

Universidad Católica de Santa María

Escuela de Postgrado

Maestría en Administración de Negocios



**ACTITUD HACIA LA CONDUCTA, NORMA SUBJETIVA Y AUTOEFICACIA
EMPREENDEDORA COMO FACTORES DE LA INTENCIÓN EMPREENDEDORA
DE LOS ESTUDIANTES DEL X SEMESTRE DE LA ESCUELA PROFESIONAL
DE INGENIERÍA MECÁNICA, MECÁNICA - ELÉCTRICA Y MECATRÓNICA DE
UCSM, AREQUIPA 2017.**

Tesis presentada por:

Alvares, Raissa

Para optar el Grado Académico de:

Maestro en Administración de Negocios

Asesor:

Dr. Delgado Nieto, John Alex

Arequipa - Perú

2018

DICTAMEN DE PLAN DE TESIS

Arequipa 08 de enero del 2018

Señor
Doctor Hugo tejada Pradell
Director de la Escuela de Postgrado de la Universidad Católica de Santa María


Ref. Dictamen del Plan de Tesis cuyo expediente es Nº 20170000056819

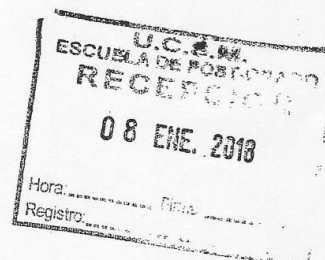
De mi mayor consideración:

Me es grato dirigirme a usted para saludarlo y manifestarle que habiéndose revisado el Plan de Tesis Doctoral Titulado "ACTITUD HACIANLA CONDUCTA, NORMA SUBJETIVA Y AUTOEFICACIA EMPRENDEDORA COMO FACTORES DE LA INFECCION EMPRENDODRA DE LOS ESTUDIANTES DEL X SEMENTRE DE LA ESCUELA PROFECIONAL DE INGENIERIA MECANICA, MECANICA ELECTRICA Y MECATRONICA DE UCSM, AREQUIPA 2017", presentado por el Bachiller, ALVAREZ, Raissa Mijailovna; soy de la siguiente opinión que opinión que la tesis cumple con los requisitos mínimos indispensables para su respectiva sustentación.

Sin otro particular le hago llegar mi más alta estima personal.

Atentamente,


Dr. Jhon Ricardo Loayza Borja
Jurado Dictaminador



A : Dr. Hugo Tejada Pradell
Director de la Escuela de Postgrado UCSM

De : Dr. Glenn Arce Larrea

TRABAJO DICTAMINADO : Proyecto de Tesis: "ACTITUD HACIA LA CONDUCTA, NORMA SUBJETIVA Y AUTOEFICACIA EMPRENDEDORA COMO FACTORES DE LA INTENCION EMPRENDEDORA DE LOS ESTUDIANTES DEL X SEMESTRE DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERIA MECANICA, MECANICA-ELECTRICA Y MECATRONICA DE UCSM, AREQUIA 2017"


PRESENTADO POR : ALVAREZ, Raisa Mijailovna

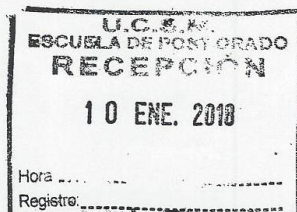
FECHA : Arequipa, enero 8 del 2018

De mi especial consideración

Es grato dirigirme a Usted con el objeto de hacerle conocer que luego de revisar el proyecto tesis: "ACTITUD HACIA LA CONDUCTA, NORMA SUBJETIVA Y AUTOEFICACIA EMPRENDEDORA COMO FACTORES DE LA INTENCION EMPRENDEDORA DE LOS ESTUDIANTES DEL X SEMESTRE DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERIA MECANICA, MECANICA-ELECTRICA Y MECATRONICA DE UCSM, AREQUIA 2017" podemos sugerir que pase a la siguiente fase.

Atentamente


Glenn Arce Larrea



Arequipa, 11 de abril del 2018

Señor:

Dr. Hugo Tejada Pradell
Director de la Escuela de Postgrado
Universidad Católica de Santa María
Presente.-

De mi especial consideración

Por medio del presente emito el dictamen correspondiente en atención a la Boleta N° 250 de nombramiento de Jurado Dictaminador.

Borrador de Tesis : "ACTITUD HACIA LA CONDUCTA, NORMA SUBJETIVA Y AUTOEFICACIA EMPRENDEDORA COMO FACTORES DE LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA DE LOS ESTUDIANTES DEL X SEMESTRE DE LA ESCUELA DE INGENIERÍA MECÁNICA, MECÁNICA – ELÉCTRICA Y MECATRÓNICA DE UCSM, AREQUIPA, 2017"

Presentado por el (a) Bachiller : ALVAREZ, Raissa Mijailovna

Para optar el Grado Académico de : MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS

Dictamen : Aprobado

Atentamente



Dr. John A. Delgado Nieto

EPIGRAFE

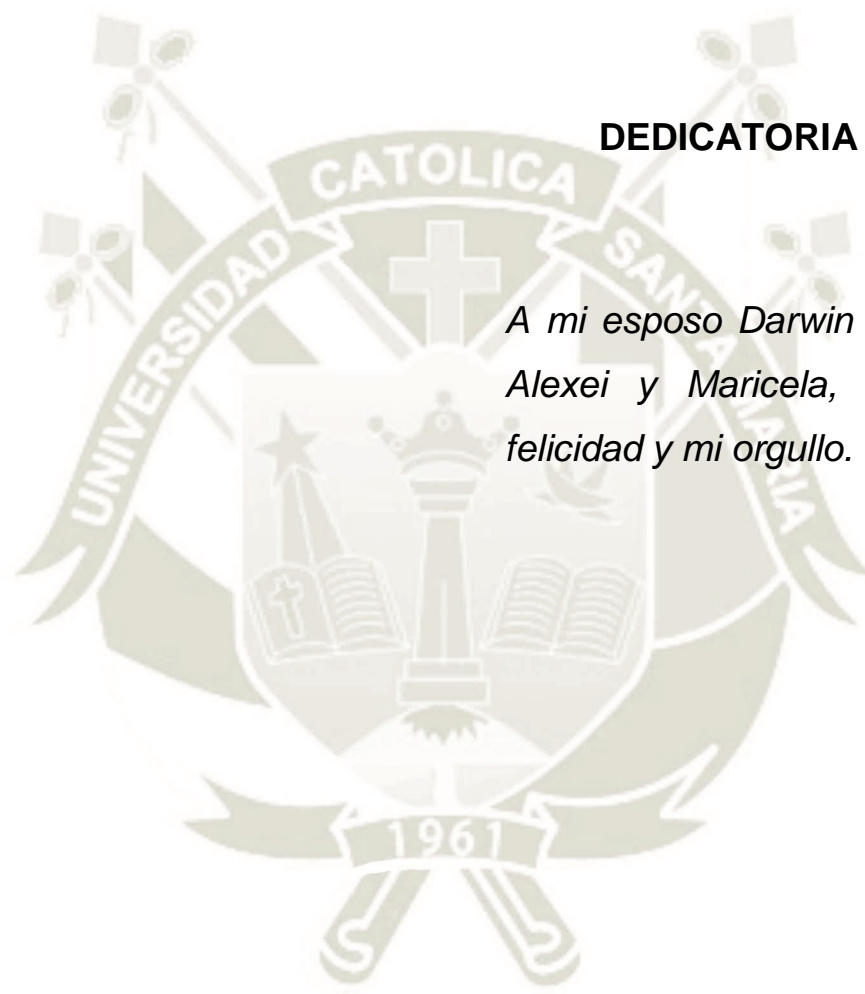
*“Nunca andes por el camino trazado, pues te conducirá únicamente
hacia donde los otros fueron”.*

Graham Bell



DEDICATORIA

*A mi esposo Darwin y a mis hijos
Alexei y Maricela, que son mi
felicidad y mi orgullo.*



AGRADECIMIENTOS

A mi familia, por apoyarme y alentarme en todo momento.

A los docentes de la Escuela de Post Grado de UCSM, por compartir sus conocimientos y experiencias.



RESUMEN

Dada la creciente importancia de la actividad emprendedora en el desarrollo económico de un país, es necesario que la universidad y las escuelas profesionales participen activamente en el fomento del espíritu emprendedor en sus estudiantes. En particular, las carreras de ingenierías deben complementar el potencial técnico de sus estudiantes con el potencial empresarial.

El propósito de este trabajo de investigación es determinar la intención emprendedora de los estudiantes del X semestre de la Escuela Profesional de Ingeniería Mecánica, Mecánica – Eléctrica y Mecatrónica de la Universidad Católica de Santa María de Arequipa y su relación con la actitud hacia el emprendimiento, la norma subjetiva y la autoeficacia emprendedora. Como resultado, los estudiantes mostraron altos niveles de intención de crear en el futuro una empresa propia. Además, se determinó que la actitud hacia el emprendimiento, la autoeficacia emprendedora y la norma subjetiva influyen positivamente sobre la intención emprendedora de los estudiantes.

En concordancia con las conclusiones, se han elaborado las recomendaciones para apoyar y fortalecer la intención emprendedora de los estudiantes de la mencionada Escuela Profesional.

Palabras clave: emprendimiento, intención emprendedora, actitud hacia el emprendimiento, autoeficacia emprendedora.

ABSTRACT

Given the growing importance of entrepreneurial activity in the economic development of a country, it is necessary that university and undergraduate programs actively participate in the promotion of entrepreneurial spirit in their students. In particular, engineering schools should complement the technical potential of their students with business potential.

The purpose of this research is to determine the entrepreneurial intention of students of the last semester of the School of Mechanical, Mechanical - Electrical and Mechatronic Engineering at Universidad Católica de Santa María in Arequipa, and its relationship with the attitude towards entrepreneurship, subjective norms and entrepreneurial self-efficacy. As a result, students showed high levels of intention to create their own company in the future. In addition, it was determined that the attitude toward entrepreneurship, entrepreneurial self-efficacy and subjective norms, positively influence the entrepreneurial intention of students.

In line with the conclusions, recommendations have been prepared to support and strengthen the entrepreneurial intention of students of the aforementioned undergraduate program.

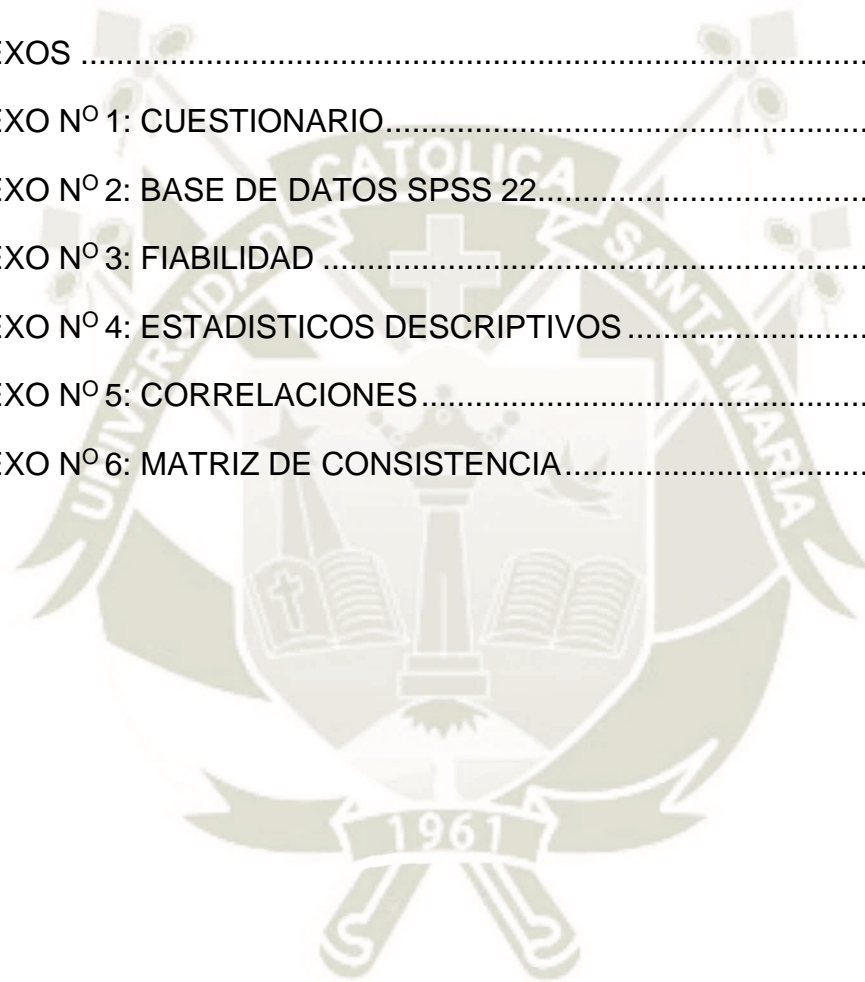
Keywords: entrepreneurship, entrepreneurial intention, attitudes towards entrepreneurship, entrepreneurial self-efficacy.

ÍNDICE

INDICE DE TABLAS.....	xiii
INDICE DE FIGURAS	xiv
INTRODUCCIÓN.....	xv
CAPITULO I Planteamiento teórico	1
1.1 Planteamiento del problema.....	1
1.2 Descripción del problema	1
1.2.1 Campo, área y línea de investigación.....	2
1.2.2 Análisis de las variables.....	2
1.2.3 Interrogantes de investigación	3
1.2.4 Tipo y nivel de investigación	3
1.2.5 Justificación del problema.....	4
1.3 Objetivos de la investigación	5
1.3.1 Objetivo General	5
1.3.2 Objetivos Específicos.....	5
1.4 Hipótesis.....	5
1.4.1 Hipótesis General:	5
1.4.2 Hipótesis Específicos:.....	6
CAPITULO II Marco teórico	7
2.1 Emprendimiento	7
2.1.1 Concepto y definición.....	7
2.1.2 Importancia de emprendimiento	8
2.1.3 Educación universitaria en emprendimiento	9
2.2 Intención emprendedora.....	11

2.3	Actitud hacia la conducta emprendedora	13
2.4	Norma Subjetiva	13
2.5	Autoeficacia emprendedora.....	14
2.6	Antecedentes de investigación.....	15
2.7	Escuela Profesional de Ingeniería Mecánica, Mecánica-Eléctrica y Mecatrónica.....	18
2.7.1	Visión y misión	19
2.7.2	Objetivos.....	20
2.7.3	Perfil de egreso.....	20
2.7.4	Malla curricular del X semestre de EPIMMEM.....	21
2.7.5	Campo Ocupacional	22
CAPITULO III Metodología		23
3.1	Técnicas de recolección de datos	23
3.2	Instrumentos.....	24
3.3	Procedimiento de investigación.....	26
3.4	Población y muestra	27
CAPITULO IV Resultados y Discusión		28
4.1	Variables de control.....	28
4.2	Variables de investigación.....	32
4.3	Correlaciones	42
4.4	Hipótesis general:.....	44
4.5	Hipótesis específica 1:.....	45
4.6	Hipótesis específica 2:.....	45
4.7	Hipótesis específica 3:.....	46
4.8	Hipótesis específica 4:.....	47

CAPITULO V Conclusiones y Recomendaciones	48
5.1 Conclusiones.....	48
5.2 Recomendaciones.....	50
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	52
BIBLIOGRAFÍA.....	56
ANEXOS	58
ANEXO N° 1: CUESTIONARIO.....	59
ANEXO N° 2: BASE DE DATOS SPSS 22.....	61
ANEXO N° 3: FIABILIDAD	63
ANEXO N° 4: ESTADISTICOS DESCRIPTIVOS	65
ANEXO N° 5: CORRELACIONES.....	81
ANEXO N° 6: MATRIZ DE CONSISTENCIA.....	82



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Variables de la investigación.....	2
Tabla 2. Visión y misión de la EPIMMEM y de la UCSM.....	19
Tabla 3. Correlación de Pearson entre las variables de investigación.....	42
Tabla 4. Correlación de Pearson entre las variables de control y las variables de investigación.....	43
Tabla 5. Correlación entre las variables independientes y la intención emprendedora.....	44
Tabla 6. Estadísticos descriptivos de la intención emprendedora.....	45
Tabla 7. Correlación entre la actitud hacia el emprendimiento y la intención emprendedora.....	46
Tabla 8. Correlación entre la autoeficacia emprendedora y la intención emprendedora.....	46
Tabla 9. Correlación entre norma subjetiva y la intención emprendedora.....	47

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Rango de edad de los estudiantes del X semestre de la EPIMMEM.....	28
Figura 2. Género de los estudiantes del X semestre de la EPIMMEM.....	29
Figura 3. Asistencia de los estudiantes del X semestre de la EPIMMEM a algún curso de emprendimiento.....	30
Figura 4. Estudiantes del X semestre de la EPIMMEM que tienen familiares con negocio propio.....	31
Figura 5. Intención emprendedora (agrupado).....	32
Figura 6. Puntuación media de la intención emprendedora.....	33
Figura 7. Actitud hacia el emprendimiento (agrupado).....	34
Figura 8. Puntuación media de la actitud hacia el emprendimiento.....	36
Figura 9. Autoeficacia emprendedora (agrupado).....	37
Figura 10. Puntuación media de autoeficacia emprendedora.....	38
Figura 11. Norma subjetiva (agrupado).....	39
Figura 12. Puntuación media de la norma subjetiva.....	41

INTRODUCCIÓN

En el mundo actual, el cual es muy dinámico y altamente competitivo, se considera que el crecimiento económico de un país depende considerablemente del espíritu emprendedor, de la capacidad de la sociedad de generar nuevos negocios. Entre todos los factores que propician este espíritu emprendedor, se destaca la universidad como el agente impulsor de la actitud innovadora y emprendedora. Se conoce, que algunos individuos tienen las habilidades innatas de realizar actividades de emprendimiento, pero también se puede fortalecer estas habilidades en las aulas universitarias con temas referidos al emprendimiento y a la creación de empresas. Por eso es necesario estudiar y analizar las percepciones y la actitud emprendedora de los jóvenes estudiantes.

Es importante fomentar el espíritu emprendedor entre todos los estudiantes de una comunidad universitaria. Como se indica en el Libro Verde de la Comisión de las Comunidades Europeas, "... la enseñanza del espíritu empresarial no se debería reservar exclusivamente a los alumnos de máster en dirección de empresas, sino ofrecerse también a otros estudiantes. Por ejemplo, en las facultades técnicas la enseñanza del espíritu empresarial puede contribuir a la combinación del potencial empresarial y el técnico."

La formación integral de los estudiantes universitarios debe incluir el desarrollo de las capacidades características del comportamiento emprendedor, tales como la creatividad, la flexibilidad, liderazgo, trabajo en equipo, la capacidad de adaptación, toma de decisiones entre otras.

Las empresas emprendedoras están orientadas a contribuir a la resolución de los problemas de la sociedad, generando productos y ofreciendo servicios que satisfagan necesidades y agreguen valor. Y los ingenieros tienen grandes oportunidades en este campo.

Para crear una empresa propia un ingeniero emprendedor debe saber planear el camino que tiene que recorrer hasta materializar sus sueños, debe conocer a sí

mismo, sacar provecho de sus fortalezas y mitigar sus debilidades, tener ganas de ser exitoso, aprender constantemente, complementar su potencial técnico con el potencial empresarial, estar dispuesto a hacer cosas novedosas y diferentes para el beneficio de la sociedad.



CAPITULO I Planteamiento teórico

1.1 Planteamiento del problema

Actitud hacia la conducta, norma subjetiva y autoeficacia emprendedora como factores de la intención emprendedora de los estudiantes del X semestre de la Escuela Profesional de Ingeniería Mecánica, Mecánica - Eléctrica y Mecatrónica de UCSM, Arequipa 2017.

1.2 Descripción del problema

La Escuela Profesional de Ingeniería Mecánica, Mecánica – Eléctrica y Mecatrónica (EPIMMEM) de la Universidad Católica de Santa María de Arequipa fomenta en sus estudiantes interés por las ciencias naturales y la ingeniería, habilidad para percibir y solucionar los problemas, actitud proactiva hacia la investigación y preocupación por la protección del medio ambiente. Pero, dada creciente importancia de las empresas emprendedoras en el desarrollo económico del Perú y de todo el mundo, dicha Escuela Profesional debe complementar el potencial técnico de sus estudiantes con el potencial empresarial, especialmente ahora, cuando está buscando la acreditación internacional de ABET.

Este trabajo de investigación pretende determinar la intención emprendedora de los estudiantes del X semestre de la EPIMMEM y su relación con la actitud hacia la conducta, norma subjetiva y autoeficacia emprendedora, para poder así identificar las acciones a realizar orientados al fomento de espíritu emprendedor en los estudiantes.

1.2.1 Campo, área y línea de investigación.

Campo: Ciencias empresariales.

Área: Administración de negocios.

Líneas de acción: Intención emprendedora.

1.2.2 Análisis de las variables

Tabla 1. Variables de la investigación.

Tipo	Variable	Indicador	Ítems
Variables independientes	Actitud hacia emprendimiento	Enfrentarse a nuevos retos	6.1, 7.1
		Crear empleo para otras personas	6.2, 7.2
		Ser creativo e innovador	6.3, 7.3
		Asumir riesgos calculados	6.4, 7.4
		Independencia	6.5, 7.5
	Autoeficacia emprendedora	Definir la idea de negocio y la estrategia de una nueva empresa	8.1
		Mantener bajo el control el proceso de creación de una nueva empresa	8.2
		Reconocer oportunidades	8.3
		Capacidad de relacionarse	8.4
	Norma subjetiva	Familia directa	9.1, 10.1
Amigos		9.2, 10.2	
Compañeros		9.3, 10.3	

Continuación Tabla 1

Variable dependiente	Intención emprendedora	Probabilidad de llegar a crear una empresa algún día	5.1
		Disposición a esforzarse para ser empresario	5.2
		Decisión de crear una empresa en el futuro	5.3

Fuente: Elaboración propia.

1.2.3 Interrogantes de investigación

- ¿Qué relación tienen actitud hacia la conducta, norma subjetiva y autoeficacia emprendedora con la intención emprendedora de los estudiantes del X semestre de la EPIMMEM?
- ¿Cuál es la intención emprendedora de los estudiantes del X semestre de la EPIMMEM?
- ¿Qué influencia tiene la actitud hacia la conducta emprendedora sobre la intención emprendedora de los estudiantes del X semestre de la EPIMMEM?
- ¿Qué influencia tiene la autoeficacia emprendedora sobre la intención emprendedora de los estudiantes del X semestre de la EPIMMEM?
- ¿Qué influencia tiene la norma subjetiva sobre la intención emprendedora de los estudiantes del X semestre de la EPIMMEM?

1.2.4 Tipo y nivel de investigación

Tipo de investigación: No experimental - transversal

Nivel de investigación: Descriptivo correlacional

1.2.5 Justificación del problema

El dinamismo y globalización de los mercados de hoy exige a los ingenieros ser innovadores y emprendedores para estar conectado con esos cambios constantes, y, aun mejor, deben anticipar los cambios, ser creativos e ingeniosos, actuar con decisión y responsabilidad, enfrentando todo tipo de retos hasta convertir sus ideas en realidad.

Se dice que los negocios iniciados por emprendedores educados en Universidades son más propensos a tener un impacto significativo en el crecimiento económico (Robinson & Sexton, 1994). Por eso, en el ámbito académico ha surgido un creciente interés hacia el emprendimiento, destacándose algunas investigaciones sobre los factores que influyen en la formación de la intención emprendedora de los estudiantes (Shapero & Sokol, 1982; Veciana, Aponte, & Urbano, 2005, Liñán & Chen, 2009).

Conocer mejor las habilidades y las actitudes de todos los jóvenes universitarios hacia el emprendimiento puede contribuir a un diseño más adecuado de los programas de formación emprendedora que se están impulsando en muchas universidades. La justificación de estudiar a los universitarios, es porque al estar en el momento de desarrollar su carrera profesional son más abiertos a aceptar los cambios. Como indican los reportes del Global Entrepreneurship Monitor (2013), el tener un nivel mayor en educación se relaciona con una mayor tendencia a crear empresas a partir de la detección de una oportunidad, en lugar de emprender por necesidad.

Lo que se refiere a la intención emprendedora de los estudiantes de ingenierías y, en especial, de los estudiantes de la Ingeniería Mecánica, Mecánica – Eléctrica y Mecatrónica, no existen investigaciones en este campo.

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo General

Determinar si actitud hacia la conducta, norma subjetiva y autoeficacia emprendedora influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del X semestre de la EPIMMEM.

1.3.2 Objetivos Específicos

- 1) Determinar la intención emprendedora de los estudiantes del X semestre de la EPIMMEM.
- 2) Determinar la influencia de la actitud hacia la conducta emprendedora sobre la intención emprendedora de los estudiantes del X semestre de la EPIMMEM.
- 3) Determinar la influencia de la autoeficacia emprendedora sobre la intención emprendedora de los estudiantes del X semestre de la EPIMMEM.
- 4) Determinar la influencia de la norma subjetiva sobre la intención emprendedora de los estudiantes del X semestre de la EPIMMEM.

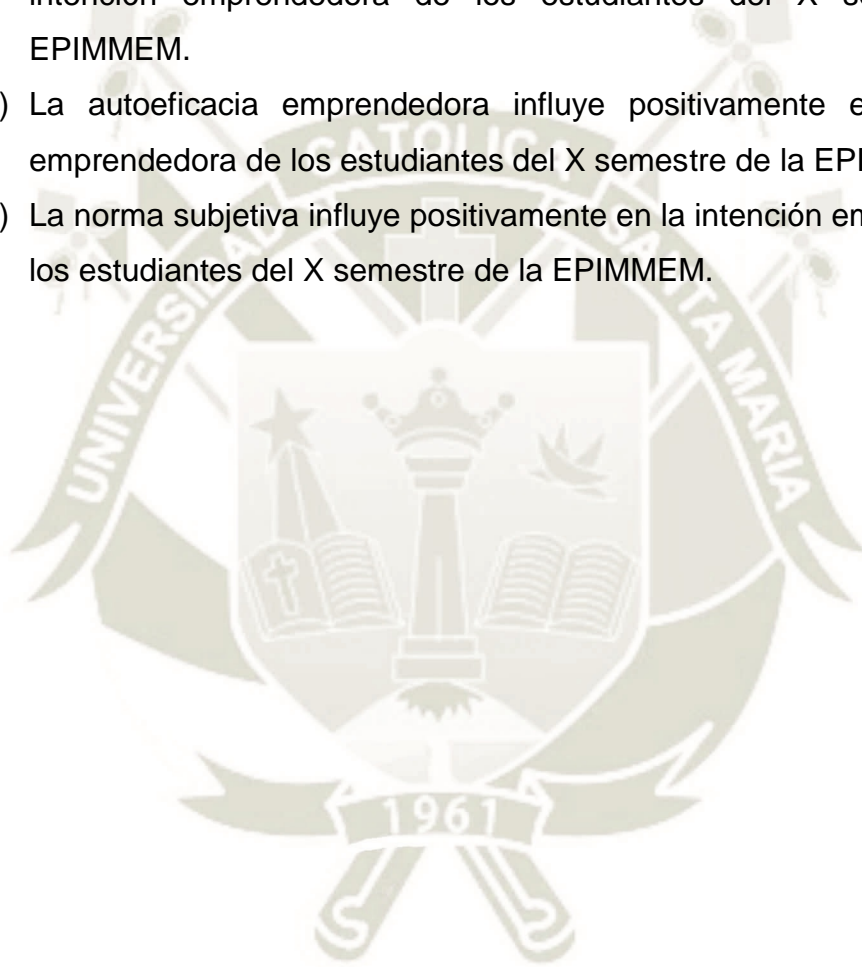
1.4 Hipótesis

1.4.1 Hipótesis General:

Basándose en la Teoría del Comportamiento Planificado de Ajzen, actitud hacia la conducta, norma subjetiva y autoeficacia emprendedora influyen positivamente en la intención emprendedora de los estudiantes del X semestre de la EPIMMEM.

1.4.2 Hipótesis Específicos:

- 1) Los estudiantes del X semestre de la EPIMMEM tienen la intención emprendedora favorable.
- 2) La actitud hacia la conducta emprendedora influye positivamente en la intención emprendedora de los estudiantes del X semestre de la EPIMMEM.
- 3) La autoeficacia emprendedora influye positivamente en la intención emprendedora de los estudiantes del X semestre de la EPIMMEM.
- 4) La norma subjetiva influye positivamente en la intención emprendedora de los estudiantes del X semestre de la EPIMMEM.



CAPITULO II Marco teórico

2.1 Emprendimiento

2.1.1 Concepto y definición

La palabra emprendimiento proviene de la palabra francés “entrepreneur”, que significa pionero, y se refiere a la capacidad de una persona para hacer un esfuerzo adicional por alcanzar una meta u objetivo, además se refiere a la persona que inicia una nueva empresa o negocio, término que después fue aplicado a empresarios que fueron innovadores o agregaban valor a un producto o proceso ya existente.

De acuerdo a Panez y Silva (2007) el emprendimiento “es una forma de ser y hacer a través de un conjunto de capacidades que impulsan... (al individuo) a interactuar productiva y constructivamente con su realidad, permitiéndole asumir un rol protagónico y construir creativamente su propio destino, afrontando las adversidades con tenacidad”. Lo más importante que se puede rescatar de esto es que las personas con capacidades emprendedoras deben buscar formas creativas de solucionar los problemas detectados, sin atender contra el medio social y cultural en que viven.

Schumpeter (1934) describió a los emprendedores como a “innovadores que buscan destruir el estatus-quo de los productos y servicios existentes para crear nuevos productos y servicios”.

Creando nuevos productos o servicios, un emprendedor busca generar el cambio, trata de responder a él y explotar todas sus oportunidades, propone soluciones a los problemas. La innovación es una herramienta específica de un emprendedor, por ende un emprendedor efectivo convierte una fuente en un recurso.

Entonces, se puede decir que el emprendimiento se relaciona con un conjunto de capacidades, habilidades y actitudes que deben darse en una interacción armónica con el entorno. Y el emprendedor es una persona creativa e innovadora, que identifica una oportunidad, la analiza, la estudia y se aventura para crear una empresa, es alguien que cree en sus ideas y que es capaz de llevarlas a cabo pese a las dificultades que encuentra.

A las personas, que son innovadores y emprendedores, se les atribuyen siguientes características:

- a) Aprovechan las oportunidades del mercado.
- b) Identifican potencialidades y generan una necesidad de innovación y mejora de procesos.
- c) Están orientados a crear empresas competitivas y de crecimiento continuo para contribuir al desarrollo local, regional y nacional.
- d) Son capaces de reunir y motivar los recursos necesarios para lograr los objetivos.
- e) Son capaces de liderar un equipo que a su vez liderará la organización.

2.1.2 Importancia de emprendimiento

El desarrollo de los países depende, principalmente, de que éstos posean emprendedores. Son los emprendedores los que, al detectar una oportunidad y satisfacerla, generan el crecimiento económico, Esas oportunidades se producen porque los consumidores necesitan un nuevo producto, un nuevo servicio, una modificación de los productos que actualmente existen en el mercado o un nuevo procedimiento para elaborar ese bien que se requiere.

Por un lado, el emprendedor pone a disposición de los consumidores un nuevo producto o servicio y con ello satisface una demanda social. Por otro lado, su

capacidad de innovación le permite obtener una recompensa económica por su esfuerzo. Mientras más emprendedores hay, se invierte más en bienes de capital, permitiendo el progreso conjunto de la sociedad.

Además, el emprendimiento tiene gran importancia por la necesidad de muchas personas de lograr su independencia y estabilidad económica. Dificultad de encontrar un empleo ha creado en las personas la necesidad de empezar sus propios negocios, y pasar de ser empleados a ser empleadores.

Casi en todos los países latinoamericanos, para muchos profesionales la única opción de obtener un ingreso decente, es mediante el desarrollo de un proyecto propio, buscando formas de generación de empleos, que permitan mejorar la calidad de vida de la población y la situación económica del país.

Los gobiernos han entendido la importancia del emprendimiento, por eso han iniciado programas de apoyo a emprendedores, para ayudarles en su propósito de crear su propia unidad productiva. Existen entidades dedicadas exclusivamente a promover la creación de empresas entre profesionales, y entre quienes tengan conocimiento específico suficiente para poder ofertar un producto o un servicio.

2.1.3 Educación universitaria en emprendimiento

El contexto económico internacional y la dinámica nacional, exigen que las instituciones de educación superior formen profesionales emprendedores, alineados con el reconocimiento de los planes locales, regionales y nacionales, para concretar las políticas, lineamientos y estrategias de inversión asertiva de recursos, en pro del desarrollo regional y la transferencia efectiva de conocimiento tecno-científico a la sociedad, para crear valor agregado, riqueza social y mejorar la vida de los ciudadanos (Terán y León, 2010). Los futuros profesionales deben de ser flexibles, propensos al cambio y al

aprendizaje, a la innovación y trabajo en equipos en grupos multidisciplinarios, tener las habilidades inherentes al espíritu emprendedor, además, ayudar a que el desarrollo alcance a todas las personas del país.

Los escenarios formativos y sociales deben fomentar la cultura emprendedora de los jóvenes, para desarrollar en ellos capacidades, responsabilidades y cambios necesarios, para reaccionar con mayor flexibilidad en el desempeño cotidiano de cualquier actividad profesional. La cultura emprendedora reúne los valores, creencias y aptitudes generalmente compartidas por una sociedad. En este sentido, la educación se convierte en facilitadora del emprendimiento, al fomentar la capacidad de los estudiantes para resolver problemas, ser creativos, tomar decisiones, comunicar su voluntad, asumir responsabilidades, cooperar, trabajar en grupo, autoaprender, ser proactivo y prepararse para asumir riesgos controlados.

El papel de la educación superior es fundamental para fortalecer el desarrollo de las competencias e impulsar el emprendimiento entre sus estudiantes. Si bien es cierto, que muchas características de un emprendedor están intrínsecas en su personalidad, como el caso del carácter, dotar a los estudiantes con los conocimientos, cultivar el espíritu emprendedor es el trabajo de todas las instituciones educativas.

Por otro lado, las universidades actualmente tienen la oportunidad de generar los recursos propios, gracias a las normas que permiten la creación de entidades empresariales de propiedad de las universidades. En este contexto se presenta una oportunidad para incubar empresas, desarrollar sus actividades económicas y ofrecer los productos o servicios generados al mercado. Y todo esto con la participación activa de los estudiantes universitarios de diferentes carreras profesionales, que tienen la posibilidad de convertir en realidad sus ideas innovadoras, plasmar en la práctica lo que están aprendiendo en las aulas universitarias.

2.2 Intención emprendedora

La intención de una persona de convertirse en emprendedor es el mejor predictor de su compromiso con el emprendimiento en el futuro (Delmar y Davidsson, 2000). Existen diferentes modelos de intención emprendedora que sugieren que las intenciones para iniciar un negocio son en su mayoría una función de actitudes hacia la creación de un proyecto y son concebidas como el primer paso de la creación de una nueva empresa.

Un primer modelo de intención emprendedora fue desarrollado por Shapero & Sokol en 1982, denominado Modelo del Evento Empresarial (Entrepreneurial Event Model), el cual es un acontecimiento que se puede explicar con la interacción de varios factores, como las experiencias emprendedoras que se han tenido (con un carácter positivo), las capacidades, la autonomía y el riesgo. Según este modelo, la decisión de iniciar una actividad emprendedora depende de tres elementos: la percepción de deseabilidad, la percepción de viabilidad y propensión a actuar ante nuevas oportunidades. Shapero afirmó que sólo cuando las personas perciben que emprender es un evento deseable y factible se comprometerán en dicho esfuerzo.

La percepción de deseabilidad es el grado de atracción hacia un determinado comportamiento que surge por la influencia empresarial de su entorno social, cultural, familiar y educativo (Liñan & Rodríguez, 2005).

La percepción de viabilidad es el grado en que la persona percibe la creación de una empresa como una conducta realizable, vinculada con el apoyo externo como financieros, habilidades y apoyo moral. (Lanero, Sánchez, 2007).

Propensión a actuar, relacionada con el locus of control, es la percepción del sujeto de que los eventos ocurren principalmente como efecto de sus propias acciones, es una característica estable de personalidad.

Posteriormente, el modelo de Ajzen (1991) dio lugar a la Teoría del Comportamiento Planificado (TPB), que planteó que cualquier intención depende de tres factores: actitud hacia la conducta, norma subjetiva y control percibido sobre la conducta.

La Teoría de la Conducta Planificada de Ajzen (1991) es aplicable para explicar la intención de emprender en función al resultado que espera conseguir el emprendedor, a las expectativas que en su entorno existen sobre su conducta y a la percepción que tenga el emprendedor de su capacidad para controlar y conseguir los resultados de su acción emprendedora.

Considerando la actividad emprendedora como una acción planificada, el emprendedor debe ser capaz de definir su idea de negocio y buscar recursos (control percibido o autoeficacia), y muestra una actitud previa hacia la creación de empresas, que puede verse influida por el apoyo social que recibe.

Krueger y Carsrud (1993) afirman que la aplicación de Teoría del Comportamiento Planificado constituye una base sólida en la investigación en emprendimiento, es un marco de referencia adecuado para explicar y predecir la conducta emprendedora.

De los tres diferentes antecedentes actitudinales de la intención, dos de ellos (actitudes personales hacia los resultados del comportamiento y las normas sociales percibidas) reflejan la deseabilidad percibida de la realización del comportamiento, el tercero (el control percibido del comportamiento) refleja las percepciones del individuo de que la conducta es personalmente controlable, también refleja la viabilidad (o factibilidad) percibida de la realización del comportamiento, y está relacionado con la percepción del sujeto de la competencia situacional personal, de su capacidad para crear un nuevo proyecto.

2.3 Actitud hacia la conducta emprendedora

La actitud está compuesta por la creencia y la percepción con relación a su conveniencia personal de ejecutar una determinada acción, que a la vez está relacionada con la expectativa sobre el impacto que tienen sobre el individuo los resultados de su comportamiento. (Ajzen 1991).

Entonces, la actitud hacia la conducta emprendedora comprende la opinión favorable o desfavorable que la persona tiene hacia el emprender un negocio. Esta actitud personal hacia el emprendimiento está asociada con los atributos que dicha persona identifica con el comportamiento emprendedor, como, por ejemplo, ser independiente, asumir riesgos, enfrentarse a nuevos retos.

La valoración positiva o negativa de dichos atributos se encuentra íntimamente relacionada con las creencias que sobre ellos se tenga. Por ejemplo, si un estudiante considera positivo y ventajoso ser su propio jefe tendrá una actitud personal de apoyo hacia el emprendimiento, pero si esto comprende para él un desgaste personal que lo alejaría de su vida familiar, su actitud personal estaría enfrentada con la iniciativa emprendedora (Ajzen, 2001; Liñán, Urbano y Guerrero, 2011).

2.4 Norma Subjetiva

La norma subjetiva se refiere a la percepción de que las personas del entorno del individuo aprobarían o rechazarían la decisión de convertirse en un emprendedor, mide la presión que percibe el estudiante de la opinión de su entorno inmediato sobre el hecho de emprender (Ajzen, 2001; Liñán y Chen, 2009). O sea, hasta qué punto el estudiante se encuentra presionado, a la hora de optar o no crear su propia empresa, por la valoración que le otorga su familia directa (padres, hermanos, abuelos), amigos y compañeros a la intención de crear su propia empresa.

La norma subjetiva es proporcional a la suma de los pesos de cada creencia normativa multiplicada por la motivación de la persona para cumplir con cada referente. En la revisión de la literatura se han encontrado estudios que no han podido establecer una relación directa entre las normas subjetivas y la intención emprendedora (Krueger, Reilly y Carsrud, 2000), mientras que otros demuestran que sí existe tal relación y que ésta es positiva (Brito, P. M., Cruz, A. B., & Hernández, A. I. L., 2014).

2.5 Autoeficacia emprendedora

La relación entre autoeficacia y emprendimiento está evidenciada por diferentes motivos. En primer lugar, las personas, normalmente, evitan las carreras profesionales y ocupaciones que piensan que sobrepasan sus capacidades y habilidades, por eso deciden emprender vocaciones para los que se consideran capaces (Krueger & Dickson, 1994).

Por otro lado, como la decisión empresarial sufre algunos riesgos y dificultades, es lógico que los emprendedores requieran altos niveles de autoeficacia. Además, dado que el estímulo para actuar crece cuando los emprendedores piensan que sus acciones tendrán resultados alcanzables, la autoeficacia se convierte en un factor predominante de los comportamientos emprendedores que han tenido éxito (Farhat, 2016).

Además, la autoeficacia tiene aceptación en los modelos de intenciones de la conducta planeada en general y emprendedora, relacionándose con la conducta percibida, en el argumento de la conducta planificada de Azjen (1991), o con las ideas de factibilidad de la intención como el modelo de Shapero y Sokol (1982).

Debido a que la autoeficacia pronostica la afirmación de posibles oportunidades, de la capacidad de realizar determinada conducta, esto la convierte en un factor influyente en las intenciones emprendedoras.

De hecho, en algunos estudios las investigaciones han confirmado exitosamente las ideas de autoeficacia en las intenciones emprendedoras, primero por su incidencia directa y segundo por la asociación con otras variables de interés en la explicación de las intenciones de emprendimiento.

2.6 Antecedentes de investigación

El trabajo de Salem O. M. (2014) “Variables explicativas de la intención emprendedora de los estudiantes universitarios y la importancia de la materia emprendimiento como un factor”, cuya población objetivo son los estudiantes de los dos últimos años de la Facultad de Economía y Negocios de la Escuela Superior Politécnica del Litoral, recoge el modelo de la Teoría de la Conducta Planificada y valida el modelo de Liñan, determinando los constructos de valoración cercana, habilidades, atracción personal, norma subjetiva y control conductual percibido como explicativos de la intención emprendedora de estudiantes. La diferencia encontrada fue que la valoración cercana de familiares y amigos, aparece como una variable mediadora entre las habilidades y la atracción personal.

De Luco, G. A. M. (2014) analizó la intención emprendedora en estudiantes universitarios de la Universidad de Deusto tomando los datos de una muestra de 522 estudiantes de primer y último curso. Los resultados muestran niveles moderadamente altos de intención y autoeficacia emprendedora entre los estudiantes. La intención emprendedora estuvo significativamente relacionada con las actitudes hacia el emprendimiento, las normas subjetivas y los valores individualistas. Entre las variables sociodemográficas estudiadas, el género masculino, la experiencia laboral previa, tener familiares emprendedores y la participación en programas de apoyo al emprendimiento estuvo relacionados con la intención emprendedora.

Soria-Barreto, K., Zuñiga-Jara, S., & Ruiz Campo, S. (2016) en su trabajo analizan los determinantes de la intención emprendedora en estudiantes de una Escuela de Negocios universitaria chilena. Se consideraron como factores explicativos la autoeficacia, el grado de autocontrol interno y el grado de aversión al riesgo de los estudiantes. Se determinó que el grado de aversión al riesgo de los estudiantes afecta significativamente, de manera positiva y directa, su intención por emprender. Por el contrario, la autoeficacia y el autocontrol interno, si bien se vinculan con la intención emprendedora de manera positiva, lo hacen de forma indirecta y a través de la aversión al riesgo. Se recomienda que sería más eficaz educar para generar una mejora en la seguridad del individuo (control interno y autoeficacia), lo que influye positivamente en limitar la aversión al riesgo.

En el trabajo de Tarapuez, E. (2016) “Factores que influyen en la intención empresarial de los estudiantes universitarios del departamento del Quindío (Colombia)” la población la constituyeron los estudiantes de último semestre de las carreras presenciales profesionales de siete universidades del departamento del Quindío, se obtuvo una muestra de 297 personas. Se determinó que el optimismo, la visión de largo plazo del empresario, la mentalidad creativa e innovadora de los empresarios, la presencia de amigos empresarios influyen positivamente en la intención emprendedora de los estudiantes entrevistados. En lo contrario, se ha determinado que los programas de fomento al emprendimiento, estrato socioeconómico y género no tienen relación significativa con la intención emprendedora de los jóvenes universitarios.

Bilbao, Z., de Basurto Uruga, D., de Arbulo López, R., & Meaza, A. (2012) analizaron el comportamiento emprendedor de los estudiantes de ingeniería en la Eurorregión Euskadi-Aquitania. La investigación se centra únicamente en los estudiantes de ingeniería de último año de su carrera profesional. Se ha determinado que los estudiantes de ingeniería, debido a la alta formación técnica recibida por los mismos, pueden llegar a ser emprendedores de actividades económicas con alto potencial de crecimiento y supervivencia. En los alumnos que tienen intención emprendedora alta destacan los siguientes factores psicológicos:

la adaptación a los cambios, la capacidad de trabajo, el optimismo, la perseverancia y la capacidad de asumir nuevos retos. Y los principales motivos de los futuros ingenieros para emprender una actividad empresarial propia son la libertad de tomar sus propias decisiones y de actuar de acuerdo a las circunstancias y la posibilidad de poner en práctica sus propias ideas.

El trabajo de investigación de Olmos, R. E., & Castillo, M. Á. S. (2007) sobre la actitud emprendedora durante la vida académica de los estudiantes universitarios, cuya población de estudio eran los estudiantes universitarios matriculados en dos titulaciones universitarias relacionadas con la gestión empresarial de una universidad de la Comunidad Autónoma de Madrid, demuestra que los cursos sobre creación de empresas que ha recibido el estudiante contribuyen significativamente a explicar el espíritu emprendedor. Además, tener familiares que son empresarios es un claro elemento incentivador del espíritu emprendedor. En cuanto al perfil psicológico del estudiante, se determinó que la necesidad del logro, la tolerancia a la ambigüedad y la propensión al riesgo tienen relación significativa con la actitud emprendedora.

Sánchez, Lanero, & Yurrebaso (2005) realizaron la investigación titulada "Variables determinantes de la intención emprendedora en el contexto Universitario", considerando variables de tipo personal (autoeficacia, pro actividad, asunción de riesgos). Los datos se recogieron de una muestra de 907 estudiantes de diferentes áreas de conocimiento. Los instrumentos utilizados fueron autoeficacia emprendedora; personalidad proactiva (se empleó la versión de 10 ítems de la escala de personalidad proactiva; propensión al riesgo; intenciones emprendedoras. Mediante análisis de ecuaciones estructurales se demostró que cuanto mayor es la autoeficacia de los sujetos mayor es su proactividad y su nivel de asunción de riesgos, y este mayor nivel de aceptación de riesgo les lleva a ser más proactivos. Los sujetos más proactivos son los que presentaron una mayor intención de emprender una empresa. En tanto, la proactividad influyó directamente sobre la intención de emprender, mientras que la autoeficacia y la asunción de riesgos presentaban un efecto indirecto, a través

de la proactividad. La autoeficacia presentó una relación directa sobre la proactividad y la asunción de riesgos.

Mavila, Daniel; Tinoco, Óscar y Campos César (2009) en un estudio que tiene por objeto conocer los factores influyentes en la capacidad emprendedora de los alumnos de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, en una muestra de cuatrocientos cuarenta y nueve estudiantes del primer ciclo de estudios, descubrieron que existen cuatro factores que explican la capacidad de emprendimiento de los jóvenes ingresantes a la universidad. Los factores identificados son: capacidad de relacionarse socialmente, creatividad, capacidad de planificación y capacidad de realización personal.

2.7 Escuela Profesional de Ingeniería Mecánica, Mecánica-Eléctrica y Mecatrónica

La Escuela Profesional de Ingeniería Mecánica, Mecánica-Eléctrica y Mecatrónica (EPIMMEM) pertenece a la Facultad de Ciencias e Ingenierías Físicas y Formales de la Universidad Católica de Santa María (UCSM), la cual ofrece las condiciones humanas, técnicas y académicas para formar un profesional idóneo en ingeniería con formación integral.

Además, la UCSM promueve que los estudiantes de todos los años y de las treinta y tres Escuelas Profesionales desarrollen sus habilidades en emprendimiento, creatividad e innovación para solucionar diferentes problemas que puedan presentarse en el campo laboral o en la sociedad.

2.7.1 Visión y misión

Tabla 2. Visión y misión de la EPIMMEM y de la UCSM.

	EPIMMEM	UCSM
Visión	Liderar la formación universitaria de las carreras profesionales de Ingeniería Mecánica, Mecánica - Eléctrica y Mecatrónica, con competitividad, calidad, ética e innovación tecnológica - científica, para ser reconocidas a nivel nacional e internacional.	La UCSM es una Institución reconocida, por su excelencia; en la formación académica y profesional de personas responsables socialmente; por la producción intelectual e investigación científica y tecnológica, capaces de contribuir con el desarrollo sostenible.
Misión	La EPIMMEM tiene por misión la formación integral de la persona, inspirada en valores éticos y católicos de nuestra casa de estudios. Ser creadores y difusores de cultura, saber y conocimiento para asumir y resolver problemas referidos a las especialidades en beneficio de la sociedad.	Formar integralmente líderes profesionales y académicos responsables socialmente, sustentados en principios y valores, con capacidad para insertarse competitivamente en el mundo globalizado. Crear, innovar, aplicar y difundir conocimientos científicos y tecnológicos de las áreas del conocimiento humano, orientados al desarrollo sostenible.

Fuente: Universidad Católica de Santa María

2.7.2 Objetivos

Los objetivos generales de la EPIMMEM están orientados no solamente a que los alumnos de la Ingeniería Mecánica, Mecánica-Eléctrica y Mecatrónica obtengan los conocimientos de la especialidad de Ingeniería Mecánica, Mecánica-Eléctrica y Mecatrónica, sino que los estudiantes de las tres especialidades aprendan a realizar las actividades de investigación formativa, que continúen desarrollando y mejorando sus habilidades con estudios de maestría y doctorado.

2.7.3 Perfil de egreso

El perfil de egresado de la EPIMMEM se basa en una formación integral, que además de la formación técnica – científica, incluye formación en valores humanos y cristianos, para que los egresados puedan cumplir satisfactoriamente sus actividades profesionales en diferentes campos para el beneficio de la sociedad.

Se resaltan las siguientes características personales del egresado:

- Mantener siempre una actitud crítica,
- Practicar y cultivar los valores,
- Superación personal y perfeccionamiento.

La Escuela Profesional de Ingeniería Mecánica, Mecánica-Eléctrica y Mecatrónica tiene elaborado los perfiles de egreso de las tres especialidades: ingeniero mecánico, ingeniero mecánico– electricista e ingeniero mecatrónico.

De acuerdo al Perfil de egreso de la Escuela Profesional, el egresado de EPIMMEM de la UCSM es un profesional capacitado para:

- 1) Realizar trabajos de investigación y desarrollo de proyectos en su campo.
- 2) Diseñar, formular, desarrollar y evaluar proyectos de su especialidad.
- 3) Planificar y controlar los diferentes procesos productivos y de mantenimiento para alcanzar los más altos niveles de calidad a mínimos costos.
- 4) Organizar, gestionar y dirigir empresas industriales, comerciales y de servicio relacionadas con su quehacer.
- 5) Analizar y aprovechar nuevas tecnologías y los productos innovadores para satisfacer las necesidades de la industria y de la sociedad.
- 6) Adaptarse en un correcto autoaprendizaje y ejercer actividades de grado superior científico-tecnológico.
- 7) Seleccionar y poner en funcionamiento equipos y soluciones tecnológicas ecológicamente limpias.
- 8) Prestar servicios de asesoría, consultoría y peritaje sobre automatización e inteligencia artificial.

2.7.4 Malla curricular del X semestre de EPIMMEM

La malla curricular 2016 del décimo semestre de la Escuela Profesional está conformada por los cursos de formación profesional y los cursos electivos.

Existen los cursos de formación profesional para cada especialidad y los cursos de formación profesional comunes para las tres especialidades.

Los cursos de formación profesional, correspondientes al décimo semestre y que son comunes para las tres especialidades, son:

- 1) Control numérico CAD/CAM II.
- 2) Seminario de tesis.
- 3) Ingeniería de mantenimiento.

Los cursos electivos para cada especialidad permiten a los estudiantes ampliar sus conocimientos en diferentes áreas. Entre los cursos electivos de Ingeniería Mecánica se encuentran:

- 1) Administración, diagnóstico y evaluación de empresas.
- 2) Control y automatización.
- 3) Maquinaria industrial II.
- 4) Ingeniería del gas.

2.7.5 Campo Ocupacional

Los egresados de la EPIMMEM pueden desempeñar su labor profesional en diferentes ámbitos:

- Trabajar en las empresas mineras, empresas metal-mecánicas, textiles, automotrices, etc.
- Pertenecer a las áreas de empresas que se relacionan con mantenimiento de producción, con energía y materiales, con diseño y construcción de máquinas, automatización de plantas industriales.
- Realizar consultoría e investigación

CAPITULO III Metodología

Se define la presente investigación, como un trabajo no experimental, porque las variables no se han manipulado, se realizó la observación de los fenómenos tal y como se dan en el contexto natural para después analizarlos.

La investigación es transversal, porque solo se recolectaron los datos en un momento o tiempo único, y es descriptiva correlacional, porque su propósito fue describir la intención emprendedora de los estudiantes y analizar su relación con los siguientes factores: actitud hacia la conducta, norma subjetiva y autoeficacia emprendedora.

3.1 Técnicas de recolección de datos

Para la obtención de los datos como principal técnica se utilizó la técnica de la encuesta con su respectivo cuestionario de preguntas a los estudiantes del X semestre de EPIMMEM, lo que sirvió para obtener la información relevante al estudio.

.Además, se aplicó la técnica de observación documental donde se analizaron diferentes fichas y textos bibliográficos sobre el tema de investigación realizada. Esta información se utilizó para definir la estructura del marco conceptual y el campo de aplicación teórica.

Se han consultado dos tipos fuentes de información: fuentes primarias y fuentes secundarias.

a) Fuentes primarias:

Se refiere a la información recogida directamente en la Escuela Profesional dentro de las aulas de la universidad, la que se utilizó para determinar las características,

elementos e indicadores propios de la escuela utilizados en la presente investigación.

b) Fuentes secundarias:

Se refiere a los diversos tipos de información que ha sido recolectada en el presente estudio en base a la Página Web, documentos, relacionados a la escuela profesional y a la universidad, de carácter público, a las investigaciones realizadas sobre el tema de estudio.

3.2 Instrumentos

Como el instrumento para recolectar la información necesaria se eligió el cuestionario con las preguntas cerradas con opción de respuesta según una escala tipo Likert de 5 puntos, para identificar la intención emprendedora y los factores determinantes (la actitud hacia la conducta, la norma subjetiva y la autoeficacia emprendedora) de acuerdo a los indicadores establecidos.

Para generar dicho cuestionario se utilizó como base el Cuestionario de Intención Emprendedora, desarrollado y validado en España por Rueda, Moriano y Liñán (2015); y por Laguía, A., Moriano, J. A., Gámez, J. A., & Molero, F. (2017) en Colombia.

A continuación, se recoge la descripción de cada una de las escalas empleadas en el cuestionario aplicado.

a) Intención emprendedora.

La intención emprendedora se midió a través de una escala de 3 ítems del tipo “Algún día voy a crear una empresa” con formato de respuesta tipo Likert de 5 puntos, de 1 (“nada de acuerdo”) a 5 (“totalmente de acuerdo”). La fiabilidad de

esta escala (Alfa de Cronbach) obtuvo un valor de 0,882, por lo que se considera que la consistencia interna es adecuada ya que es mayor que el valor recomendado de 0.7.

b) Actitud hacia la conducta emprendedora.

La actitud hacia el emprendimiento se midió a través de dos escalas. La primera escala, que mide la creencia acerca de las consecuencias de la conducta emprendedora, estaba compuesta por 5 ítems del tipo “Crear una nueva empresa supondría para usted enfrentarse a nuevos retos”. Se utilizó el formato de respuesta tipo Likert de 5 puntos, de “nada probable” (1) a “muy probable” (5).

La segunda escala se refiere a la evaluación de la consecuencia de realizar la conducta emprendedora, se midió a través de 5 ítems del tipo “¿Hasta qué punto es deseable para usted en su vida en general enfrentarse a nuevos retos?”. Se utilizó el formato de respuesta tipo Likert de 5 puntos, de “nada deseable” (1) a “muy deseable (5).

La actitud de los estudiantes hacia la conducta emprendedora resulta de la suma de ambas escalas y obtuvo un Alfa de Cronbach de 0,837.

c) Autoeficacia emprendedora.

Para medir autoeficacia emprendedora de los estudiantes se utilizó una escala compuesta por 4 ítems del tipo “¿Hasta qué punto sería usted capaz de identificar y definir la idea de negocio y la estrategia de una nueva empresa?”, con respuesta en formato de 5 categorías: de “nada ineficaz” (1) a “totalmente eficaz” (5). Esta escala obtuvo un Alfa de Cronbach de 0,793.

d) Norma subjetiva.

La norma subjetiva se midió mediante dos escalas. La primera es sobre la opinión que otras personas significativas (familia, amigos y compañeros) mostrarían si el estudiante decidiese emprender, compuesta por 3 ítems del tipo “¿En qué grado se mostraría de acuerdo si decide emprender una iniciativa empresarial su familia directa?”, con formato de respuesta de “nada de acuerdo” (1) a “totalmente de acuerdo” (5).

La segunda escala mide la motivación para acomodarse a referentes o personas significativas, está compuesta por 3 ítems del tipo “¿Cómo valora la opinión de su familia directa a este respecto?”, con formato de respuesta de “nada importante” (1) a “muy importante” (5). La fiabilidad de esta escala (alfa de Cronbach) fue 0,756.

3.3 Procedimiento de investigación.

La recolección de datos se realizó mediante la aplicación del cuestionario a la muestra de los estudiantes del décimo semestre de EPIMMEM al inicio de una de sus clases. Se dieron unas pautas sobre el marcado de las respuestas del cuestionario. Una parte del cuestionario fue llenada por los estudiantes en el aula de la universidad en forma personalizada, la duración del llenado fue de cinco a diez minutos. Otra parte del cuestionario fue respondida a través de Aula Virtual de la universidad, dado que no todos los estudiantes han asistido las clases ese día. En todos los casos se ha comprobado que los cuestionarios fuesen llenados completamente.

Después de recolectar la información necesaria, se procedió a realizar el análisis estadístico de datos usando el paquete estadístico SPSS 22. Se tomó como

variable dependiente la intención emprendedora de los estudiantes y como las variables independientes se tomaron la actitud hacia el emprendimiento, la autoeficacia emprendedora y la norma subjetiva. Se analizaron las relaciones entre las variables mediante el análisis de correlación de Pearson.

3.4 Población y muestra

La población, objeto del estudio, la conformaron los estudiantes del X semestre de la Escuela Profesional de Ingeniería Mecánica, Mecánica – Eléctrica y Mecatrónica de la Universidad Católica de Santa María.

Un muestreo apropiado de probabilidad permite que se obtenga una pequeña parte del total de la población finita, con una media confiable de todo el conjunto. Para determinar el tamaño de la muestra se emplea siguiente formula:

$$n = z^2pqN / (Ne^2 + z^2pq), \text{ donde:}$$

z - grado de confiabilidad al 95% = 1.96

e - error permisible = 5%

p – éxito = 50%

q - fracaso (1-p) = 50%

N – población de estudio

Para la presente investigación se tomó como muestra 115 estudiantes de EPIMMEM matriculados en el décimo semestre del año lectivo 2017, tomando en consideración que dichos estudiantes conforman una población finita pequeña.

CAPITULO IV Resultados y Discusión

Los resultados completos de investigación son disponibles en el Anexo N° 4 (estadísticos descriptivos de las variables de estudio y de las variables de control) y en el Anexo N° 5 (correlaciones de Pearson).

4.1 Variables de control

Como se aprecia en la figura 1, la mayoría de los estudiantes del X semestre de la Escuela Profesional de Ingeniería Mecánica, Mecánica-Eléctrica y Mecatrónica tienen edad entre 20 y 25 años, lo que, normalmente, identifica a los estudiantes que ya están terminando la universidad y están en el umbral de empezar a ejercer su carrera profesional.

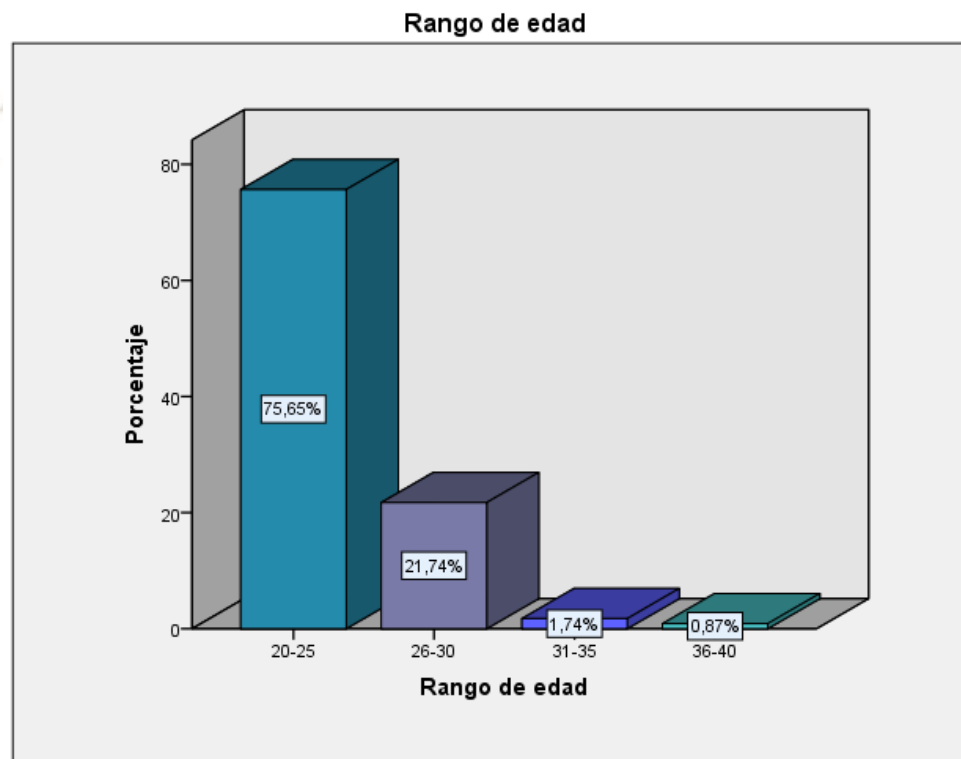


Figura 1. Rango de edad de los estudiantes del X semestre de la EPIMMEM.

Fuente: Elaboración propia.

De los 115 estudiantes encuestados solo 5 son mujeres, lo que corresponde a 4,35% de total de muestra, tal y como se aprecia en la figura 2.

El bajo porcentaje de las mujeres está relacionado con la carrera de Ingeniería Mecánica, Mecánica-Eléctrica y Mecatrónica, que, tradicionalmente, se consideraba solo para los hombres, pero actualmente las mujeres, , también, son atraídas por esa profesión.



Género

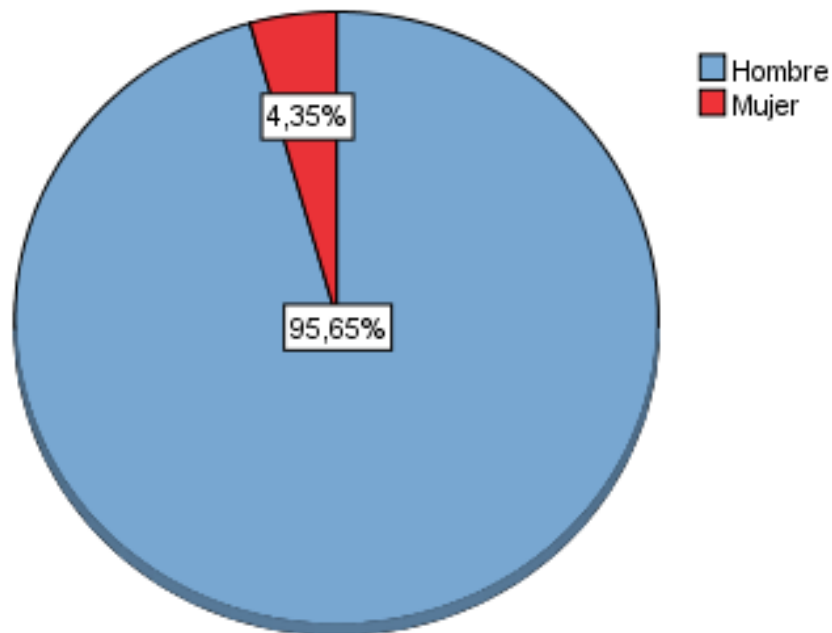


Figura 2. Género de los estudiantes del X semestre de la EPIMMEM. Fuente: Elaboración propia.

A la pregunta “Ha asistido a algún curso sobre el emprendimiento” el 34,8% de los estudiantes encuestados contestó que “sí” y el 65,22% de los estudiantes contestó que “no”, tal y como se puede apreciar en la figura 3.

El porcentaje de los estudiantes que han asistido a algún curso de emprendimiento es relativamente bajo, pero indica que existe el interés del estudiante de EPIMMEM hacia el proceso de creación de un negocio o empresa.

¿Ha asistido a algún curso de emprendimiento?

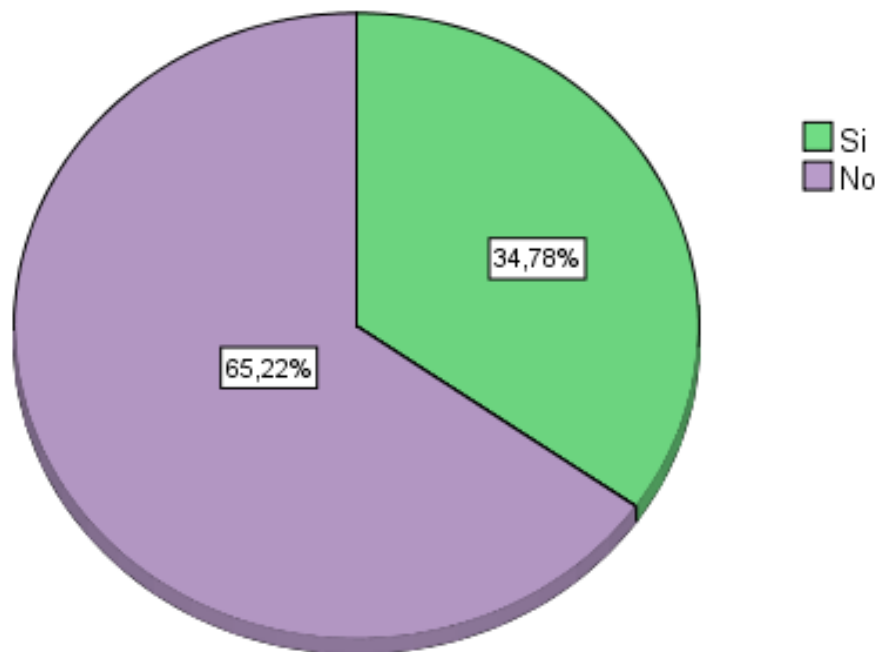


Figura 3. Asistencia de los estudiantes del X semestre de la EPIMMEM. a algún curso de emprendimiento. Fuente: Elaboración propia.

Como se muestra en la figura 4, el 71,3% de los estudiantes tiene algún familiar (padres, hermanos o abuelos) que posee un negocio o un proyecto propio.

¿Algún miembro de su familia tiene un negocio propio?

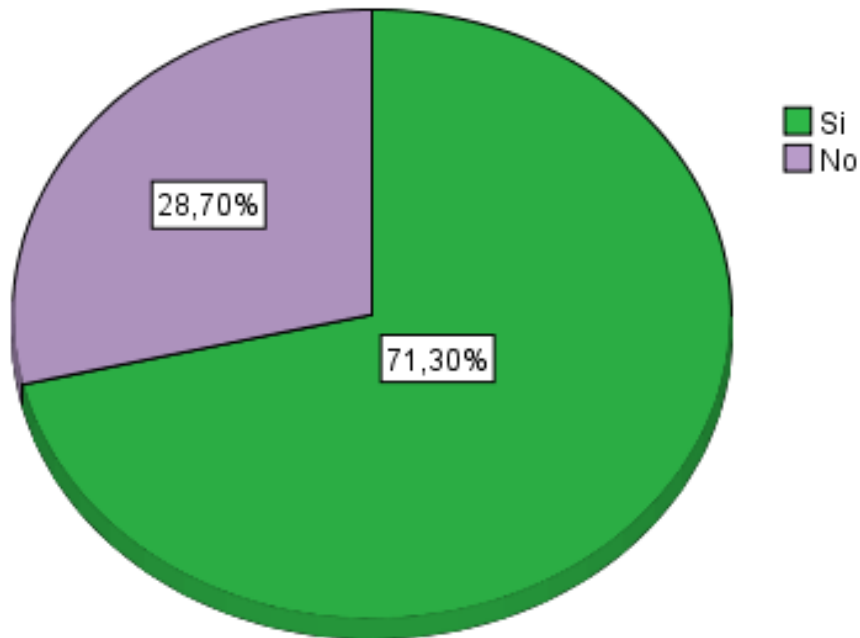


Figura 4. Estudiantes del X semestre de la EPIMMEM que tienen familiares con negocio propio. Fuente: Elaboración propia.

4.2 Variables de investigación

1) Intención emprendedora

Los estudiantes del X semestre de la Escuela Profesional de Ingeniería Mecánica, Mecánica-Eléctrica y Mecatrónica mostraron niveles altos de intención de crear su propia empresa. El 46,09% de los estudiantes encuestados mostró nivel de intención muy alto, el 41,74% mostró nivel de intención alto, el 9,57% mostró nivel de intención bajo y el 2,61% muy bajo, tal y como se muestra en la figura 5.

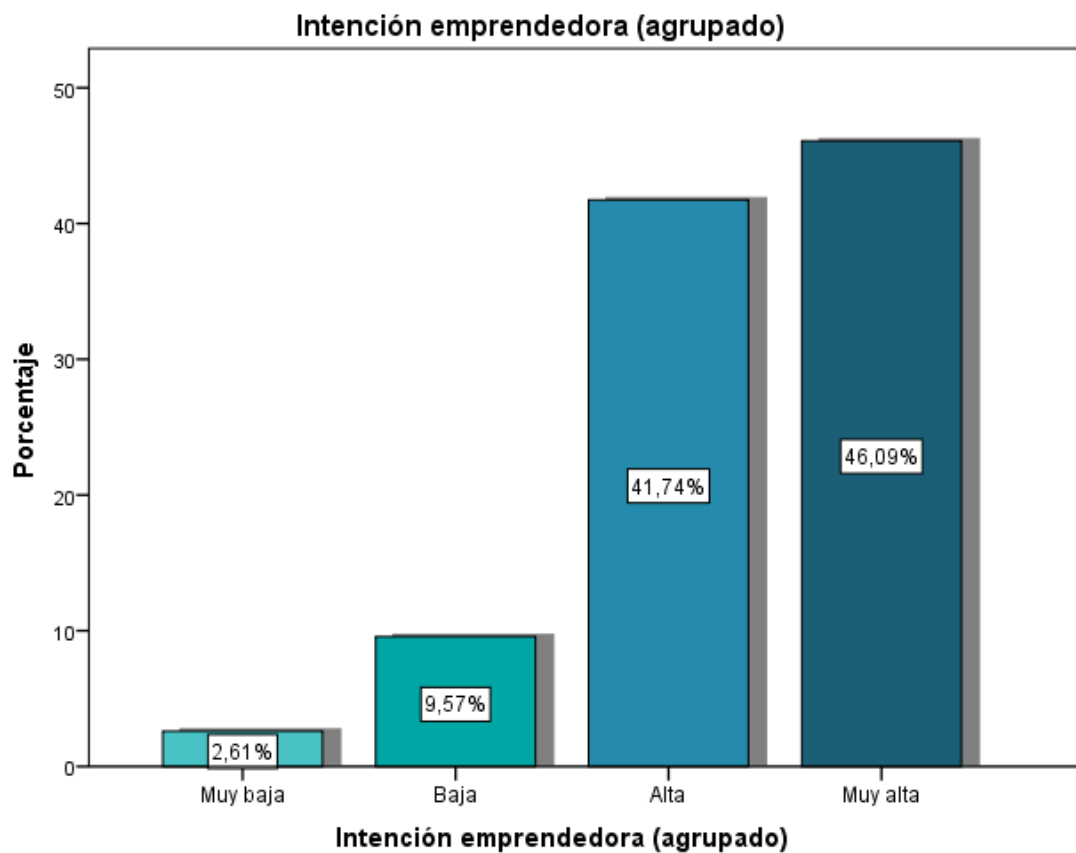


Figura 5. Intención emprendedora (agrupado). Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo a los estadísticos descriptivos se determinó que los estudiantes del X semestre de EPIMMEM tienen gran interés en emprender algún negocio en el futuro.

Como se observa en la figura 6, de los tres ítems que conforman la intención emprendedora el mayor puntaje obtuvo el ítem relacionado con la disposición a esforzarse para ser empresario ($M = 4.17$). Los ítems “es probable que llegue a crear una empresa algún día” y “estoy decidido crear una empresa en el futuro” obtuvieron puntuación media de 3,97 y 4,16 respectivamente.

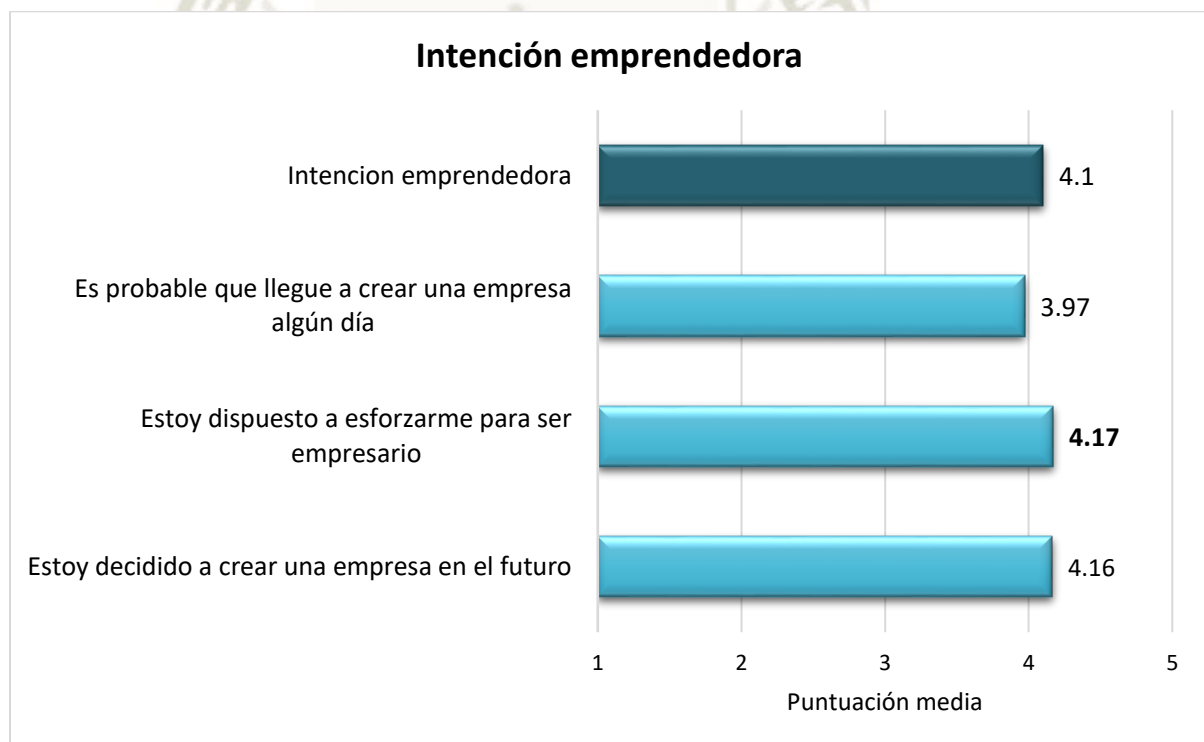


Figura 6. Puntuación media de la intención emprendedora. Fuente: Elaboración propia.

2) Actitud hacia la conducta emprendedora.

Los estudiantes encuestados indicaron tener una actitud positiva hacia la conducta de crear una empresa propia. Como se aprecia en la figura 7, el 56,52% de los estudiantes mostró una actitud muy favorable hacia el emprendimiento, el 41,74% indicó tener una actitud favorable, solo el 1,74% mostro tener una actitud poco favorable.

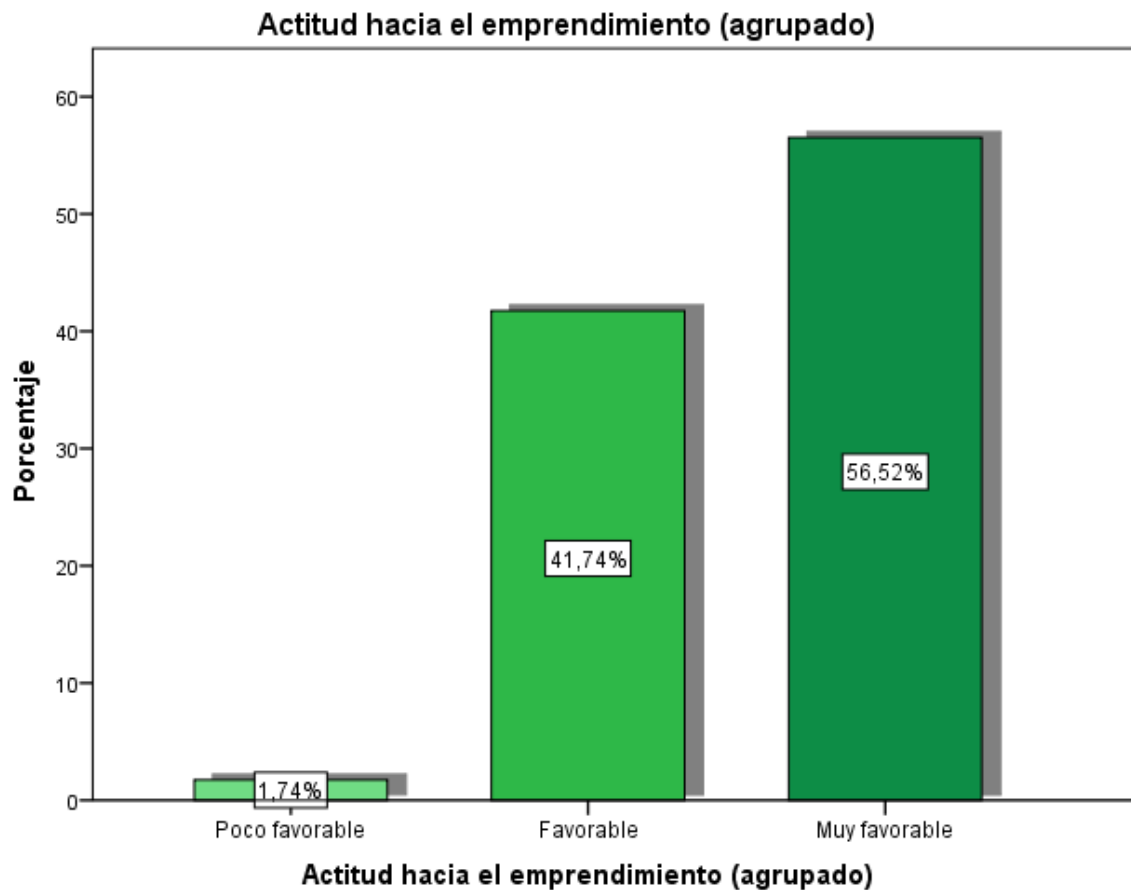


Figura 7. Actitud hacia el emprendimiento (agrupado). Fuente: Elaboración propia.

Los estudiantes del X semestre de la EPIMMEM han percibido el emprendimiento como un reto creativo e innovador, como una oportunidad de autoempleo, en el caso de no poder conseguir el trabajo después de terminar la carrera, e independencia.

Como se muestra en la figura 8, de las creencias sobre las consecuencias de la conducta emprendedora mayores puntajes obtuvieron las siguientes: “ser creativo e innovador” ($M = 4,28$) y “ser mi propio jefe” ($M = 4,48$). Mientras que “crear empleo para otras personas” ($M = 4,12$) es el resultado de la actividad emprendedora menos valorado.

Además, los estudiantes entrevistados mostraron altas puntuaciones en el deseo de ser creativo e innovador ($M = 4,12$) y el deseo de ser su propio jefe o ser independiente ($M = 4,37$). Lo que menos desearon los estudiantes es crear el empleo para otras personas ($M = 3,8$).

En general, las percepciones de las personas dependen del momento, pueden ser influenciados por la situación en la que se encuentran o por el estado de ánimo.

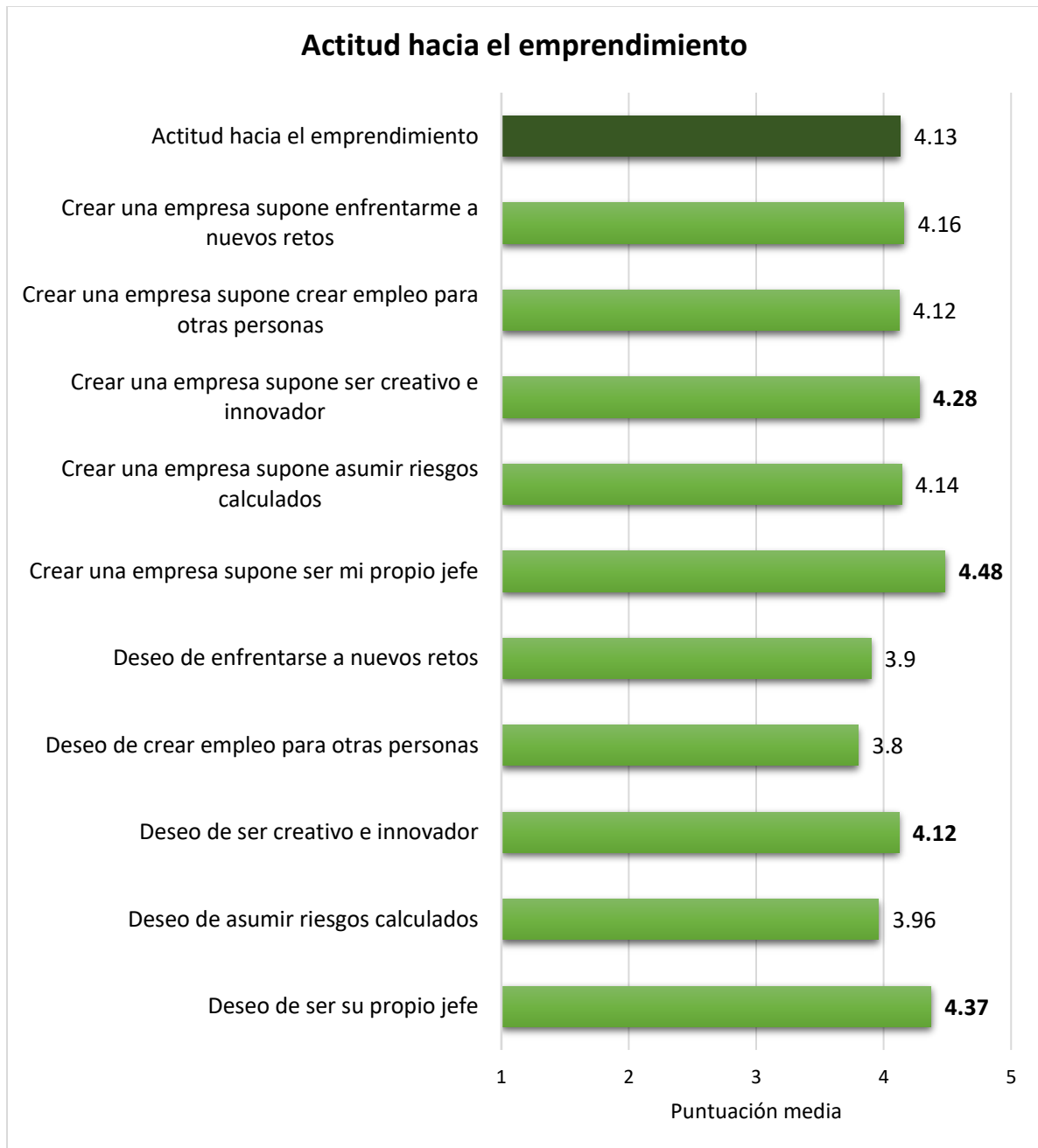


Figura 8. Puntuación media de la actitud hacia el emprendimiento. Fuente: Elaboración propia.

3) Autoeficacia emprendedora

Los estudiantes se han mostrado capaces de llevar a cabo los diferentes aspectos que supone emprender, desde el reconocimiento de oportunidades, la definición de la idea de negocio y la puesta en marcha de la empresa hasta la negociación con inversores y entidades financieras.

Como se aprecia en la figura 9, el 27,83% de los estudiantes encuestados sintió ser muy eficaz en crear su propia empresa, el 53,91% sintió ser eficaz, el 14,78% sintió ser ineficaz y el 3,48% muy ineficaz.

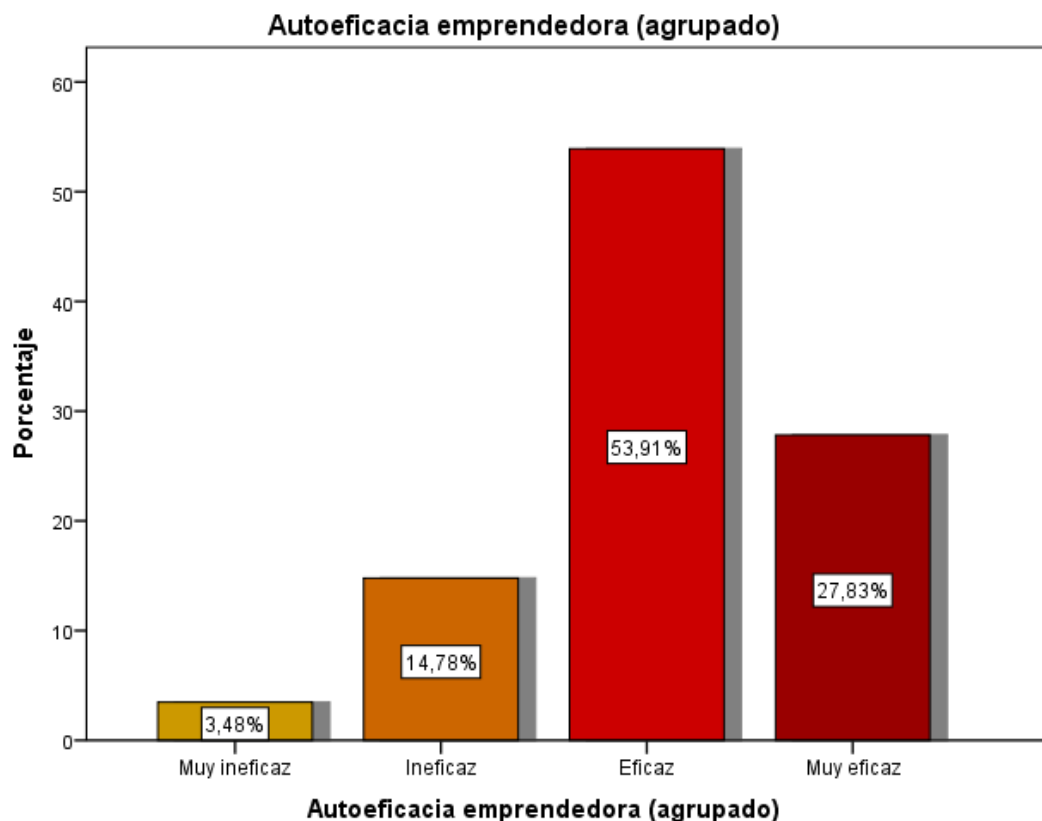


Figura 9. Autoeficacia emprendedora (agrupado). Fuente: Elaboración propia.

En lo referente a los ítems que comprenden la autoeficacia emprendedora, los estudiantes indicaron que se sienten más eficaces en mantener relaciones favorables con potenciales inversores y bancos ($M = 3.77$) y mantener bajo el control el proceso de creación de nueva empresa ($M = 3.71$), y se sienten menos eficaces en definir la idea de negocio y la estrategia de una nueva empresa ($M = 3.60$), tal y como se muestra en la figura 10.

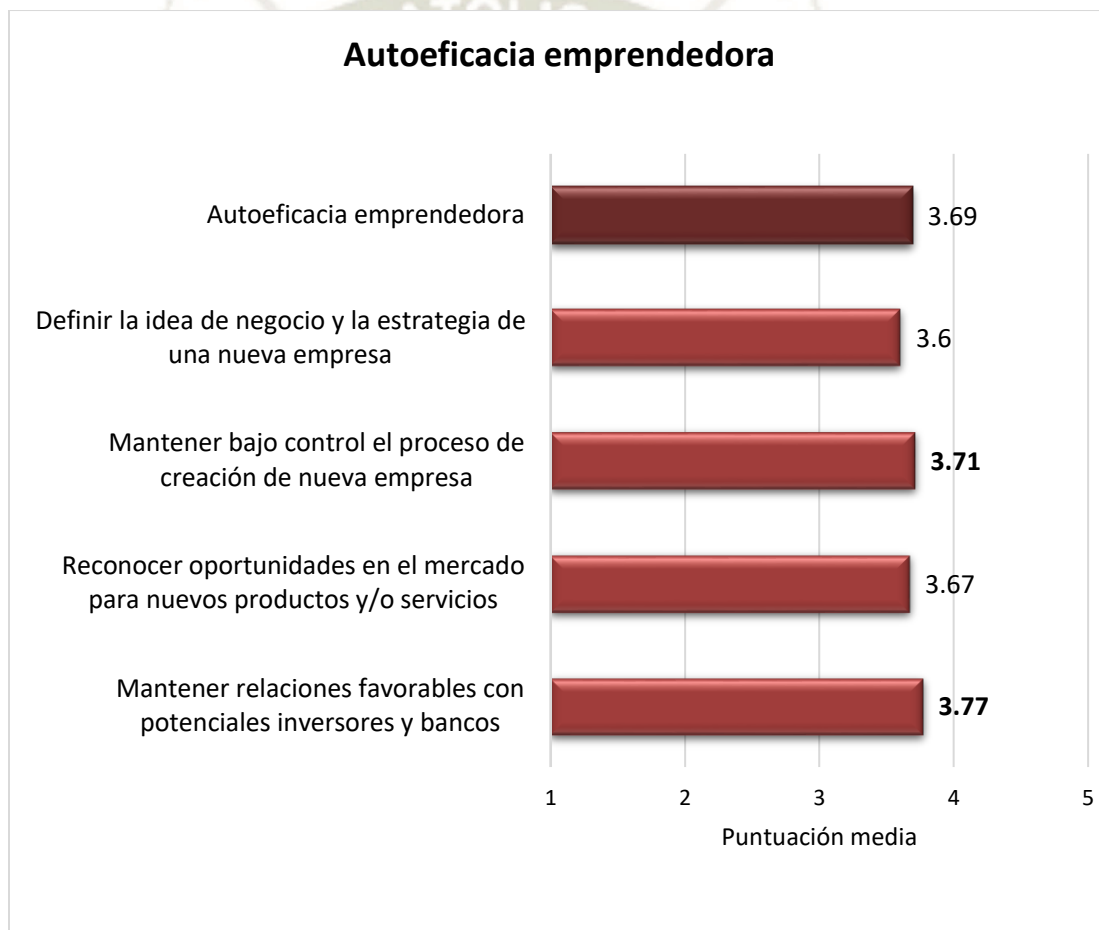


Figura 10. Puntuación media de autoeficacia emprendedora. Fuente: Elaboración propia.

4) Norma subjetiva

Basándose en los estadísticos descriptivos obtenidos se ha determinado que la mayoría de los estudiantes del X semestre de EPIMMEM han percibido que su entorno (familiares, los mejores amigos y compañeros de la universidad) los apoyaría en su decisión de iniciar un negocio propio en el futuro.

Como se aprecia en la figura 11, el 40% de los estudiantes encuestados ha valorado la norma subjetiva como muy importante, el 45,22% la ha valorado como importante y solo para el 14,78% la norma subjetiva fue poco importante.

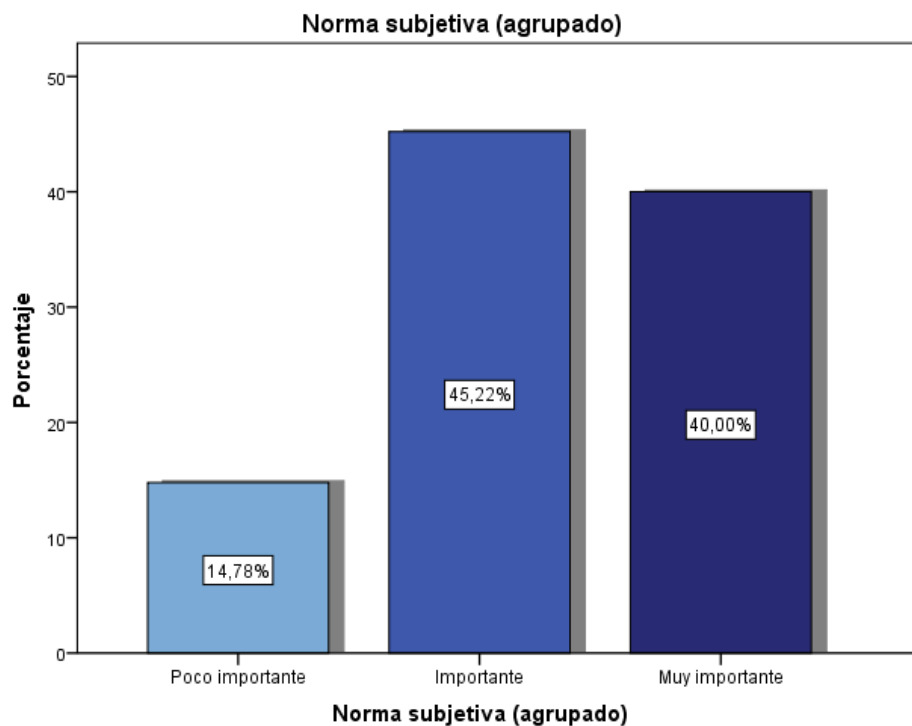


Figura 11. Norma subjetiva (agrupado). Fuente: Elaboración propia.

De todos los ítems de la norma subjetiva, las mayores puntuaciones obtuvieron el ítem 9.1 “la opinión de la familia directa” ($M = 4,3$) y el ítem 10.1 “la valoración de la opinión de la familia directa” ($M = 4,29$), tal y como se aprecia en la figura 12.

Las menores puntuaciones obtuvieron “la opinión de los compañeros de universidad” ($M = 3,82$) y “la valoración de opinión de los compañeros de la universidad” ($M = 3,23$).

La percepción de los estudiantes sobre la aprobación de su decisión de emprender por parte de los mejores amigos ha sido buena ($M = 3,91$). La valoración de la opinión de los mejores amigos obtuvo la puntuación media de 3.57.

Entonces, los que más aprobarían y apoyarían al estudiante en su decisión de iniciar en el futuro algún negocio propio son los familiares directos, que pueden ser padre, madre, hermanos o hermanas, y los mejores amigos del estudiante. Además, sus opiniones han sido valoradas por los estudiantes como importantes, lo que indica que, en el caso de que el estudiante decida a emprender, va a tomar en cuenta los consejos y sugerencias de familiares directos y de los mejores amigos.

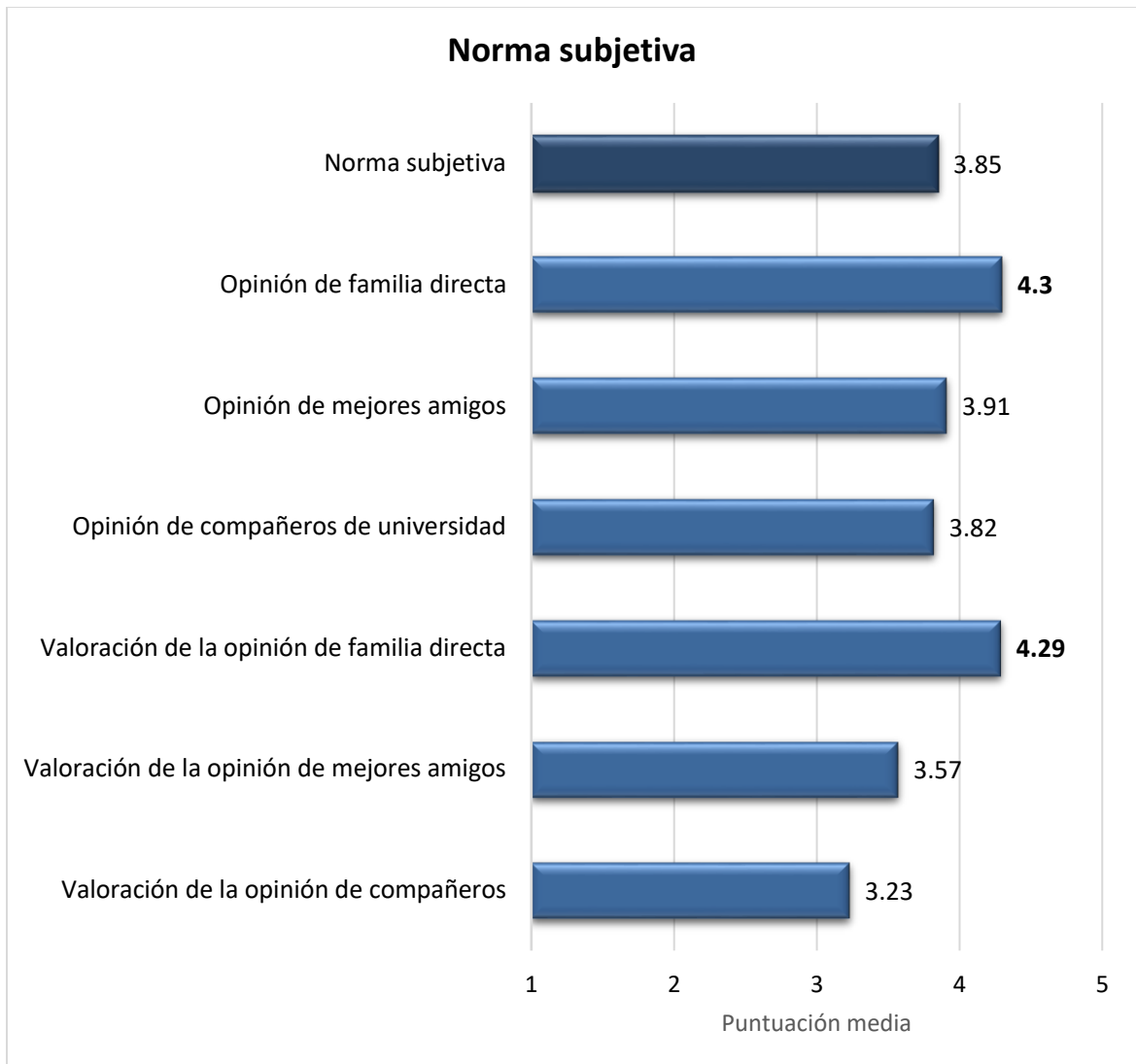


Figura 12. Puntuación media de la norma subjetiva. Fuente: Elaboración propia.

4.3 Correlaciones

Tal y como muestra la tabla 3, se hallaron las correlaciones significativas y positivas entre la intención emprendedora y la actitud hacia la conducta emprendedora ($r = 0,647$, $p < 0,01$), entre la autoeficacia emprendedora y la intención emprendedora ($r = 0,384$, $p < 0,01$) y entre la actitud hacia la conducta y autoeficacia emprendedora ($r = 0,328$, $p < 0,01$)

La norma subjetiva no tuvo la relación significativa con la intención emprendedora ($r = 0,120$), pero si tuvo la relación significativa débil y positiva con la actitud hacia la conducta emprendedora ($r = 0,196$, $p < 0,05$) y la autoeficacia emprendedora ($r = 0,232$, $p < 0,05$). Esto indica la influencia indirecta de la norma subjetiva sobre la intención emprendedora a través de la actitud y la autoeficacia emprendedora.

Tabla 3. Correlación de Pearson entre las variables de investigación.

	Intención emprendedora	Actitud hacia el emprendimiento	Autoeficacia emprendedora
Actitud hacia el emprendimiento	,647**		
Autoeficacia emprendedora	,384**	,328**	
Norma subjetiva	.120	,196*	,232*

Nota: **. La correlación es significativa en el nivel 0,01. *. La correlación es significativa en el nivel 0,05. Fuente: Elaboración propia.

Hablando de las variables de control, se encontró la correlación significativa débil y positiva entre la edad y la intención emprendedora ($r = 0,228$, $p < 0,05$), también, entre la edad y la autoeficacia emprendedora ($r = 0,190$, $p < 0,05$) (ver tabla 4).

Además, se determinó que la asistencia al curso de emprendimiento correlacionó significativamente y negativamente con la intención emprendedora ($r = -0,366$, $p < 0,01$), con la actitud hacia la conducta emprendedora ($r = -0,186$, $p < 0,05$) y la autoeficacia emprendedora ($r = -0,233$, $p < 0,05$).

Tener familiar emprendedor tuvo la correlación significativa débil y negativa con la intención emprendedora ($r = -0,301$, $p < 0,01$). El género no tuvo la relación significativa con las variables de investigación.

Tabla 4. Correlación de Pearson entre las variables de control y las variables de investigación.

	Intención emprendedora	Actitud hacia emprendimiento	Autoeficacia emprendedora	Norma subjetiva
Sexo	.009	-.102	.004	.028
Edad	,228*	.120	,190*	-.029
Curso de emprendimiento	-,366**	-,186*	-,233*	-.092
Familiar con negocio propio	-,301**	-.165	-.179	-.093

Nota: **. La correlación es significativa en el nivel 0,01. *. La correlación es significativa en el nivel 0,05. Fuente: Elaboración propia.

4.4 Hipótesis general:

Basándose en la Teoría del Comportamiento Planificado de Ajzen, actitud hacia la conducta, norma subjetiva y autoeficacia emprendedora influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del X semestre de la EPIMMEM.

Como se muestra en la tabla 5, se encontró una relación lineal estadísticamente significativa, moderada y positiva ($r = 0,514$ $p < 0,01$) entre las variables independientes (actitud hacia el emprendimiento, autoeficacia emprendedora y norma subjetiva) y la intención emprendedora de los estudiantes del X semestre de Escuela Profesional de Ingeniería Mecánica, Mecánica-Eléctrica y Mecatrónica, confirmando la hipótesis general.

Tabla 5. Correlación entre las variables independientes y la intención emprendedora.

		Intención emprendedora
Actitud+Autoeficacia+Norma subjetiva	Correlación de Pearson	,514**
	Significancia (bilateral)	,000
	N	115

Nota: **. La correlación es significativa en el nivel 0,01. Fuente: Elaboración propia.

4.5 Hipótesis específica 1:

Los estudiantes del X semestre de la EPIMMEM tienen la intención emprendedora favorable.

De acuerdo a los resultados obtenidos en la presente investigación (ver figura 5), un 46,09% de los estudiantes encuestados mostró nivel muy alto de intención emprendedora y un 41,74% mostró nivel alto de intención emprendedora.

Como se muestra en la tabla 6, la puntuación media de la intención emprendedora es de 4,1 y la desviación estándar es de 0,748. Esto refleja la intención emprendedora favorable, confirmando de este modo la hipótesis específica 1.

Tabla 6. Estadísticos descriptivos de la intención emprendedora

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
Intención emprendedora	115	2,00	5,00	4,10	,748

Fuente: Elaboración propia.

4.6 Hipótesis específica 2:

La actitud hacia la conducta emprendedora influye positivamente en la intención emprendedora de los estudiantes del X semestre de la EPIMMEM.

Los resultados obtenidos en la presente investigación muestran (tabla 7), que se encontró una relación lineal estadísticamente significativa, moderada y positiva ($r = 0,647$, $p < 0,01$) entre la actitud hacia la conducta emprendedora y la intención emprendedora de los estudiantes, confirmando hipótesis específica 2.

Tabla 7. Correlación entre la actitud hacia el emprendimiento y la intención emprendedora.

		Intención emprendedora
Actitud hacia el emprendimiento	Correlación de Pearson	,647**
	Significancia (bilateral)	,000
	N	115

Nota: **. La correlación es significativa en el nivel 0,01. Fuente: Elaboración propia.

4.7 Hipótesis específica 3:

La autoeficacia emprendedora influye positivamente en la intención emprendedora de los estudiantes del X semestre de la EPIMMEM.

Como se muestra en la tabla 8, se encontró una relación lineal estadísticamente significativa, débil y positiva ($r = 0,384$ $p < 0,01$) entre la autoeficacia emprendedora y la intención emprendedora de los estudiantes, confirmando hipótesis específica 3.

Tabla 8. Correlación entre la autoeficacia emprendedora y la intención emprendedora.

		Intención emprendedora
Autoeficacia emprendedora	Correlación de Pearson	,384**
	Significancia (bilateral)	,000
	N	115

Nota: **. La correlación es significativa en el nivel 0,01. Fuente: Elaboración propia.

4.8 Hipótesis específica 4:

La norma subjetiva influye positivamente en la intención emprendedora de los estudiantes del X semestre de la EPIMMEM.

De acuerdo a la tabla 9, se encontró una relación lineal estadísticamente no significativa, muy débil y positiva ($r = 0,120$, $p > 0,05$) entre la norma subjetiva y la intención emprendedora de los estudiantes, de este modo se confirma la hipótesis específica 4.

Tabla 9. Correlación entre la norma subjetiva y la intención emprendedora.

		Intención emprendedora
Norma subjetiva	Correlación de Pearson	,120
	Significancia (bilateral)	,201
	N	115

Fuente: Elaboración propia.

CAPITULO V Conclusiones y Recomendaciones

5.1 Conclusiones

Primera: De acuerdo a los resultados descritos en el presente trabajo de investigación, la intención emprendedora de los estudiantes del X semestre de la Escuela Profesional de Ingeniería Mecánica, Mecánica - Eléctrica y Mecatrónica de UCSM está influenciada por los siguientes factores: la actitud hacia la conducta emprendedora, la autoeficacia emprendedora y la norma subjetiva.

Segunda: Los estudiantes mostraron niveles altos de la intención de crear en el futuro una empresa propia. Se halló la relación significativa y positiva entre la intención emprendedora y la edad de los estudiantes, la que estará determinada por la condición de los estudiantes que están terminando su carrera universitaria y que en el mercado competitivo de hoy no es tan fácil encontrar el trabajo. Por eso están considerando la alternativa de autoemplearse en vez de ser empleados. Asistir a un curso de emprendimiento y tener a los familiares con negocio propio influyo significativamente e indirectamente sobre la intención emprendedora. En referente al género, esta variable de control no tuvo relación significativa con la intención emprendedora. Además, los estudiantes han expresado su disposición de esforzarse lo que sea necesario para ser empresarios, lo que debe ser apoyado por parte de la dirección la Escuela Profesional de Ingeniería Mecánica, Mecánica - Eléctrica y Mecatrónica.

Tercera: La intención emprendedora de los estudiantes fue influenciada por la actitud hacia la conducta emprendedora, percibiendo el emprendimiento mayormente como un reto creativo e innovador, como una oportunidad de ser independientes laboralmente. Con menor énfasis se destacaron tales consecuencias de emprender un negocio como: enfrentarse a nuevos retos,

asumir riesgos calculados y crear empleo para otras personas, los cuales son inherentes del espíritu emprendedor y se necesitan potenciarse.

Cuarta: Los estudiantes se sintieron capaces de llevar a cabo los diferentes aspectos que supone emprender, resaltando tener mayor eficacia en mantener relaciones favorables con potenciales inversores y bancos, mantener bajo el control el proceso de creación de nueva empresa. Y se sintieron menos eficaces en definir la idea de negocio y la estrategia de una nueva empresa, lo que se explica por estudiar en una carrera que se distingue de las carreras pertenecientes a las ciencias económico administrativas. Las mencionadas capacidades ameritan ser reforzados en la escuela profesional, los estudiantes deben aprender a conocerse a sí mismos, a tener confianza en sus propias habilidades y capacidades.

Quinta: Los estudiantes han expresado que su entorno (familiares, los mejores amigos y compañeros de la universidad) los apoyaría en su decisión de emprender, valorando como el más importante el apoyo de la familia directa. Aunque la norma subjetiva no tuvo la relación significativa con la intención emprendedora, se encontró su relación significativa y positiva con la actitud hacia la conducta emprendedora y la autoeficacia emprendedora.

5.2 Recomendaciones

Primera: Se recomienda seguir indagando sobre diferentes factores de la intención emprendedora de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería Mecánica, Mecánica - Eléctrica y Mecatrónica, determinar la evolución de la intención emprendedora de los estudiantes después de finalizar sus estudios. Complementar este estudio con el estudio longitudinal, para ver la tendencia de la intención emprendedora de los estudiantes a partir del primer año de la universidad.

Segunda: Considerando el alto nivel de la intención emprendedora de los estudiantes de Ingeniería mecánica, se propone introducir en la malla curricular del X semestre de EPIMMEM un curso electivo relacionado con el emprendimiento.

Tercera: Crear empleo para otras personas, asumir riesgos calculados y enfrentarse a nuevos retos fueron los aspectos menos deseados por parte de los estudiantes a la hora de emprender. Por ello, la formación para fortalecer la confianza de los estudiantes en sí mismos, la apertura al cambio, debería ser incluida en las iniciativas de fomento del espíritu emprendedor de los estudiantes.

Cuarta: Se debe fortalecer algunos aspectos estudiados de la autoeficacia emprendedora de los estudiantes, especialmente los temas sobre cómo definir un plan de negocio y las estrategias de una nueva empresa, introduciendo en la Escuela Profesional la asignatura correspondiente. Se recomienda aplicar el método de estudio de casos. Con un énfasis en la toma de decisiones y orientado a la acción, este método claramente apoyaría el desarrollo de valiosas habilidades emprendedoras. El curso de negociación permitirá a los estudiantes ir reconociendo sus propios estilos y las cosas que pueden potenciar y las que deben corregir.

Quinta: Dado que el entorno influye en la intención emprendedora, realizar eventos de trascendencia con empresarios, con emprendedores que sean cercanos a los estudiantes por edad, que han sido estudiantes de su universidad o incluso de sus titulaciones, para que puedan compartir con los estudiantes historias de éxito y ofrecer modelos para acercar el emprendimiento a los estudiantes.



REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211.

Ajzen, I. (2001). Nature and operation of attitudes. *Annual review of psychology*, 52(1), 27-58.

Bilbao, Z., de Basurto Uruga, D., de Arbulo López, R., & Meaza, A. (2012, July). Análisis del comportamiento emprendedor de los estudiantes de ingeniería en la Eurorregión Euskadi-Aquitania. Analysis of the entrepreneurial behavior of engineering student in the Basque Country-Aquitaine Euroregion. In 6th International Conference on Industrial Engineering and Industrial Management (pp. 1264-1271).

Brito, P. M., Cruz, A. B., & Hernández, A. I. L. (2014). Un paso más en la investigación de la intención emprendedora del estudiante universitario: GUESSS. *Revista de Estudios Empresariales*. Segunda Época, (2).

Comisión de las Comunidades Europeas (2003). Libro verde. El espíritu empresarial en Europa. Bruselas: Publicaciones de la DG Empresa (p.15).

Delmar, F., & Davidsson, P. (2000). Where do they come from? Prevalence and characteristics of nascent entrepreneurs. *Entrepreneurship & regional development*, 12(1), 1-23.

De Luco, G. A. M. (2014). La intención emprendedora en estudiantes universitarios: el caso de la universidad de Deusto/entrepreneurial intention among university students: the case of the university of Deusto. *Boletín de Estudios Económicos*, 69(211), 151.

Escuela Profesional de Ingeniería Mecánica, Mecánica-Eléctrica y Mecatrónica. Perfil de egreso de EPIMMEM. Recuperado el 15 de octubre de 2017, de <http://www.ucsm.edu.pe/ingenieria-mecanica/>

Escuela Profesional de Ingeniería Mecánica, Mecánica-Eléctrica y Mecatrónica. Malla curricular. Recuperado el 15 de octubre de 2017, de <http://www.ucsm.edu.pe/ingenieria-mecanica/>

Farhat, S. D. (2016). La Actitud Conductual en las Intenciones Emprendedoras. *Empresarial*, 10(38), 42-48.

Krueger, N.F. y Carsrud .A.L. (1993). Las intenciones empresariales: La aplicación de la teoría de la conducta planificada, el espíritu empresarial y el desarrollo regional. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18 (1), 5-21.

Krueger, N., & Dickson, P. R. (1994). How believing in ourselves increases risk taking: Perceived self-efficacy and opportunity recognition. *Decision Sciences*, 25(3), 385-400.

Krueger Jr, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of business venturing*, 15(5-6), 411-432.

Lanero, A., Sánchez, J. C., Villanueva, J. J., & D'Almeida, O. (2007). La perspectiva cognitiva en el proceso emprendedor. In X Congreso Nacional de Psicología Social: un encuentro de perspectivas. España: Universidad de Cádiz.

Laguía, A., Moriano, J. A., Gámez, J. A., & Molero, F. (2017). Validación del cuestionario de intención emprendedora en Colombia. *Universitas Psychologica*, 16(1).

Liñán, F., Chen, Y. W. (2009). Development and Cross-Cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship theory and practice*, 33(3), 593-617.

Liñán, F., & Rodríguez Cohard, J. C. (2005). Actitudes empresariales de los estudiantes universitarios andaluces.

Liñán, F., Urbano, D., & Guerrero, M. (2011). Regional variations in entrepreneurial cognitions: Start-up intentions of university students in Spain. *Entrepreneurship and Regional Development*, 23(3-4), 187-215.

Robinson, P. B., & Sexton, E. A. (1994). The effect of education and experience on self-employment success. *Journal of business Venturing*, 9(2), 141-156.

Mavila, Daniel; Tinoco, Óscar y Campos César (2009). "Factores influyentes en la capacidad emprendedora de los alumnos de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos". *Rev. Producción y Gestión*, Vol. 12(2), pp. 32-39, Facultad de Ingeniería Industrial, UNMSM, Lima, Perú.

Monitor, G. E. (2013). Key indicators. Retrieved January, 16, 2015.

Olmos, R. E., & Castillo, M. Á. S. (2007). La actitud emprendedora durante la vida académica de los estudiantes universitarios. *Cuadernos de estudios empresariales*, 17, 95-116.

Panez, R., Silva, G., & Silva Panez, M. (2007). Emprendimiento infantil en los Andes: un modelo de promoción de capacidades para niños de 0 a 3 años. Panez y Silva Consultores.

Rueda, S., Moriano, J. A., & Liñán, F. (2015). Validating a theory of planned behavior questionnaire to measure entrepreneurial intentions. *Developing, shaping and growing entrepreneurship*, 68-78.

Salem, O. M. (2014). Variables Explicativas de la Intención Emprendedora de los Estudiantes Universitarios y la Importancia de la Materia Emprendimiento como un Factor. *Compendium: Cuadernos de Economía y Administración*, 1(1), 62-85.

Sánchez, J., Lanero, A., & Yurrebaso (2005). Variables determinantes de la intención emprendedora en el contexto universitario. *Psicología aplicada*, 37-60.

Schumpeter, J. A. (1934). *Change and the Entrepreneur*. Essays of JA Schumpeter.

Shapero, A., & Sokol, L. (1982). "The social dimensions of entrepreneurship". *Encyclopedia of entrepreneurship*, 72-90.

Soria-Barreto, K., Zuñiga-Jara, S., & Ruiz Campo, S. (2016). Determinantes de la intención emprendedora: nueva evidencia. *Interciencia*, 41(5).

Tarapuez, E. (2016). Factores que influyen en la intención empresarial de los estudiantes universitarios del departamento del Quindío (Colombia). *Revista Científica "Visión de Futuro"*, 20(2).

Terán Rosero, A. C., & León Gómez, G. (2010). Visión del emprendimiento desde el estado y la universidad: El plan de desarrollo de Antioquia visión 2020 con el programa de emprendimiento de la UPB. *Revista Ciencias Estratégicas*, 18(23).

Universidad Católica de Santa María. Misión y Visión. Recuperado el 12 de setiembre de 2017, de <http://www.ucsm.edu.pe>

Veciana, J. M., Aponte, M., & Urbano, D. (2005). University students' attitudes towards entrepreneurship: A two countries comparison. *The International Entrepreneurship and Management Journal*, 1(2), 165-182.

BIBLIOGRAFÍA

Cuervo, A., Ribeiro, D., & Roig, S. (2006). Entrepreneurship: conceptos, teoría y perspectiva. Madrid: Fundación Bancaja. *Journal of Technology Management & Innovation*, 8(1), 65-7

Espíritu Olmos, R. (2011). Análisis de la intención emprendedora en estudiantes universitarios a través de los rasgos de personalidad. *Multiciencias*, 11(1).

Hernández Sampieri R., Fernández Collado C., Baptista Lucio M. (2010). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill, quinta edición.

Krueger M, 2000. *Emprendedor potencial y potenciales emprendedores*. Baylor University. ET&P.

Liñán, F. (2004). Modelos basados en la intención de la iniciativa empresarial Educación. *Pequeñas Empresas* 11-35.

Loli Pineda, A.; Del Carpio, J. y La Jara, E. (2008). "El emprendimiento en los estudiantes de la UNMSM y su relación con algunas variables sociodemográficas". *Revista de Investigaciones Psicológicas*, Vol. 12, Nº 1, UNMSM, Lima, Perú.

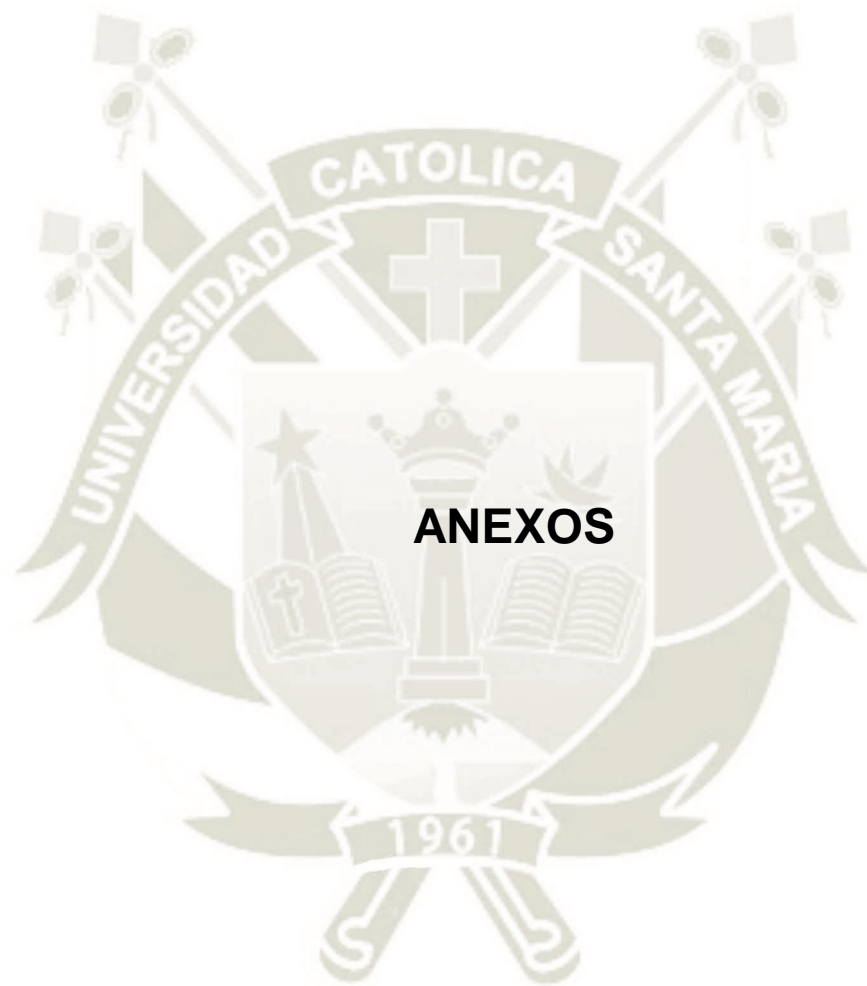
Martínez de Luco, G. A., & Campos, J. A. (2014). La intención emprendedora en estudiantes universitarios: El caso de la Universidad de Deusto. *Boletín de Estudios Económicos*, 69(211), 151-172.

Moriano, J. A., Palací, F. J., & Morales, J. F. (2006). Adaptación y validación en España de la escala de Autoeficacia Emprendedora. *Revista de Psicología Social*, 21(1), 51-64.

Pérez, E. (2009). La universidad en la formación de emprendedores empresariales y el apoyo en la creación de nuevas empresas. *Gestión en el tercer milenio*, 61-65.

Wompner, F. (2008). Educación superior para el emprendimiento. *Expansiva Chile*, 19.





ANEXO N° 1: CUESTIONARIO

Cuestionario sobre la intención emprendedora de los estudiantes del X semestre de EPIMMEM

Por favor, responda sinceramente las preguntas de este cuestionario. Los resultados obtenidos serán utilizados exclusivamente para los fines de la investigación.

1. Sexo: Hombre Mujer

2. Edad:

3. ¿Ha asistido a algún curso sobre emprendimiento? Sí No

4. ¿Algún miembro de su familia (padre, madre, hermanos, abuelos) tiene un negocio propio? Sí No

5. Por favor, señale su grado de intención respecto a las siguientes afirmaciones:

	1 Nada	2 Poco	3 Algo	4 Bastante	5 Totalmente
5.1 Es muy probable que lluege a crear una empresa algun día					
5.2 Estoy dispuesto/a a esforzarme lo que sea necesario para ser empresario/a					
5.3 Estoy decidido/a a crear una empresa en el futuro					

6. Crear una nueva empresa (ser emprendedor/a) para usted supondría.....

	1 Nada probable	2 Poco probable	3 Algo probable	4 Bastante probable	5 Muy probable
6.1 Enfrentarme a nuevos retos					
6.2 Crear empleo para otras personas					
6.3 Ser creativo e innovador					
6.4 Asumir riesgos calculados					
6.5 Ser mi propio jefe (independencia)					

7. Ahora señale hasta que punto son deseables para Ud. en su vida en general...

	1 Nada deseable	2 Poco deseable	3 Algo deseable	4 Bastante deseable	5 Muy deseable
7.1 Enfrentarme a nuevos retos					
7.2 Crear empleo para otras personas					
7.3 Ser creativo e innovador					
7.4 Asumir riesgos calculados					
7.5 Ser mi propio jefe (independencia)					

8. Por favor, hasta que punto sería usted capaz de realizar eficazmente las siguientes tareas:

	1 Total-te ineficaz	2. Poco eficaz	3 Algo eficaz	4 Bastante eficaz	5 Muy eficaz
8.1 Definir mi idea de negocio y la estrategia de una nueva empresa					
8.2 Mantener bajo control el proceso de creacion de nueva empresa					
8.3 Reconocer oportunidades en el mercado para nuevos productos y/o servicios					
8.4 Mantener relaciones favorables con potenciales inversores y bancos					

9. ¿En que grado se mostrarían de acuerdo sus familiares y amigos si decide crear su propia empresa?

	1 Nada de acuerdo	2 Poco de acuerdo	3 Algo de acuerdo	4 Bastante de acuerdo	5 Total-te de acuerdo
9.1 Mi familia directa (padre, madre y hermanos/hermanas)					
9.2 Mis mejores amigos/as					
9.3 Mis compañeros/as de universidad					

10. ¿Cómo valora la opinion de estas personas a este respecto?

	1 Nada importante	2 Poco importante	3 Algo importante	4 Bastante importante	5 Muy importante
10.1 La de mi familia directa (padre, madre y hermanos/hermanas)					
10.2 La de mis mejores amigos/as					
10.3 La de mis compañeros/as de universidad					

ANEXO N°2: BASE DE DATOS SPSS 22

1	1	22	2	1	4	5	5	4	4	3	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4				
2	1	21	1	1	5	5	5	5	4	5	5	5	5	3	5	3	5	5	4	4	5	5	4	4	3	3		
3	1	25	2	1	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4		
4	1	27	2	1	4	5	4	3	4	2	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	1	1	
5	1	24	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	4	4	3	4	4	3	
6	1	26	1	1	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	2	4	3	4	5	5	5	5	4	4	
7	1	22	2	1	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	
8	1	23	2	1	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
9	1	33	1	1	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	2	4	3	3	3	
10	1	23	1	1	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	3	5	4	4	3	2	2	5	4	3	4	4	
11	1	25	2	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	3	5	4	4	3	3	5	5	4	3	3	3	
12	1	25	2	1	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	
13	1	21	2	2	2	2	2	4	5	4	4	4	2	1	3	3	4	2	3	3	4	4	3	3	2	1	1	
14	1	21	2	1	3	5	5	5	5	4	5	5	5	4	3	5	5	4	4	3	4	5	5	4	5	4	2	
15	1	21	1	1	5	4	5	4	3	5	4	5	4	3	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	3	4	3	
16	1	21	2	2	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	3	3	2	2	3	3	3	4	3	2	
17	1	21	2	1	4	4	4	5	3	4	3	5	3	3	5	4	5	3	3	3	4	4	5	4	4	4	3	
18	1	30	1	1	4	4	4	3	3	2	2	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	3	2	
19	1	21	1	2	3	3	4	4	4	4	3	5	3	4	4	2	4	2	2	1	1	5	3	4	5	3	3	
20	1	26	2	1	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	
21	1	21	2	1	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	2	5	4	2	
22	1	27	2	1	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	
23	1	26	2	1	4	4	5	5	5	5	4	5	5	3	4	4	5	3	5	4	4	2	4	4	5	3	3	
24	1	36	1	2	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	3	5	4	3	
25	1	21	2	1	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	5	2	2	2	2	4	4	4	5	4	3	
26	1	21	1	1	1	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	3	5	4	4	5	3	5	5	4	5	5	3	
27	2	21	2	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	5	4	4	3	2	3	
28	1	26	2	1	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	5	3	4	3	5	5	5	
29	1	21	2	1	4	4	4	4	5	5	4	5	4	3	5	4	5	2	3	3	2	4	4	4	5	4	3	
30	1	20	2	1	4	3	4	5	3	4	5	4	3	5	4	3	4	5	4	3	5	3	4	3	3	2	4	
31	1	22	2	1	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	
32	1	21	2	1	3	4	3	4	4	5	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	5	4	4	
33	1	25	2	2	2	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	
34	1	30	2	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	4	4	4	3	1	1
35	1	25	2	1	3	4	3	3	3	4	4	5	3	2	3	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	3	
36	2	21	2	1	4	5	4	4	5	4	4	5	3	3	4	3	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	
37	1	23	2	1	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	3	3	5	5	3	5	5	3	
38	1	21	2	1	3	4	3	5	5	5	3	4	3	4	4	3	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	3
39	1	32	2	1	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	3	2	1
40	1	24	2	1	4	4	4	4	3	4	5	5	4	3	4	3	4	3	3	5	3	5	5	3	5	4	3	
41	1	25	1	2	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	
42	1	22	2	2	3	4	3	3	4	5	3	2	4	3	3	4	3	4	3	4	5	4	3	2	5	3	2	
43	1	22	1	1	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4
44	1	26	1	1	4	4	4	5	5	3	4	4	4	5	3	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4
45	1	24	2	2	4	5	4	4	5	3	4	4	3	4	4	5	4	4	5	4	3	5	3	4	5	3	4	
46	1	25	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	3	4	4	4	5	4	4	4	
47	1	21	1	2	3	4	3	2	2	4	3	5	3	2	4	3	5	4	5	4	3	4	5	5	3	2	1	
48	1	22	2	1	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	3	4	5	5	4	5	3	3	
49	1	24	2	2	3	4	4	4	4	3	3	5	4	4	3	3	5	3	3	4	2	4	4	4	5	4	4	
50	1	29	2	2	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	2	
51	1	24	2	1	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
52	1	26	2	1	4	4	4	3	3	4	5	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	5	4	4	5	4	4	
53	1	25	2	1	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	
54	1	29	2	1	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	3	4	3	4	2	3	4	4	3	4	
55	1	23	1	1	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	3	5	4	4	5	4	4	
56	1	25	2	2	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	3	5	4	3	5	4	
57	1	27	2	1	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	3	2	
58	1	25	1	1	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	1	3	5	4	4	
59	1	21	1	1	5	5	5	3	4	5	5	5	5	3	4	4	5	5	4	4	3	5	3	3	4	1	1	
60	1	28	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	3	3	3	5	2	1

61	1	22	1	1	3	2	3	3	4	5	4	3	4	3	4	3	4	3	5	4	5	4	5	4	5	4	5		
62	1	22	2	2	3	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	3	5	5	5	4	4	4	3	3	4		
63	1	23	2	2	3	3	2	5	2	5	1	5	2	5	2	4	5	1	1	1	5	4	5	5	3	4	4		
64	1	21	1	1	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	5	3	5	4	5	4	3	5	2	2	5	3	1		
65	1	24	2	1	4	4	4	4	5	4	5	5	3	4	3	3	5	3	2	4	2	5	1	3	5	1	3		
66	1	22	2	1	5	5	5	4	3	4	5	5	4	3	4	5	5	4	3	4	4	5	4	4	5	4	3		
67	1	25	1	1	4	4	4	4	3	5	5	5	4	3	5	5	5	3	4	3	4	5	5	4	5	4	4		
68	1	25	2	1	4	4	5	4	4	5	4	5	3	4	5	4	5	4	4	5	4	3	2	3	3	2	2		
69	1	22	1	1	4	4	4	5	5	3	4	5	3	5	4	3	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	3		
70	1	21	2	1	2	2	2	5	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	4	4	4	
71	1	22	1	1	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4		
72	1	23	2	2	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	3	4	5	5	3	5	4	4	5	4		
73	1	22	2	2	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	5	4	4	2	3	3	3	4	2	2	3	3	4	4	
74	2	21	2	1	3	3	3	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	3	3	4	5	4	2	3	4	3	3		
75	1	24	2	1	4	4	4	5	4	4	4	5	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3		
76	1	23	1	1	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	4	4	4	4	3	3	2		
77	1	22	2	2	2	2	2	4	2	5	5	5	3	3	2	2	4	2	2	2	1	4	2	2	4	3	2		
78	1	25	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	3	3	4	3	3
79	1	25	2	1	4	4	5	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	5	2	3	4	3	2	4	4	
80	1	22	2	1	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	
81	1	28	1	1	5	5	5	4	5	4	4	5	3	5	4	4	5	4	4	5	3	5	5	5	5	5	4	3	
82	1	26	2	1	4	4	4	3	3	4	4	5	3	3	4	3	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	
83	1	23	2	2	3	4	3	5	4	5	4	3	5	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	
84	1	22	2	1	4	5	4	5	4	5	5	5	3	3	5	4	4	2	3	2	2	4	3	3	2	2	2	2	
85	1	23	2	1	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	2	3	2	3	4	4	4	4	4	4	
86	1	23	2	2	3	3	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	
87	1	22	1	1	5	5	5	5	4	4	3	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	3	3	5	3	3	
88	1	25	2	2	3	3	3	5	4	3	4	4	5	3	4	5	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	
89	1	22	1	1	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	2	3	3	4	5	5	5	5	5	4	
90	1	22	1	1	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	2	3	3	3	5	5	5	5	5	4	
91	2	24	2	2	4	5	5	4	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	3	3	
92	1	22	1	1	3	5	3	5	4	5	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	5	4	3	5	5	5	5	
93	1	26	1	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	3	3	
94	1	29	1	1	4	4	5	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
95	1	23	1	1	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	3	2	2	5	3	1	1		
96	1	27	1	1	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	5	4	3	3	3	3	3	
97	1	25	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	3	4	3	3	3	3	3	3	
98	1	30	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	3	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4
99	2	21	1	1	5	4	5	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	5	4	4	5	4	3
100	1	22	2	2	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	3	3	
101	1	27	1	1	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4
102	1	23	2	1	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	
103	1	26	2	2	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
104	1	23	2	1	3	3	3	5	5	5	5	5	3	2	4	5	5	3	5	3	1	5	5	5	5	2	2	2	
105	1	22	2	1	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	5	5	5	
106	1	26	2	1	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	3	3	
107	1	20	2	2	4	4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	5	5	3	5	4	5	5	5	5	5	4	4	3	2
108	1	24	2	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	4	5	5	3	4	5	5	5	3	4	4	1	
109	1	26	2	1	4	4	3	4	4	5	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	
110	1	25	2	2	3	2	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	5	4	3	5	4	4	4	
111	1	28	2	2	3	4	5	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	4	4	3	4	4	4	4	
112	1	22	1	2	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4
113	1	22	2	1	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	5	4	4	3	4	3	4	4	3	3	5	4	3	2	
114	1	23	1	1	5	5	5	5	4	5	3	4	5	3	5	4	3	3	3	3	4	5	4	4	3	3	3	2	
115	1	24	2	1	4	4	4	4	3	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	3	5	5	5	3	4	

ANEXO N°3: FIABILIDAD

Intención emprendedora / VARIABLES = Probabilidad de crear una empresa, Disposición de esforzarse, Decidido crear una empresa propia.

Estadísticas de fiabilidad: Intención emprendedora

Alfa de Cronbach	N de elementos
,882	3

Actitud / VARIABLES = Enfrentar nuevos retos, Crear empleo, Ser creativo, Asumir riesgos, Independencia, Deseo de enfrentar nuevos retos, Deseo de crear empleo, Deseo de ser creativo, Deseo de asumir riesgos, Deseo de independencia.

Estadísticas de fiabilidad: Actitud emprendedora

Alfa de Cronbach	N de elementos
,837	10

Autoeficacia emprendedora / VARIABLES = Definir idea de negocio, Mantener bajo el control, Reconocer oportunidades, Mantener relaciones con bancos.

Estadísticas de fiabilidad: autoeficacia emprendedora

Alfa de Cronbach	N de elementos
,823	4

Norma subjetiva / VARIABLES = Opinión de familia, Opinión de mejores amigos, Opinión de compañeros, Valoración de opinión de familia, Valoración de opinión de mejores amigos, Valoración de opinión de compañeros.

Estadísticas de fiabilidad: norma subjetiva

Alfa de Cronbach	N de elementos
,756	6



ANEXO N° 4: ESTADISTICOS DESCRIPTIVOS

Rango de edad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 20-25	87	75,7	75,7	75,7
26-30	25	21,7	21,7	97,4
31-35	2	1,7	1,7	99,1
36-40	1	,9	,9	100,0
Total	115	100,0	100,0	

Sexo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Hombre	110	95,7	95,7	95,7
Mujer	5	4,3	4,3	100,0
Total	115	100,0	100,0	

¿Ha asistido a algún curso de emprendimiento?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Si	40	34,8	34,8	34,8
No	75	65,2	65,2	100,0
Total	115	100,0	100,0	

¿Algún miembro de su familia tiene un negocio propio?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Si	82	71,3	71,3	71,3
No	33	28,7	28,7	100,0
Total	115	100,0	100,0	

Intención emprendedora (agrupado)

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Baja	3	2,6	2,6	2,6
Media	11	9,6	9,6	12,2
Alta	48	41,7	41,7	53,9
Muy alta	53	46,1	46,1	100,0
Total	115	100,0	100,0	

Estadísticos descriptivos de la intención emprendedora

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
Es probable que llegue a crear una empresa algún día	115	1	5	3,97	,853
Estoy dispuesto a esforzarme para ser empresario	115	2	5	4,17	,798
Estoy decidido a crear una empresa en el futuro	115	2	5	4,16	,844
Intención emprendedora	115	2,00	5,00	4,1014	,74819
N válido (por lista)	115				

Es probable que llegue a crear una empresa algún día

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nada	1	,9	,9	,9
Poco	4	3,5	3,5	4,3
Algo	25	21,7	21,7	26,1
Bastante	52	45,2	45,2	71,3
Totalmente	33	28,7	28,7	100,0
Total	115	100,0	100,0	

Estoy dispuesto a esforzarme para ser empresario

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Poco	5	4,3	4,3	4,3
Algo	13	11,3	11,3	15,7
Bastante	54	47,0	47,0	62,6
Totalmente	43	37,4	37,4	100,0
Total	115	100,0	100,0	

Estoy decidido a crear una empresa en el futuro

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Poco	5	4,3	4,3	4,3
Algo	18	15,7	15,7	20,0
Bastante	46	40,0	40,0	60,0
Totalmente	46	40,0	40,0	100,0
Total	115	100,0	100,0	

Actitud hacia el emprendimiento (agrupado)

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Poco favorable	2	1,7	1,7	1,7
Favorable	48	41,7	41,7	43,5
Muy favorable	65	56,5	56,5	100,0
Total	115	100,0	100,0	

Estadísticos descriptivos de la actitud hacia el emprendimiento

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
Crear una empresa supone enfrentarme a nuevos retos	115	2	5	4,16	,708
Crear una empresa supone crear empleo para otros	115	2	5	4,12	,796
Crear una empresa supone ser creativo e innovador	115	2	5	4,28	,779
Crear una empresa supone asumir riesgos calculados	115	1	5	4,14	,804
Crear una empresa supone ser mi propio jefe	115	2	5	4,48	,705
Deseo de enfrentarse a nuevos retos	115	2	5	3,90	,783
Deseo de crear empleo para otras personas	115	1	5	3,80	,860
Deseo de ser creativo e innovador	115	2	5	4,12	,774
Deseo de asumir riesgos calculados	115	2	5	3,96	,788
Deseo de ser su propio jefe	115	2	5	4,37	,707
Actitud hacia el emprendimiento	115	2,70	5,00	4,1330	,49110
N válido (por lista)	115				

Crear una empresa supone enfrentarme a nuevos retos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Poco	1	,9	,9	,9
Algo	18	15,7	15,7	16,5
Bastante	58	50,4	50,4	67,0
Totalmente	38	33,0	33,0	100,0
Total	115	100,0	100,0	

Crear una empresa supone crear empleo para otras personas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Poco	3	2,6	2,6	2,6
Algo	21	18,3	18,3	20,9
Bastante	50	43,5	43,5	64,3
Totalmente	41	35,7	35,7	100,0
Total	115	100,0	100,0	

Crear una empresa supone ser creativo e innovador

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Poco	3	2,6	2,6	2,6
Algo	14	12,2	12,2	14,8
Bastante	46	40,0	40,0	54,8
Totalmente	52	45,2	45,2	100,0
Total	115	100,0	100,0	

Crear una empresa supone asumir riesgos calculados

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nada	1	,9	,9	,9
Poco	1	,9	,9	1,7
Algo	21	18,3	18,3	20,0
Bastante	50	43,5	43,5	63,5
Totalmente	42	36,5	36,5	100,0
Total	115	100,0	100,0	

Crear una empresa supone ser mi propio jefe

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Poco	1	,9	,9	,9
Algo	11	9,6	9,6	10,4
Bastante	35	30,4	30,4	40,9
Totalmente	68	59,1	59,1	100,0
Total	115	100,0	100,0	

Deseo de enfrentarse a nuevos retos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Poco	3	2,6	2,6	2,6
Algo	32	27,8	27,8	30,4
Bastante	53	46,1	46,1	76,5
Totalmente	27	23,5	23,5	100,0
Total	115	100,0	100,0	

Deseo de crear empleo para otras personas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nada	1	,9	,9	,9
Poco	5	4,3	4,3	5,2
Algo	35	30,4	30,4	35,7
Bastante	49	42,6	42,6	78,3
Totalmente	25	21,7	21,7	100,0
Total	115	100,0	100,0	

Deseo de ser creativo e innovador

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Poco	4	3,5	3,5	3,5
Algo	16	13,9	13,9	17,4
Bastante	57	49,6	49,6	67,0
Totalmente	38	33,0	33,0	100,0
Total	115	100,0	100,0	

Deseo de asumir riesgos calculados

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Poco	3	2,6	2,6	2,6
Algo	29	25,2	25,2	27,8
Bastante	53	46,1	46,1	73,9
Totalmente	30	26,1	26,1	100,0
Total	115	100,0	100,0	

Deseo de ser su propio jefe

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Poco	1	,9	,9	,9
Algo	12	10,4	10,4	11,3
Bastante	45	39,1	39,1	50,4
Totalmente	57	49,6	49,6	100,0
Total	115	100,0	100,0	

Autoeficacia emprendedora (agrupado)

Autoeficacia emprendedora (agrupado)

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Ineficaz	4	3,5	3,5	3,5
Poco eficaz	15	13,0	13,0	16,5
Eficaz	61	53,0	53,0	69,6
Muy eficaz	35	30,4	30,4	100,0
Total	115	100,0	100,0	

Estadísticos descriptivos de la autoeficacia emprendedora

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
Definir la idea de negocio y la estrategia de una nueva empresa	115	1	5	3,72	,864
Mantener bajo control el proceso de creación de nueva empresa	115	1	5	3,77	,787
Reconocer oportunidades en el mercado para nuevos productos	115	1	5	3,75	,907
Mantener relaciones favorables con potenciales inversores y bancos	115	1	5	3,80	,993
Autoeficacia emprendedora	115	1,00	5,00	3,7587	,72011
N válido (por lista)	115				

Definir la idea de negocio y la estrategia de una nueva empresa

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nada	1	,9	,9	,9
Poco	12	10,4	10,4	11,3
Algo	35	30,4	30,4	41,7
Bastante	51	44,3	44,3	86,1
Totalmente	16	13,9	13,9	100,0
Total	115	100,0	100,0	

Mantener bajo control el proceso de creación de nueva empresa

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nada	1	,9	,9	,9
Poco	5	4,3	4,3	5,2
Algo	33	28,7	28,7	33,9
Bastante	63	54,8	54,8	88,7
Totalmente	13	11,3	11,3	100,0
Total	115	100,0	100,0	

Reconocer oportunidades en el mercado para nuevos productos y/o servicios

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nada	2	1,7	1,7	1,7
Poco	8	7,0	7,0	8,7
Algo	34	29,6	29,6	38,3
Bastante	53	46,1	46,1	84,3
Totalmente	18	15,7	15,7	100,0
Total	115	100,0	100,0	

Mantener relaciones favorables con potenciales inversores y bancos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nada	4	3,5	3,5	3,5
Poco	8	7,0	7,0	10,4
Algo	23	20,0	20,0	30,4
Bastante	56	48,7	48,7	79,1
Totalmente	24	20,9	20,9	100,0
Total	115	100,0	100,0	



Norma subjetiva (agrupado)

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Media	17	14,8	14,8	14,8
Alta	52	45,2	45,2	60,0
Muy alta	46	40,0	40,0	100,0
Total	115	100,0	100,0	

Estadísticos descriptivos de la norma subjetiva

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
Opinión de familia directa	115	2	5	4,30	,860
Opinión de mejores amigos	115	1	5	3,91	,942
Opinión de compañeros de universidad	115	2	5	3,82	,779
Valoración de la opinión de familia directa	115	2	5	4,29	,846
Valoración de la opinión de mejores amigos	115	1	5	3,57	,983
Valoración de la opinión de compañeros de universidad	115	1	5	3,23	1,043
Norma subjetiva	115	2,33	5,00	3,8522	,61288
N válido (por lista)	115				

Opinión de la familia directa

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Poco	5	4,3	4,3	4,3
Algo	15	13,0	13,0	17,4
Bastante	35	30,4	30,4	47,8
Totalmente	60	52,2	52,2	100,0
Total	115	100,0	100,0	

Opinión de los mejores amigos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nada	2	1,7	1,7	1,7
Poco	7	6,1	6,1	7,8
Algo	23	20,0	20,0	27,8
Bastante	50	43,5	43,5	71,3
Totalmente	33	28,7	28,7	100,0
Total	115	100,0	100,0	

Opinión de los compañeros de universidad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Poco	5	4,3	4,3	4,3
Algo	32	27,8	27,8	32,2
Bastante	57	49,6	49,6	81,7
Totalmente	21	18,3	18,3	100,0
Total	115	100,0	100,0	

Valoración de la opinión de la familia directa

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Poco	3	2,6	2,6	2,6
Algo	20	17,4	17,4	20,0
Bastante	33	28,7	28,7	48,7
Totalmente	59	51,3	51,3	100,0
Total	115	100,0	100,0	

Valoración de la opinión de los mejores amigos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada	5	4,3	4,3	4,3
	Poco	9	7,8	7,8	12,2
	Algo	34	29,6	29,6	41,7
	Bastante	50	43,5	43,5	85,2
	Totalmente	17	14,8	14,8	100,0
	Total	115	100,0	100,0	

Valoración de la opinión de los compañeros de universidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada	10	8,7	8,7	8,7
	Poco	14	12,2	12,2	20,9
	Algo	39	33,9	33,9	54,8
	Bastante	44	38,3	38,3	93,0
	Totalmente	8	7,0	7,0	100,0
	Total	115	100,0	100,0	

ANEXO N° 5: CORRELACIONES

Correlaciones									
		Intención emprendedora	Actitud hacia el emprendimiento	Autoeficacia emprendedora	Norma subjetiva	Sexo	Edad	¿Ha asistido a algún curso de emprendimiento?	¿Algún miembro de su familia tiene un negocio propio?
Intención emprendedora	Correlación de Pearson	1	,647**	,450**	.120	.009	,228*	-,366**	-,301**
	Sig. (bilateral)		.000	.000	.201	.923	.014	.000	.001
	N	115	115	115	115	115	115	115	115
Actitud hacia el emprendimiento	Correlación de Pearson	,647**	1	,444**	,196*	-.102	.120	-,186*	-.165
	Sig. (bilateral)	.000		.000	.036	.280	.200	.047	.078
	N	115	115	115	115	115	115	115	115
Autoeficacia emprendedora	Correlación de Pearson	,450**	,444**	1	,285**	-.017	,189*	-,322**	-,209*
	Sig. (bilateral)	.000	.000		.002	.853	.043	.000	.025
	N	115	115	115	115	115	115	115	115
Norma subjetiva	Correlación de Pearson	.120	,196*	,285**	1	.028	-.029	-.092	-.093
	Sig. (bilateral)	.201	.036	.002		.764	.762	.327	.322
	N	115	115	115	115	115	115	115	115
Sexo	Correlación de Pearson	.009	-.102	-.017	.028	1	-.176	.066	.053
	Sig. (bilateral)	.923	.280	.853	.764		.060	.482	.572
	N	115	115	115	115	115	115	115	115
Edad	Correlación de Pearson	,228*	.120	,189*	-.029	-.176	1	-.089	.026
	Sig. (bilateral)	.014	.200	.043	.762	.060		.344	.784
	N	115	115	115	115	115	115	115	115
¿Ha asistido a algún curso de emprendimiento?	Correlación de Pearson	-,366**	-,186*	-,322**	-.092	.066	-.089	1	,221*
	Sig. (bilateral)	.000	.047	.000	.327	.482	.344		.018
	N	115	115	115	115	115	115	115	115
¿Algún miembro de su familia tiene un negocio	Correlación de Pearson	-,301**	-.165	-,209*	-.093	.053	.026	,221*	1
	Sig. (bilateral)	.001	.078	.025	.322	.572	.784	.018	
	N	115	115	115	115	115	115	115	115

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

* . La correlación es significativa en el nivel 0,05 (2 colas).

ANEXO N° 6: MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título: Actitud hacia la conducta, norma subjetiva y autoeficacia emprendedora como factores de la intención emprendedora de los estudiantes del X semestre de la Escuela Profesional de Ingeniería Mecánica, Mecánica - Eléctrica y Mecatrónica de UCSM, Arequipa 2017.

Planteamiento del problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Indicadores	Metodología
¿Qué relación tienen actitud hacia la conducta, norma subjetiva y autoeficacia emprendedora con la intención emprendedora de los estudiantes del X semestre de la EPIMMEM?	<p>General Determinar si actitud hacia la conducta, norma subjetiva y autoeficacia emprendedora influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del X semestre de la EPIMMEM</p> <p>Específicos Determinar la intención emprendedora de los estudiantes del X semestre de la EPIMMEM Determinar la influencia de la actitud hacia la conducta emprendedora sobre la intención emprendedora de los estudiantes del X semestre de EPIMMEM</p> <p>Determinar la influencia de la norma subjetiva sobre la intención emprendedora de los estudiantes del X semestre de la EPIMMEM</p> <p>Determinar la influencia de la autoeficacia emprendedora sobre la intención emprendedora de los estudiantes del X semestre de la EPIMMEM</p>	<p>General: Basándose en la Teoría del Comportamiento Planificado de Ajzen, actitud hacia la conducta, norma subjetiva y autoeficacia emprendedora influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del X semestre de la EPIMMEM</p> <p>Específicos: Los estudiantes del X semestre de la Escuela Profesional de la EPIMMEM tienen la intención emprendedora favorable. La actitud hacia la conducta emprendedora influye positivamente en la intención emprendedora de los estudiantes del X semestre de la EPIMMEM. La norma subjetiva influye positivamente en la intención emprendedora de los estudiantes del X semestre de la EPIMMEM. La autoeficacia emprendedora influye positivamente en la intención emprendedora de los estudiantes del X semestre de la EPIMMEM</p>	<p>Independiente: Actitud hacia emprendimiento</p> <p>Norma subjetiva</p> <p>Autoeficacia emprendedora</p> <p>Dependiente: Intención emprendedora</p>	<p>Enfrentarse a nuevos retos Crear empleo para otras personas Ser creativo e innovador Asumir riesgos calculados Ser su propio jefe (independencia)</p> <p>Familia directa Amigos y/o compañeros</p> <p>Definir idea de negocio y la estrategia de una nueva empresa Mantener bajo el control el proceso de creación de una nueva empresa Reconocer oportunidades en el mercado para nuevos productos y/o servicios</p> <p>Probabilidad de llegar a crear una empresa algún día Disposición a esforzarse lo que sea necesario para ser empresario Decisión de crear una empresa en el futuro</p>	<p>Tipo de la investigación: no experimental – transversal</p> <p>Nivel: Descriptivo correlacional</p> <p>Población: Estudiantes del X semestre de la EPIMMEM de UCSM</p> <p>Muestra: 115 estudiantes del X semestre de la EPIMMEM del año 2017</p> <p>Técnicas e instrumentos: Encuesta: cuestionario</p>