factor muy importante, ya que, con estos conceptos básicos, intermedios y avanzados los estudiantes puedan emprender en algo. No solo basta tener una buena idea o perspectiva, si no mejorar su plan de marketing, su modelo de negocio y formalizarlo, entonces eso lo aprenden en su formación academia o en capacitaciones que la incubadora brinda.

3. ¿Cómo relaciona la disposición emprendedora con la capacidad de innovación y creatividad, desde su punto de vista?

Los emprendimientos tradicionales no van a resolver una necesidad si no hay el toque de innovación y creatividad, por ejemplo, hay salones de belleza o emprendimientos que venden comida, ¿Pero ¿cómo se diferencian entre ellos? ¿Qué hace uno mejor que el otro? Ahí esta capacidad de crear nuevas cosas, innovar en sus servicios o en sus productos, eso marca la diferencia en los emprendimientos, entonces yo creo que sí no hay la capacidad, hay la disposición, siendo estos dos aspectos muy importantes.

4. ¿Hay algún aspecto que, basado en su experiencia, no se esté abordando y que debería ser considerado en la investigación actual?

Se debería tener mucha consideración con el idioma, ya que es muy importante para que los estudiantes puedan desenvolverse mejor y desarrollarse en la investigación, además que los estudiantes consideren aprender a desarrollar habilidades blandas y entender el objetivo del emprendimiento.

5. Según su punto de vista, ¿cuáles son los principales desafíos que enfrentan los estudiantes de 4to y 5to año al embarcarse en iniciativas emprendedoras?

Dependiendo de las especialidades, ya que algunos tienen un camino avanzado en emprendimiento e innovación. Sin embargo, recalco el trabajo en equipo, saber distribuir las tareas, de manejar los tiempos porque al llegar a los últimos años a veces los alumnos están más concentrados en el trabajo independiente que puedan tener en las prácticas preprofesionales. Por lo cual considero que el tiempo es un desafío que ellos tienen que lidiar, pero en conocimientos de emprendimiento e innovación creo que sí lo tiene, tal vez este motivarlos, pero sabiendo que esto los va a llevar a hacer jefes de sus propios emprendimientos, de sus negocios, de sus empresas, el tema de las ganancias que pueden recibir esa sería la motivación que ellos necesitan para que puedan emprender.

6. ¿Cómo puede el entorno universitario fomentar la creatividad e innovación entre los estudiantes para fortalecer su disposición emprendedora?

A través de la interacción multidisciplinaria, ya que el entorno universitario es un espacio muy importante para que ellos puedan proponer alguna idea de solución a alguna necesidad en la sociedad, pero solos no lo van a poder hacer, yo creo que ahora es muy importante trabajar e interactuar con otras especialidades o áreas, siempre debe haber networking para que puedan ser exitosos.

7. ¿Ha observado programas o iniciativas específicas que sean exitosas en estimular el espíritu emprendedor en estudiantes universitarios?

Dentro de la Universidad Católica de Santa María, claro que sí hay muchos programas, que se les da incluso gratuitamente a la comunidad universitaria, no solo estudiantes sino también pueden participar docentes. Existen programas de capacitación desde pre-incubación, incubación hasta la pre-aceleración. La idea es también obtener spin-off, que es lo más ansiado en nuestra Universidad y todo esto es llevado de la mano a través de la Incubadora, Equipu, del Vicerrectorado de Investigación, con las diferentes herramientas y programas que se les da. Además, el seguimiento que se les hace es muy importante, entonces sí hay el apoyo y esto ha llevado al éxito a algunos emprendimientos que creo que ya están despegando y están teniendo éxito.

8. ¿De qué manera los factores emocionales pueden actuar como impulsores u obstáculos para el espíritu emprendedor en el ámbito universitario, según su experiencia?

Estos factores psicológicos y socioemocionales afectan a veces negativa o positivamente como un impulso, por ejemplo, como decía anteriormente, a veces hay estudiantes que tienen la necesidad del recurso económico y saben que a través de estos emprendimientos pueden sobresalir, salir adelante y ayudar económicamente a sus familias, entonces sería un impulso para ellos. Pero también a veces el tema del recurso económico y la alimentación los puede limitar entonces es una situación que hay que trabajarla de repente con el apoyo de los psicólogos, pero creo no hay barreras para emprender. Por otro lado, considero que alumnos clase económica A y B, que no tienen necesidad tal vez no se involucran mucho en el emprendimiento, pero si ven que este estudiante con las limitantes que tiene está triunfando, entonces ellos también están comprometidos y están más involucrados. Sin embargo, he visto a muchos de los estudiantes que no les interesa porque son primeros puestos, están enfocados en su carrera, pero si tuviesen la motivación de que pueden innovar con lo que están haciendo, pueden innovar y emprender.

9. Desde la oficina que dirige ¿Como se puede promover el emprendimiento en jóvenes universitarios?

El primer esfuerzo que se está realizando es incluir en las mallas curriculares el curso de innovación y emprendimiento en todas las escuelas profesionales entonces, en auditoría, la oficina de calidad y el vicerrectorado académico están viendo con buenos ojos esta propuesta y yo creo que ese es un primer paso y un gran paso para que nuestros estudiantes tengan ese conocimiento o ese chip metido en sus cabezas, que emprender e innovar no es el futuro sino es el presente, y bueno a través de las actividades que hace la Incubadora Innicia, Equipu y el

área de formulación de proyectos, yo creo que sí se está promoviendo el emprendimiento en jóvenes universitarios.

Entrevista Mg. José Huerta Delgado

Investigador: Buenas tardes, estimado Ing. José. Gracias por participar en esta entrevista sobre el emprendimiento en jóvenes universitarios siendo parte de nuestra investigación en la Universidad Católica de Santa María.

a. Consentimiento Informado

Investigador: Antes de comenzar, nos gustaría obtener su consentimiento para grabar esta entrevista o tomar notas detalladas. La información que proporcione se utilizará únicamente para fines de investigación. ¿Está de acuerdo con esto?

Respuesta: Sí

b. Presentación del Investigador

Investigador: Para comenzar, ¿Le importaría contarnos un poco sobre usted y su experiencia en la Universidad Católica de Santa María?

He trabajado en empresas de rubro industrial, producción, distribución y logística, también he trabajado como jefe de operaciones y planificación. He trabajado dentro de la Universidad Católica de Santa María como Project Manager Senior dentro del programa desarrollo tecnológico minero, en proyectos de impacto social, proyectos con Cerro Verde y Bateas principalmente y otras entidades. Y, por otro lado, soy coordinador de la Incubadora inicia y como incubadora nosotros vemos el trabajo de emprendedores y con base científica tecnológica en la medida de lo posible y también nos enfocamos en la Pre-incubación e incubación.

Ahora abordaremos las preguntas de fondo las cuales son:

1. En su opinión, ¿Cómo los factores socioeconómicos influyen la disposición emprendedora de los estudiantes universitarios?

Una de las preguntas que siempre nos hacemos es relacionado al círculo dorado, de por qué hacen las cosas antes de lo que se muestra, entonces siempre esto respecto al tema socio económico, efectivamente hay un empuje al emprendimiento pero el pensamiento tradicional y las estadísticas lo avalan pero también hay mucha mortalidad, el Perú es un país con más del 90% de grupos de Mypymes y si bien es cierto hay muchísimas y son las que mueven mucho la economía, lamentablemente también son las que mueren más rápido, entonces sí hay un factor de emprendimiento importante, enfocado por el lado de social y económico. Considerando que la necesidad, si impulsa, pero esa misma necesidad que te llevó a tener un

primer emprendimiento tradicional, termina en que haya muchos pivoteo y que lo cierres y esa es mi opinión al respecto.

2. Desde su perspectiva, ¿Cómo afecta la formación académica al desarrollo de la disposición emprendedora en los estudiantes universitarios?

Tenemos que tener en cuenta que lo académico puede trabajarse desde el punto de vista teórico práctico y experimental o vivencial y entonces allí las carreras sobre todo de la rama de económico financieras naturalmente tienen que incentivar a que los alumnos estén conectados a una red de empresas, se puede fallar o no pero definitivamente esto influye entonces naturalmente las escuelas de negocios, no solo de la Universidad sino otras tantas de del mundo o ESAN (hablando de algunas nacionales) siempre tienen la ventaja de tener y hablar de emprendedores propios porque tienen una red de empresas que de una u otra forma están allí para prácticas o visitas, entonces sí hay influencia en el punto de vista de la formación, pero sobre todo y donde no se ve tanto o si está muy escondido o poco visibilizado, es en carreras y en facultades relacionadas al tema de Ciencias Económicas Administrativas por ejemplo, entonces mi respuesta en ese sentido va de que si hay influencia, sí es que hay redes y si es que esas redes también se llevan a la práctica.

3. ¿Cómo relaciona la disposición emprendedora con la capacidad de innovación y creatividad, desde su punto de vista?

Nuevamente es un tema de contexto y cultura. Sabemos muy bien hablando de Puno u otras regiones, que las personas allí trabaja mucho el tema de Comercio y eso es un tema cultural, ahí toman lo que encuentran que puede tener valor para otra persona, lo venden y ya comienzan su emprendimiento muy tradicional. Entonces en particular es el contexto en esencia, el hecho de cuántas veces los chicos desde pequeños han escuchado y han visto que sus padres en vez de irse a trabajar a una oficina, por ejemplo, se van a vender o van a comerciar, entonces eso influye mucho como base. Luego hay personas que efectivamente puede que nunca hayan visto a sus papás vendiendo en un negocio o emprendiendo, pero sí han visto mucho empuje en el trabajo de oficina o mucha responsabilidad, nuevamente el contexto influye, los padres influyen, los hermanos influyen. Por lo cual, si un emprendedor se puede hacer, pero con las herramientas de creatividad y las herramientas técnicas para llevar a cabo el emprendimiento, entonces sí el contexto influye, pero puede jalarse a la rama de la creatividad para eso hay técnicas y herramientas específicas.

4. ¿Hay algún aspecto que, basado en su experiencia, no se esté abordando y que debería ser considerado en la investigación actual?

Considero que el tema de herencia y la genética tiene mucho que ver, se habla de una pseudociencia o la neurociencia, pero también es un factor que se debe tomar en cuenta entonces el tema de la de la de la de la genética neurociencia y la configuración mental, si es hemisferio izquierdo o derecho o la predominancia cerebral, eso también es muy importante en el contexto de un emprendedor y también debería abordarse.

5. Según su punto de vista, ¿cuáles son los principales desafíos que enfrentan los estudiantes de 4to y 5to año al embarcarse en iniciativas emprendedoras?

El tema de financiamiento como lo dije porque no saben que existe un Proinnovate, no saben que es PECAP, o financiamientos en Latinoamérica, nuevamente es un tema de contexto, se suele decir y eso está comprobado, bueno no se suele decir y porque está comprobado, que la inmigración ya sea inmigrante o no, genera un entorno de estrés y eso genera también un instinto de supervivencia entonces los alumnos de últimos años tienen la particularidad y el reto de poder explotar ese sentido entonces el reto quizás no sea tanto hacia ellos mismos sino es un reto más hacia el ecosistema. Y finalmente un tema de mentalidad en el sentido de ¿A dónde me voy? quiero ser oficinista o quiero directamente tener independencia sobre mis decisiones económicas y sociales, eso también tiene muchísimo y es un reto que también los mismos chicos tienen que saber elegir, a cerca de esa duda entre uno u otro es lo que genera problemas y finalmente normalmente se van para un poquito más fácil que el de oficinista.

6. ¿Cómo puede el entorno universitario fomentar la creatividad e innovación entre los estudiantes para fortalecer su disposición emprendedora?

Con difusión interna, alianzas estratégicas con entidades públicas y privadas, ya que el estudiante tiene que vivir la experiencia con empresas y eso sí es fundamental. Algunos Universidades en Arequipa lo tienen, la UCSM trabajando, pero se tiene que trabajar mucho en ese sentido qué se sienta en un entorno empresarial sobre todo las escuelas que tengan que ver con negocios, pero al final esto es para todos y que las investigaciones se sí y que las investigaciones lleguen a las patentes o espacios específicos donde se pueda hacer transferencia tecnológica.

7. ¿Ha observado programas o iniciativas específicas que sean exitosas en estimular el espíritu emprendedor en estudiantes universitarios?

El ser humano tiene mucho el tema de razonamiento cuando se relaciona físicamente o sea hay un compartir o networking, si funciona y ayuda mucho en el emprendimiento. Este se genera por clusterización o ideas que se van juntando e iniciativas sobre todo los más exitosos son los que tienen propósito entonces cuando son chicos que tienen propósitos similares y logramos iniciativas más fuertes.

8. ¿De qué manera los factores emocionales pueden actuar como impulsores u obstáculos para el espíritu emprendedor en el ámbito universitario, según su experiencia?

En definitiva, el factor emocional es importante, porque hay un tema de inteligencia emocional, el cual se conecta con habilidades blandas. Por lo cual el factor emocional es importante en dos sentidos, que es el motivador intrínseco, que es la emoción que siente una persona cuando hace algo que cree que va a cambiar el mundo o que va a ayudar a su familia y a partir de eso nosotros esperamos que el emprendedor puede evolucionar.

9. Desde la oficina que dirige ¿Como se puede promover el emprendimiento en jóvenes universitarios?

Se realizan iniciativas, que son programas de Pre-incubación, incubación y pre-aceleración, esto es fundamental porque a partir de ello, nosotros encontramos un espacio para que los estudiantes pivoten en un entorno amigable, saludable y controlado, respecto al tema de sus ideas y que reboten en un en una caja y luego abrimos esa caja para que la idea pueda salir hacia el entorno mucho más fortalecida.

Lic. Nadia Gamero Begazo

Investigador: Buenas tardes, estimada Lic. Nadia. Gracias por participar en esta entrevista sobre el emprendimiento en jóvenes universitarios siendo parte de nuestra investigación en la Universidad Católica de Santa María.

a. Consentimiento Informado

Investigador: Antes de comenzar, nos gustaría obtener su consentimiento para grabar esta entrevista o tomar notas detalladas. La información que proporcione se utilizará únicamente para fines de investigación. ¿Está de acuerdo con esto?

Respuesta: Sí

b. Presentación del Investigador

Investigador: Para comenzar, ¿Le importaría contarnos un poco sobre usted y su experiencia en la Universidad Católica de Santa María?

Mi nombre es Nadia Gamero. Soy especialista en gestión, he estudiado en la Universidad Católica de Santa María y tengo estudios de maestría en todo lo que viene a ser gestión, por lo cual yo me estoy especializando netamente en gestión de proyectos. Llevo aproximadamente 20 años trabajando, inicié en el centro de investigación, aún no estaba formado un vicerrectorado, entonces he estado desde lo que era una oficina pequeña y se hacían actividades a nivel docente y los alumnos eran como un apoyo. Y ahora, después de casi, casi 10 años de creación del

Vicerrectorado de Investigación, considerando que la investigación ha crecido aún más, actualmente hay más niveles de investigación, por ende, existe la participación de estudiantes de pregrado, de posgrado y egresados en todo el proceso de la investigación.

Ahora abordaremos las preguntas de fondo las cuales son:

1. En su opinión, ¿Cómo los factores socioeconómicos influyen la disposición emprendedora de los estudiantes universitarios?

Considero que, a nivel general, toda persona si tuviera una necesidad, piensa cómo salir de esa situación. Y en ese momento ingresa la innovación, en hacer algo que le ayude a tener más ingresos y, por ende, a solventar todas sus necesidades. Entonces, a nivel de estudiantes, yo creo que eso es lo que los motiva. Y más que todo, en esta temporada, en esta época, los estudiantes buscan ser sus propios jefes. Entonces, por ello buscan la necesidad de tener un emprendimiento.

2. Desde su perspectiva, ¿Cómo afecta la formación académica al desarrollo de la disposición emprendedora en los estudiantes universitarios?

Bueno, en mi experiencia, yo creo que, si no le enseñan, vamos a poner ejemplos. Si alguien no le enseña a tejer, nunca va a tejer. Entonces, desde el nivel escolar, si les vamos inculcando el emprendimiento, de generar ideas, de que sus ideas se plasmen en un producto, les va a ir poniendo la semillita del emprendimiento. Y se ha dado casos que ahora en colegios que están haciendo ferias de emprendimiento donde los niños hacen sus galletitas y lo venden, y después, poco a poco. Además, se ha visto que, de un padre emprendedor, los hijos también son emprendedores y son empresarios. Entonces, si nosotros les empezamos a enseñar, yo creo que podemos motivar a que crezcan ese espíritu emprendedor. También hay que considerar es que no todos somos zapateros, no todos nacemos para ello, pero sí puede ser de que les brindemos esa semillita y ellos puedan ser gestores o apoyo a emprendedores.

3. ¿Cómo relaciona la disposición emprendedora con la capacidad de innovación y creatividad, desde su punto de vista?

Considero que una persona, para ser emprendedor, es innovador. Porque si deseas iniciar un negocio nuevo y debes innovar algo que no existe, ver la necesidad que no ha sido atendida y con tu idea vas a atenderla y esa idea vas a ser un nicho de mercado y por ende vas a tener el emprendimiento.

4. ¿Hay algún aspecto que, basado en su experiencia, no se esté abordando y que debería ser considerado en la investigación actual?

Siempre dicen que una innovación y una investigación tiene que terminar en un producto, sin embargo, yo considero que no, al contrario, podemos obtener otra idea y recién a partir de esa

idea podemos encontrar el producto. Y no necesariamente tiene que ser algo físico, sino también un servicio. Y como que últimamente nos estamos evocando solo a tener un producto físico y no de servicio y lo que ahora se necesita son servicios. Entonces, el emprendimiento enfocado a lo social es lo que nos está faltando.

5. Según su punto de vista, ¿cuáles son los principales desafíos que enfrentan los estudiantes de 4to y 5to año al embarcarse en iniciativas emprendedoras?

Que tenga un asesoramiento para la formalización. Según mi experiencia, los jóvenes que han empezado investigación, no siempre es necesario que tengas un RUC para recién empezar a emprender. Yo creo que primero tienen que emprender y hacer una prueba y ver cómo les va para recién formalizar, hacer su RUC, ver si requiere de socios o no, porque muchas veces primero empiezan al revés, ¿no? Quieren hacerlo todo legal y al final ni terminan, se terminan peleando con sus socios. Entonces, yo pienso que primero prueben, primero experimenten y después se evoquen a lo formal.

6. ¿Cómo puede el entorno universitario fomentar la creatividad e innovación entre los estudiantes para fortalecer su disposición emprendedora?

En el vicerrectorado de investigación, y, a nivel nacional, se ha considerado el emprendimiento dentro de la investigación y, por ende, promueven la creación de incubadoras de empresas. Entonces, a nivel de nuestra universidad, se ha empezado con lo que es Equipu, ya desde hace como 10 años se inició con esto, agruparse por intereses, por nuevas iniciativas, entonces darles espacios a los jóvenes, espacios y mecanismos tanto de financiamiento y de asesoramiento técnico, para que ellos tengan esas herramientas y puedan formar su emprendimiento. Entonces creo que eso es lo que debemos dar como universidad.

7. ¿Ha observado programas o iniciativas específicas que sean exitosas en estimular el espíritu emprendedor en estudiantes universitarios?

Lo que siempre nosotros hemos visto como gestión, antes de que haya una incubadora de empresas, es el ejemplo de La Molina. Ya que esta Universidad, por medio de, sus investigaciones, sacan productos innovadores. Para esto ellos tienen un RUC muy diferente al académico. O sea, tienen una empresa que alberga estos emprendimientos y los coloca en el mercado. La empresa es como una socia de los emprendimientos. Entonces, yo creo que ese sería un buen ejemplo para apoyar a los emprendedores, de que la universidad sea socia de los emprendedores, además que les da el respaldo económico, les da el respaldo técnico de apoyarlos y facilitarles la creación de su empresa.

8. ¿De qué manera los factores emocionales pueden actuar como impulsores u obstáculos para el espíritu emprendedor en el ámbito universitario, según su experiencia?

Todos tenemos características diferentes. Y no todos somos líderes, no todos somos iguales, por decir; no todos somos los operarios. Hay líderes y hay operarios, yo creo que juntos podemos hacer lo que queremos. Y si la idea emocional simplemente es encontrar tus sueños, lograr tus metas que desde chiquito uno tiene las metas de qué querer hacer. Entonces, lo emocional es muy importante porque ante la adversidad primero son tus metas, Vas a decir: "Lo tengo que hacer, así me cueste años, me cueste esfuerzo, lo voy a lograr porque es, es mi meta, es algo emocional". Yo creo que eso tiene mucho que ver el espíritu que le pongas, a lograr tus objetivos.

9. Desde la oficina en la que trabajas, ¿cómo se puede promover el emprendimiento, o cómo promueven el emprendimiento de jóvenes universitarios?

A nivel vicerrectorado, es mediante los financiamientos ofrecidos y tenemos lo que es el semillero de investigación, donde los estudiantes tienen que concluir en una difusión de los resultados. Y por ende podemos decirles que además de que tengan productos. Y por medio de ello es que se realiza y desde luego por medio de la oficina de innovación que hace lo que viene a ser Equipu y la Incubadora Inicia. Entonces, nuestra oficina y nuestro vicerrectorado está comprometido en ello, en promover la investigación y la innovación y, además el emprendimiento.

Entrevista Ing. Midwar Ancco Mamani

Investigador: Buenas tardes estimado Ing. Midwar. Gracias por participar en esta entrevista sobre el emprendimiento en jóvenes universitarios siendo parte de nuestra investigación en la Universidad Católica de Santa María.

a. Consentimiento Informado

Investigador: Antes de comenzar, nos gustaría obtener su consentimiento para grabar esta entrevista o tomar notas detalladas. La información que proporcione se utilizará únicamente para fines de investigación. ¿Está de acuerdo con esto?

Respuesta: Sí

b. Presentación del Investigador

Investigador: Para comenzar, ¿Le importaría contarnos un poco sobre usted y su experiencia en la Universidad Católica de Santa María?

Mi experiencia en la universidad empieza desarrollando proyectos de investigación, hace unos seis años aproximadamente, con fondos internos de la Universidad Católica de Santa María. Posteriormente siguiendo esa corriente de la investigación, empecé a desarrollar proyectos de fondos externos, como es el INIA, el programa nacional en el sector agrario, también el PINIPA, que es el Programa Nacional de Pesca y Agricultura. Y actualmente logré ingresar en la parte de docencia, docencia universitaria. Entonces, combinando la docencia y la investigación, desarrollo actividades mixtas en la carrera de ingeniería biotecnológica y en ingeniería ambiental. También desarrollo asesorías o consultorías en la parte de formulación, gestión y ejecución de proyectos de investigación, innovación y diversión. Actualmente estoy asesorando al Estado en el Gobierno Regional de Arequipa también en la gestión de proyectos.

Ahora abordaremos las preguntas de fondo las cuales son:

1. En su opinión, ¿Cómo los factores socioeconómicos influyen la disposición emprendedora de los estudiantes universitarios?

Creo que tendrían dos aspectos. Uno, de acuerdo si el estudiante tiene una situación socioeconómica no tan favorable, esto puede ayudar o puede incentivar al mismo estudiante a que pueda desarrollar una actitud emprendedora, desarrollando sus capacidades o habilidades para lograr desarrollarse de forma profesional y económica. En cambio, si es un estudiante que nunca ha tenido problemas económicos, tal vez esto pueda ser algo negativo para él. Nunca ha tenido problemas económicos, tal vez él va a seguir la corriente de trabajar en una empresa y no innovar, podría haber esas dos situaciones.

2. Desde su perspectiva, ¿Cómo afecta la formación académica al desarrollo de la disposición emprendedora en los estudiantes universitarios?

La formación académica cumple un papel crucial en el desarrollo de un estudiante y más en la parte emprendedora. El estudiante, toda su vida universitaria, debe obtener conocimientos de carrera, técnicos, y también captar habilidades blandas, actitudes innovadoras y emprendedoras, como este estudiante pueda desarrollarse adecuadamente en una sociedad creando nuevas tecnologías innovadoras que puedan generar un impacto positivo en la sociedad. Pero sí, la Universidad tiene un papel crucial. Es importante que el estudiante siga la malla curricular, debería dar diferentes cursos de emprendimiento, no solo una vez en toda su vida universitaria, sino una serie de cursos escalonados, que permitan al estudiante tener otro panorama de la vida profesional.

3. ¿Cómo relaciona la disposición emprendedora con la capacidad de innovación y creatividad, desde su punto de vista?

Creo que el emprendimiento se rige bajo la capacidad que el estudiante puede obtener, como la capacidad de innovación y de creatividad, el estudiante debería desarrollar estas capacidades para que al final pueda generar una actividad emprendedora adecuada. Pero desde mi punto de vista, tanto la innovación como la creatividad, es un catalizador para que un estudiante pueda tener una actitud emprendedora.

4. ¿Hay algún aspecto que, basado en su experiencia, no se esté abordando y que debería ser considerado en la investigación actual?

Creo que la investigación, se está llevando en los cinco años de vida universitaria, está llevando al estudiante solo a buscar la parte de generar conocimiento, pero también se debe incentivar al estudiante a generar un conocimiento aplicado. Y esta aplicación debería también buscar a que el mismo estudiante genere un emprendimiento. Creo que hay ese cuello de botella que se está generando en la vida universitaria, no solo investigar conocimientos, mas no, como estos conocimientos pueden ayudar a nuestros estudiantes a emprender.

5. Según su punto de vista, ¿cuáles son los principales desafíos que enfrentan los estudiantes de 4to y 5to año al embarcarse en iniciativas emprendedoras?

Creo que cualquier carrera universitaria o cualquier estudiante a punto ya de egresar tiene algunas falencias en la parte de desarrollo de investigación básica, porque el emprendimiento sigue un desarrollo de conocimiento básico, muchas veces fracasa. Los estudios han demostrado que el emprendimiento sin una base de conocimiento científica técnica, tiene mayor probabilidad de llegar al fracaso del emprendimiento. Creo que ese es el reto que los estudiantes de cuarto y quinto año tienen actualmente empezar a investigar, generar el conocimiento y, con ese conocimiento desarrollar tecnologías para el emprendimiento.

6. ¿Cómo puede el entorno universitario fomentar la creatividad e innovación entre los estudiantes para fortalecer su disposición emprendedora?

El entorno universitario es importante. Primero, entre los mismos estudiantes, no de la misma carrera necesariamente, sino generar grupos entre diferentes carreras, ver problemáticas en las que todos podrían participar y esos programas sean incentivados por la universidad, genera grupos de estudios, problemáticas reales, en la cual los estudiantes de diferentes disciplinas puedan trabajar en conjunto y buscar solucionar un problema que pueda culminar en un desarrollo de un emprendimiento en conjunto.

7. ¿Ha observado programas o iniciativas específicas que sean exitosas en estimular el espíritu emprendedor en estudiantes universitarios?

Dentro de la universidad, en los últimos años sí existen unos programas como Inicia, Incubadora o Equipu. Sí, estoy observando que este tipo de problemas sí están generando un

impacto positivo en los estudiantes, a comparación de otros años pasados, donde no existían estos tipos de programas

8. ¿De qué manera los factores emocionales pueden actuar como impulsores u obstáculos para el espíritu emprendedor en el ámbito universitario, según su experiencia?

Las emociones siempre tienen un papel importante en el estudiante, no solo en la parte de emprendimiento, sino en la parte académica. Se sabe que, si un estudiante tiene problemas emocionales, tal vez no se va a desarrollar al 100% en la parte académica y en su desarrollo como profesional, y esto puede impactar de forma directa a su actitud emprendedora. En cambio, si tiene un manejo emocional adecuado e inteligencia emocional, creo que un estudiante, si un estudiante tiene un mejor manejo emocional, tiene mayores ventajas en el campo laboral y en el emprendimiento.

9. Desde la oficina en la que trabajas, ¿cómo se puede promover el emprendimiento, o cómo promueven el emprendimiento de jóvenes universitarios?

Desde mi puesto siempre intento incentivar a los estudiantes, primero, desarrollar una investigación, pero que esta investigación tenga un propósito, busque resolver un problema real en la sociedad. Al final, la investigación tiene que llevar el conocimiento. ¿Y por qué no ese conocimiento que, generalmente, puede servir a ellos mismos? Que les pueda ayudar a desarrollarse por sí mismos o al final desarrollé una empresa de un gran valor económico.

Entrevista Dr. Ángel Ugarte Concha

Investigador: Buenas tardes estimado Dr. Ángel. Gracias por participar en esta entrevista sobre el emprendimiento en jóvenes universitarios siendo parte de nuestra investigación en la Universidad Católica de Santa María.

a. Consentimiento Informado

Investigador: Antes de comenzar, nos gustaría obtener su consentimiento para grabar esta entrevista o tomar notas detalladas. La información que proporcione se utilizará únicamente para fines de investigación. ¿Está de acuerdo con esto?

Respuesta: Sí

b. Presentación del Investigador

Investigador: Para comenzar, ¿Le importaría contarnos un poco sobre usted y su experiencia en la Universidad Católica de Santa María?

Actualmente soy el jefe de departamento de la Facultad de Economía y Administración. Trabajo en la Universidad Católica de Santa María hace ya más de 20 años. Tengo categoría de principal. Y aparte, tengo una empresa que se dedica a lo que es software de simulación, con sede en Lima y algunos puntos de venta en algunos países.

Ahora abordaremos las preguntas de fondo las cuales son:

1. En su opinión, ¿cómo los factores socioeconómicos influyen la disposición emprendedora de los estudiantes universitarios?

Creo que es importante considerar que, aunque es cierto, los factores socioeconómicos son limitados para algunos por la falta de recursos, pero eso ha ido cambiando. Hoy día existen muchas empresas que dan financiamiento. Tenemos, por un lado, inversionistas ángeles, tenemos incubadoras, tenemos muchas instituciones, inclusive el Estado, por medio de Perú innovate, que da apoyo para lo que son emprendimientos. Y si vamos a nivel internacional, pues, ¿quién no quisiera estar en un incubador como Wycombinator?, que es una incubadora y una aceleradora donde nació Rappi, nació Airbnb, nació muchas empresas que, creo, no es una limitante. Entonces, yo creo que ahorita ya no es una limitante poder conseguir financiamiento, si es que un emprendedor quiere iniciar y no lo tiene. Hace un buen plan de negocios y adelante puede salir a buscar esos capitales.

2. Desde su perspectiva, ¿cómo afecta la formación académica al desarrollo de la disposición emprendedora en los estudiantes universitarios?

Yo creo que eso depende mucho del perfil de carrera, porque hay carreras donde nos enseñan, si bien es cierto, a depender de alguien, a cómo nosotros podemos salir a buscar algún mercado que es un puesto de trabajo. Nos dicen técnicas para redactar nuestro currículum. Sin embargo, hay otras carreras donde te enseñan todo lo contrario, te enseñan cómo tú puedes crear tu propio negocio, tu propio emprendimiento. Y hacia eso apunta, por ejemplo, la carrera de administración de empresas hoy día.

Hay un equilibrio entre las diferentes empresas. Yo no digo que sea malo trabajar para alguien, que trabajes para, no sé, Indecopi, Ferreyros o Cerro Verde, obviamente no es malo. Pero ahora hay un equilibrio en donde se les enseña a los estudiantes a cómo hacer ellos los propios generadores de su propio emprendimiento, innovación. Tenemos cursos que se llaman análisis e identificación de oportunidades de negocio, donde los estudiantes saben cómo identificar una oportunidad y luego, cómo llevamos esa oportunidad, pasamos de la idea a la concepción de la empresa por medio de cursos como planes de negocios, startups, etcétera.

3. ¿Cómo relaciona la disposición emprendedora con la capacidad de innovación y creatividad, desde su punto de vista?

Ahí sí creo que nos falta todavía mucho por desarrollar, porque si bien es cierto, hay una actitud emprendedora, pero emprendemos siempre un poco más de lo que ya hay, y la poca innovación que hay es mínima.

Pero sí, creo que hay mucho por desarrollar. Hay instituciones donde se fomenta mucho más el tema de la innovación. Y creo que para poder desarrollar más esto se necesitan equipos multidisciplinarios, donde hay administradores, ingenieros, sociólogos, diferentes carreras para que todos apunten a una innovación, algo moderno. Y esto no es un problema de ahora, es un problema de toda Latinoamérica. Latinoamérica no innova mucho. Les pongo un ejemplo. LG, como empresa, hace más de 2.000 inscripciones de patentes al año. Toda Latinoamérica no pasa de 500 patentes. Entonces, eso ya nos dice simplemente que tan lejos de la innovación estamos.

4. ¿Hay algún aspecto que, basado en su experiencia, no se esté abordando y que debería ser considerado en la investigación actual?

Yo creo que hay un tema de habilidades blandas que es importante. Hoy día los chicos pueden ser muy expertos en sistemas, en ingeniería, en gestión, pero luego salen a la calle, no saben hablar, no saben comunicarse. Yo no puedo salir al mercado a buscar financiamiento si no sé hablar. Entonces, el tema de las habilidades blandas, trabajo en equipo, colaborativo, eso es importante. Creo que esto podría considerarse también como un factor relevante hoy en día.

5. Según su punto de vista, ¿cuáles son los principales desafíos que enfrentan los estudiantes de 4to y 5to año al embarcarse en iniciativas emprendedoras?

Considero que es conformismo, no quieren salir de la zona de confort. Otro es el miedo, el riesgo, la aversión al riesgo, muchos no están dispuestos a arriesgar. Son pocos los que deciden, yo me voy a lanzar a la piscina y a ver qué pasa. Por ejemplo, no sé cuál es el enfoque que tienen, pero, por ejemplo, la región, Arequipa, como tal, somos una ciudad tradicional, que no arriesga mucho. Entonces, somos más de largo plazo y ese largo plazo va alineado con una estabilidad que yo pueda tener. Entonces, si yo tengo mi trabajo y estoy con mi sueldo mínimo y estoy bien, prefiero estar ahí, en vez de salir a arriesgar y dejar toda esa zona de confort, por arriesgar y apuntalar por un emprendimiento, donde primer mes no vendo nada, segundo mes no vendo nada, tercer mes ya me estoy preocupando, cuarto mes, nada. Entonces, otro factor importante que es el conocimiento técnico y que pueda faltar. Hay carreras donde estudiantes que de repente nos enseñan mucho en nuestra carrera, pero no están estos cursos de emprendimiento, de innovación, simplemente un curso de gestión, que no lo tienen, entonces, los chicos, cuando salen, quieren abrir una clínica, quieren abrir un consultorio, quieren abrir una empresa constructora, como no tienes la base de gestión, entonces empiezan

esas carreras a estudiar maestría o especialidades en gestión. Entonces, creo que esa formación debería estar complementada con cursos de gestión, cursos de habilidades blandas, etcétera.

6. ¿Cómo puede el entorno universitario fomentar la creatividad e innovación entre los estudiantes para fortalecer su disposición emprendedora?

Concursos, con talleres, con ferias, promover ferias. Por ejemplo, acá he visto que se hacen poco las ferias, pero concursos de startups, por ejemplo, pero con ideas innovadoras, donde haya equipos multidisciplinarios, las ferias, como les digo, que las ferias sean fuera de la universidad, para que la gente vaya y vea, por ejemplo, acá abajo, en Vallecito, una feria. Así como hacen feria de la construcción, una feria de emprendimientos, estudiantes de la universidad, pero con equipos multidisciplinarios. También ferias virtuales, hoy día, por ejemplo, en Europa existen los metaversos, existen son ferias virtuales y se conectan gente de todo el mundo, inversionistas de todo el mundo, ven los emprendimientos en estas ferias virtuales, se intercambian contactos y si la idea les gusta en ese momento, se realiza el speech de dos o tres minutos con el autor, con el emprendedor, y a ver si me vende la idea, una siguiente reunión, una cita, etc.

7. ¿Ha observado programas o iniciativas específicas que sean exitosas en estimular el espíritu emprendedor en estudiantes universitarios?

Alguna vez se hicieron acá algunos cursos, como, por ejemplo, taller de gerencia, que eran cursos dentro de la carrera, que era el curso integrador, digamos, en noveno décimo o siglo, y en ese semestre, los estudiantes, su trabajo para aprobar el curso, era salir con idea de negocio, al menos con un producto mínimo viable. Entonces, ese tipo de cosas, por ejemplo, hoy día ya no hay. los planes curriculares han cambiado más a profundizar un poco más la parte teórico-práctica y más que salir con ideas innovadoras.

8. ¿De qué manera los factores emocionales pueden actuar como impulsores u obstáculos para el espíritu emprendedor en el ámbito universitario, según su experiencia?

Eso es más que importante, Porque, como les decía, a veces acá en la ciudad somos muy tradicional, tenemos valores y principios tradicionales, que no apostamos, no arriesgamos. Y eso también está cambiando de generación en generación. Hoy día los jóvenes 23, 24 o 25 años no quieren depender de alguien, pero cuando se van por algo, por arriesgarse por algo, porque digamos tienen una percepción mucho más ligera al riesgo. Entonces, eso definitivamente es un motor, un impulso como para que vayan y puedan apostar por una idea de negocio y que no pase de ideas, sino que ya la implementen. Pero eso al final también choca, porque se dan cuenta de que afuera la realidad es distinta, no encuentras mercado, no hay

público. ¿Por qué no encuentras mercado y público? Porque empezaste con una idea que supuestamente era novedosa, pero será novedosa para otros mercados, no para algo tradicional como nosotros. Ahora, muchos apuestan por negocios virtuales, negocios de e-commerce, plataformas de e-commerce. Pero al final eso es transformación y comercialización de productos. Los traigo de China y los vendo acá. Entonces, para eso necesito estudiar cinco años de universidad.

9. Desde la oficina que dirige, ¿Cómo se puede promover el emprendimiento, o cómo promueven el emprendimiento de jóvenes universitarios?

A ver, mi oficina tiene que ver mucho con el tema de profesores, más que con alumnos. Yo veo el tema de profesores. Desde la oficina de los departamentos académicos, lo que hacemos es conseguir profesores con experiencia en cada uno de los cursos. Tenemos un curso de emprendimiento, entonces tenemos que traer a un profesor que, al menos, tenga un emprendimiento. Tenemos un curso que tiene que ver con gestión del recurso humano. Hay que tener un profesor especialista en recursos humanos. Desde la gestión del departamento lo que tratamos de hacer es traer docentes que tengan un equilibrio entre la parte de la academia y la parte empresarial. Algo así no quiero poner ejemplos, pero en mi caso estoy en la academia y estoy en el campo. Tengo muchos profesores que trabajan en diferentes empresas y vienen y hacen sus horas académicas. Y ese conocimiento de afuera, volcado en un aula de clase, pues enriquece mucho el conocimiento, la parte práctica, la parte del día a día, esos problemas del día a día que tenemos en las empresas, pues se transmite en el aula, y eso enriquece mucho la cátedra dinámica que se pueda tener en un curso.

Entrevista Dr. Abraham Arturo Pacheco Oviedo

Investigador: Buenas tardes estimado Dr. Abraham. Gracias por participar en esta entrevista sobre el emprendimiento en jóvenes universitarios siendo parte de nuestra investigación en la Universidad Católica de Santa María.

a. Consentimiento Informado

Investigador: Antes de comenzar, nos gustaría obtener su consentimiento para grabar esta entrevista o tomar notas detalladas. La información que proporcione se utilizará únicamente para fines de investigación. ¿Está de acuerdo con esto?

Respuesta: Sí

b. Presentación del Investigador

Investigador: Para comenzar, ¿Le importaría contarnos un poco sobre usted y su experiencia en la Universidad Católica de Santa María?

Mi nombre es Abraham Pacheco Oviedo soy docente de la carrera profesional de Ingeniería Industrial, como docente estoy a cargo de varios alumnos a partir del 2001 que es mi fecha de ingreso a la Universidad hasta la actualidad, aparte he estado en otros cargos administrativos, por ejemplo, he sido director de la escuela de Ingeniería Industrial, jefe departamento de la Facultad de ingenierías y actualmente estoy como jefe de la oficina de calidad.

Ahora abordaremos las preguntas de fondo las cuales son:

1. En su opinión, ¿cómo los factores socioeconómicos influyen la disposición emprendedora de los estudiantes universitarios?

Considero que los factores económicos tienen una influencia en la investigación e innovación en emprendimiento hasta cierto punto porque creo que las personas que tienen un nivel socioeconómico A y B realmente son influenciados por la familia a crear cosas nuevas o innovar, lo que no ocurre de repente en otros segmentos económicos. Sin embargo, en otros segmentos existen jóvenes innovadores y emprendedores que ven como experiencia la parte familiar y que su familia por ejemplo sin tener alguna formación académica o profesional, ellos se dedican al comercio y eso es tiene mucha facilidad también para crear negocios o emprender nuevas cosas.

2. Desde su perspectiva, ¿cómo afecta la formación académica al desarrollo de la disposición emprendedora en los estudiantes universitarios?

Desde mi perspectiva, considero que la formación académica, adolece la acción de incentivar a los estudiantes a innovar, porque realmente el plan de estudios está orientado a cumplir competencias que buscan que el egresado se ubique en una empresa trabajando de manera dependiente sin inculcar dentro de los planes de estudio a que ellos puedan crear empresas e innovar, a realizar trabajos independientes y que al final le desea beneficioso para ellos. Entonces desde mi perspectiva académica, considero que los planes de estudios deben tener algunas asignaturas que permitan realizar innovación, creatividad, involucrar a los alumnos para que creen cosas nuevas y que eso al final les permita tener una un trabajo independiente, porque hemos visto que cada vez las empresas están topadas, no hay empleo y los chicos cuando terminan tienen problemas para colocarse realmente en un centro de trabajo.

3. ¿Cómo relaciona la disposición emprendedora con la capacidad de innovación y creatividad, desde su punto de vista?

La disposición emprendedora está conectada a la capacidad de innovación. Por lo cual creo que ambas están relacionadas, ya que, si alguien puede innovar, esa innovación puede convertirse en una capacidad de emprendimiento, por ello considero que están vinculadas, y la innovación va a concluir de repente en un emprendimiento.

4. ¿Hay algún aspecto que, basado en su experiencia, no se esté abordando y que debería ser considerado en la investigación actual?

Considero que uno de los factores determinantes es aversión al riesgo, porque toda persona con una formación familiar, su aversión al riesgo es el temor que nosotros siempre vamos a tener a emprender o fracasar y considero que es un factor determinante para que no emprender, y continuemos con la misma rutina y haciendo lo mismo y yo lo digo por experiencia propia, ya que, yo desde hace mucho tiempo atrás trabajaba en una empresa y vivía muchas experiencias de emprendimientos, donde la empresa daba financiamiento y estos financiamientos eran para empresas nuevas, emprendimientos y emprendedores, por ejemplo, de confecciones de diversos tipos de negocios. Y yo tenía la idea de comprar una maquinaria para hacer un taller de confecciones y lo dejé pasar y siempre con el temor de que podía fracasar. Al final conocí a una amiga que trabajaba como operaria cuando yo trabajaba en Franky Ricky, pero liquidaron en la empresa y ella le compró maquinaria a esta empresa y puso su taller y ahora tiene una empresa exportadora muy grande y le va muy bien, entonces yo pienso que siempre hay ese temor al fracaso, donde se limita mucho las cosas y sobre todo cuando una persona esta cómoda en su trabajo, no busca crear algo nuevo porque te sientes conforme con lo que tienes. Hay muchos casos de gerentes exitosos dentro de una empresa grande pero que nunca han puesto una un negocio de manera independiente, aun conociendo todo el know-how, entonces considero que un factor importante es la aversión al riesgo.

5. Según su punto de vista, ¿cuáles son los principales desafíos que enfrentan los estudiantes de 4to y 5to año al embarcarse en iniciativas emprendedoras?

Creo que los principales desafíos en el caso de innovación y emprendimiento es el temor al éxito. Y como comentario adicional yo conozco alumnos egresados de la Universidad que no eran uno de los primeros puestos, pero ellos han creado su propio negocio y que les va muy bien teniendo éxito.

Entonces es aprender a distinguir porque cuando uno tiene un negocio propio, tú trabajas para fortalecer eso, en cambio cuando tú trabajas para una empresa eres dependiente, lo único que puedes hacer es escalar dentro de esa empresa en cambio, con un negocio propio es diferente.

6. ¿Cómo puede el entorno universitario fomentar la creatividad e innovación entre los estudiantes para fortalecer su disposición emprendedora?

Considero que para la universidad un buen punto de partida sería la modificación de los planes de estudio, donde exista una secuencia de asignaturas que fortalezcan la creatividad, innovación y emprendimiento, por ejemplo desde la carrera de Ingeniería Industrial, hace algún, se asignó un curso en el octavo semestre, que era ingeniería de producto en donde se

realiza hasta hoy la innovación y creatividad para que los estudiantes puedan desarrollar productos y crear cosas nuevas y considero que después debe tener otro curso en semestres previos el cual si está actualmente, llamado innovación y desarrollo, adicionalmente considero que los cursos deben de tener en cuenta puntos de investigación porque yo no puedo innovar en algo que se me antoje, tengo que investigar cuáles son las necesidades que puede haber en un entorno para poder innovar o emprender, pero sí considero que se deben incluir en todos los planes de estudio de las carreras de la universidad y aparte de eso fortalecer con talleres, llevar a la práctica la innovación.

7. ¿Ha observado programas o iniciativas específicas que sean exitosas en estimular el espíritu emprendedor en estudiantes universitarios?

He sido testigo de varias iniciativas, por ejemplo, conozco al ingeniero José Esquicha, quien ha trabajado con la incubadora de la Universidad. Hace algunos años yo participe en un programa, donde se trabajaba con emprendimientos formado por emprendedores venezolanos. Por otro lado, considero que la Universidad debería crear un centro de innovación, donde sea conducido líder en temas de innovación.

8. ¿De qué manera los factores emocionales pueden actuar como impulsores u obstáculos para el espíritu emprendedor en el ámbito universitario, según su experiencia?

Considero que las emociones son importantes, cuando uno está desmotivado le va a afectar y no podrá ser creativo. Es importante que uno este inspirado porque es valioso no tener una inspiración permanente.

9. Desde la oficina que dirige ¿Como se puede promover el emprendimiento en jóvenes universitarios?

Considero que desde calidad se puede fomentar y apoyar a las áreas adecuadas para impulsar, como las académicas y el vicerrectorado de investigación, entonces aquí en la oficina básicamente nos centramos en lo que son los procesos de gestión y considero que a partir de la oficina se podría proponer algunos procesos para fortalecer la innovación, pero desarrollado en las escuelas y fomentando nuevos programas de estudios junto con talleres.

Entrevista Dr. Gonzalo Dávila del Carpio

Investigador: Buenas tardes estimado Dr. Gonzalo. Gracias por participar en esta entrevista sobre el emprendimiento en jóvenes universitarios siendo parte de nuestra investigación en la Universidad Católica de Santa María.

a. Consentimiento Informado

Investigador: Antes de comenzar, nos gustaría obtener su consentimiento para grabar esta entrevista o tomar notas detalladas. La información que proporcione se utilizará únicamente para fines de investigación. ¿Está de acuerdo con esto?

Respuesta: Sí

b. Presentación del Investigador

Investigador: Para comenzar, ¿Le importaría contarnos un poco sobre usted y su experiencia en la Universidad Católica de Santa María?

Soy docente principal en de las cátedras de Química, Farmacia Clínica y Biofarmacia y Farmacocinética en la Universidad Católica de Santa María, además soy docente de la Escuela de Postgrado de la UCSM. He tenido el cargo de Vicerrector de Investigación de la UCSM entre enero del 2015 a enero del 2020.

He sido conferencista representante del Perú (sector académico) en el Seminario de FEALAC (Foro de Cooperación entre Asia del Este y Latinoamérica) para la cooperación entre la Industria y la Academia, llevado a cabo en Seúl – Corea en el 2015. También he sido miembro del Comité Científico en Enfermedades Metabólicas de la Asociación China de Medicina Tradicional desde diciembre del 2017, incorporado en el marco del V Congreso Mundial de Medicina Integrativa llevado a cabo en Dong guang – Guandong, China. Y bueno en temas de investigación, he realizado diversos trabajos de investigación, tal como: “Influencia de la Coadministración de la Gentamicina sobre la Farmacocinética de la Ceftriaxona”, que ganó el premio nacional Hipólito Unánue al mejor trabajo de investigación científica categoría profesionales en el año 2005, y cuya ampliación con la aplicación clínica, ganó un poster award en el III Congreso Internacional de Farmacología y Terapéutica desarrollado en La Habana – Cuba en el 2007.

Ahora abordaremos las preguntas de fondo las cuales son:

1. En su opinión, ¿cómo los factores socioeconómicos influyen la disposición emprendedora de los estudiantes universitarios?

El tema central es que los estudiantes universitarios tienen un enorme potencial, entonces no podemos tratar a todos de la misma manera porque desde el punto de vista socioeconómico vas a tener estratos diferentes, por lo cual considero que los chicos que tienen menor capacidad económica adquisitiva, por ejemplo, buscan desarrollar más a través de emprendimientos, es decir poner en práctica sus opiniones sus ideas y plasmarlas a través de los emprendimientos, porque ellos no tienen la capacidad de hacer una inversión, lo que no sucede con las personas de niveles socioeconómicos altos y que también están en universidades, porque ellos tienen la capacidad económica de hacer sus emprendimientos solos, entonces considero que esa es una diferencia sustancial y además, por ejemplo, hoy en día el tema de capacitación resulta

fundamental, o sea un estudiante que no hace una maestría, doctorado o un MBA, va a tener una desventaja competitiva en relación a los que sí los han hecho, entonces los jóvenes que tienen capacidad socioeconómica baja van a tener el financiamiento a través de becas o que esos emprendimientos sean exitosos y después van a tener esa capacitación. A diferencia de los estratos superiores, porque ellos van directamente a hacer sus posgrados, entonces si hay una diferencia sustancial en función del estrato, pero que todos tienen ideas emprendedoras, innovadoras y disruptivas, todos los tienen.

2. Desde su perspectiva, ¿cómo afecta la formación académica al desarrollo de la disposición emprendedora en los estudiantes universitarios?

Lamentablemente tenemos una mala costumbre, somos básicamente repetidores de conceptos en la formación universitaria fundamentalmente y eso tiene que cambiar radicalmente, pero eso tiene que cambiar radicalmente desde los docentes, ellos son los que tienen de alguna manera que guiar orientar para que esos chicos puedan tener sus ideas emprendedoras, puedan desarrollar sus startups o spin offs, etcétera. Pero ¿qué pasa si el docente está acostumbrado a un entorno básico y no hace esas cosas? Definitivamente esos estudiantes tampoco van a tener esas iniciativas, entonces lo primero que habría que hacer, es cambiar el paradigma de los docentes o que haya un grupo de docentes que de alguna manera vayan incentivando este cambio de mentalidad para que los estudiantes tiendan a tener esa mentalidad disruptiva, ya que si vamos a hacer más de lo mismo nunca vamos a cambiar definitivamente.

3. ¿Cómo relaciona la disposición emprendedora con la capacidad de innovación y creatividad, desde su punto de vista?

Los emprendimientos no pueden ser ideas ya hechas, siempre deben ser nuevas, disruptivas, que cambian paradigmas y que deben cambiarse totalmente, pues de lo contrario ese emprendimiento tiende a fracasar porque hay otras personas que lo hicieron. Sobre todo, eso se ve mucho en el spin off, porque tienen mucho de base tecnológica y repetir lo mismo, a veces no tiene sentido, entonces esa capacidad creativa e innovadora son de los estudiantes y debe ser aplicada en esos nuevos emprendimientos.

4. ¿Hay algún aspecto que, basado en su experiencia, no se esté abordando y que debería ser considerado en la investigación actual?

Aquí hay un tema central, la diferencia entre las ciencias duras y ciencias blandas, entonces para esto yo creo que debe haber una articulación y considerar procesos de enseñanza y aprendizaje nuevos que cambien esa concepción de la enseñanza tradicional, por ejemplo uno de ellos es el steam, el cual tiene muchas ventajas porque hace que los jóvenes desarrollen sus

capacidades abiertamente, pero no solamente se relaciona con el tema de las ciencias duras, en cambio estamos hablando de ciencia, tecnología, ingeniería, artes y matemáticas, entonces ellos a través de la expresión artística pueden desarrollar tecnología pero hay que tener la suficiente capacidad para guiarlos en ese sentido y que esas ideas puedan ser plasmadas entonces el desarrollo de estas capacidades yo considero que son fundamentales.

5. Según su punto de vista, ¿cuáles son los principales desafíos que enfrentan los estudiantes de 4to y 5to año al embarcarse en iniciativas emprendedoras?

Considero que se debe de dar estímulo a los estudiantes desde el comienzo. Ya que los estudiantes de 4to y 5to año ya tienen algo más definido, teniendo otro tipo de procesos y viendo como titularse, entonces hay que empezar antes definitivamente, con los chicos de cuarto y quinto tratar de guiarlos y orientarlos, pero es mucho más complicado porque ellos ya tienen un criterio formado, un camino ya seguido.

6. ¿Cómo puede el entorno universitario fomentar la creatividad e innovación entre los estudiantes para fortalecer su disposición emprendedora?

Apoyarlos, un claro ejemplo es el programa semilleros dirigido a estudiantes, donde la mayoría de participación es de los estudiantes de primeros años. Adicional a ello, considero que debería haber programas para colegios para fomentar esos temas de investigación e innovación, porque eso va a permitir que germine esa semilla y que posteriormente los chicos puedan desarrollar mejor y poder aplicar sus ideas emprendedoras.

Por lo cual, en este proceso los semilleros es el punto de partida, pero luego está la incubadora, porque la incubadora es la que va a permitir en la primera etapa, una pre incubación de las ideas, para darles forma para ir las puliendo con la ayuda de expertos y luego empieza una etapa de incubación y ayudarlos a obtener esos capitales semilla que son importantes para finalmente entrar a la aceleración y que pueda terminar el modelo de negocio exitoso.

7. ¿Ha observado programas o iniciativas específicas que sean exitosas en estimular el espíritu emprendedor en estudiantes universitarios?

En la universidad inicio hace muchos años cuando se tenía CICA, en alianza con Equipu. Equipu es la red de semilleros propiamente de la PUC. Posteriormente se comenzó a trabajar en el tema de la incubadora, lamentablemente la historia de la incubadora no ha sido la más propicia, creo que después de tres o cuatro intentos logramos el financiamiento, porque eso es una limitante, la situación era que si nosotros queríamos como Universidad presentar las ideas innovadoras de los estudiantes a un fondo para buscar subvención, solamente reconocían aquellas que provenían de incubadoras que estaban de acreditadas por Innovate, lo cual creo que era totalmente discriminatorio.

Entonces, solamente aquellos proyectos que venían desarrollándose a partir de incubadoras entre comillas acreditadas, eran los que eran aceptados, entonces desde el punto de vista competitivo, teníamos una gran desventaja con las otras incubadoras. Pese a ello había muchos proyectos que nacieron aquí, en la incubadora Innicia.

8. ¿De qué manera los factores emocionales pueden actuar como impulsores u obstáculos para el espíritu emprendedor en el ámbito universitario, según su experiencia?

Las ideas de los jóvenes tienen que tratar de plasmarlas, entonces eso los hace pensar diferente porque tienen necesidades que cubrir por lo tanto tratan de alguna manera, llevarlas adelante. Considerando que hay ideas e ideas o hay emprendimientos y emprendimientos. Eso hay que tenerlo claro y para eso se necesita una guía específica, por lo cual, yo creo que más bien lo que debemos tratar es de que esto se convierta en un estímulo para que esos jóvenes puedan desarrollar su creatividad y su mente disruptiva.

9. Desde la oficina que dirige ¿Cómo se puede promover el emprendimiento en jóvenes universitarios?

El tema de emprendimientos con coordinación internacional, puesto que yo estoy a cargo de lo que vienen a ser los proyectos internacionales. Entonces, afuera hay muchos ecosistemas que son realmente impresionantes, pero no los estamos aprovechando lamentablemente, porque estamos teniendo una visión muy endogámica, muy cerrada aquí y eso es lo que tenemos que cambiar, no solamente a un modelo sino a diferentes modelos, porque es así como se mueve el mundo.

Dr. Máximo Orlando Mario Rondón Rondón

Investigador: Buenas tardes estimado Dr. Máximo. Gracias por participar en esta entrevista sobre el emprendimiento en jóvenes universitarios siendo parte de nuestra investigación en la Universidad Católica de Santa María.

a. Consentimiento Informado

Investigador: Antes de comenzar, nos gustaría obtener su consentimiento para grabar esta entrevista o tomar notas detalladas. La información que proporcione se utilizará únicamente para fines de investigación. ¿Está de acuerdo con esto?

Respuesta: Sí

b. Presentación del Investigador

Investigador: Para comenzar, ¿Le importaría contarnos un poco sobre usted y su experiencia en la Universidad Católica de Santa María?

Soy ingeniero economista, tengo una maestría en Ciencias Sociales con especialidad en Derecho de la Integración, además tengo un doctorado en Ciencias Sociales. He sido decano de la Facultad de Ciencias e Ingenierías Físicas y Formales, he sido jefe de Departamento de la Facultad de Ciencias e Ingenierías Físicas y Formales, y además ocupe el puesto de director de la Escuela Profesional de Ingeniería de Minas. Actualmente soy decano de la Facultad de Ciencias e Ingenierías Físicas y Formales y Vicerrector de Investigación en la Universidad Católica de Santa María.

Ahora abordaremos las preguntas de fondo las cuales son:

1. En su opinión, ¿Cómo los factores socioeconómicos influyen la disposición emprendedora de los estudiantes universitarios?

Los factores socioeconómicos impactan considerablemente en la inclinación hacia el emprendimiento de los estudiantes universitarios. Aquellos que provienen de contextos socioeconómicos más privilegiados tienden a contar con más recursos financieros, redes de contactos y apoyo familiar, lo que les facilita asumir riesgos y realizar inversiones iniciales en sus proyectos emprendedores. En contraste, los estudiantes de entornos menos favorecidos pueden enfrentarse a obstáculos como la falta de capital inicial, acceso limitado a mentores o modelos a seguir, y mayores responsabilidades financieras personales, lo que puede dificultar su capacidad para emprender.

2. Desde su perspectiva, ¿Cómo afecta la formación académica al desarrollo de la disposición emprendedora en los estudiantes universitarios?

La educación académica es fundamental para fomentar la inclinación hacia el emprendimiento. Los programas educativos que ofrecen cursos en áreas como emprendimiento, administración de empresas, innovación y liderazgo permiten a los estudiantes adquirir conocimientos esenciales y habilidades prácticas necesarias para iniciar y manejar sus propios negocios. Asimismo, la exposición a estudios de caso, proyectos reales y la interacción con emprendedores exitosos en el entorno universitario puede inspirar y motivar a los estudiantes a desarrollar una mentalidad emprendedora.

3. ¿Cómo relaciona la disposición emprendedora con la capacidad de innovación y creatividad, desde su punto de vista?

La disposición emprendedora está fuertemente relacionada con la capacidad de innovar y ser creativo. Los emprendedores exitosos suelen ser aquellos que identifican oportunidades únicas, generan ideas novedosas y desarrollan soluciones creativas a problemas actuales. La

creatividad es crucial para la generación de ideas, mientras que la innovación se enfoca en llevar esas ideas a la práctica en forma de productos o servicios viables. Promover un entorno que estimule la creatividad y ofrezca herramientas para la innovación es esencial para fomentar una mentalidad emprendedora en los estudiantes.

4. ¿Hay algún aspecto que, basado en su experiencia, no se esté abordando y que debería ser considerado en la investigación actual?

Un aspecto que podría no estar siendo suficientemente considerado es el impacto de la cultura local y regional en la inclinación emprendedora. Las actitudes hacia el emprendimiento pueden variar notablemente según el contexto cultural, por lo que es crucial analizar cómo las normas, valores y expectativas sociales influyen en la decisión de los estudiantes de iniciar sus propios negocios. Además, la investigación se enriquecería con un enfoque en la resiliencia y la capacidad para enfrentar el fracaso, ya que estos son factores fundamentales en el recorrido emprendedor.

5. Según su punto de vista, ¿cuáles son los principales desafíos que enfrentan los estudiantes de 4to y 5to año al embarcarse en iniciativas emprendedoras?

Los estudiantes se enfrentan a varios desafíos principales, como la falta de experiencia práctica, el acceso limitado a financiamiento y la dificultad de gestionar el tiempo entre sus responsabilidades académicas y sus proyectos emprendedores. Además, la incertidumbre y el miedo al fracaso pueden ser barreras significativas. La creación de una red de contactos y la búsqueda de mentores adecuados también representan retos importantes, ya que estos elementos son esenciales para el desarrollo y crecimiento de un nuevo negocio.

6. ¿Cómo puede el entorno universitario fomentar la creatividad e innovación entre los estudiantes para fortalecer su disposición emprendedora?

El entorno universitario puede promover la creatividad y la innovación mediante la creación de espacios específicos para el desarrollo de proyectos, como laboratorios de innovación y centros de emprendimiento. Es esencial fomentar una cultura de colaboración interdisciplinaria, donde estudiantes de distintas áreas trabajen juntos en proyectos comunes. Organizar hackáthones, competencias de emprendimiento y talleres sobre creatividad e innovación son estrategias efectivas para estimular estas habilidades. Además, ofrecer programas de mentoría y conectar a los estudiantes con emprendedores exitosos puede brindar la inspiración y el apoyo necesarios.

7. ¿Ha observado programas o iniciativas específicas que sean exitosas en estimular el espíritu emprendedor en estudiantes universitarios?

Sí, hay varios programas e iniciativas que han demostrado ser efectivos en fomentar el espíritu emprendedor. Las incubadoras y aceleradoras universitarias, que proporcionan recursos, mentoría y financiamiento inicial, son especialmente exitosas. Programas como concursos de planes de negocios y ferias de innovación permiten a los estudiantes presentar sus ideas y recibir retroalimentación constructiva. Además, las pasantías en startups y las colaboraciones con empresas del sector privado ofrecen experiencias prácticas valiosas. Ejemplos de esto se pueden encontrar en instituciones como el MIT con su Martin Trust Center for MIT Entrepreneurship o la Universidad de Stanford con su programa StartX.

8. ¿De qué manera los factores emocionales pueden actuar como impulsores u obstáculos para el espíritu emprendedor en el ámbito universitario, según su experiencia?

Los factores emocionales son fundamentales en el espíritu emprendedor. La pasión, la autoconfianza y la resiliencia son impulsores esenciales que motivan a los estudiantes a comenzar y continuar con sus iniciativas emprendedoras. Sin embargo, el temor al fracaso, la ansiedad y la falta de confianza en sí mismos pueden representar obstáculos importantes. Por ello, es crucial que las universidades brinden apoyo emocional y psicológico, así como programas que promuevan una mentalidad de crecimiento y la capacidad de aprender de los errores.

9. Desde la oficina en la que trabajas, ¿Cómo se puede promover el emprendimiento, o cómo promueven el emprendimiento de jóvenes universitarios?

Desde la oficina de investigación, fomentamos el emprendimiento mediante diversas iniciativas. Organizamos talleres y seminarios sobre temas cruciales de emprendimiento, facilitamos la participación en concursos y ferias de innovación, y brindamos acceso a mentores y expertos de la industria. También promovemos la colaboración interdisciplinaria para que los estudiantes desarrollen proyectos conjuntos que combinen diferentes perspectivas y habilidades. Además, trabajamos en incubadora Innicia y junto con Equipu Santa María para proporcionar recursos y apoyo continuo a los emprendedores en sus primeras etapas.